

# Yeni Medyada Geleneksel ve E-Dergi Örneği Olarak MF Gentleman Türkiye Dergisi'nin Analizi

**BABATAŞ, BAŞAR**

*Istanbul Aydın University*

*e-mail: basarbabatas@stu.aydin.edu.tr*

## Öz

Türkiye’de dergicilik tarihi çok uzun bir geçmişe dayanmasına rağmen Avrupa’daki tarihçesine göre daha yeni sayılabilmektedir. Bunun en önemli nedenlerinden biri ise Osmanlı’daki çeşitli karışıklıklar ve mücadeleler nedeniyle matbaanın 200 yıl kadar bu topraklara geç gelmesidir. Dergiler ülkemizde diğer kitle iletişim araçları (örn; gazete, televizyon, radyo vs.) kadar popüler görünmese de dünyada pek çok köklü dergi prestijli bir konuma sahiptir. Dergiler kendi içinde edebiyat, haber, ekonomi, tarih, mizah ve bilim dergileri gibi gruplandırılabilen olup, özellikle de akademik dergiler bilim dünyasının ‘olmazsa olmazlarından’ biri olarak kabul ve büyük saygı görmektedir. Yaşayan bir varlık olmanın en temel kurallarından biri de ‘değişimdir’... Değişen ve gelişen teknoloji ve bunların getirdiği alışkanlıklardaki evrilmeler, medya alanında da son yıllarda köklü değişimlere neden olmaktadır. Yeni medya kanallarının gitgide hayatımızda daha da önem kazandığı 21’inci yüzyılda, dergicilik de buna ayak uydurmaktan geri kalmamıştır. Hali hazırda pek çok önemli dergi yayını basılı olarak ve elektronik dergi versiyonlarıyla okurlara ulaşmakta; bu sayede sadece ‘X’ ve ‘Y’ kuşağının değil, yeni medyaya oldukça hakim olan ‘Z’ kuşağının da ilgi odağına girmeyi başarmıştır. Bunun yanı sıra kağıt maliyetlerindeki artış, dağıtım ücretlerinin yükselmesi, pandeminin getirdiği ek sorunlar, çevrecilik, çağımızın gereklilikleri, teknoloji okur yazarlığının artması, tablet ve akıllı telefon satışlarındaki artış, internetin ulaşılabilir ve nispeten daha ucuz hale gelişi, fiber ve 4.5 G altyapılarının yaygınlaşması, telefon operatörlerinin kullanıcılarına ‘e-dergi’ uygulamalarını ücretli veya ücretsiz olarak sunmaları gibi nedenler de günümüzde ‘Elektronik Dergicilik’i biraz daha makul ve yaygın hale getirmiştir. Bu makalede “Enformasyon Kuramı” kapsamında, dergiciliğin dünden bugününe uzanan yolculuğu literatür taramaları ve kalitatif araştırma tekniğiyle incelenecek olup, yeni medya kavramı içinde elektronik dergiciliğin (e-Dergicilik) geldiği son nokta “MF Gentleman Türkiye Dergisi” üzerinden örneklendirilecek.

**Anahtar kelimeler:** *Basılı Medya, Yeni Medya, Dijital Yayıncılık, E-Dergi, MF Gentleman Dergisi.*

## As A Traditional and E-Journal Example in New Media MF Gentleman Magazine Analysis of Turkey

### Abstract

Although magazine publishing is based in a very long history in Turkey, it can be counted as a new history compared to Europe. One of the most important reasons for this is that the printing press came to these lands late for 200 years due to various conflicts and struggles in the Ottoman Empire. Eventhough magazines do not seem as popular as other mass media (eg newspapers, television, radio, etc.) in our country, many well-established magazines have a prestigious position in the world. Journals can be grouped as literature, news, economy, history, humor and science journals and especially academic journals are accepted as one of the ‘sine qua non’ for the scientific world and are highly respected. One of the most basic rules of being a living being is ‘change’ ... Changing and developing technology and the evolutions in the habits brought by these have caused radical changes in the media field for the last years. In the 21st century, where new media channels have become more and more important in our lives, magazine publishing has not failed to keep up with this. Currently, many important magazine publications reach readers in print and electronic magazine versions; In this way, it has succeeded in getting into the focus of attention not only of the ‘X’ and ‘Y’ generations, but also of the ‘Z’ generation, which

masters the new media considerably. In addition, the increase in paper costs, the increase in distribution fees, the additional problems brought by the pandemic, environmentalism, the requirements of our age, the increase in technology literacy, the increase in tablet and smartphone sales, the accessibility of the internet and the fact that it comes relatively cheaper, the widespread use of fiber and 4.5 G infrastructures, operators offering “e-journal” applications to their users for a fee or free of charge have made “Electronic Journalism” a bit more reasonable and widespread today. In this article, in the scope of the “Information Theory”, the extending journey of magazine publishing from past to present is to be examined by literature scanning and qualitative research techniques and within the coverage of new media (e-magazine) it will be exemplified through “MF Gentleman Turkey Magazine” at the last point of electronic journalism.

Keywords: *Print Media, New Media, Digital Publishing, E-Magazine, MF Gentleman Magazine.*

## Giriş

Türkçeye İngilizce “*Information*” kelimesinden girmiş olan “Enformasyon”, özet bir ifadeyle ‘haber alma’ anlamına gelmektedir. Bundan hareketle, dünyaca ünlü matematikçiler, Claude Elwood Shannon ve Dr. Warren Weaver (1894–1978) de “Enformasyon Teorisi”nin doğuşuna öncülük eden iki isim olmuştur. “Bilgi Kuramı” olarak da ifade edilebilen bu kuram, telekomünikasyonla ilişkili sorunların çözümü esnasında ortaya çıkmıştır. “*Bilginin elde edilmesi, elde edilen bilginin karşı tarafa transferi, işlenmesi ve muhafaza edilmesi*” şeklinde de özetlemek mümkündür. Yengin’e göre bilgiye ulaşabilmek amaçlanıyorsa bunu gerçekleştirebilmek için sistematik bir yapı halinde hareketin gerekliliği söz konusudur (Yengin, 2017:2).

Bayrak (2015) ise toplumun yararına olsun ya da olmasın, fark etmeksizin bir araya gelen verilerin enformasyon ile işlenmesi sonucunda veriye göre daha çok anlam ifade etmekte olduğuna dikkat çekerek, “*bilginin alt kümeleri*” şeklinde tanımlanan enformasyona dönüştüğünü belirtmektedir (2015:446-447).

Dergiciliğin dünden bugüne uzanan yolculuğuna bakarken, de Enformasyon Teorisi (Kuramı) temelinde, “MF Gentleman Dergisi” örneklemini üzerinden bir inceleme gerçekleştireceğiz. Dergiciliğin ülkemizdeki geçmişini tarihsel olarak incelendiğinde köklerinin 19’uncu yüzyıla kadar uzandığını görmekteyiz. Batı ise Osmanlı’ya kıyasla, iki asır önce basılı dergicilikle tanışmıştır. Bu gecikmenin nedeniyse matbaanın Osmanlıya 200 yıl kadar geç gelmiş olmasıdır. Matbaanın Osmanlı topraklarına girişiyle beraber ilk gazete de yayınlanmış olup, bu yenilik dergiciliği de Türk insanıyla tanıştırmıştır. Aslı Yapar Gönenç’in, İletişim Fakültesi Dergisi’nde kaleme aldığı “*Türkiye’de Dergiciliğin Tarihsel Gelişimi*” başlıklı makalesinde Avrupa’da olduğu gibi ülkemizde de yayınlanan ilk dergilerin bilimsel nitelik taşıdığı ve ilk bilinen Türkçe Dergi’nin 1849 – 1851 yılları arasında 28 sayı yayımlanan ve bir tıp dergisi olan ‘*Vaka-i Tıbbiye*’ olduğu belirtilmiştir (Gönenç, A. Y. Türkiye’de Dergiciliğin Tarihsel Gelişimi, İletişim Fakültesi Dergisi).

Dergicilik tarihsel köküne baktığımızda en eski basın – yayın araçlarından biri konumundadır. Edebiyattan habere, ekonomiden tarihe, mizahtan kültür, sanat ve bilime kadar pek çok alanda prestijli dergiler yayın hayatlarına devam etmektedir. Özellikle ülkemizde ve dünyada yayımlanan pek çok hakemli akademik dergi, bilim dünyasının ‘olmazsa olmazlarından’ biri olarak kabul edilmekte ve bilimin gelişmesine önemli katkılar sağlamaktadır. Aynı şekilde gerek haber araştırma, gerekse de ekonomi alanında saygınlığıyla ön plana çıkan pek çok dergi de milyonlarca kişi tarafından yakından takip edilmektedir (Örn; *10. Nature, Psychology Today, Sky & Telescope, New Scientist, ID (Ideas & Discoveries), Scientific American, Discover, Popular Science, Smithsonian, National Geographic, Cosmopolitan, Vogue, GQ, Time vb)*...

17’nci yüzyıldan bu yana var olan geleneksel dergicilikte son yıllardaki teknolojik gelişmeler ışığında bazı değişimler gözlemlenmektedir. Matbaada kağıda basılan dergilerin yerini günümüzde elektronik, bir başka ifadeyle ‘e-dergiler’ almaya başlamıştır. E-Dergi, kelime üzerinden tanımlamaya çalıştığımızda ‘elektronik ortamda yayınlanan dergi’ olarak özetlenebilir (Birant, K.U. ‘E Dergi de Ne’, Apelasyon, Ocak, Sayı:3, 2014).

Günümüzde, geleneksel dergi yayınlarının bazıları da eş zamanlı olarak ‘e-Dergi’ versiyonları ile okurlara ulaştırılmaktadır. Bunun yanı sıra sadece e-dergi versiyonu hazırlanan ve kağıda basılmayan mecmualar da günümüzde her geçen gün yaygınlaşmaya devam etmektedir. Örnek vermek gerekirse; Turkcell’in ‘Dergilik’, Türk Telekom’un ‘e-dergi’, Vodafone’un ‘dMags Dergi’ gibi uygulamaları üstünden yüzlerce dergiye elektronik ortamlar üzerinden ücretli veya ücretsiz olarak erişim sağlanabilmekte ve elektronik cihazlara indirilebilmektedir. Bu makalede, dergiciliğin tarihsel gelişimi incelenecek olup, “*Geleneksel Dergicilik’ten Yeni Medya’da Elektronik Dergiciliğe*” geçiş süreci “*Enformasyon Kuramı*” çerçevesinde değerlendirilecektir. Konuya örneklem olması

açısından ise “MF Gentleman Dergisi” seçilmiş olup, hem basılı hem de dijital bir yayın olması yönüyle analiz edilerek durum saptaması yapılacaktır...

### 1.1 Dijital Yayıncılık

17’nci yüzyıl, batı dünyası için oldukça önemliydi... Çünkü, ‘devrim niteliğinde’ kabul edilebilecek bir buluş insanların hayatlarına girmişti. O teknolojinin adı matbaaydı... Osmanlı ahalisinin ise matbaayla tanışması çok daha uzun yıllar aldı. Batılı tarih yazıcılığına göre hareketli matbaanın icat edildiği tarih olarak kayıtlara geçen 15’inci yüzyıl, batının doğuya karşı elde edeceği üstünlüğün temellerini de atacağı bir süreci başlatmıştı. Takip eden süreçte Osmanlı İmparatorluğu bünyesinde hareketli matbaa teknolojisinin uygulanması adına yürütülecek ilk çalışmanın, Gutenberg matbaasından yaklaşık iki yüzyıl sonra 1700’lü yılların başlarında gerçekleşmesi ve bu gecikmenin sebepleri tarih açısından bir kayıp ve gerilik olarak kabul edilmiştir (Kürkçü, D.D., 2019). Nihayetinde çok uzun bir aradan sonra da olsa Osmanlı matbaayla tanıştı. Böylece, topraklarımızda ilk basılan dergi de 1849’da yayınlanan Vakayi-i Tıbbiye adıyla bir sağlık dergisi oldu (Özkan,1982 akt. Tonta ve Al, 2007).

Resim 1: Altındaki resimde ‘Vakayi-i Tıbbiye Dergisi’nden bir örnek görülmektedir.

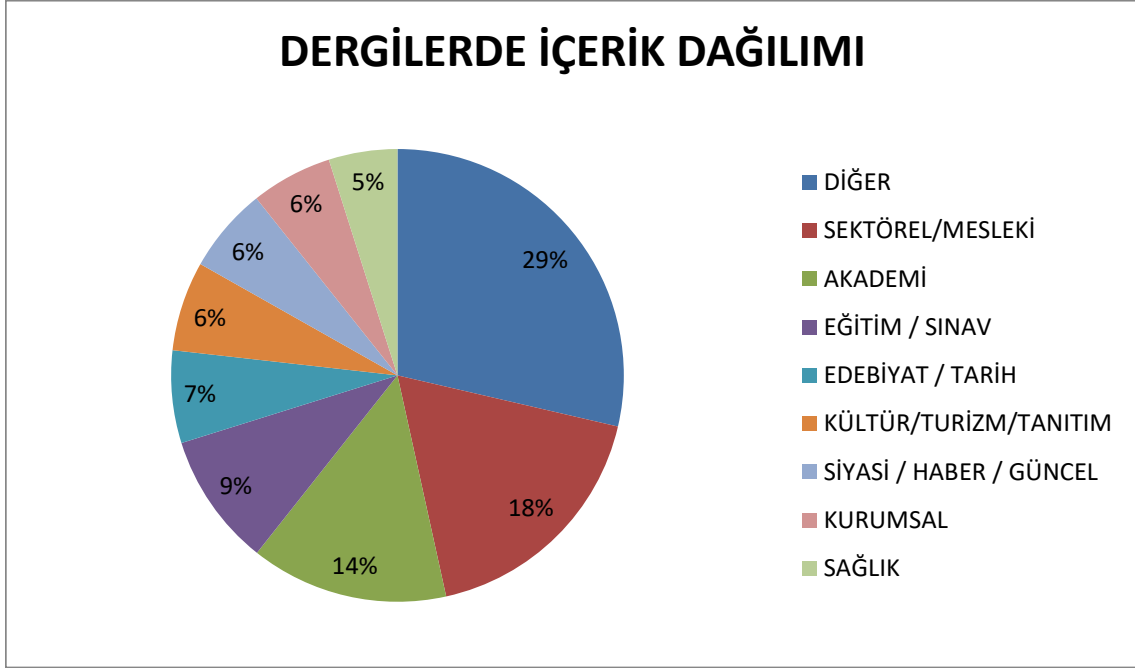


Kaynak: Çelikçi, B. 2019.

O günden bugüne de Türkiye’de sayısız dergi basıldı. Her dönemin de kendi koşullarına göre ilgi duyulan yayımları oldu. Dergiler kendi içinde haber, politika, ekonomi, sanat, mizah, spor, tarih, bilim, teknoloji, otomobil, tiyatro, sinema, akademik vb. olmak üzere pek çok çeşitte sıralanmaktadır. Kimileri süreli kimileri ise süresiz yayımlanmakla beraber; haftalık, 15 günlük, aylık, 3 aylık, 6 aylık gibi periyotlarla da okurlarıyla buluşabilmektedir. Dergicilik, alanında her türlü teknolojik olanaktan yararlanılmaktadır. Yayımlanan dergilerin tümünün teknik olarak eksiksiz olduğunu söylemek olasıdır (Göneç, A.Y. İletişim Fakültesi Dergisi, Syf: 74.)

Günümüzde ise basılı mecmualar artık yerlerini yavaş yavaş dijital yayınlara bırakmaktadır. *Dijitalleşme veya sayısallaşma, ulaşılabilir bilgilerin herhangi bir bilgisayar tarafından okunabilecek şekilde dijital ortama aktarılması sürecine verilen addır* (URL-1). 1990’ların ortalarına doğru internetin yaygınlaşması ve ardı ardına gelen ‘Web 1.0’, ‘Web 2.0’ ve ‘Web 3.0’ devrimleriyle yaygınlaşan akıllı cihazlar (*telefon, tablet, bilgisayar*), dergicilik için de değişimi kaçınılmaz kılmıştır.

Grafik 1. Dergilerin En Ağırıklı İçerik Türüne Göre Dağılımı (%), 2019.



Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) / (URL-2)

## 1.2 Dijital Yayın Kültürü

Artık çağımız bilgi çağı ve ‘hız’ da her şeyden çok daha önem kazanmış bir durumda... Sokaklarda gezmeyi ‘web’de sörf yapmaya, dükkanlardan alışverişi sanal siparişlere, toplantılarımızı ofisler yerine evlerimizden gerçekleştirmeye, hatta öğrenimimizi sınıflar yerine online sistemler üstünden gerçekleştirmeye tercih ettiğimiz bir devrandayız...

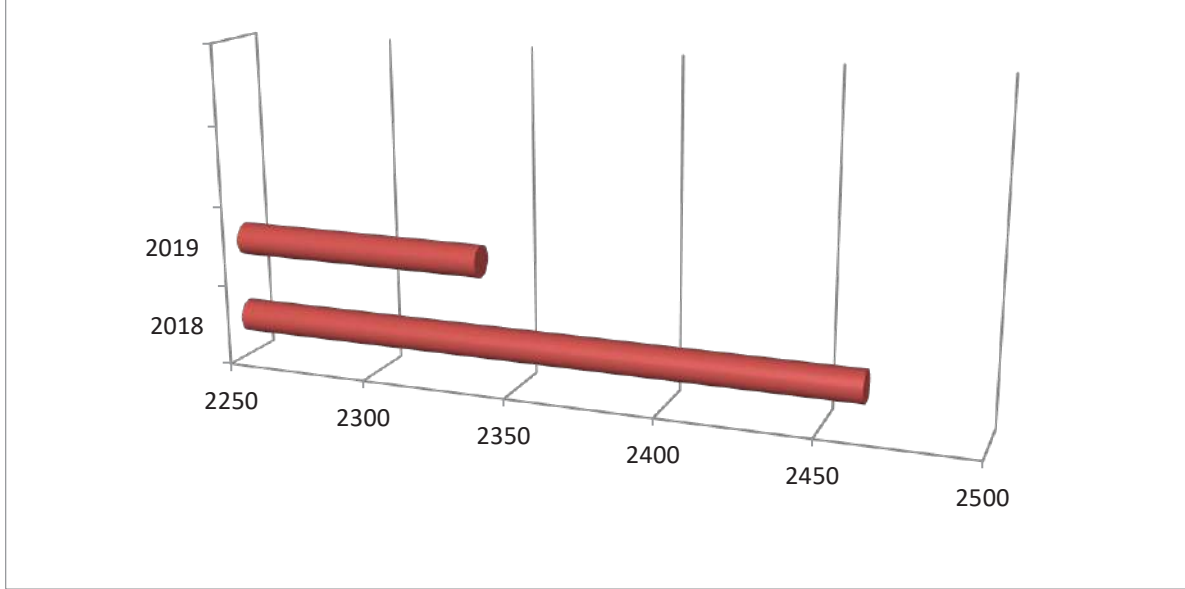
Böyle bir yüzyılda şüphesiz ki basılı yayınların da yavaş yavaş tahtlarını dijitale bırakıyor olması çok da şaşılabilecek bir durum gibi görünmemekte. Karabulut (2015)’un ifadesiyle “dijital çağ, sınırsız bilgi ağlarını birbirine entegre ederek ve mesafeleri ortadan kaldırarak dünyayı post-endüstriyel bir hale” getirmiştir. Artık bilginin üretildiği yer web ortamıdır. Üretilen bilgiye ulaşılan yer de yine webdir. Web ortamı, öylesine sistematik ve disiplinli bir şekilde milyonlarca biçim, dil ve içerikteki sayfaların aynı anda ulaşılabilmesiyle bir alan olma özelliğini taşımaktadır. Bilgi bu alanda kullanıcılar onlara ulaşmaya kadar varlığını sürdürürken, bahsi geçen sürecin tamamının da bilginin miktarının artması ile sonuçlandığı görülmektedir (Kurtel, 2008). Böylece bilginin üretilmesi, sayısal değerinin artması ve bu iki süreçle ilişkili olarak da nitelik yönünden belli bir yığılmanın ortaya çıktığı çağın tanımlanması söz konusudur. Araçların varlığı bilgiye yüklenen anlamları değiştirirken, bilginin nicelik-nitelik yönünden değişmesi de kullanılan araçları etkilemektedir (Sağır, A. Sağır, P.M, 2019)

## 1.3 Basılı Dergicilikten Dijital Dergiciliğe Geçiş

Basılı mecmuaların (dergilerin) tamamıyla hayatımızdan çıkması çok yakın bir zamanda olur mu bilinmez ama kesin olan bir gerçek var ki o da dijital yayıncılık artık iyiden iyiye hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiş durumda. Öyle ki bu makalede yer verdiğimiz pek çok kaynak için bile ‘DergiPark’, ‘TRDizin’ gibi bilimsel elektronik makale, tez ve dergilerin yer aldığı kaynaklardan faydalanılmaktadır. Eğer dijital yayıncılık çağımızda bu kadar gelişmemiş olsaydı aynı hızla bilimin bu kadar yaygınlaşması mümkün olabilir miydi acaba? Bugün hala “Merkez Medya” olarak tabir ettiğimiz büyük grupların bastığı ya da dağıttığı pek çok dergi, basılı ve/veya dijital ortamlarda da okurlarıyla buluşuyor. Çağımız insanının; özellikle de “Z” kuşağının bu konudaki ‘talepkarlığını’ bir yana koyacak olursak, dijital dünyanın sağladığı maliyet avantajları, hız ve çevreye olan duyarlılığı da dergiciliğin ‘dijitale’ kaymasındaki önemli etkenlerden bir diğerini oluşturuyor. Dijital sayesinde kağıt, mürekkep, dağıtım gibi kalemlerden sağlanacak tasarruflar, yayıncılığa hevesli pek çok insanı daha da cesaretlendiriyor ve dijital dergilerin artmasında önemli bir pay alıyor. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), 20 Temmuz 2020 tarihinde bir önceki yıla

(2019) ilişkin ilişkin yazılı medya istatistiklerini paylaşmıştı. Buna göre Türkiye’deki gazete ve dergilerin sayısı, 2019’da bir önceki yıla göre yüzde 8 azalmış; geçen yıl 5 bin 485 gazete ve dergi yayımlanırken, bu yayınların 2 bin 337’sini gazeteler, 3 bin 148’ini ise dergiler oluşturdu. Gazete ve dergilerin tirajıysa 2019 yılında 2018 yılına göre yüzde 8,0 oranında azaldı (URL-2). Bu azalışta elbette dijital de önemli bir rol üstlendi...

Grafik 2. Türkiye’de Dergilerin Sayısı (2018 ve 2019).



Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) / (URL-2)

#### 1.4 Dijital Dergicilik ve Avantajları

Genellikle basılı dergilerin sayfa görüntülerinin sayısal ortama aktarılmış biçimleri olarak algılsa da bulunduğu ortam nedeniyle farklı üretim ve sunum biçimlerini barındırmaktadır. Günümüzde elektronik dergiler PDF, Flash, HTML olarak üç farklı biçimde yayımlanmaktadır. Flash programıyla tasarlanan dergiler, hareket ve ses öğelerinin sıkça yer aldığı, kullanıcı etkileşiminin üst düzeyde olduğu dergilerdir. PDF dergiler ise genellikle internet bağlantısı, metin ve durağan görüntü içeriklidir. Dosya boyutunun küçük oluşu ve birçok ortamda görüntülenebilmesi nedeniyle sıkça tercih edilmektedir. HTML dergiler ise etkileşimli öğelerin en üst düzeyde kullanıldığı, internet üzerinden web sayfası biçiminde takip edilen dergi biçimleridir (Turgut, 2009: 92-93).

Bir kısım okur ise gerek gazete, gerek kitap gerekse de dergi olsun okuduğu yayınların kapaklarına dokunmak ister. Bunu da “kağıt kokusunu hissetmek” olarak yorumlarız... Bu ‘X’ ve ‘Y’ kuşakları için belki de vazgeçilmesi zor bir alışkanlık gibidir. Ancak günümüzde akıllı cihazların neredeyse herkesin cebine girmiş olması, bu alışkanlıkları da kuşaklar üstünde değiştirmede etkili bir faktör olmaktadır. Basılı bir dergiyi her bayide bulabilmek zordur, ancak ‘bir tıkla’ akıllı cihaza indirmek saniyeler içinde gerçekleşir. Basılı bir dergiye ödenmesi gereken bedel de daha yüksek olabilirken, dijital mecralarda oldukça düşük rakamlara satın almak mümkündür. Hatta Turkcell’in ‘Dergilik’, Türk Telekom’un ‘e-dergi’, Vodafone’un ‘dMags Dergi’ gibi uygulamaları üstünden yüzlerce derginin yeni sayısalı ve arşivlerine ücretli/ücretsiz olarak da indirmek mümkündür. Dijital dergiciliğin sunduğu bu ve benzeri avantajlar okurları basılı yayınlardan uzaklaştırarak dijital yayınlara yönlendirmektedir.

Öncesinde dijital yayınlara daha mesafeli olan reklamverenler de okurlar kadar bu hızlı değişime ayak uydurmuş durumdadır. Eskiden daha zor ilan (reklam) alabilen elektronik yayınlara artık bu pastadan önemli oranda pay alabilmeyi başarmaktadırlar. Elektronik dergilerin maliyetlerinin basılı yayınlara oranla daha düşük olması da reklamverenler için maliyet avantajı sağlamaktadır.

Geleneksel basılı dergilerde metin ve görsellerin yayınlanma şekilleri sayfa yapısı ve ebatlarıyla sınırlı iken elektronik dergicilikte böyle bir sınırlılık bulunmamaktadır. Elektronik dergicilik internetin sunduğu multimedya özelliğinden yararlanarak ses, görüntü ve animasyon dosyalarını okuyucularıyla paylaşabilmektedir (Kürkçü, D.D., 2019: 302).



Dijital yayınların önemli bir avantajı da olası hataların hızlıca düzeltilebilmesine olanak sağlamasıdır. Basılı bir yayın ancak baskı öncesi ana kadar kontrol ve müdahale imkanı sunarken, dijital bir yayında yapılan hata 7/24 anlık olarak giderilebilir. Yayıncı kadar okurlar da dijitalin sunduğu pek çok avantajdan faydalanabilmektedir. Arama motoruna ilgi alanına uygun kelimeyi yazan bir okur, aradığı e-dergiye bu kanallar sayesinde de hızlıca ve kolayca erişebilir. Okuyucular internet aracılığıyla söz konusu e-derginin eski sayı ve arşivlerine de ulaşabilmektedir. Ayrıca elektronik dergi içeriklerinin ihtiyaç olan her yerden ve her zaman ulaşılabilir olma özelliği vardır (URL-3). Şimdi “Yeni Medya” kavramı içinde “Elektronik Dergiciliği” (e-Dergicilik) hem basılı hem de Turkcell Dergilik uygulaması üzerinden elektronik versiyonu yayımlanan “MF Gentleman Türkiye Dergisi” örneği üstünden inceleyelim...

## 2.1. E-Dergi Örneği Olarak MF Gentleman Dergisi'nin İncelenmesi

Geleneksel basılı dergilerde metin ve görsellerin yayınlanma şekilleri sayfa yapısı ve ebatlarıyla sınırlı iken elektronik dergicilikte böyle bir sınırlılık bulunmamaktadır. Elektronik dergicilik internetin sunduğu multimedya özelliğinden yararlanarak ses, görüntü ve animasyon dosyalarını okuyucularıyla paylaşabilmektedir. Dijital yayınların önemli bir avantajı da olası hataların hızlıca düzeltilebilmesine olanak sağlamasıdır. Basılı bir yayın ancak baskı öncesi ana kadar kontrol ve müdahale imkanı sunarken, dijital bir yayında yapılan hata 7/24 anlık olarak giderilebilir. Okuyucular internet aracılığıyla söz konusu e-derginin eski sayı ve arşivlerine de ulaşabilmektedir. Ayrıca elektronik dergi içeriklerinin ihtiyaç olan her yerden ve her zaman ulaşılabilir olma özelliği vardır (URL-3).

Şimdi “Yeni Medya” kavramı içinde “Elektronik Dergiciliği” (e-Dergicilik) hem basılı hem de Turkcell Dergilik uygulaması üzerinden elektronik versiyonu yayımlanan “MF Gentleman Türkiye Dergisi” örneği üstünden inceleyelim...

## 2.2 MF Gentleman Dergisi

Gentleman Dergisi, Türkiye’deki yayın hayatına 2005 yılında merhaba dedi. İtalya’nın ünlü yayın grubu Classi Editori çatısı altında doğan, İspanya ve Belçika’nın ardından dünyada yayınlanmaya başlayan dördüncü ülke edisyonu olan Gentleman Türkiye, iş dünyasına yönelik diğer aylık dergilerden farklı olarak, işadamlarının, “işadami” kimliklerinin yanı sıra hobilerini ve rafine zevklerini içeriğine taşımakta.

Resim 2: MF Gentleman İtalya edisyonundan bazı kapak örnekleri.



Kaynak: MF Gentleman İtalya, Classi Editori Group...

Türkiye’nin ilk “Lüks Yaşam” dergisi olan Gentleman bugüne kadar, Türkiye’nin önde onlarca ismini kapağında ağırladı. Alışlageldik ekonomi dergilerinden farklı konsepti ile iş dünyasının da takdirini kazanan Gentleman’ın hedef kitlesini ise, iş yaşamında belli bir yere gelmiş, rafine zevkleri oluşturmuş ve tarzı olan erkekler oluşturuyor. Dergi yaşam kalitesinden yola çıkarak hazırlanıyor. Kendisine hedef olarak da, elit, kültürlü ve yaşamdan keyif alan işadamlarını seçiyor.

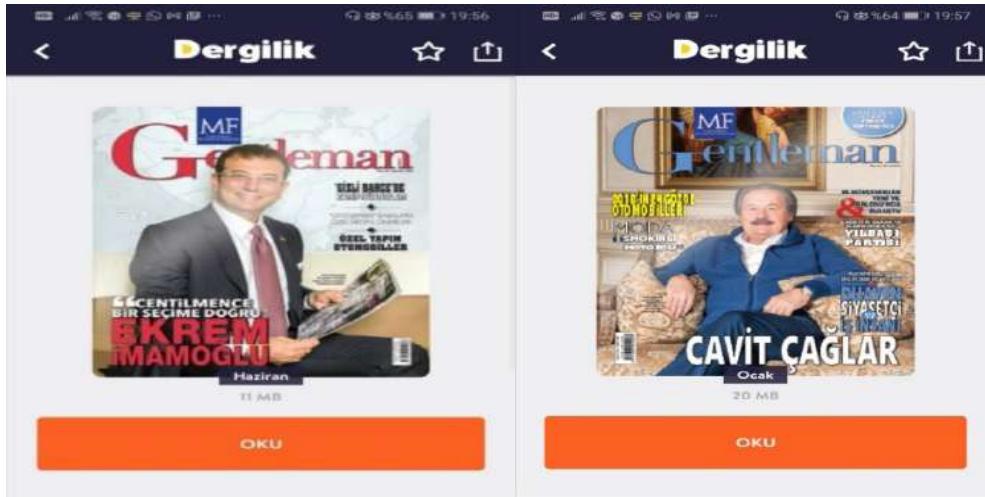
Resim 3: MF Gentleman Dergisi Türkiye edisyonu örnek kapakları.



Kaynak: MF Gentleman Dergisi Türkiye Arşivi

Derginin içeriğinde saatten otomobile, ayakkabıdan giysiye, aksesuardan mücevhere, otomobilden mimariye, yemekten tekneye ve geziye kadar pek çok başlık yer alıyor. Görsel ağırlıklı olarak hazırlanan Gentleman, imza attığı kapaklarıyla da bugüne kadar pek çok ödüle layık görülmüş bir yayın... Satışının yüzde 80'ini abonelerine yapan Gentleman Dergisi, geri kalan yüzde 20'lik kısmını ise D&R, Remzi Kitabevi, Nezih gibi satış noktaları aracılığıyla gerçekleştiriyor. Dergi yetkilileri aylık ortalama 15 bin baskı yaptıklarını açıklamışlardır. Bu sayede hem kağıt hem dağıtım maliyetlerinden tasarruf sağlarken çok daha geniş bir kitlelere de ulaşım imkanı da yakalamıştır. 2015 yılından bu yana ise sadece basılı olarak değil, dijital mecralardan da yayınlanmaktadır. Bu sayede ağırlıklı olarak İstanbul, Ankara, İzmir gibi bölgelerde etkinken, online sayesinde tüm dünyadaki okurlarına kolayca ulaşabilmektedir. Turkcell Dergilik kullanıcıları bazı dönemlerde basılı hali piyasaya dağıtılmadan önce mecmuayı okuma fırsatı da bulabiliyorlar. Dijital aboneler derginin geçmiş sayılarına da erişme ayrıcalığına sahipler.

Resim 4: MF Gentleman Dergisi 'Turkcell Dergilik' uygulaması üzerinden satılan 'online' versiyonu.



Kaynak: Turkcell Dergilik Uygulaması.

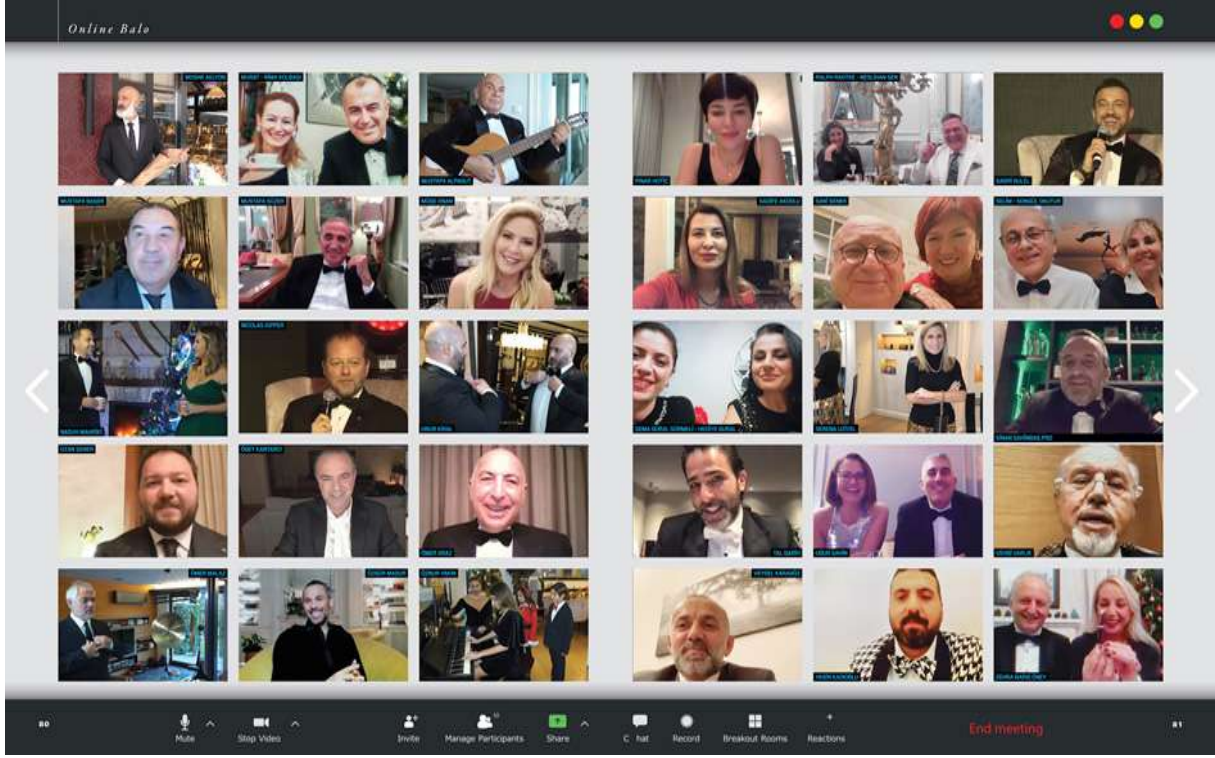
Dijitale artan ilgiyle beraber son 1 yılda MF Gentleman Dergisi'nin baskı sayısı yüzde 50'ye yakın bir oranında azaltılarak dijital mecrada güçlendiği görülmektedir. Hatta pandemi nedeniyle insanların neredeyse tamamen evlerine kapandığı Nisan 2020'de dijital taraftaki gücü sayesinde basılı hali yerine sadece dijital ortamdaki okurlarına ulaşmıştır. Yeni medya kanallarından bir diğeri olan Instagram üzerinde de her geçen gün



takipçi sayısının arttığı görülmektedir. Dış kapakları ise piyasaya dağıtımdan önce Instagram'dan okurlarıyla buluşturmaktadır.

Bu da 15 yıllık köklü bir geçmişe sahip geleneksel tarzda yayıncılık yapan bir derginin çağımızın şartlarına uygun olarak dijital tarafa da güçlenmekte olduğunu göstermektedir. Dijital alandaki gücünü gösteren bir diğer örnek ise bir ilke imza atarak gerçekleştirdiği Online Balo'sudur...

Resim 5: MF Gentleman Dergisi tarafından gerçekleştirilen 'Online Balo'dan örnek bir görsel.



MF Gentleman Türkiye Dergisi her yıl geleneksel olarak gerçekleştirdiği ve on binlerce dolara mal ettiği "Ödül Töreni ve Balo Gecesi"ni de 2020'de bir ilke imza atarak online olarak 20 Aralık Pazar akşamı gerçekleştirmiştir. 170 iş insanının smokin ile hanımefendilerin ise en şık kıyafetlerini giyerek evlerinden katıldıkları bu balo için özel bir rejî kurulmuş olup, Fairmont Hotel'den sunumu naklen gerçekleştirilmiştir. Bu da Türkiye'de gerçekleşen 'ilk online balo' olarak tarihe geçmiştir. Bu da geleneksel bir dergi yayıncılığıyla tanınan Gentleman Dergisi'nin yeni medya kanallarına verdiği önemi vurgulaması açısından da önem arz etmektedir.

### Sonuç

Bu makalede Claude Elwood Shannon ve Dr. Warren Weaver (1894–1978)'in ortaya attığı "Enformasyon Teorisi"ni (Kuramı) dayanak alarak geleneksel dergiciliğin dünden bugüne uzanan yolculuğuna ve dijitalleşmesi sürecine göz atarken; konu "MF Gentleman Dergisi" örneklemini üzerinden irdelenmiştir. Bu çalışmada da görülmüştür ki dergicilik hem ülkemizde hem de dünyada çok köklü bir geçmişe sahiptir. Avrupa'da ise Türkiye'ye göre çok daha eski bir geçmişi bulunmaktadır. Bunun da nedeni matbaanın iki asır kadar Osmanlı topraklarına geç gelmiş olmasıdır... Osmanlı'da ilk basılan derginin ise 1849'da yayınlanan Vakayi-i Tıbbiye olduğu görülmektedir.

Matbaanın yaygınlaşmasıyla gerek Osmanlı Dönemi'nde gerekse de Cumhuriyet tarihinde pek çok önemli derginin kendi devrine damga vurmuş olduğu gözlemlenmektedir. Raflarda ise edebiyattan habere, ekonomiden tarihe, mizahtan bilim dergilerine kadar çok çeşitli bir perspektifte içeriğe sahip yayınlar mevcut durumdadır. Ancak son yıllarda gelişen teknoloji, yaygınlaşan ve ucuzlayan internet altyapısı, herkesin cebine giren telefonlar ve ellerden düşürülmeyen tabletler ile birlikte basılı; yani "Geleneksel Dergicilik"te de bir değişim süreci yaşandığı görülmektedir. Bu süreçte, bazı basılı yayınlar hayatlarına son verirken, kimileri dijital ortamdan okurlarına ulaşmayı tercih etmektedir. Tamamen dijital olarak çıkan dergilerin yanı sıra hem basılı hem de dijital



olarak yoluna devam eden yayınlar da günümüzde mevcuttur.

Bu makalede örneklem olarak alınan “*MF Gentleman Dergisi*” de hem basılı hem de Turkcell Dergilik üstünden elektronik olarak yayımlanan mecmualara bir örnek olarak seçilmiştir. Ne var ki, Türkiye’de 15 yıllık bir geçmişe sahip olan MF Gentleman Dergisi’nin kökleri geleneksel basılı dergiciliğe uzansa da, dijital tarafta büyüyen gücü sayesinde her geçen yıl baskı adedini azaltmaktadır. Bunda artan kağıt ve boya fiyatları, dağıtım yükü gibi mali koşullar da etkili olmakla beraber, çağımızın bir gerekliliği haline gelen dijital dergiciliğe artan ilgi de önemli bir role sahiptir. Tüm bunların yanı sıra okurlarına daha hızlı ulaşılabilme avantajı, ilan verenlerin dijital pastaya ayırdıkları payı her geçen gün daha da artırmaları ve dijital tarafta etkileşim olanaklarının daha yüksek oluşu gibi nedenlerle Gentleman Dergisi’nin online taraftaki yatırım ve çalışmaları da son yıllarda hız kazanmıştır.

Turkcell’in ‘Dergilik’ isimli uygulaması üzerinden daha geniş kitlelere ulaşabilmesi ve bu sayede okur sayısını daha da artırması, dijital dergiciliğin önemini de gösteren diğer etmenlerden biridir. 2020 Mart ayından bu yana dünyayı ve Türkiye’yi etkisi altına alan Covid 19 salgını süreci de dijital yayıncılığın en az basılı dergicilik kadar önemli olduğunu tüm dünyaya bir kez daha hatırlatmıştır. Bu süreçte evlerinden dahi çıkamayan pek çok okur, online kanallar üstünden derginin yeni ve arşiv sayılarına yoğun ilgi göstermişlerdir. MF Gentleman Dergisi, bir süre daha basılı yayıncılığa devam edecek olsa da araştırma göstermektedir ki, gün geçtikçe dijital tarafta daha da güçlenmektedir. İşbirliği yaptığı müşterileri de bu durumdan memnun görünmekle beraber, o alandaki yatırımlarına verdikleri sponsorluklarla da desteklerini göstermektedirler. Bağlı bulunduğu İtalyan Milano Finanza Grubu da bu inovatif yaklaşımlarından dolayı Türkiye ekibini defalarca tebrik etmiştir...

## Kaynaklar

- [1] Yengin, D. (2017). “İletişim Çalışmalarında Araştırma Yöntemleri ve Uygulamaları”, Der Yayınevi, 2017.
- [2] Yengin, D. Bayrak, T. (2017). “Sanal Gerçeklik – VR”. Der Yayınevi, 2017.
- [3] Gönenç, A.Y. (2019). Dijitalleşme ve Dergicilik. İstanbul: Der Yayınları, 2019.
- [4] Çatalcalı, A. (2017). Dergicilik. İstanbul: Kriter Yayınevi, 2017.
- [5] Gönenç, A.Y. (2013). Dergicilik Üzerine. İstanbul: Koyu Kitap, 2013.
- [6] Kirişcan, Bilge Yüksel. (2019). “Basılı ve Elektronik Dergilerin Görsel Kimlik Devamlılığının İncelenmesi Ve Elektronik Dergi Tasarımı Önerisi”, Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Sanat Ve Tasarım Anasanat Dalı, Yüksek Lisans Tezi (Danışman, Doç. Dr. Aydın Zor), Antalya – 2019.
- [7] Akyürek, Buket. (2019). “Elektronik Dergi Yayıncılığı” Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Yayıncılık Ve Yayıncılık Yönetimi Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul 2019.
- [8] Çelikeci, Büşra. (2019). “Görsel İletişim Tasarımı Odaklı E-Dergilerin İncelenmesi ve Görseliletimdergisi.com Uygulama Örneği”, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Grafik Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi (Prof. Dr. Levent Mercin), 2019.
- [9] Çiftçi, Gökmen. (2018). “Çoklu Elektronik Dergi Yönetim Sistemi Geliştirilmesi”, Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi (Danışman Dr. Öğretim Üyesi Barış Gökçe) Şubat 2018.
- [10] Tılıç, Görkem. (2016). “Basılı Hava Yolu Dergilerinin Elektronik Biçime Uyarlanması: Pegasus Hava Yolları İçin E-Dergi Tasarım Önerisi”, Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Yeni Medya Ana Sanat Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Mayıs 2016. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- [11] Dizdar, Erdoğan. (2010). “E -Dergilerde Fotoğraf Kullanımının Sayfa Düzenlemesi İlkelerine Dayanarak İncelenmesi Ve İzleyici Açısından Etkililiği” Yüksek Lisans Tezi, Kütahya – 2010. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- [12] Sağır, Pınar Memiş. “Bilginin Dijitalleşmesi Bağlamında Akademik Üretim Mekanizmalarının Dönüşümü: Matbaadan Dijital Ortama Dergi Yayıncılığı”. Journal of Economy Culture and Society, Cilt, Sayı 59, Sayfalar 121 – 141, 2019. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/jecs/issue/46756/586142>

- [13] Sağır, Adem. “Journal of Economy Culture and Society”; 59: 121-141 Araştırma Makalesi, 2019.
- [14] Kürkçü, Duygu Dumanlı. e-GİFDER. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi E-Dergisi Cilt:7 Sayı:1, Mart 2019. [dergipark.gov.tr/e-gifder](http://dergipark.gov.tr/e-gifder)
- [15] Kazan, Hüseyin. “Avantajları Ve Dezavantajları İle Dijital Dergicilik”, İstanbul Aydın Üniversitesi, The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – Cilt 7 Sayı 1 Türkiye, 2017.<https://app.trdizin.gov.tr/publication/paper/detail/TWpVek1EVXdNQTO9>
- [16] Gonenç, A.Y. “Türkiye’de Dergiciliğin Tarihsel Gelişimi”. İletişim Fakültesi Dergisi, Syf: 74. Karabulut, B. (2015). Bilgi toplumu çağında dijital yerliler, göçmenler ve melezler. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 21, 11-23.
- [17] Gönenç, A.Y. “Türkiye’de Dergiciliğin Tarihsel Gelişimi”, İletişim Fakültesi Dergisi. Cilt 0, Sayı 29, 2011. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iuifd/issue/22860/244092>
- [18] Turgut, Özden Pektaş (2009). “Elektronik Yayıncılık Biçimleri ve Blog Tasarımı”, Gazi Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi, 1(3), s.87-104.<https://dergipark.org.tr/tr/pub/sanatvetasarim/issue/20664/220440>
- [19] Tonta, Y., Al, U. (2007). Türkiye’nin bilimsel yayın haritası: Türkiye’de dergi yayıncılığı üzerine bibliyometrik bir araştırma. Hacettepe Üniversitesi, Ankara, 2007 TÜBİTAK projesi: SOBAG-105K088.[https://www.researchgate.net/publication/28806619\\_Turkiye'nin\\_bilimsel\\_yayin\\_haritasi\\_Turkiye'de\\_dergi\\_yayinciligi\\_uzerine\\_bir\\_arastirma\\_Proje\\_sonuc\\_raporu](https://www.researchgate.net/publication/28806619_Turkiye'nin_bilimsel_yayin_haritasi_Turkiye'de_dergi_yayinciligi_uzerine_bir_arastirma_Proje_sonuc_raporu)
- [20] “MF Gentleman Dergisi” (Türkiye), Arşiv ve Örnekleri, Optimist Group Medya, Turkcell Dergilik Uygulaması, İstanbul, 2020-2021.
- [21] “MF Gentleman (Türkiye) Dergisi”, Arşiv (2016-2021), Optimist Group Medya, İstanbul.
- [22] URL-1 <https://tr.wikipedia.org/wiki/Dijitalle%C5%9Fme> (Erişim Tarihi: 12.12.2020)
- [23] URL-2 <https://www.bik.gov.tr/2019-yazili-medya-istatistikleri-aciklandi/> (Erişim Tarihi: 12.12.2020)
- [24] URL-3 <https://dergihakkinda.wordpress.com/tag/e-dergicilik/> (Erişim Tarihi: 12.12.2020)