

YEREL GAZETELERDE GRAFİK TASARIM SORUNLARI: MERSİN ÖRNEĞİ

GRAPHIC DESIGN PROBLEMS IN LOCAL NEWSPAPERS: THE CASE OF MERSİN

Hacı Mehmet ACAR*, Ayla YUNUSOĞLU**

Öz

Yerel gazetelerde karşılaşılan önemli sorunlardan biri grafik tasarım ile ilgili sorunlardır. Bu araştırma, Mersin’de yayımlanan yerel gazetelerde grafik tasarım süreçlerinde karşılaşılan temel sorunları ortaya koymayı amaçlamaktadır. Yerel basında sayfa düzeni, tipografi, fotoğraf, renk kullanımı, görsel hiyerarşi ve ilan yerleşimi gibi unsurların profesyonel standartlardan uzak biçimde uygulanması hem okur algısını hem de gazetelerin görsel kimliğini olumsuz yönde etkilemektedir. Araştırma, nitel desende kurgulanmış ve altı yerel gazetede görev yapan sekiz katılımcıyla yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bulgular, tasarım sürecine ilişkin sorunların yedi ana tema etrafında toplandığını göstermektedir: zaman baskısı ve hızlı üretim döngüsü, ilan ve reklam baskısı, tipografi ve renk sorunları, görsel materyal kalitesi, teknik ve donanımsal yetersizlikler, profesyonel personel eksikliği ve dijital dönüşümün etkisi. Sonuç olarak, yerel gazetelerde grafik tasarımın kuramsal olarak üstlenmesi beklenen iletişimsel ve kurumsal işlevlerin, yapısal ve ekonomik sınırlılıklar nedeniyle tam anlamıyla gerçekleştirilemediği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Grafik tasarım, Yerel basın, Sayfa düzeni, Görsel iletişim, Mersin.

Abstract

One of the significant challenges faced by local newspapers concerns graphic design practices. This study aims to identify key design-related problems in newspapers published in Mersin. The findings indicate that elements such as page layout, typography, photography, color usage, visual hierarchy, and advertisement placement are often implemented without professional standards, negatively affecting both reader perception and visual identity. The research was designed qualitatively, and semi-structured in-depth interviews were conducted with eight participants working in six newspapers. The thematic analysis revealed seven core problem areas: time pressure and rapid production cycles, advertisement-related constraints, typographic and color inconsistencies, low-quality visual materials, technical and hardware limitations, inadequate professional training, and the influence of digital transformation. Overall, the study concludes that the communicative and institutional roles theoretically expected from graphic design in local newspapers cannot be fully achieved due to structural, technical, and economic limitations.

Keywords: Graphic Design, Local Press, Page Layout, Visual Communication, Mersin.



DOI: 10.5281/zenodo.18279498

Geliş Tarihi / Received
08.12.2025

Kabul Tarihi / Accepted
17.01.2026

Yayın Tarihi / Publication Date
22.01.2026

Sorumlu Yazar/Corresponding author

E-mail:
mehmetacar@mersin.edu.tr

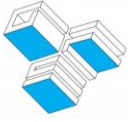
Cite this article: Acar, H. M. &
Yunusoğlu, A. (2026). Yerel
Gazetelerde Grafik Tasarım Sorunları:
Mersin Örneği, *D-Sanat*, Ahmet
Yakupoğlu Özel Sayısı, 192-208.



Content of this journal is licensed under
a Creative Commons Attribution-
Noncommercial 4.0 International
License.

* Öğr. Gör. Dr., Mersin Üniversitesi, mehmetacar@mersin.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8426-4051

** Öğr. Gör., Mersin Üniversitesi, ayla@mersin.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9503-7257



Giriş

Gazetelerde haberlerin görsel sunumu, basının bilgiyi aktarma ve kamuoyu oluşturma işlevlerini yerine getirmesinde önemli bir etkidir. Gazetenin tasarım biçimi; tipografi, renk, görsel hiyerarşi, sayfa düzeni ve fotoğraf kullanımı gibi öğeler aracılığıyla okurun dikkatini yönlendirir, algısını biçimlendirir ve haberin okunabilirliğini doğrudan etkiler. Dolayısıyla grafik tasarımın gazetelerdeki işlevi haberlere görsellik katmakla sınırlı değildir. Haberlerin sunumunda iletişimi güçlendiren yapısal bir bileşendir. Bu doğrultuda bakıldığında tasarım kalitesinin yetersiz olması hem gazetenin profesyonel kimliğini hem de okur güvenini zedeleyebilmektedir. Bu nedenle gazetelerde grafik tasarım önemli bir yere sahiptir. Ancak, Buçukoğlu'na göre (2025: 766) Türkiye'de gazete tasarımı alanında modern ve yenilikçi anlayışlar çoğunlukla geç kabul görmekte; bu durum, tasarım standartlarının uluslararası seviyelerin gerisinde kalmasına neden olmaktadır.

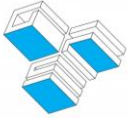
Günümüzde haber metinleri, yalnızca içeriksel boyutlarıyla değil, görsel düzenleriyle de iletişimsel anlamda analiz edilmeye değer birer yapıya dönüşmüştür. Bu durum, haberciliğin yalnızca yazılı ifade biçimiyle sınırlı olmadığını; aynı zamanda tasarım, yerleşim, tipografi ve görsel hiyerarşi gibi unsurların da mesajın anlamlandırılma sürecinde belirleyici rol oynadığını göstermektedir. Dolayısıyla, haberin nasıl yazıldığı kadar nasıl sunulduğu da iletinin okuyucu tarafından algılanma biçimini ve haberin etkisini doğrudan etkilemektedir (Acar ve Kavuran, 2017).

Mizanpaj olarak da bilinen sayfa tasarımı, grafik tasarım sürecinin temel aşamalarından biri olarak bilgilerin düzenlenmesi, önem derecelerine göre hiyerarşik biçimde yapılandırılması, yayının estetik bütünlüğünün sağlanması ve metinlerin görsel değerinin vurgulanması işlevlerini üstlenir. Gazete üretim sürecinin ilk adımını oluşturan bu aşamada amaç, içeriklerin okuyucuya açık, anlaşılır ve akıcı bir biçimde sunulmasını sağlamaktır (Çubukcu ve Doğan, 2019: 97). Mizanpaj, yazı, çizgi, şekil ve görsel unsurların belirli bir düzen ve mantık çerçevesinde bir araya getirilmesiyle oluşan bütünsel bir tasarım yapısıdır. Bu düzenleme süreci, belli tasarım ilkeleri doğrultusunda şekillenir. Yazı karakteri, punto, renk, görsel öğelerin boyutları, çizgi kalınlıkları ve biçimleri gibi unsurlar mizanpajın temel bileşenlerini oluşturur. Bu bileşenlerin sayfa üzerindeki konumları, birbirleriyle kurdukları hiyerarşik ilişki ve dağılım dengesi, mizanpajın görsel niteliğini doğrudan etkiler. Ayrıca, bir gazete sayfasında yer alan haber ve fotoğraf sayısı ile sayfa boyutları da genel tasarım düzenini ve sayfanın estetik bütünlüğünü belirleyen önemli faktörlerdir (Koyuncu, 2016).

Türkiye'deki yerel gazetelerin, ulusal basına kıyasla sınırlı ekonomik kaynaklar, sınırlı teknik olanaklar ve nitelikli personel eksikliği gibi nedenlerle grafik tasarım açısından dezavantajlı bir konuma sahip olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle zaman kısıtındaki baskılar, ilan yoğunluğu matbaa ve baskı teknolojilerindeki yetersizlikler, yerel gazetelerde mizanpajı ikinci plana atabilmektedir. Böylece sayfa bütünlüğü, görsel hiyerarşi ve okunabilirlik gibi temel tasarım ilkeleri ihmal edilmektedir. Tasarım açısından incelendiğinde sıklıkla rastlanan tipografik düzensizlikler, dengesiz boşluk kullanımı, aşırı görsel yoğunluk, kalitesiz fotoğraflar veya uyumsuz renk tercihleri, yerel gazetelerde grafik tasarım açısından ilk olarak göze çarpan durumlardır.

Mersin ili hem coğrafi konumu hem de sosyoekonomik yapısı itibarıyla canlı bir medya ortamına sahiptir. Mersin Valiliğinin resmi internet sitesinden alınan bilgilere göre kentin günlük gazeteleri Güney, Haberci, Hakimiyet, İmece, Yeni Güney ve Günlük Gazeteleridir (Mersin Valiliği, 2025).

Bu araştırmada yerel gazetelerdeki tasarım sorunları ve bu sorunların nedenleri, Mersin'de günlük yayın yapan gazeteler üzerinden açığa çıkarılmaya çalışılmıştır. Araştırmanın temel amacı, Mersin'de



yayımlanan yerel gazetelerdeki grafik tasarım sorunlarını doğrudan bu sürecin aktörlerinden dinleyerek ortaya koymaktır. Araştırmada, editörler, sayfa tasarımcıları, foto muhabirleri ve matbaa çalışanlarıyla yapılan yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler aracılığıyla, yerel basında tasarım kararlarının nasıl alındığı, ne tür kısıtlar altında şekillendiği ve hangi kurumsal dinamiklerin bu süreci etkilediği incelenmiştir. Bu yaklaşım, yalnızca dışsal bir biçim değerlendirmesi yapmak yerine, tasarımın örgütsel, ekonomik ve kültürel bağlamını anlamayı amaçlamaktadır.

Araştırma kapsamında şu sorulara yanıt aramıştır:

1. Yerel gazetelerde grafik tasarım kararları nasıl alınmaktadır?
2. Tasarım sürecini etkileyen yapısal, ekonomik, teknik ve kültürel etmenler nelerdir?
3. Tasarım aktörleri (editör, tasarımcı, foto muhabiri, matbaa çalışanı) grafik tasarımın önemini nasıl algılamaktadır?
4. Grafik tasarımın okur algısı ve gazete güvenilirliği üzerindeki etkisine dair ne tür farkındalıklar bulunmaktadır?

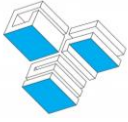
Bu sorular doğrultusunda araştırma, yerel basında grafik tasarımın yalnızca biçimsel bir düzenleme değil, aynı zamanda iletişimsel ve kurumsal bir süreç olduğunu vurgulamaktadır. Elde edilen bulgular, Mersin örneği üzerinden Türkiye’deki yerel gazetelerin tasarım pratiklerine ilişkin genel eğilimleri yansıtmayı ve bu alandaki eksikliklerin giderilmesine yönelik öneriler sunmayı hedeflemektedir.

Araştırma, insan katılımcılarla yürütüldüğü için etik kurallar çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların gönüllülük esasına göre çalışmaya dahil edilmesi, kimlik bilgilerinin gizli tutulması ve verilerin yalnızca akademik amaçla kullanılması sağlanmıştır. Tüm bu süreç, “kişisel verilerin korunması” ve “araştırma etiği” ilkelerine uygun biçimde tasarlanmış ve uygulanmıştır. Araştırmanın yürütülebilmesi için Mersin Üniversitesi Rektörlüğü Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu Kararı kapsamında 03.11.2025 tarih ve 270 karar sayılı yazı ile gerekli izinler alınmış ve görüşmelerde gönüllülük esasına göre uygulama yapılmıştır.

1. Kuramsal Çerçeve

Kitle iletişiminin geniş topluluklar üzerindeki güçlü etkisi, bir görsel iletişim alanı olan grafik tasarımın bilgilendirme, etkileme ve ikna etme işlevleriyle doğrudan ilişkilidir. Grafik tasarım, yalnızca bireylerin tutum ve davranışlarını biçimlendirmekle kalmayıp, toplumsal algıların yönlendirilmesine ve bu algılar üzerinde sosyal ve kültürel düzeyde dönüşümlerin ortaya çıkmasına da neden olabilmektedir (Sezer, 2015). Bu nedenle grafik tasarımın estetik bir düzenleme süreci olmasının yansira bilgi iletiminin etkinliğini artıran bir iletişim aracı olduğu göz ardı edilmemelidir. Selamet’e (1995) göre grafik tasarım, işaretler, semboller, sözcük ve resimlerden oluşan öğeleri bir bütünlük içerisinde sunabilen karma bir disiplindir. Öktem’e (2012: 8) göre “Grafik tasarım, okunan ve izlenen görüntülerin tasarlanması anlamına gelmektedir.” Becer (2011) ise grafik tasarımı görsel bir iletişim sanatı olarak tanımlayarak grafik tasarımın birinci işlevinin de bir mesajı iletmek; bir ürün ya da hizmeti tanıtmak olarak ifade etmiştir.

Grafik tasarımın efektif bir şekilde kullanıldığı mecralardan biri gazetelerdir. Gazeteler, tarihsel süreç boyunca bilgi ve haberleri geniş kitlelere ulaştıran, toplumu bilinçlendiren ve sosyal-kültürel dönüşümlere ayna tutan temel bir iletişim platformu niteliği taşımaktadır. Kamuoyuyla halk arasında

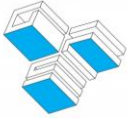


köprü görevi üstlenen bu mecra, toplumsal olayların, siyasi gelişmelerin, ekonomik değişimlerin ve kültürel eğilimlerin hızlı biçimde yayılmasına aracılık etmektedir. Bu nedenle, geleneksel bir iletişim aracı olarak gazete, toplumsal farkındalığı artırma ve kamuoyu oluşumunu yönlendirme konusunda önemli bir işlev üstlenmektedir (Buçukoğlu, 2025: 763). Dolayısıyla bu işlevini doğru bir şekilde yerine getirebilmesi grafik tasarımın doğru bir şekilde kullanılmasıyla olanaklı hale gelmektedir.

Gazetelerde grafik tasarımın kullanımı incelendiğinde iyi bir sayfa düzeni (mizanpaj) için temel tasarım ilkelerinden faydalandığı görülmektedir. Özellikle denge, kontrast, bütünlük, vurgu ve görsel hiyerarşi ilkeleri gazetelerin sayfa düzenlerinin şekillenmesinde önemli etkenlerdir. Bu ilkeler bilginin anlaşılır hale gelmesine sağlamada önemli işleve sahiptir. Gestalt kuramı da bu noktada önemli bir referans sunmaktadır. Gestalt teorisine göre, bütün pek çok farklı öğeden oluşur ve tasarım da çoğu zaman farklı öğelerin bir araya gelmesinden meydana gelir. Bir başka ifadeyle temel tasarım ve Gestalt ilkeleri, imgenin, grafik ürünün ya da tasarımın doğru biçimde kurgulanmasını ve algılanmasını mümkün kılar. Bu ilkeler, tasarımı etkili, özgün ve başarılı hale getirerek iletişimin doğru şekilde kurulmasına katkı sağlar. Burada amaç, öğelerin bir araya gelerek anlamlı bir bütün yaratmasıdır (Eryayar, 2011: 125; Akman, 2023: 99). Dolayısıyla gazete tasarımlarında sayfadaki tüm öğeler görsel olarak bütünlük sağlayacak şekilde bir araya getirilmelidir. Bu noktada her görsel öğe ve tasarım ilkesinin sayfa düzeninin oluşmasında belirli bir görevi, işlevi ve amacı vardır. Örneğin, tipografik hiyerarşi haberin önem sırasını belirlerken, boşluk kullanımı, okuma kolaylığını artırmaktadır. Renk ise anlam taşıyıcı bir işaret olarak kullanılabilir ve bir mesaj verebilmektedir.

McLuhan (1964), medyanın yalnızca bilgi aktarmadığını, aynı zamanda algı biçimlerini dönüştürdüğünü de ileri sürmektedir. Dolayısıyla gazete tasarımı bilgiyi sadece düzenlemekle kalmaz, aynı zamanda habere ilişkin bir okuma biçimi de geliştirebilir. O halde gazetede yer alacak olan tasarım unsurlarının yerleşiminde belirli kuralların uygulanması gerekliliği açığa çıkmaktadır. Gazetelerde haberlerin anlatımında ağırlıklı olarak yazı ögesi kullanılmaktadır. Bu nedenle yazının okunabilirliği iletişim açısından önemlidir. Yazının okunaklı olmasının yanı sıra tasarlanmış görsel bir öğeye dönüşmesi tipografi olarak ifade edilmektedir (Uçar, 2004). Tipografik okunabilirlik bu sürecin merkezinde yer almaktadır. Tipografi ile ilgili yaygın olarak bilinen yanlışlardan biri tipografinin yalnızca bir yazı karakteri seçimi olduğu yönündedir. Oysa tipografi, anlamın biçimsel bir taşıyıcısıdır ve harf aralıkları, satır uzunluğu, puntolar arasındaki orantı vb. gibi hususlar mesajın algılanma süresini belirleyen tipografik etkenlerdir (Lupton, 2010). Metin bloklarındaki düzensizlik, punto tutarsızlıkları ve standart dışı satır aralıkları; okuma konforunu hem estetik hem de bilişsel düzeyde olumsuz etkileyen unsurlar olarak değerlendirilebilir.

Gazetelerin tasarımı kurumun görsel kimliğini de yansıtmaktadır. Düzenli kullanılan logolar, başlık karakterleri, renk paletleri ve sayfa şablonları, okuyucunun gazeteyi diğerlerinden ayırt etmesini sağlayabilir. Kurumsal kimlik, genel anlamıyla bir kurumun yalnızca görsel ve fiziksel niteliklerini değil, aynı zamanda kurum kültürü ve kurum felsefesi gibi soyut değerlerini de kapsayan bir yapıyı ifade eder. Bu yapı; logo, amblem ve kurumsal simgeler; bina tasarımları ve mekânsal düzenlemeler, reklam ve iletişim etkinlikleri; dış cephe tabelaları ve panolar, kurumsal flamalar, araç giydirmeleri ve personel kıyafetleri gibi pek çok unsurdan oluşmaktadır. Tüm bu bileşenler birlikte değerlendirildiğinde kurumsal kimliğin “görsel bütünlük” üzerine kurulu bir yapıyı oluşturduğu söylenebilir (Erdal vd. 2013: 55). Bu görsel tutarlılık kurumsal kimliğin sürekliliğine etki edebilir. Ancak görsel bütünlüğün sağlanamaması; değişken yazı karakteri kullanımı, renk tercihleri ve görsel



yerleşim farklılıkları gibi tasarım unsurlarının tutarsızlığı nedeniyle gazetelerin kurumsal kimlik imajını tam olarak yansıtmamasına engel olabilmektedir.

İnternet ve sosyal medya teknolojilerindeki gelişmeler gazetelerin geleneksel yöntemlerinin yanı sıra dijital platformlarda da yayın yapmaya başlamalarına olanak sağlamıştır. Ancak ekran tasarımı ve matbaada kâğıda basılan gazete tasarımlarının dili de birbirinden farklılık göstermektedir. Dijital ortamlarda yayınlanmak üzere tasarlanan yoğun görsel kullanımı basılı formattaki tasarım yüzeylerinde dengesiz sayfa düzenlerine neden olabilmektedir. İnternet ortamındaki haberler çoklu ortam ve hiper metin özellikleriyle tanımlanırken, basılı haberler durağan ve önceden biçimlendirilmiş bir sunuma dayanmaktadır. Dolayısıyla ifade biçimindeki bu farklılık, bilginin nasıl aktarıldığını ve tüketildiğini de etkilemektedir (Kim ve Ung, 2018).

Ulusal gazeteler ve yerel gazeteler kıyaslandığında tasarım dışında üretim pratikleri açısından da farklılıklar göze çarpmaktadır. Türkiye’de yerel gazetelerin sorunları üzerine çok sayıda çalışma yürütülmüştür. Bu çalışmalarda belirtilen en temel ortak nokta, ekonomik yetersizliktir. İnternet teknolojilerindeki gelişmeler ise basılı gazeteler açısından bir dezavantaj olarak algılanmaktadır (Kılıç, 2022). Öte yandan yerel basın, ulusal basına kıyasla daha sınırlı bir üretim kapasitesine sahiptir. Haber döngüsünün kısa olması, düşük bütçe, çalışan sayısındaki yetersizlikler, teknolojik eksiklikler vb. sıkıntılar tasarımın kalitesini etkileyebilmektedir. Acar ve Kavuran (2017), Mersin’deki yerel gazeteler üzerine yaptıkları çalışmada, sayfa tasarımlarında tipografik düzensizlikler, fotoğraf kalitesi düşüklüğü ve renk dengesizliği gibi sorunların sıkça görüldüğünü, bunun da okur deneyimini olumsuz etkileyebileceğini belirtmiştir. Ayrıca, yerel basında reklam alanlarının tasarım bütünlüğünü bozacak şekilde konumlandırılması, sayfa dengesini zayıflatmakta ve okuma akışını kesintiye uğratabilmektedir.

Sonuç olarak bu araştırma, yukarıda özetlenen kuramsal temeller ışığında, Mersin’deki yerel gazetelerde tasarım sürecinin nasıl gerçekleştiğini anlamayı hedeflemektedir. Grafik tasarım ilkeleri ve yerel basının yapısal koşulları bir arada ele alınarak; tasarımın estetik, teknik ve örgütsel boyutları birlikte incelenmektedir. Böylece çalışma, grafik tasarımı yalnızca biçimsel bir disiplin olarak değil, medya üretim sürecinin tamamlayıcı bir bileşeni olarak değerlendirmektedir.

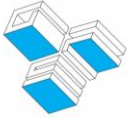
2. Yöntem

2.1. Araştırma Modeli

Yerel gazetelerde grafik tasarım süreçlerinde karşılaşılan temel sorunları Mersin’de yayımlanan gazeteler üzerinden ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiş ve veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler tekniği kullanılmıştır. Nitel yaklaşım, olguları katılımcıların bakış açısından anlamaya ve yorumlamaya olanak tanıdığı için, bu çalışmanın amacıyla uyumludur (Gürbüz ve Şahin, 2018; Yıldırım ve Şimşek, 2021). Araştırmada durum çalışması deseni tercih edilmiştir. Çünkü yerel basında tasarım sürecini etkileyen etmenlerin yalnızca teknik değil, aynı zamanda örgütsel ve kültürel boyutları da bulunmaktadır. Bu bağlamda durum çalışması, “Mersin yerel gazeteleri” olgusunu derinlemesine inceleme ve bağlama özgü sonuçlara ulaşma fırsatı sunmaktadır.

2.2. Çalışma Grubu (Örneklem)

Araştırmanın çalışma grubunu, Mersin’de aktif olarak yayımlanan 6 yerel gazetede görev yapan editörler, sayfa tasarımcıları, muhabirleri ve matbaa çalışanları oluşturmaktadır. Katılımcı



seçiminde amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Amaçlı örneklemede araştırmanın amacına en uygun birimler seçilerek örnekleme dahil edilmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2018: 132). Bu yöntemde, araştırma konusuna ilişkin deneyimi, yetkisi, görevi ve bilgisi olan gazete çalışanlarının araştırmaya dahil edilmesi hedeflenmiştir.

Araştırma kapsamına Mersin’de günlük yayımlanan Güney, Haberci, Hakimiyet, İmece, Yeni Güney ve Günlük gazeteleri dahil edilmiştir. Bu gazeteler; tiraj, ekonomik kaynaklar ve kurumsal yapılanma açısından birbirlerinden farklılık göstermektedir. Bazı gazeteler sınırlı sayıda personel ile faaliyet gösterirken, bazıları daha yerleşik bir yayın geçmişine sahiptir. Ancak çalışmada bu yapısal farklılıklar karşılaştırmalı bir değişken olarak ele alınmamış; tüm gazeteler, ‘yerel gazete üretim pratiği’ başlığı altında ortak bir bağlam içinde değerlendirilmiştir.

Araştırmaya gönüllü olarak katılan toplam 8 katılımcı ile görüşme yapılmıştır. Katılımcıların yaş aralığı 25 ile 45 arasında; sektördeki ortalama deneyim süresi 2 ve 25 yıl arasında değişmektedir. Katılımcıların 2 tanesi sadece editör, 3 tanesi sadece sayfa tasarımcısı, 2 tanesi hem muhabir hem sayfa tasarımcısı, 1 tanesi hem muhabir hem sayfa tasarımcısı hem de editördür. Katılımcı isimleri gizli tutulmuş, her biri için “K1, K2, K3...” biçiminde kodlar kullanılmıştır. Araştırmada veri doygunluğuna ulaşılan kadar görüşmelere devam edilmiştir. Benzer temalar tekrarlanmaya başladığında veri toplama süreci sonlandırılmıştır.

2.3. Veri Toplama Süreci

Araştırma kapsamında elde edilen veriler, 15 Kasım – 01 Aralık 2025 tarihleri arasında toplanmıştır. Görüşmeler, katılımcıların isteği üzerine yüz yüze, e-posta yoluyla ve telefon yoluyla gerçekleşmiştir. Her görüşme ortalama 45–60 dakika sürmüştür. Katılımcılardan ses kaydı alınmadan önce bilgilendirilmiş onam formu aracılığıyla izin alınmıştır.

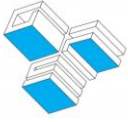
Görüşmelerde kullanılan yarı yapılandırılmış soru formu, literatürde yer alan konu ile alakalı çalışmalar (örneğin Becer, 2011; Tiryakioğlu, 2012; Acar ve Kavuran, 2017) ve araştırmanın amaçları doğrultusunda geliştirilmiştir. Formda yer alan sorular; gazete tasarım süreci, tipografi, renk, fotoğraf, ilan yerleşimi, zaman baskısı, dijital dönüşüm ve tasarımın algısal etkileri gibi konuları kapsamaktadır.

Bazı örnek sorular şu şekildedir:

- Gazetenizde sayfa tasarımı süreci nasıl ilerliyor?
- En sık karşılaştığınız görsel veya teknik sorunlar nelerdir?
- Renk, tipografi ve mizanpaj kararları kim tarafından veriliyor?
- Reklam ve ilan yerleşimleri tasarımı nasıl etkiliyor?
- Dijital yayıncılığa geçiş tasarım anlayışınızı nasıl değiştirdi?

2.4. Veri Analizi

Görüşme kayıtlarındaki sözcükler çözümlenmiş, ardından tematik analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir. Tematik analiz, belirli temaları tanımlayarak bu temalar aracılığıyla araştırma sorularına yanıt vermeyi veya incelenen konuya ilişkin anlamlı çıkarımlar yapmayı amaçlar. Bu yöntem, yalnızca verilerin özetlenmesinden ibaret değildir; verilerin altında yatan anlamları açığa çıkarmayı ve onları yorumlamayı hedefler. Ancak, tematik analiz sürecinde sıkça yapılan hatalardan



biri, görüşme sorularının doğrudan tema olarak kabul edilmesidir (Braun ve Clarke, 2013). Tematik analiz, araştırmacıya geniş bir esneklik sunan, öğrenilmesi ve uygulanması görece kolay bir yöntemdir. Özellikle nitel araştırma deneyimi sınırlı olan araştırmacılar için erişilebilir bir yaklaşım olarak öne çıkar. Katılımcı araştırmalarda etkili biçimde kullanılabilir; veri setinin temel özelliklerini özetleme, benzerlikleri ve farklılıkları ortaya koyma konusunda yararlıdır. Ayrıca, beklenmedik bulguların ve özgün analizlerin ortaya çıkmasına olanak tanır. Bununla birlikte, tematik analiz yalnızca betimleyici bir süreç değildir; verilerin sosyal ve psikolojik anlamlarını yorumlamaya da olanak sağlar (Çarıkçı, 2024: 137).

Bu araştırmadan elde edilen verilerin analiz edilmesinde Braun ve Clarke'ın (2006) belirlediği altı aşamalı tematik analiz süreci izlenmiştir:

1. Veriye aşinalık (metinlerin tekrar okunması),
2. Kodlama (anlamli ifadelerin belirlenmesi),
3. Temaların oluşturulması (benzer kodların gruplanması),
4. Temaların gözden geçirilmesi,
5. Temaların adlandırılması ve tanımlanması,
6. Bulguların raporlanması.

2.5. Sınırlılıklar

Bu araştırmada veri toplama yöntemi olarak yalnızca yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler kullanılmıştır. Gazete sayfalarına yönelik içerik analizi, görsel karşılaştırma ya da teknik ölçümlere yer verilmemesi, bulguların doğrudan tasarım çıktıları üzerinden değil, tasarım sürecinin aktörlerinin deneyim ve algıları üzerinden değerlendirilmesine neden olmuştur. Bu durum çalışmanın bir sınırlılığı olarak kabul edilmektedir. Ancak araştırma, grafik tasarım sorunlarını biçimsel sonuçlardan ziyade bu sonuçları doğuran yapısal, örgütsel ve ekonomik koşulları anlamaya odaklandığı için, nitel görüşmeler temel veri kaynağı olarak tercih edilmiştir.

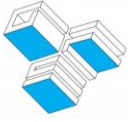
3. Bulgular

Derinlemesine görüşmeler sonucunda elde edilen veriler, Mersin'deki yerel gazetelerde grafik tasarım sürecinin çok yönlü bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymuştur. Katılımcıların görüşlerinden hareketle, tasarım sürecine ilişkin sorunlar yedi ana tema altında toplanmıştır: (1) zaman baskısı ve hızlı üretim döngüsü, (2) ilan ve reklam baskısı, (3) tipografi ve renk sorunları, (4) görsel materyal kalitesi ve fotoğraf kullanımı, (5) teknik ve donanımsal yetersizlikler, (6) profesyonel personel eksikliği ve eğitim durumu, (7) dijital dönüşümün etkisi.

3.1. Zaman Baskısı ve Hızlı Üretim Döngüsü

Katılımcıların büyük çoğunluğu, yerel gazetelerde tasarım sürecinin "hız" odaklı yürütüldüğünü, bu nedenle tasarım ilkelerinin çoğu zaman göz ardı edildiğini belirtmiştir. Sayfa düzenlemeleri genellikle aynı gün içinde tamamlanmakta, son dakika haberleri nedeniyle mizanpaj sık sık değişebilmektedir. Bu konuyla ilgili katılımcıların görüşleri şöyledir:

"Zaman baskısı gerek editör gerek grafikerin strese girmesine neden olduğu için tasarım da istenilen şekilde olmayabiliyor. Son dakika haberi çok önemliyse sayfanın manşeti olacağı için yapılan bir



sayfanın tamamen değiştirilmesi gerekiyor. Eğer son dakika haberi sayfa manşeti değeri taşımıyorsa daha eski bir haber çıkarılarak onun yerine konuluyor.” (K1, Muhabir, Editör, Tasarımcı)

“Son dakika haberleri veya ani değişiklikler sayfa düzenini baştan aşağı değiştirebilir.” (K2, Tasarımcı)

“Son dakika değişiklikleri nedeniyle detaylara yeterince zaman ayıramıyor. Sık sık yeniden düzenleme yapmak zorunda kalıyoruz, bu da tutarlılığı bozuyor.” (K3, Tasarımcı)

“Zaman kısıtlaması hataya yol açma riskini ortaya çıkarıyor. Son dakika haberleri sayfa düzenin yeniden yapılmasına etki ediyor.” (K5, Muhabir, Grafiker)

“Yayın takvimi günlük olduğu için her gün yoğun geçiyor. Zaman baskısı benimle matbaa arasında da oluşuyor. Çünkü sayfalar geç ulaştırıldığı için benim de bitmiş tasarımı matbaacıya ulaştırmam geç sürüyor. Bu da iletişim sorunlarına sebebiyet veriyor. Son dakika haberleri sayfaları bozmama ve geç çıkmama sebep oluyor.” (K7, Tasarımcı)

“Günlük yayın yapan gazetelerde yetersiz personel nedeniyle gazeteyi baskıya yetiştirmek zor oluyor. Baskı kalitesinin düşük olması motivasyonu olumsuz etkiliyor. Son dakika haberleri yeni baştan tasarım yapmayı gerektiriyor.” (K4, Editör)

“Son dakika haberleri veya ani değişikliklerde sayfa hiyerarşisi değişir. Görsel metin dengesi bozulur. (K8, Tasarımcı)

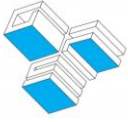
Katılımcı ifadeleri incelendiğinde, son dakika haberlerinin hem tasarım sürecini hem de editöryal işleyişi doğrudan etkilediği görülmektedir. Zaman baskısının artması, tasarımcı ve editörlerin stres altında çalışmasına neden olmakta; bu da sayfa bütünlüğünde bozulmalara, tipografik hiyerarşinin değişmesine ve görsel-metin dengesinin sağlanamamasına yol açmaktadır. Özellikle ani haber akışının, önceden hazırlanmış sayfa düzenlerinin tamamen değiştirilmesini zorunlu kıldığı, bu durumun hem tutarlılığı azalttığı hem de hataların ortaya çıkma riskini artırdığı belirtilmektedir. Ayrıca personel yetersizliği ve matbaa süreciyle yaşanan iletişim sorunları bu baskıyı daha da artırmakta, tasarım kalitesini düşürmekte ve motivasyon üzerinde olumsuz etki yaratmaktadır. Dolayısıyla görüşmeler, günlük yayın yapan gazetelerde üretim sürecinin zaman kısıtlılığı, ani müdahaleler ve tasarım yeniden düzenlemeleri nedeniyle sürdürülebilir bir görsel bütünlük sağlayamadığını ortaya koymaktadır.

3.2. İlan ve Reklam Baskısı

Katılımcıların neredeyse tamamı, sayfa düzenlerinde reklam alanlarının öncelikli olduğunu ifade etmiştir. Reklamlar çoğu zaman tasarım süreci tamamlandıktan sonra yerleştirildiği için mizanpajın bütünlüğü bozulmaktadır. Reklam ve ilan alanları gazetede haberlerin sayfada yer alışı biçimini de etkilemektedir. Katılımcılar haberi kısaltmak ya da gazetede haber sayısını azaltmak zorunda kaldıklarını ifade etmektedir. Ayrıca katılımcılar ilan yerleşimleriyle haber içeriği arasında denge sağlamak zorlandıklarını da belirtmişlerdir. Bu konuyla ilgili katılımcıların görüşleri şöyledir:

“İlan geldiği zaman tasarım tamamen değişiyor ve bu da sayfa yapısını estetik açıdan kötü etkiliyor. Reklam alanları sayfa düzeninde haberi kırmak ya da haber eksilmek zorunda kalınıyor.” (K1, Muhabir, Editör, Tasarımcı)

“Duruma göre sayfa yapmak zorlaşıyor veya sayfa yapmak kolaylaşıyor. İlanın boyutu ve talep edilen önemli. Reklam alanları sayfa düzeninde haber sayısını düşürüyor ve ulusal haber girmeyi azaltıyor.” (K2, Tasarımcı)



“Reklam alanları sayfa düzenini kısıtlıyor, bazen haberlerin konumunu değiştiriyor. Sütun genişliklerini ayarlamak, metin akışını yeniden düzenlemek gerekiyor. İlan yerleşimleriyle haber içeriği arasında özellikle yoğun reklam günlerinde denge kurmak zor oluyor.” (K3, Tasarımcı)

“Tasarımda öncelik ilanlara veriliyor. Sayfa reklama göre şekil alıyor” (K4, Editör)

“Tasarımcının işi gecikiyor dolayısıyla ekstra mesai oluyor. Reklama göre haber bulmamız gerekiyor.” (K6, Editör)

“Reklam ve ilan yerleşimlerini de ben yapıyorum. Ayrıca hem gazete hem internet sitesine. Bu ekstra iş yükü demek. Bazen son dakikada ilan geliyor ve ben sayfayı bozmak zorunda kalıyorum. Reklam yerleştirmek uzun bir süre alıyor bu yüzden bazen erken saatlerde mesaiye başlıyorum. Reklamın büyüklüğüne göre sayfa seçiyorum ve önce reklamı yerleştirip kalan alana haber yerleştiriyorum. Bir de eğer toplam reklam 2,5 sayfa tutuyorsa o günkü gazete tamamen yerel haberlerden oluşmak zorunda, bu da muhabir ve dizgicime sorunlar çıkartıyor. İlana göre haber seçiyorum kısaltıp uzatıyorum.” (K7, Tasarımcı)

“Öncelik reklam ve resmi ilandadır. Bu nedenle her türlü sayfa tasarımı değiştirilebilir.” (K8, Grafiker)

Katılımcı görüşleri, yerel gazetelerde reklam ve ilanların sayfa düzeni üzerinde belirleyici bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Reklamın yerleşimi, sayfa tasarımının estetik bütünlüğünü bozmakta; haberlerin kısaltılması, yeniden konumlandırılması ya da tamamen çıkarılması gibi değişiklikleri zorunlu kılmaktadır. Özellikle reklam alanlarının büyüklüğü ve son dakikada gelmesi, tasarım sürecinin hem teknik hem organizasyonel açıdan yeniden yapılandırılmasına neden olmaktadır. Bu durum, tasarımcıların iş yükünü artırmakta, zaman baskısını yoğunlaştırmakta ve kimi zaman ek mesai gerektirmektedir. Reklamın öncelikli konuma sahip olması, haber seçiminde içerikten ziyade alan kısıtıyla hareket etmeyi zorunlu kılmakta; bu da sayfa bütünlüğünü ve haber çeşitliliğini olumsuz etkilemektedir. Dolayısıyla bulgular, yerel basında reklamın üretim sürecini şekillendiren baskın bir faktör olduğunu, bu durumun hem görsel hiyerarşi ve tasarım tutarlılığına hem de içerik üretim ve yayıncılık pratiklerine doğrudan müdahale ettiğini göstermektedir.

3.3. Tipografi ve Renk Sorunları

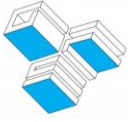
Araştırma bulgularına göre, tipografik tutarlılığın sağlanamadığı ve renk kullanımında profesyonel bir standardın bulunmadığı görülmektedir. Tipografi ve renk sorunlarıyla ilgili katılımcıların görüşleri şöyledir:

“Metinde genellikle 10 punto kullanılır, yazı karakteri olarak da okumayı zorlaştırmayan karakterler tercih ediliyor. Renk kullanımı konusunda belirli bir standart ya da kılavuz yok.” (K1, Muhabir, Editör, Tasarımcı)

“Gazetede kullanılan yazı karakterleri (fontlar) ve punto büyüklükleri Basın İlan Kurumu’nun belirlediği kurallara göre seçiliyor. Baskı renkli ile ise ona göre, siyah-beyaz ise ona göre belirlenir. (K2, Tasarımcı)

“Bağlı olduğumuz kurumun kılavuzuna göre başlıklar, gövde metin 10 pt olarak belirleniyor; serif bir font Times New Roman, Arial, başlıklarda Impact kullanılabilir. CMYK değerleri gazete basım standartlarına uyacak şekilde önceden tanımlanmış.” (K3, Tasarımcı)

“Gazetede kullanılan yazı karakterleri (fontlar) ve punto büyüklükleri Basın İlan Kurumu’nun belirlediği mevzuatın yanı sıra okunabilir, anlaşılabilir olacak şekilde belirleniyor. Renk tonları



haberlere göre belirlenmekte, olumsuz veya vurucu haberler için koyu renkler tercih edilmekte". (K4, Editör)

"Gazetede kullanılan yazı karakterleri (fontlar) ve punto büyüklükleri belirlenen resmi kurallara göre seçiliyor. Renk kullanımı konusunda belirli bir standart ya da kılavuz yok." (K5, Muhabir, Grafiker)

"Gazetede kullanılan yazı karakterleri (fontlar) ve punto büyüklükleri grafikere bırakılmış durumda sadece çok önemli bir haberse patronlar müdahale ediyor. Renk kullanımı konusunda belirli bir standart ya da kılavuz sanırım yok." (K6, Editör)

"Gazetede kullanılan yazı karakterleri (fontlar) ve punto büyüklükleri benim hangi habere vurgu yapmak istediğime göre şekilleniyor. Çok önemli bir haberse büyük puntoda veririm haberi. Gazetemiz siyah beyaz çıkıyor. Yalnız dijitalde daha çok sarı-kırmızı renkleri kullanırım. Tabi kategoriye göre de değişir. Çevre haberiye yeşil, çocuk haberi ise pembe vs." (K7, Tasarımcı)

"Gazetede kullanılan yazı karakterleri (fontlar) ve punto büyüklükleri haberin önemi ve sayfadaki yerine göre şekillenir. Renk kullanımı tasarımcıya kalmış." (K8, Tasarımcı)

Katılımcı görüşleri değerlendirildiğinde, yerel gazetelerde tipografi ve renk kullanımının hem kurumsal hem bireysel kararlarla şekillendiği ve büyük ölçüde standartlaşmamış bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Yazı karakteri ve punto seçiminde genel olarak Basın İlan Kurumu'nun (BİK) mevzuatta belirlediği çerçeveye uyulduğu ifade edilse de uygulamada tasarımcıların kişisel tercihlerinin devreye girdiği anlaşılmaktadır. Özellikle puntoların haber hiyerarşisine göre değişebilmesi ve farklı fontların kullanılabilmesi tipografik tutarlılığı zayıflatmaktadır. Renk kullanımı açısından da benzer bir tablo ortaya çıkmakta; katılımcıların önemli bir kısmı belirli bir standart veya kılavuz olmadığını ifade ederken, bazı tasarımcılar haber içeriğine göre renk seçimi yaptığını belirtmiştir. Bu durum, renk kullanımının subjektif kararlarla belirlendiğini ve dolayısıyla görsel bütünlüğün her sayıda değişebildiğini göstermektedir. Genel olarak bakıldığında, tipografik unsurların ve renk kararlarının kurumsal kimlik açısından yeterince bütünlüşmediği; tasarım pratiklerinin çoğunlukla bireysel tercihler, haber öncelikleri ve baskı koşulları doğrultusunda şekillendiği sonucuna ulaşılmaktadır.

3.4. Görsel Materyal Kalitesi ve Fotoğraf Kullanımı

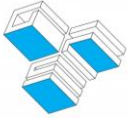
Katılımcı görüşlerinden hareketle, gazetelerin anlatım dilinde görsel ve fotoğraf kullanımının önemli bir unsur olduğu ve bu konuda anlamlı bulgular elde edildiği görülmüştür. Özellikle düşük çözünürlüklü görsellerin ve stok fotoğrafların sıkça kullanıldığını, bunun da sayfa kalitesini gerek estetik açıdan gerekse teknik açıdan olumsuz yönde etkilediği belirtilmiştir. Görsel materyal kalitesi ve fotoğraf kullanımıyla ilgili katılımcıların görüşleri şöyledir:

"Fotoğrafın çözünürlüğünün çok düşük olması baskıda kötü bir görüntüye neden olabilir." (K1, Muhabir, Editör, Tasarımcı)

"Baskıda sıkıntı yaşanmaması en dikkat edilen durumdur. Görsel mutlaka belirgin olmalıdır. Ceza alınabilir." (K2, Tasarımcı)

"Özellikle yerel olaylarda düşük çözünürlüklü fotoğraflar, renk kaymaları sık yaşanan problemler arasında yer alıyor." (K3, Tasarımcı)

"Kalitesiz fotoğraflar, kaynağı belli olmayan fotoğraflar, gerçek fotoğraf olup olmadığı problemleri yaşıyor." (K4, Editör)



“Muhabirler ve haber dizgicisi bazen bana net fotoğraflar ulaştırmıyor. Çoğu ekran görüntüsü oluyor. Bundan kaynaklı programda netlik kazandırmaya çalışıyorum. Bazen de fotoğraf çok karanlık oluyor ve bu baskıda sorun çıkarıyor.” (K7, Tasarımcı)

“Görselin karanlık ve kalitesinin çok düşük olması tasarım açısından önemli bir problem.” (K8, Tasarımcı)

Katılımcı görüşleri değerlendirildiğinde, yerel gazetelerde fotoğraf ve görsel materyal kalitesinin önemli bir sorun alanı olduğu ortaya çıkmaktadır. Düşük çözünürlüklü görsellerin sık kullanılması, baskı sürecinde görüntü bozulmalarına, renk kaymalarına ve karanlık fotoğraflar nedeniyle okunabilirlik kaybına yol açmaktadır. Görsellerin net olmaması, ekran görüntülerinin haber fotoğrafı olarak kullanılması ve fotoğraf kaynağının belirsiz olduğu durumlar hem teknik hem de etik açıdan problem oluşturmaktadır. Tasarımcıların sonradan görsellere müdahale ederek netlik kazandırmaya çalışması ise baskı kalitesinin düşmesine ve tasarım sürecinin uzamasına neden olmaktadır. Katılımcıların ifadeleri, görsel materyal sorunlarının yalnızca estetik bir eksiklik değil; aynı zamanda üretim sürecini zorlaştıran, haberin doğrulanabilirliğini zedeleyen ve genel tasarım bütünlüğünü olumsuz etkileyen önemli bir problem olduğunu göstermektedir.

3.5. Teknik ve Donanımsal Yetersizlikler

Katılımcılarla yapılan görüşme sonucunda yerel gazetelerde kullanılan bilgisayar ve yazılım altyapısının tasarım sürecini önemli ölçüde kısıtladığı saptanmıştır. Teknik ve donanımsal yetersizliklerle ilgili katılımcıların görüşleri şöyledir:

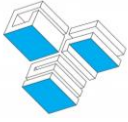
“Yeni güncellemeler, eski model bilgisayarlarda sıkıntı yaratıyor. Yazılım yenilemede sorun oluyor. Renk sorunu ve çıkış alınan kâğıt ve baskı problemi yaratıyor.” (K2, Tasarımcı)

“Eski bilgisayarlar nedeniyle yavaşlık, bazen program güncellemeleri ile uyumsuzluk, baskı aşamasında renk kaymaları, tram hataları yaşanıyor.” (K3, Grafiker)

“Yetersiz donanım ve programa sahibiz. Kalitesiz fotoğraflar ve kötü tasarımlar baskıda olumsuzluklara neden oluyor” (K4, Editör)

“Karşılaştığımız teknik sorunlar, büyük görselleri çok katmanlı dosyaları açarken bilgisayarda donma olması, eski program sürümlerinin kullanılması. Matbaa sürecinde karşılaşılan en büyük sorunlardan biri CMYK – RGB uyumsuzluğu. Baskı aşamasında renkten kaynaklı kalite sorunları (CMYK – RGB) ve Çözünürlük kaynaklı sorunlar yaşıyoruz.” (K8, Tasarımcı)

Katılımcı ifadeleri, yerel gazetelerde teknik altyapı ve donanım olanaklarının yetersizliğinin üretim sürecinin önemli bir sorun alanı olduğunu göstermektedir. Özellikle eski model bilgisayarların kullanılması, tasarım yazılımlarının yeni sürümleriyle uyumsuzluk, dosya açma hızının düşmesi ve sistem donmaları, tasarım sürecini doğrudan zorlaştıran unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Baskı aşamasında yaşanan renk kaymaları, tram hataları ve CMYK–RGB uyumsuzlukları ise görsel bütünlük ve çıktı kalitesi üzerinde olumsuz etkiler yaratmaktadır. Niteliksiz donanım ve güncel olmayan yazılımlar, yalnızca teknik aksaklıklara yol açmakla kalmamakta; aynı zamanda tasarım kalitesini azaltarak baskı sürecinin zamanında ve hatasız tamamlanmasını engellemektedir. Yerel gazetelerde yaşanan ekonomik zorluklar, bilgisayar ve fotoğraf makinesi gibi teknik cihazların uzun yıllar kullanılmasına ve zamanında yenilenememesine neden olmaktadır. Bu da hem görsel materyal kalitesine hem de nitelikli fotoğrafların elde edilememesine yol açmaktadır. Dolayısıyla bu süreçler tasarımı da olumsuz yönde etkilemektedir.



3.6. Profesyonel Personel Eksikliği ve Eğitim Durumu

Katılımcılarla yapılan görüşmede bu başlık altında sorulan sorulara verilen cevaplar dikkat çekicidir. Yerel gazetelerin ihtiyacın altında personel çalıştırdığı, çalışanların ise birden fazla görev yaptığı görülmektedir. Örneğin araştırmaya katılan katılımcılardan K1 gazetede muhabir, editör ve aynı zamanda tasarım görevini üstlendiğini ifade etmiştir. K2 ise gazetede yazı işleri müdürü ve tasarımcı olarak çalıştığını belirtmektedir. K5, muhabir ve tasarımcı olarak görev yapmaktadır. Profesyonel personel eksikliği ve eğitim durumuna yönelik sorunlarla ilgili katılımcı görüşleri şöyledir:

“Lisans eğitimini saymaksak özel bir eğitim almadım.” (K1, Muhabir, Editör, Tasarımcı)

“Grafik tasarım veya medya tasarımı alanında eğitim almadım. Yapay zekâ ve eğitim videolarından yardım alıyorum.” (K2, Yazı İşleri Müdürü, Tasarımcı)

“Grafik tasarım veya medya tasarımı alanında eğitim almadım. Online derslerden yararlandım.” (K5, Muhabir, Tasarımcı)

“Grafik tasarım veya medya tasarımı alanında bir eğitim almadım.” (K8, Tasarımcı)

“Grafik tasarım veya medya tasarımı alanında Mersin Üniversitesinde kısa süreli bir eğitim aldım.” (K4, Editör)

Katılımcıların ifadeleri, yerel gazetelerde tasarım ve sayfa düzenleme süreçlerini yürüten personelin büyük çoğunluğunun grafik tasarım veya medya tasarımı alanında sistematik bir eğitim almadığını göstermektedir. Görüşmeler, mesleki yeterliklerin çoğunlukla deneyim, internet kaynakları veya online eğitim videoları gibi bireysel çabalarla kazanıldığını ortaya koymaktadır. Bu durum, tasarım uygulamalarının profesyonel standartlara göre yürütülmesini güçleştirmekte; hem estetik kalite hem de teknik doğruluk açısından tutarsızlıklara yol açabilmektedir. Katılımcılardan yalnızca birinin kısa süreli bir eğitim almış olması, sektörde eğitilmiş iş gücü eksikliğinin yaygın olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak bulgular, profesyonel tasarım eğitimi eksikliğinin yerel gazetelerde tasarım kalitesi, sayfa bütünlüğü ve teknik doğruluk açısından önemli bir sorun teşkil ettiğini; bu nedenle mesleki gelişim olanaklarının artırılmasının sektörel kaliteyi doğrudan olumlu yönde etkileyebileceğini ortaya koymaktadır.

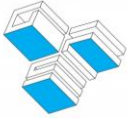
3.7. Dijital Dönüşümün Etkisi

Dijitalleşmenin hem yeni fırsatlar hem de yeni karmaşalar yarattığını belirten katılımcıların bu konu ile ilgili kullandıkları ifadeler şöyledir:

“Dijitalde haberler daha çok okunduğu için gazete tasarımında dikkat çekici bir tarz benimsenmeli ki kendini okutabilsin. Online haber platformlarında daha dikkat çekici unsurlar kullanılıyor. Fotoğraf üstüne yazılan yazı gibi. Bu aslında basılı sayfa düzeninde de daha sık kullanılmaya başlandı. Dijital tasarım ve baskı arasındaki ekonomik açıdan farklılıklar bulunuyor. (K1, Editör, Muhabir, Tasarımcı)

“Gazete sayısını azalttı ama tasarıma etkisi olmadı. Online haber platformları az da olsa değişimi zorunlu kılıyor. Dijital tasarım daha özgür ve zaman sıkıntısı olmuyor. Baskı da zaman problem yaratıyor ve özgürlük az.” (K2, Tasarımcı)

“Web ve sosyal medya için daha esnek tasarımlar gerekiyor. Daha fazla görsel, video embedleri ve interaktif elemanlar kullanılıyor. Dijitalde renk gamı daha geniş, baskıda ise CMYK sınırlılıkları var; bu yüzden iki platform için ayrı ayrı optimize etmek gerekiyor.” (K3, Tasarımcı)



“Dijital yayıncılık, gazetelerde daha kısa haberler ve ağırlıklı görseller kullanılmasına neden oldu. Online alan daha çok ama gazete alanı sınırlı, gazetede ki görseller etkisiz kalıyor. Dijital tasarım çok iyi olabilir ama baskı kötü ise sonuç kötü oluyor.” (K4, Editör)

“Dijital tasarımda yaratıcılık ön planda baskıda daha sade bir işleyiş var” (K5, Muhabir, Grafiker)

“Artık basılı gazeteden çok dijital medya daha fazla tercih ediliyor. Dijital tasarım kolay, ulaşılabilir. Baskı ise eski yöntem ve zahmetli. Ayrıca da eskisi gibi tercih de edilmiyor. Online görsel dil daha renkli açıklayıcı basılı sayfa sınırlı ve pasif.” (K6, Editör)

“Dijital tasarımda sayfalar renkli ve daha kaliteli duruyor.” (K7, Tasarımcı)

“Dijital yayıncılık, baskının bitmesine ve değerinin düşmesine neden oldu. Dijitalde sınırsız parlaklık, baskıda ise sınırlı renk kullanımı vardı.” (K8, Tasarımcı)

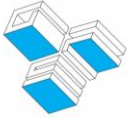
Katılımcıların ifadeleri değerlendirildiğinde, dijital dönüşümün yerel gazetecilik pratiklerini hem tasarım hem de içerik sunumu açısından önemli ölçüde etkilediği görülmektedir. Dijital platformlarda haberlerin daha fazla okunması, tasarımda dikkat çekici unsurların kullanılmasını zorunlu kılmakta; bu durum basılı gazetelere de kısmen yansımaktadır. Katılımcılar dijital ortamın renk kullanımı, etkileşimli içerik, hareketli görsel ve geniş tasarım özgürlüğü sağladığını, buna karşın basılı formatın hem teknik sınırlılıklar hem de zaman baskısı nedeniyle daha kısıtlayıcı olduğunu belirtmektedir. Dijital yayıncılığın baskın hale gelmesi, basılı gazetelerin önemini azaltmış; bu da baskı sürecinin hem ekonomik hem estetik açıdan dezavantajlı bir konuma taşınmasına neden olmuştur. Ayrıca baskı ve dijital formatlar arasında renk gamı farkları, sayfa düzeni sınırları ve kalite farklılıkları tasarımcıların iki farklı format için ayrı çözümler geliştirmesini gerekli kılmaktadır. Genel olarak bulgular, dijital dönüşümün tasarım anlayışını dönüştürdüğünü, estetik tercihler ve üretim süreçlerinde köklü değişimlere yol açtığını ve basılı gazetenin geleneksel konumunu sorgulanır hale getirdiğini göstermektedir.

4. Tartışma

Araştırma bulguları, kuramsal çerçevede açıklanan grafik tasarım ilkeleri ve yerel basın yapısı koşullarının Mersin’deki gazetelerde pratik düzeyde nasıl karşılık bulunduğunu göstermektedir. Grafik tasarımın bilgilendirme, yönlendirme ve ikna edici işlevi (Sezer, 2015; Becer, 2011) açısından ele alındığında, tasarım sürecinin yalnızca estetik bir biçimlendirme olmadığı, aynı zamanda okuyucunun algı biçimini etkileyen bir araç olduğu görülmektedir. McLuhan’ın (1964) medya mesajlarının algı süreçlerini dönüştürdüğüne ilişkin yaklaşımı, bulgularda gözlemlenen düzenleme sorunlarıyla doğrudan ilişkilidir. Çünkü hız baskısı, ani içerik değişiklikleri ve reklam önceliği gibi faktörler, sayfa bütünlüğünün bozulmasına neden olmakta; bu durum da okuyucunun haberi çözümleme biçimini etkilemektedir.

Sayfa mizanpajının doğru kurgulanması, kuramsal çerçevede Gestalt ilkeleri ve görsel hiyerarşi bağlamında açıklanmıştır (Eryayar, 2011). Bulgular, bu ilkelerin yerel gazetelerde sürekli uygulanmadığını ortaya koymaktadır. Özellikle son dakika haberleri ve reklam yerleşimleri nedeniyle sayfa düzeninin sık sık bozulması; bilginin akışını, görsel bütünlüğü ve okuma konforunu olumsuz etkilemektedir. Bu sonuçlar, kuramsal çerçevede vurgulanan “grafik tasarımın mesajı düzenleme ve anlam kazandırma işlevinin” yerel basında kesintiye uğradığını göstermektedir.

Tipografi ile ilgili bulgular da kuramsal çerçevenin temel tespitleriyle örtüşmektedir. Lupton’un (2010) tipografiyi anlamı taşıyan biçimsel bir araç olarak tanımlaması; ancak yerel gazetelerde punto



tutarsızlıkları, okunabilirliği zayıflatan çözümsüzlükler ve kurumsal kimliği desteklemeyen farklı font tercihlerinin yaygın görülmesi, tasarım sürecinin profesyonel olarak işletilemediğini göstermektedir. Kurumsal kimliğin “görsel bütünlük” gerektirdiği (Erdal vd., 2013) dikkate alındığında, tipografide standartlaşmanın sağlanamaması, gazetelerin kendilerini marka olarak tanımlama kapasitesini sınırlamaktadır. Buçukoğlu’nun (2025) yapmış olduğu araştırmanın sonucu, deneysel gazete tasarımlarının tipografinin dinamik ve yaratıcı potansiyelini yansıtmada etkili bir tasarım alanı olduğunu ve gelecek tasarım perspektifleri için yenilikçi yaklaşımlar geliştirilmesine katkı sağlayabileceğini ortaya koymuştur.

Görsel materyal kalitesi ile ilgili bulgular ise kuramsal çerçevedeki içerik–sunum ilişkisini desteklemektedir. Fotoğrafların düşük çözünürlükte olması, kaynağının belirsizliği ve baskı aşamasındaki renk kaymaları; görselin haber bağlamındaki rolünü zayıflatmakta hem teknik hem estetik açıdan tasarımı bütünlüğünü bozmaktadır. Bu durum, gazetenin mesaj aktarımı görevini sekteye uğratmakta; kitle iletişimi işlevinin etkinliğini azaltmaktadır.

Kuramsal çerçevede vurgulanan bir diğer unsur da dijital dönüşümün tasarım anlayışını etkilediği yönündedir. Kim ve Ung’un (2018) dijital ve basılı form arasındaki sunum farklılıklarına ilişkin görüşü, araştırma bulgularında net olarak karşılık bulmaktadır. Katılımcı ifadeleri dijital yayıncılığın daha renkli, etkileşimli ve özgür tasarım formatlarına imkân tanıdığını; buna karşın baskının teknik ve ekonomik kısıtlar nedeniyle giderek değer kaybettiğini göstermektedir. Böylece dijitalleşme yalnızca teknik bir evrim değil, aynı zamanda estetik ve örgütsel bir dönüşüm yaratmaktadır.

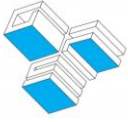
Bulgular ayrıca yerel gazetelerin ekonomik ve teknik imkanlarının sınırlı oluşunun tasarım süreçlerini doğrudan etkilediğini göstermektedir. Özellikle profesyonel tasarım eğitiminin eksikliği, kuramsal çerçevede vurgulanan tasarım ilkelerinin uygulanmasını güçleştirmektedir. Tasarımcıların birden fazla görevi üstlenmesi, teknik altyapının güncelliğini yitirmesi ve program uyumsuzlukları, tasarım standartlarının sürdürülebilir şekilde işletilmesini engellemektedir. Bu durum yalnızca tasarım kalitesini değil, uzun vadede yerel basının kamusal rolünü de olumsuz etkilemektedir.

Katılımcı görüşlerinde dile getirilen tasarım sorunlarının yoğunluğu, gazetelerin ekonomik kapasitesi ve personel sayısı da doğrudan ilişkilidir. Özellikle sınırlı tiraja ve dar bütçeye sahip bu gazetelerde, tasarım sürecinin tek bir kişi tarafından yürütülmesi, grafik tasarımın arka plana atılan bir faaliyet olarak görülmesine neden olmaktadır. Bu durum, yapısal koşulların tasarım kalitesi üzerindeki belirleyici rolünü ortaya koymaktadır.

Özetle, yerel gazetelerde grafik tasarımın iletişimsel işlevi teorik olarak önemli görülse de pratikte ekonomik, teknik, örgütsel ve dijitalleşme kaynaklı sınırlamalar nedeniyle önemli ölçüde aksamakta; bu da gazetenin mesaj aktarımı kapasitesini ve görsel bütünlüğünü zayıflatmaktadır. Dolayısıyla araştırma bulguları, kuramsal çerçevede ele alınan tasarım ilkeleri ile yerel basının yapısal koşulları arasındaki uyumsuzluğu ortaya koymaktadır. Bu durum tasarım kalitesinin artırılması için profesyonel eğitim, teknik altyapı güçlendirme ve tasarım standartlarının belirlenmesine yönelik ihtiyaçları açıkça işaret etmektedir.

5. Sonuç ve Öneriler

Bu araştırma, Mersin’de günlük yayımlanan yerel gazetelerde grafik tasarım sürecinin nasıl işlediğini ve bu sürecin hangi yapısal, teknik ve kurumsal sınırlılıklar altında şekillendiğini ortaya koymuştur. Kuramsal çerçevede vurgulanan “grafik tasarımın yalnızca biçim değil, aynı zamanda bir iletişim ve



anlamlandırma aracı olduğu” yaklaşımı, saha bulgularıyla büyük ölçüde doğrulanmıştır. Ancak bu işlevin yerel basında çoğu zaman ideal düzeyde gerçekleştirilemediği görülmektedir.

Çalışmanın temel bulguları, tasarım sürecinin özellikle yedi başlık altında yoğunlaştığını göstermektedir: zaman baskısı, ilan ve reklam önceliği, tipografi ve renk kullanımına ilişkin sorunlar, görsel materyal kalitesi, teknik ve donanımsal yetersizlikler, profesyonel personel eksikliği ile dijital dönüşümün yarattığı yeni koşullar. Günlük yayın döngüsünün yarattığı hız zorunluluğu, son dakika haberleri ve sınırlı insan kaynağı; tasarımcı ve editörlerin tasarım ilkelerini uygulamada zorlanmasına yol açmakta, bu da sayfa bütünlüğünü ve görsel hiyerarşiyi zayıflatmaktadır. Sayfaların sık sık yeniden düzenlenmesi hem tutarlılığı azaltmakta hem de hata riskini artırmaktadır.

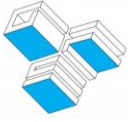
İlan ve reklam alanlarının sayfa tasarımına çoğu zaman haberlerden daha fazla yön verir hale gelmesi, çalışmanın dikkat çekici sonuçlarından biridir. Reklamların çoğunlukla tasarım sonrasında sayfaya dâhil edilmesi, mizanpajın bozulmasına, haberlerin daraltılmasına ya da sayfadan tamamen çıkarılmasına neden olmaktadır. Bu durum, gazetelerin ekonomik olarak ayakta kalma zorunluluğu ile editöryal/haber öncelikleri arasında sürekli bir gerilim yarattığını göstermektedir. Tasarımcı ve editörlerin anlatımlarına göre, bu gerilim yalnızca görsel bütünlüğü değil, içerik çeşitliliğini ve temsil edilen konuların dengesini de etkilemektedir.

Tipografi ve renk kullanımına ilişkin bulgular, kurumsal kimlik ve görsel tutarlılık açısından önemli bir eksiklik alanına işaret etmektedir. Her ne kadar Basın İlan Kurumu’nun belirlediği asgari kurallar çerçevesinde hareket edilse de yazı karakteri, punto ve renk tercihleri çoğu zaman kişisel deneyim, alışkanlık veya anlık ihtiyaçlara göre şekillenmektedir. Profesyonel tipografik standartların yerleşmemiş olması, gazetelerin uzun vadede ayırt edilebilir bir görsel kimlik oluşturmalarını güçleştirmektedir. Benzer biçimde, düşük çözünürlüklü fotoğraflar, ekran görüntülerinin haber görseli olarak kullanılması ve baskı aşamasındaki renk sorunları hem estetik kaliteyi hem de habere duyulan güveni olumsuz etkileyen unsurlar olarak öne çıkmaktadır.

Teknik altyapı ve donanım koşulları da tasarım sürecinin niteliğini belirleyen önemli bir değişken olarak ortaya çıkmıştır. Eski bilgisayarlar, güncellenmemiş yazılımlar, baskı öncesi hazırlık sürecinde yaşanan renk ve çözünürlük uyumsuzlukları, grafik tasarımcıların yaratıcı ve nitelikli bir iş ortaya koymasını zorlaştırmaktadır. Buna ek olarak, grafik tasarım veya medya tasarımı alanında formel eğitim almamış personelin birden fazla rol üstlenmesi, tasarımın uzmanlık gerektiren yönlerinin çoğu zaman deneme-yanılma ya da bireysel çaba üzerinden yürütülmesine neden olmaktadır. Bu tablo, yerel basında hem insan kaynağı hem de teknik kaynaklar açısından sistematik bir iyileştirmeye ihtiyaç olduğunu göstermektedir.

Dijitalleşme ise hem bir fırsat hem de bir kırılma noktası olarak karşımıza çıkmaktadır. Katılımcılar, dijital mecralarda daha esnek, renkli ve dikkat çekici tasarımlar üretebildiklerini; buna karşılık basılı gazetenin teknik ve ekonomik sınırlamalar nedeniyle geride kaldığını ifade etmektedir. Dijital ve basılı formatlar arasındaki bu ayrışma, tasarımcıların iki farklı mecra için birbirinden farklı stratejiler geliştirmesini zorunlu kılmaktadır. Bu durum, yerel gazetelerin geleceğine ilişkin tartışmaları da doğrudan etkilemekte; basılı yayıncılığın sürdürülebilirliği, görsel kalite ve okur beklentileri bağlamında yeniden düşünülmesi gereken bir konu olarak öne çıkmaktadır.

Genel olarak bakıldığında, Mersin örneği üzerinden elde edilen bulgular, Türkiye’deki yerel gazetelerin grafik tasarım pratiklerinde süreklilik arz eden bir “yapısal kırılganlık” olduğunu ortaya koymaktadır. Grafik tasarımın kuramsal olarak üstlenmesi beklenen işlevler; ekonomik kısıtlar,



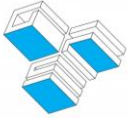
teknik altyapı eksiklikleri, profesyonel eğitim yetersizliği ve dijital dönüşümün yarattığı baskılar nedeniyle çoğu zaman ideal düzeyde gerçekleştirilememektedir. Bu bulgu, Kılıç ve Öztunç (2022) tarafından yapılan ve yerel gazetelerin en önemli sorunlarından birinin ekonomik yetersizlikler olduğunu belirten çalışmayla örtüşmektedir. Bu nedenle, yerel basında tasarım kalitesinin artırılabilmesi için;

- Grafik tasarım alanında çalışanların mesleki eğitim olanaklarının geliştirilmesi,
- Kurumsal tipografi ve renk kılavuzlarının oluşturulması,
- Teknik donanımın güncellenmesi,
- Reklam-haber dengesi gözetilerek editoryal bağımsızlığı destekleyen politikaların benimsenmesi gerekmektedir.

Bu çalışma, Mersin'deki sınırlı sayıda gazete ve katılımcıyla yürütüldüğü için, elde edilen sonuçlar tüm yerel basına genellenirken temkinli olunmalıdır. Bununla birlikte, ortaya konan temalar, Türkiye'deki yerel gazetecilik pratiği açısından önemli ipuçları sunmaktadır. Gelecekte farklı illerde yapılacak karşılaştırmalı çalışmalar, nicel veriyle desteklenecek araştırmalar ve okur algısını doğrudan merkeze alan incelemelerin yanı sıra gazete sayfalarına yönelik içerik analizi, görsel karşılaştırmalar ve tipografik ölçümlerle desteklenen çalışmaların yapılması, yerel basında grafik tasarım sorunlarının daha kapsamlı biçimde ortaya konmasına katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

- Acar, H. M. ve Kavuran, T. (2017). Sayfa tasarımında hiyerarşik düzen: Mersin'de günlük yayın yapan yerel gazeteler üzerine bir değerlendirme. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 4(12), 798–805. doi:10.26450/jshsr.147
- Akman, M. (2023). Yeni medya evreninde görsel okuryazar olarak temel tasarım ve gestalt ilkelerinin önemi. *Yeni Medya ve Grafik Tasarımı*. Paradigma Akademi, 95–116.
- Becer, E. (2011). *İletişim ve grafik tasarım*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Buçukoğlu, S. M. (2025). Grafik tasarım ve görsel iletişim tasarımı eğitiminde deneysel tipografi ve bir iletişim mecrası olarak gazetenin deneysel tipografi ile yeniden tasarlanması. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 15(Özel sayı), 745–782. doi:10.20488/sanattasarim.1805089
- Braun, V. ve Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
- Clarke, V., ve Braun, V. (2013). Teaching thematic analysis: Overcoming challenges and developing strategies for effective learning. *The Psychologist*, 26(2), 120–123.
- Çarıkcı, K., Meral, H., Berkil, S., Çalışır, A., Önal, L. ve Arslan, Ö. (2024). Nitel araştırmalarda tematik analiz. *Socrates Journal of Interdisciplinary Social Researches*, 10(37), 127–140. doi:10.5281/zenodo.10509707



- Çubukcu, G., ve Doğan, İ. (2019). Sayfa tasarımı nedir? *Journal of Arts*, 2(2), 95–112. doi:10.31566/arts.2.007
- Erdal, G., Gücüyener, İ. ve Erdal, K. (2013). Eğitim kurumlarında kurumsal kimlik, kurumsal imaj ve eğitime katkısı. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 3(3), 54–61.
- Eryayar, E. (2011). Endüstri ürünleri tasarımında Gestalt teorisi uygulaması. *Journal of World of Turks*, 3(2), 125–133.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Kılıç, G. ve Öztunç, M. (2022). Comparison of digitalization problems of local newspapers in Turkey and Sakarya local newspapers. *Turkish Online Journal of Educational Technology*, 21(4), 19–29.
- Kim, C. H. ve Ung, H. C. (2018). Comparative analysis of information exchange in online and print journalism. *International Journal of Media, Journalism and Mass Communications*, 4(3), 1–10. doi:10.20431/2454-9479.0403001
- Koyuncu, S. (2016). Gazete mizanpajının okuyucu algısı üzerindeki belirleyiciliği. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 143–155.
- Lupton, E. (2010). *Thinking with type: A critical guide for designers, writers, editors, & students*. New York: Chronicle Books.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. New York: McGraw-Hill. Retrieved from <https://designopendata.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/05/understanding-media-mcluhan.pdf>
- Mersin Valiliği. (2025). Basın kuruluşları listesi. Retrieved from <http://www.mersin.gov.tr/basin-kuruluslari-listesi>
- Öktem, E. (2012). Grafik tasarım dersi alan öğrencilerin, grafik tasarım ve bilgilendirme tasarımı hakkındaki görüşlerinin incelenmesi (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Selamet, S. (1995). *Grafik tasarım öğesi olarak tipografi* (Order No. 28640763) (Doktora tezi). ProQuest Dissertations & Theses Global veritabanından edinilmiştir. (2635529859)
- Sezer, S. (2015). Grafik tasarımın kitle iletişimindeki rolü (Yayımlanmamış doktora tezi). İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tiryakioğlu, F. (2012). *Sayfa tasarımı ve gazeteler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uçar, T. F. (2004). *Görsel iletişim ve grafik tasarım*. İstanbul: İnkılap Yayınevi.