



ULUSLARARASI HAKEMLİ TASARIM VE MİMARLIK DERGİSİ
INTERNATIONAL REFEREED JOURNAL OF DESIGN AND ARCHITECTURE
Ocak / Şubat / Mart / Nisan 2014 Sayı: 01 Cilt: 01 İlkbahar Dönemi
January / February / March / April 2014 Issue: 01 Volume: 01 Spring Semester
ID:18 K:17
www.mtddergisi.com

KULLANICI DOSTU ARAYÜZLERİN GRAFİK TASARIM ÖĞELERİ İLE NİTELİK VE NİCELİKLERİNİN ARTIRILMASI

Ayşe Derya KAHRAMAN

***KTO Karatay Üniversitesi, Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi
Grafik Tasarım Bölümü***

Özet: Çağımızda bilgi hızla üretilmekte ve geçerliliğini yitirmektedir. Bilgiye ulaşmada internet en kolay ve etkili yol durumundadır. Günümüzde milyonlarca insan internet aracılığı ile çok sayıda ve çeşitlilikte bilgiye ulaşılmaktadır. İnternet birçok alanda bilgi edinmenin yanı sıra, seri bir şekilde haberleşmede sağlanmaktadır. İnternet kullanımının bir diğer alanı da alışveriş yapmaktır. Bu nedenle bilgi çağında yeni yapılandırmalara ihtiyaç duyulmuş, iletişim ve bilgisayar ağı konusunda önemli gelişmeler gündeme gelmiştir. Her alanda doğrudan satış yapabilmeye olanağı sunması ile internet hedef kitle açısından cazip hale gelmiştir. İnternetin ticaret ve reklâm amaçlı kullanımı için farklı tasarımlar yapılmaktadır. Bu noktada grafik tasarım ve tasarımcı önem kazanmaktadır. Görsel iletişimin önem kazandığı bu alanda tasarım öğelerinin kullanımı, hangi tasarım kriterlerinin kullanılacağı, bu kriterlerin kullanılmasındaki dikkat edilmesi gereken hususlar önemlidir. Bu araştırmada kullanıcı dostu ara yüz tasarımında renk, tipografi, resim, fotoğraf, illüstrasyon gibi öğelerin kullanımının yeri ve önemi incelenmiştir. İnternet sayfaları üzerindeki ara yüzlerin kaliteli tasarımlar olabilmeleri için nitelik ve nicelikleri önemlidir. Grafik tasarım kriterlerine uygun tasarlanan internet ara yüzler sayfaları arasında gezinmek diğer örneklerine göre daha basittir. Bu sebeple tasarım öğelerinin doğru kullanıldığı web sayfasının kullanıcı sayısının artması işlevsellik açısından önemlidir.

Anahtar Kelimeler: İnternet, Ara Yüz Tasarımı, Grafik Tasarım

USER-FRIENDLY INTERFACE OF THE QUALITY AND QUANTITY INCREASING WITH GRAPHIC DESIGN ELEMENTS

Abstract: In our age, information is produced in a fast way and it has lost its validity. Internet is the easiest and the most effective way to reach information. Nowadays, millions of people can reach varieties and numerous information by using Internet. Internet provides to gain information and to have communication. Another way to use Internet is shopping. Therefore, in his information age, it is needed to restructure, important developments have been achieved in terms of communication and network. Internet has become attractive for the target group as It provides the opportunity for direct



ULUSLARARASI HAKEMLİ TASARIM VE MİMARLIK DERGİSİ
INTERNATIONAL REFEREED JOURNAL OF DESIGN AND ARCHITECTURE

Ocak / Şubat / Mart / Nisan 2014 Sayı: 01 Cilt: 01 İlkbahar Dönemi
January / February / March / April 2014 Issue: 01 Volume: 01 Spring Semester
ID:18 K:17

www.mtddergisi.com

sale. Different designs have been made for the usage of Internet for trading and advertisements. At that point graphic designs and designing have become important. On this area in which the visual communication has become important the usage of the design elements, which design criteria have been used and the points that should be taken into consideration for these criteria are important. In this search, it is studied that the importance and place of the elements such as colour, typography, picture, photograph, illustration in the design of the interface that is called user-friendly. For the quality designs of Interfaces that are on the web pages, their character and quantity are important. Searching on the Internet interfaces that are designed in related with the elements of the graphic design are easier than the other samples. Therefore, increasing of the number of the web page's users in which the design elements are practiced in a proper way is important for its functionality.

Keywords: Web Design, İnterface, Design, Graphic Design

İNTERNET:

İnternet dünya üzerindeki bilgisayar ağlarının sarmal biçimde birbiri ile ilişkili olması ve iletişim kurması sonucu ortaya çıkan, herhangi bir kişiye ait olmayan, herhangi bir kısıtlaması ayrıca yöneticisi olmayan global bir bilgisayar ağıdır (Şener, 1997: 1) İnternet genel olarak bilgiye erişimi destekler. Bilgi erişim servisleri çeşitli ağlara dağıtılmıştır. Bu ağlar yazılı doküman, ses, görüntü gibi farklı veri tiplerine ulaşımı sağlayan başlıca üç servis olarak sırasıyla şunlardır: elektronik posta(e-mail), dosya transfer protokolü (File transfer Protocol/ftp), world wide web(www).

İnternet her konuda çözüm aracı olmasa bile neredeyse pek çok alanda karşılaşılan sorunların çözümünü bulacak potansiyele

sahiptir. İnternet kısa ömürlü çeşitli aşamalardan geçtikten sonra ekonomik büyüme, demokratikleşme, bilgiye ulaşma yolunda pek çok işletme ve ülkenin birlikte çalışması ve fikir alışverişinde bulunmasına fırsat tanımaktadır(Evans, 2012:1).

İNTERNETİN TARİHÇESİ:

İnternet ilk olarak 1970'lerin başında Amerikan Federal Hükümeti Savunma Bakanlığının Araştırma ve Geliştirme Kurumunda kullanılmaya başlanmıştır. Günümüz internetine göre çok yavaş bir yapıya sahip olan bu internet in host sayısı 5-15 arasındadır. Kısa süre sonra internet kamu kurum ve kuruluşları tarafından da kullanılmaya başlanmıştır. Sistemin büyümesi ile birlikte Arpanet bir süre sonra ordu ve hükümetin



ULUSLARARASI HAKEMLİ TASARIM VE MİMARLIK DERGİSİ
INTERNATIONAL REFEREED JOURNAL OF DESIGN AND ARCHITECTURE

Ocak / Şubat / Mart / Nisan 2014 Sayı: 01 Cilt: 01 İlkbahar Dönemi
January / February / March / April 2014 Issue: 01 Volume: 01 Spring Semester
ID:18 K:17

www.mtddergisi.com

kullandığı Milnet ve kamu kurum ve kuruluşların kullandığı Arpanet olarak devam etmiştir. 1983 yılında bu proje iletişim, kontrol ve internet protokolü (TCP/IP-Transmission control Protocol/internet protocol) adıyla yeni protokol olarak kullanılmaya başlanmıştır (Şener, 1997: 3).

Türkiye global internet ağına 12 Nisan 1993'de Tübitak ve Ottü işbirliği ile Dpt projesi çerçevesinde bağlanmıştır. Bu hat 64 bit/sn hızında olup Ottü'den sonra Ege Üniversitesi, Bilkent Üniversitesi, Boğaziçi Üniversitesi, İTÜ sırayla bağlantılara geçmiştir. Türkiye'de internet Ottü ve Tübitağın tanıtma ve yayma çabaları ile akademik çevre ve tüm alanlarda artan yoğun taleple karşılanmıştır(Özçağlayan, 1998 :138).

İNTERNET ADRESLERİ:

İnterneti temel olarak bir telefon şebekesine benzetecek olursak her bilgisayarın telefonlarda olduğu gibi bir IP (İnternet protocol) Numarası ve bu her bir numaranın akılda kalabilmesi için DNS (domain name sistem) isimli bir sistem geliştirmesi gerekmektedir.

İnternet kullanıcıları internet network information center tarafından (internic) altı ana grupta toplanmışlardır(Şener, 1997: 5).

.com : ticari kuruluşlar
.edu : eğitim kurumları
.net : network kuruluşları
.org : ticari amaç gütmeyen kuruluşlar
.mil : askeri kurumlar
.gov : resmi kuruluşlar(Turgut, 2004, s17). İnternetin süreç içinde bilgi alışverişi ve sosyalleşmenin yanı sıra reklam amacı ile kullanımını yaygınlaşmaya başlamıştır.

REKLÂM:

Reklam medya aracılığı ile satışı artırma ve tanıtım faaliyetidir ancak reklam tek başına zayıftır. Reklâm diğer bütün pazarlama faaliyetleri ile birlikte anlam kazanır. Reklâm ile birlikte satışın planlanması, üretimi, dağıtımı, ambalajlanması, fiyatının belirlenmesi va satışı bu amaca uygun olarak yürütülürse reklâm başarılı sayılmaktadır(Pektaş, 1987: 221).

4P olarak ifade edilen reklâm pazarlama ve satış geliştirme faaliyetinin başka bir deyişle tüketici ile iletişim doğru iletişim kurma faaliyetlerinin tümüdür. 4P : product: ürün; place: yer; price: fiyat; promotion: tutundurma ve satış işlemleri olarak sayılabilir (Turgut, 2004: 1). Reklamcılık kitle iletişim araçlarının çoğalması ve farklılaşması ile çeşitlilik göstermeye başlamıştır. Bunlardan biri de internet reklamcılığıdır.



ULUSLARARASI HAKEMLİ TASARIM VE MİMARLIK DERGİSİ
INTERNATIONAL REFEREED JOURNAL OF DESIGN AND ARCHITECTURE

Ocak / Şubat / Mart / Nisan 2014 Sayı: 01 Cilt: 01 İlkbahar Dönemi
January / February / March / April 2014 Issue: 01 Volume: 01 Spring Semester
ID:18 K:17

www.mtddergisi.com

İNTERNET REKLÂMCILIĞI:

İnternet reklamcılığı 1994 yılında Pordigy ve Wired magazinini kuruluşu tarafından başlanmıştır. I.A.B.'nin Price-Waterhouse Coopers'a yaptırdığı araştırmaya göre 2003 yılı dünya internet geliri 24 milyar dolar, Türkiye'de bu rakam 8 milyon civardır. Kısaca Türkiye internet reklamcılığında dünya yatırımlarının binde 4'ünü almaktadır. İnternet reklamlarından

genel olarak yararlanılan dallar eğitim ve alışveriş olup online alışveriş yapanların%57'si erkek, % 45,1 kadın olmaktadır(Turgut, 2004: 35). 2014 yılında internet reklamlarının kullanılabilirliğinin oranları AB Türkiye reklam veren - ajans - medya üçlüsünün aynı çatı altında temsil edildiği meslek örgütüdür tarafından yapılan araştırmaya göre şöyledir(<http://www.iabturkiye.org/icerik/iab-turkiye>).



ULUSLARARASI HAKEMLİ TASARIM VE MİMARLIK DERGİSİ
INTERNATIONAL REFEREED JOURNAL OF DESIGN AND ARCHITECTURE
Ocak / Şubat / Mart / Nisan 2014 Sayı: 01 Cilt: 01 İlkbahar Dönemi
January / February / March / April 2014 Issue: 01 Volume: 01 Spring Semester
ID:18 K:17
www.mtddergisi.com

Internet population	28.180.165
Period	Feb-14

Toplist Based on Real Users									
RANK	Site/Application	Real Users	Page views	Time [hr]	Avg. time spent per real user [hr:mins]	Avg. time spent per visit [hr:mins]	Reach-Internet	Unique visitors	Visits
1	google.com	26.184.370	5.377.231.182	191.887.743	07:21:03	00:15:54	82,63%	-	724.853.554
2	facebook.com	24.362.698	7.601.649.118	264.975.536	10:52:35	00:22:29	86,45%	-	706.985.957
3	youtube.com	20.370.056	1.066.413.936	43.523.347	02:08:12	00:11:17	72,29%	-	231.341.000
4	live.com	11.216.115	466.564.577	6.992.077	00:37:24	00:05:51	39,69%	-	71.618.996
5	yandex.com.tr	10.881.138	388.352.086	9.445.501	00:52:05	00:07:11	38,61%	-	78.962.910
6	twitter.com	8.668.110	360.724.406	14.364.757	01:40:43	00:10:44	30,37%	-	60.348.016
7	wikipedia.org	7.875.923	80.323.302	1.459.875	00:11:25	00:04:08	27,24%	-	21.180.843
8	sahibinden.com	7.191.351	2.938.904.989	23.436.267	03:15:32	00:18:16	25,52%	24.676.164	76.839.590
9	msn.com	6.615.697	232.869.677	8.111.823	01:13:34	00:14:08	23,48%	-	34.452.848
10	hurriyet.com.tr	6.019.574	1.105.645.480	16.779.242	02:47:15	00:13:46	21,36%	21.681.023	73.113.776
11	microsoft.com	5.453.572	24.697.760	609.574	00:06:42	00:03:42	19,35%	-	9.671.416
12	vube.com	5.275.789	13.738.534	65.003	00:00:44	00:00:21	18,72%	-	11.121.611
13	haberler.com	5.034.567	286.123.140	3.737.245	00:44:32	00:07:07	17,67%	15.241.352	31.476.671
14	eksisozluk.com	4.990.800	246.562.363	4.544.524	00:54:38	00:08:47	17,71%	12.156.868	31.026.063
15	ask.com	4.759.438	100.524.084	4.131.017	00:52:05	00:05:51	16,69%	-	42.427.200
16	gittigidiyor.com	4.563.070	204.842.295	2.610.970	00:34:20	00:07:12	16,19%	11.768.823	21.760.451
17	yahoo.com	4.300.131	75.929.773	2.173.694	00:30:20	00:05:14	15,26%	-	24.897.572
18	instagram.com	4.076.379	51.401.698	967.709	00:14:15	00:02:43	14,47%	-	21.315.148
19	haberturk.com	4.046.608	578.179.926	7.296.665	01:48:11	00:12:14	14,36%	12.572.295	35.799.190
20	izlesene.com	3.989.367	146.655.541	4.804.042	01:12:15	00:12:31	14,16%	12.984.671	23.016.683

Kaynak: <http://www.iabturkiye.org/icerik/iab-turkiye>

internet reklamının avantajları interaktif, ölçülebilir, ekonomik ve esnek olma olarak sayılabilir. İnternet reklamcılığında hedef kitleye arada bir aracı olmadan ulaşılır. Kullanıcılar İnternet üzerinde gördükleri reklam

uygulamaları dahilinde tüm reklam araçlarıyla iletişime geçebilir. İnternet reklamı veren firmaya ait marka, ürün ve yeniliklerden anında haberdar olur. İnternet kullanıcısı almak istediği ürün ile ilgili bilgilerin tümüne online erişim



ULUSLARARASI HAKEMLİ TASARIM VE MİMARLIK DERGİSİ
INTERNATIONAL REFEREED JOURNAL OF DESIGN AND ARCHITECTURE

Ocak / Şubat / Mart / Nisan 2014 Sayı: 01 Cilt: 01 İlkbahar Dönemi
January / February / March / April 2014 Issue: 01 Volume: 01 Spring Semester
ID:18 K:17

www.mtddergisi.com

sağlayabilir. Seri ve anında iletişim sayesinde zamandan kazanır. İnternet reklamcılığı; aktif performansa sahip sonuç odaklı bir reklamlar yapılmasını sağlar. İnternette tüm kayıtlar tutulabildiği ve ölçülebildiği için reklam veren firma yapılan uygulamanın sonuçlarını alabilir, inceleyebilir ve detaylandırabilir. Reklam veren firma ayrıca kampanyasındaki harcama ve kazancını bu raporlar sayesinde ölçebilir. İnternet reklamları bir aracı, yada pazarlamacı olmadan doğrudan hedef kitleye ulaşması açısından da avantajlıdır. Tüm bu sebeplerden ötürü internet reklamcılığı diğer alanlara göre daha ekonomik bir reklam aracıdır. İnternet reklamcılığı reklam verenin ve hedef kitlenin istekleri doğrultusunda hızlıca tür, format ya da içerik değiştirilebilir, reklamlar zaman üzerinden sınırlandırılmaz. İnternet reklam uygulamaları 7/24 yayın imkanı olması açısından avantajlıdır. (<http://www.internetreklamrehberi.com/internet-reklamciligini-nedir/internet-reklamciligini-avantajlari/>)

İnternet reklamlarının izlenilebilmelerini sağlayan en önemli etmen web sayfa tasarımlarının nitelik ve nicelikleridir.

WEB'TE SAYFA TASARIMI:

Tasarımcı hangi programı kullanırsa kullansın hem fonksiyonel hem profesyonel anlamda doyurucu bir sayfa tasarımı için, sayfa yapısında bulunması gereken elemanların özelliklerini iyi bilmesi gerekir.

İnternet dünyanın her yerinden her dil din ve ırktan insanın kullanıcısı olduğu bir alan olarak kullanıldığından yapılan tasarımın da global eksensli olması gerekmektedir. Görsel tasarım elemanlarının dengeli, anlaşılır ve işlevsel olması gereklidir(Codur, 2005: 58).

Sayfada yukarıdan aşağı sırasıyla başlık, doküman başlığı, alt başlık(varsa), logo İkinci bir bölüm var ise bölüm başlığı, doküman içeriği bulunması gerekir. Sayfa içerisinde sayfalar arasında kolayca gezinebilmek için farklı butonlar bulunmaktadır.



Kaynak:<http://destek.smfmod.com/sade-buton-koleksiyonu-t295.0.html>



ULUSLARARASI HAKEMLİ TASARIM VE MİMARLIK DERGİSİ
INTERNATIONAL REFEREED JOURNAL OF DESIGN AND ARCHITECTURE

Ocak / Şubat / Mart / Nisan 2014 Sayı: 01 Cilt: 01 İlkbahar Dönemi
January / February / March / April 2014 Issue: 01 Volume: 01 Spring Semester
ID:18 K:17

www.mtddergisi.com

Sayfanın gövdesi olarak adlandırılan bölümde butonların yanı sıra içeriğine uygun tipografi, fotoğraf, resim, grafik animasyon, video ve ses gibi bilgiler yer almaktadır. Sayfa tasarımında dengeli kurgu yapmak önemlidir. Kavram kargaşasına yol açacak düzensiz yerleşim internet kullanıcılarında yanlış algı oluşturacaktır. Başarılı grafik tasarımlarda olduğu gibi burada da amaç az öğe ile temayı anlatmaktır. İdeal olarak tipografi ve grafik elemanlar arasındaki dengenin kurulması için sayfaların okunma yönünün yukarıdan aşağı olması gereklidir (Şener, 1997: 36).

www sayfalarının en alt kısmında dipnot bölümü bulunmaktadır. İnternet sayfasının tasarımlarında başlık ve gövde sayfanın konusuna ve niteliğine göre farklılıklar göstermekte fakat dipnot kısmında bulunması gereken bazı standart elemanlar bulunmaktadır.

- Tasarımcı adı yada iletişim kurulacak isim
- Www sayfalarının bağlı bulunduğu "home page"
- Bağlı bulunan kuruluş (varsa)
- Sayfanın yapıldığı ve en son düzenlendiği tarih
- Telif hakları

Grafik tasarımcı bir internet sayfası tasarlarken sayfada doküman adresi (url), konu ile ilgili diğer www sayfalarında bağlantılar, sayfa sahibi kurum, kuruluş bilgileri, amblem ve logosu, sayfa içerisinde veya diğer sayfalar arasında bağlantı kurmayı

sağlayacak menü, düğme gibi yardımcı elemanlar bulunmaktadır. Her www sayfasında tasarımcının ya da sayfadan sorumlu kişinin adı ve mail adresi bulunmalıdır. Ayrıca internet kullanıcısının telefon, fax vs ile bağlantı kurması isteniyorsa bu bilgilerde sayfanın altına eklenmelidir (Şener, 1997:38).

GRAFİK TASARIM
ELEMANLARININ İNTERNETTE
KULLANIMI:

İnternet sayfasının kullanıcılarına tasarım açısından etkili ve yönlendirici, içerik açısından doyurucu bilgiler sunulması amaçlanmıştır. www sayfa tasarımlarında basılı reklâm ürünlerinde olduğu gibi hedef kitle belirlenmeli, konu ile araştırma yapılmalı, eskiz tasarlanmalı ve yaratıcı güç ile sayfa oluşturulmalıdır. www sayfa tasarımlarında dil birliğinin sağlanması açısından sayfalar arasında görsel açıdan bir bütün oluşturulmalı, seçilen renk, yazı karakteri, fotoğraf ve grafik elemanlarının doğru kullanımı sağlanmalıdır (Turgut, 2004: 23). Bu sayfaların kullanıcıya en doğru ve etkili bir şekilde sunulabilmesi için tasarımcının web sayfalarında kullanılan elemanlar ve bunların özelliklerini analiz etmesi gereklidir. Web sayfası tasarımında kullanılan en önemli elemanlardan birisi tipografidir.



ULUSLARARASI HAKEMLİ TASARIM VE MİMARLIK DERGİSİ
INTERNATIONAL REFEREED JOURNAL OF DESIGN AND ARCHITECTURE

Ocak / Şubat / Mart / Nisan 2014 Sayı: 01 Cilt: 01 İlkbahar Dönemi
January / February / March / April 2014 Issue: 01 Volume: 01 Spring Semester
ID:18 K:17

www.mtddergisi.com

TİPOGRAFI:

Tipografi temel anlamı ile harf, sözcük, başlık, satır ve diğer öğeler arasındaki ilişkinin belirlenmiş bir sayfa üzerinde yapılan görsel ve işlevsel düzenlemelerinin tümüne verilen addır (Sarıkavak, 2004). Tipografi yazılı fikrin görsel biçimde verilmesine yardımcı olurken, seçilen görsel biçim net, ayırt edilebilir, akıcı yazı karakterleri olarak okunabilirliği artırır (Ambrose ve Harris, 2011: 55-57).

Tipografinin bilgisayarda kullanılması ile terminoloji bir miktar değişmiştir. Bilgisayar teknolojisinde font yada harf karakteri bilgisayar klavyesinde yer alan grafik elemanların tamamına verilen addır. Web tasarımlarında kullanılan tipografide farklı font aileleri bir arada kullanılmaz. Birden fazla fontun bir arada kullanılması algılamada güçlükler meydana getirir. Sayfada hareket isteniyorsa aynı harf karakterinin farklı varyasyonları olan kalın, ince ve italik yazılışları kullanılarak yeni bir tasarım elde edilebilir. Harf varyasyonlarının dikkati dağıtmayacak ve karışıklığa yol açmayacak şekilde titizlikle seçilmesi gereklidir (Şener, 1997: 38).

Farklı yazı karakterleri arasında güçlü kontrastlıklar, metin ve arka plan arasındaki boşluk ve orantısının iyi organize edilmesi, doğru yazı karakterinin seçimi, puntosu, şerifli yada şerefsiz olması, kalın yada eğik olması, nasıl bloklama yapılması

gerektiği çözülmesi gereken temel sorunlardır (Turgut, 2004: 68).

“Tipografi, yazının mantık sınırlarını zorlamasını sağlar dikkati diri tutar, insan ruhunu okşar, heyecan verir. Bu nedenle tasarımcının sloganı; kolay kullanımı ve algılanırlığı ile “basit” verimli ve yararlı bilgileriyle “etkin” tüm sorunlara verebileceği yanıtları ve yaratacağı heyecanla “derin” olmalıdır” (Pektaş, 2001: 72).

Tipografi internet ortamında üç temel formda kullanılmaktadır:

Bunlar:

Formatsız yazı

Hiber yazılımlar

Formatlı yazı olarak sıralanmaktadır.



Kaynak:

<http://helpmerick.com/cut-copy-and-paste-video-tip.htm>

Formatsız yazı genel anlamda harf büyüklüklerinin ve harf karakterlerinin



ULUSLARARASI HAKEMLİ TASARIM VE MİMARLIK DERGİSİ
INTERNATIONAL REFEREED JOURNAL OF DESIGN AND ARCHITECTURE

Ocak / Şubat / Mart / Nisan 2014 Sayı: 01 Cilt: 01 İlkbahar Dönemi
January / February / March / April 2014 Issue: 01 Volume: 01 Spring Semester
ID:18 K:17

www.mtddergisi.com

değişmediği yazılardır. Hiber yazılımlar seçildikleri zaman o kelime ile ilgili daha ayrıntılı bilgilerin bulunduğu dokümanlara ulaşılmasını sağlayan kelimelere denir. Formatlı yazı ise istenilen çeşitlilikte harf karakteri ve harf büyüklüklerinin kullanılabilirdiği yazılardır. Html'in sunduğu tasarım olanakları basılı sayfa düzeninden farklılık gösterse de dikkate alınması gereken tipografi kuralları www sayfa tasarımında da aynıdır(Şener, 1997: 38). Web sayfalarında tipografi kullanım kolaylığı, anlaşılabilirlik, sayfalar arası gezinmede kolaylık sağlaması açısından önemlidir. İnternet üzerinde temel tasarım prensiplerine uygun olmayan metin örnekleri bulunmaktadır. Bu tür tasarımlar web sayfalarında sık rastlanan okunma ve kullanım azlığı sorunlarını birlikte getirir. Web sayfaları üzerinde fontlar metinlerin yanı sıra boşluk kullanımı da önemlidir. Sayfada metin ile görseller arasında genellikle 4 mm boşluk kullanılır. Görsellerin sayfayı ya da metni bölmesi zorunlu olduğunda ise cümleyi değil paragrafı bölmesi tercih edilir(<http://blog.checkmatetr.com/web-tipografisi-tasarim-ve-css/>).

FONTLARIN ÖZELLİKLERİ:

İnternet tasarımlarında bir kelimenin anlamı kullanılan yazı karakterine, harflerin büyüklüğüne, büyük ya da küçük kullanımının göre büyük değişiklikler göstermektedir yada fontlar mesajların algılanış biçimini

temelden etkilerler denilebilir. Şerifli yazılar gözü yorar, italik fontlar ekranda piksel olarak ifade edildiği için deforme olmaya yatkındır. Okunma güclüğü vardır. Kalın fontlar piksel eklenmesi ile oluşacağından ekran fontu olmayan yazılara uygulandığında yine deforme olmaya başlar ve okunurluğu azalır. Serbest yazı karakteri el yazısından referans alınarak geliştirilmiş olup, bu nedenle simetriden uzaktır. Dekoratif yazı karakteri ise oldukça süslü olduğundan okuma güclüğü oluşur. Bu nedenle az tercih edilir(Şener, 1997: 38).

METİN ÖZELLİKLERİ:

Web sayfalarında farklı renk ve büyüklüğe sahip karakterler kullanmak mümkündür. Bazı fontlar yalnızca ekranda kullanılmak üzere tasarlanmışlardır. Özellikle bilgisayar ortamında kullanılmak üzere tasarlanmış ekran fontları daha okunaklıdır. Tipografik elemanların ölçümünde en yaygın olarak kullanılan birim puntodur. Ekran fontları 8, 9, 10, 12, 14 punto gibi standart ölçümlerden oluşmaktadır. Html yazıları basılı medya da olduğu gibi amacına göre başlık alt başlık, dipnot birbirinden önem sıralarına göre ayırt edilmeleri için farklı büyüklükte kullanılırlar. Html'in sunduğu imkânlar doğrultusunda satır aralığını tasarımcının ayarlayabilme olanağı bulunmamaktadır. Satırların belli bir



ULUSLARARASI HAKEMLİ TASARIM VE MİMARLIK DERGİSİ
INTERNATIONAL REFEREED JOURNAL OF DESIGN AND ARCHITECTURE

Ocak / Şubat / Mart / Nisan 2014 Sayı: 01 Cilt: 01 İlkbahar Dönemi
January / February / March / April 2014 Issue: 01 Volume: 01 Spring Semester
ID:18 K:17

www.mtddergisi.com

uzunluğu geçmemesi için < BR>, < P> komutları kullanılarak yeni satıra başlangıç sağlanır. Okunabilirliğin sağlanabilmesi için her satırda yer alan kelime sayısı 8-10 adedi geçmemesine dikkat edilir (Şener, 1997: 38).

Harf aralıklarının ayarlanabilmesi için harf esparisi, harflerin ve harf gruplarının tek tek okunması ve kelime olarak algılanması için aralıkların belirli bir oranda açılması gerekmektedir. Metin düzenlemelerinde beş temel hizalama düzenlemesi söz konusudur. Sola blok, sağa blok, ortadan blok asimetrik blok, iki taraflı blok(Becer, 2006: 193). Web sayfaları tasarımında bir diğer önemli etken ise renktir.

RENK:

Renk fiziksel bir oluşum olup ışıkla birlikte var olmaktadır. Duyusal, görsel ve sembolik birçok etkiyi bünyesinde barındırmakta mesaj vermekte, insan psikolojisini ve davranışlarını yönlendirmektedir (Uçar, 2004).

Renk çizimleri ve tipografiyi görünür hale getirir etkisi ile onları ön plana çıkarır. Ekranda renk kullanımının gerekçesi ekranı iyi bir şekilde organize etmektir. Ekranda renk kullanımı pek çok avantaj sağlar bunlar;
Sunulan bilginin başlığını, bölümlerini ana metinden farklı göstermek;
Belli bir bilginin üzerine yoğunlaşmak:

Bilginin sınıflandırılması: Bilginin sayıca fazla değerlerini yansıtmak için kullanılır. Örneğin sıcaklık artışını sembolize eden sarıdan kırmızıya doğru bir renk geçişi kullanılır (Şener, 1997:50).

Tüm grafik tasarım ürünlerinde olduğu gibi web sayfalarında da rengin kullanımında dikkat edilmesi gereken hususlardan biride rengin görsel derinlik problemini çözebilmesi için olumlu sonuçlar doğurduğudur. Tüm renklerin tonlarının yanı sıra yoğunlukları da birbirinden farklıdır. Tasarımda renk ve yazının birlikte kullanımında bu denge önemlidir. Zemin ve yazı renklerini dengelerken birinin değeri düşürülerek koyulaştırılması , diğerinin rengi ise yumuşatılıp ön plana çıkarılması ile okuma kolaylaşacaktır. Harflerin renk yoğunlukları, bazen tasarımda gözü yorar(Turgut, 2004: 76).

İnternet sayfasının kullanılabilirliğini artırmak için konusuna göre kimi zaman sıcak kimi zaman soğuk, kimi zamanda kontrast renkler kullanılır.

Ayrıca kullanılan renklerin insanda çağrıştırdığı anlamlarda dikkate alınır.

Kırmızı: tehlike, alarm, sıcak.

Yeşil: doğa, temiz çevre

Turuncu: dikkat

kahverengi: dünya

Mavi: güvenilir, soylu, sakin

beyaz: saflık, temizlik

Sarı: sadakat, eğlence

siyah:

gizemli,

şeytani(Becer, 2006, s.57).



ULUSLARARASI HAKEMLİ TASARIM VE MİMARLIK DERGİSİ
INTERNATIONAL REFEREED JOURNAL OF DESIGN AND ARCHITECTURE

Ocak / Şubat / Mart / Nisan 2014 Sayı: 01 Cilt: 01 İlkbahar Dönemi
January / February / March / April 2014 Issue: 01 Volume: 01 Spring Semester
ID:18 K:17

www.mtddergisi.com

Web sayfalarında kullanılacak arka plan renklerini seçerken, ön planda yer alacak yazıların okunurluğunu azaltmayacak görsel karmaşaya kombinasyonların kullanılmasına dikkat edilmelidir. Web sayfalarının tasarımında RGB renk modeli kullanılmaktadır. Bu tanımın sebebi red, green, blue (red, green, blue) renklerinin kullanılmasından beyaz rengin elde edilmesidir (Şener, 1997: 51).

FOTOĞRAF VE RESİM UYGULAMALARI:

İnternet üzerinde www sayfaları tasarlamak üzere kullanılan özel programlama dilinin adı HTML'dir. Html iki boyutlu grafik nesnelere ekrana gelmesine, birbiri ile ilişki kurmasına izin vermektedir. Grafik tasarımın internette önem kazanması ile html standartları da yükselmektedir (Turgut, 2004:21).

www sayfalarında kullanılan gif(graphic image file format) ve jpeg (joint photographic experts group) olarak adlandırılan iki temel grafik dosya formatı vardır. Bu formatlar internet ortamında kullanılan fotoğraf ve resimler için kullanılır. Görüntü kalitesi açısından foto-realistlik çalışmalarda jpeg, basit çizimlerde ise gif dosya sıkıştırma formatı tercih edilmektedir(Codur, 2005: 64).

Gif dosya formatı resim ya da fotoğrafta yer alan renk adedini 256 kadar indirir. 256'lık bir resmin tanımlana bilinmesi için her piksel için 8 bit gerekmektedir. Ayrıca gif fon desenlerinin oluşturulmasında en çok tercih edilen formattır. Hareketli gif olarak adlandırılan bazı animasyonlar da kullanılmaktadır. Jpeg ise sıkıştırma formatı olup fotoğrafın ölçüsünün değişmesinin yanında görüntü kalitesi de düşmektedir. Ancak internet sayfalarının ölçülerinin küçüklüğü sebebi ile bu format internet için uygun görülmektedir (Şener, 1997: 57).

BUTONLAR:

İnternet sayfaları arasında görsel birliktelik kurması amacı ile kullanılan butonların bir diğer özelliği de o anki durum hakkında görsel ipuçları vermeleridir(Turgut, 2004:39). Butonların bir diğer adı da ikonlardır. Butonların sayfa üzerindeki diğer resim ve grafiklerden ayırt edilmeleri için;

- Düğme olduğuna referans verecek formlar
- Dokunulduğu anda renk yâda çerçeve olarak değişiklik göstermesi öngörülür

Tipografinin bilgisayarda kullanılması ile terminoloji bir miktar değişmiştir. İnternet ile interaktif ara yüz tasarımları hedef kitle tarafından tercih edilir hale gelmiştir. Bu sebeple grafik tasarım



ULUSLARARASI HAKEMLİ TASARIM VE MİMARLIK DERGİSİ
INTERNATIONAL REFEREED JOURNAL OF DESIGN AND ARCHITECTURE

Ocak / Şubat / Mart / Nisan 2014 Sayı: 01 Cilt: 01 İlkbahar Dönemi
January / February / March / April 2014 Issue: 01 Volume: 01 Spring Semester
ID:18 K:17

www.mtddergisi.com

öğeleri ara yüz tasarımlarının etkili kullanımını sağlaması açısından önemlidir. Sayfada kullanılan sözcük, satır ve boşluklar görsel ve işlevsel olarak uygun düzenlenmelidir. Tasarım estetik olarak da bir bütün olarak kullanılmalı ve gözü yormamalıdır. Tipo grafik elemanlar slogan, başlık, alt başlık olarak önem sırasına göre belli büyüklüklerde verilmelidir. Sayfada kullanılan renklerin hedef kitlenin algısını etkilediğini de unutmamak gerekir. Tasarımda kullanılan renkler, tipografi ve butonlar sayfayı net algılanır hale getirmelidir. Renklerin hedef kitle üzerinde psikolojik bir etkisi olduğu bir gerçektir. Bu nedenle ara yüz tasarımları renkleri konuya göre seçilmeli, kullanıcı sayfa içerisinde gezerken görsel ve işitsel araçlarla tutarlı ve basit bir şekilde bir diğer sayfaya geçebilmelidir. Ara yüz tasarımları kullanıcının nereden nereye geçip nasıl döneceği konusunda basit ve anlaşılır bir kurguya sahip olmalıdır. Sayfa tasarımında dil birliği sağlanabilmek için kullanılan renk, tipografi açısından sıralı bir düzen oluşturulmalıdır.

SONUÇ:

Kitle iletişim araçlarının arasında internetin kendine özgü yapısından dolayı farklı bir konumu vardır. İnternet bilginin farklı biçimlerde sunulabildiği ve yeniden üretilen bir ortam durumuna gelmiştir. Hem de reklâm/ alışveriş

sektörünün ilk adresi durumuna gelmiştir. İnternet global yapısı sebebi ile çevirim içi olarak tüm ülke ve şehirlerdeki insan grup ve iş alanları ile iletişim sağlamaktadır. Tüm bu sebeplerden ötürü internet etkileşimli, özgür, demokratik ve serbest kitle iletişimi sağlayan bir araç haline gelmiştir. İnternet etkileşimli katılımcılığı artıran bir alan olarak giderek büyümektedir. Bu durum internet siteleri ne de giderek önem kazandırmaktadır. Tüm gelişmeler grafik tasarım grafik tasarım elemanlarının önemini yakından ilgilendirmektedir. Grafik tasarımcı tarafından temel tasarım kriterleri tüm sitelerde verilen tanıtım ve reklâm hizmetlerinin kalitesini artırmak amacıyla kullanılmaktadır. Sonuç olarak grafik tasarım elemanlarının internet sayfalarında kullanımı ile mesajın denetlenmesi, düzeltilmesi, hedef kitle tarafından alınmasının daha kolay olacağı düşünülmektedir. Ayrıca grafik tasarım elemanları afiş, broşür gibi basılı materyallerde uygulanabilirliğinin yanı sıra kullanıcı dostu ara yüzlerde kullanımı sınanarak temel tasarım öğelerinin etkili kullanımının tasarımın nitelik ve niceliğine etkisinin gereği global geçerliliğini koruduğu sonucuna varılmıştır.

ÖNERİLER:

- Kullanıcı dostu ara yüzlerin tasarımlarında temel tasarım kriterlerine dikkat edilmelidir.



ULUSLARARASI HAKEMLİ TASARIM VE MİMARLIK DERGİSİ
INTERNATIONAL REFEREED JOURNAL OF DESIGN AND ARCHITECTURE

Ocak / Şubat / Mart / Nisan 2014 Sayı: 01 Cilt: 01 İlkbahar Dönemi
January / February / March / April 2014 Issue: 01 Volume: 01 Spring Semester
ID:18 K:17

www.mtddergisi.com

- İnternet sayfaları tasarımları profesyonel tasarımcılar tarafından yapılmalıdır.
- Grafik tasarım elemanlarının geçerliliği her alanda sınırlanmalıdır.

KAYNAKÇA:

AMBROSE, G., HARRİS, P.,(2011). Yaratıcı Tasarımın Temelleri, Çev., Adnan Tepecik ve Murat Devrim Atılğan, İstanbul: Bilnet Matbaacılık.

BECER, E., (2006). İletişim ve Grafik Tasarım, Ankara: Dost Kitapevi.

CODUR, M.B., (2005). T.V. Kanallarının İnternet Sitelerinde Grafik Tasarım Sorunları ve "TV B" İçin Etkileşimli İnternet Sitesi Uygulaması, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Sanat Eseri Raporu.

EVANS, D., (2012). "point of view, internet is everythink" cisco IBSG: 1-9

ÖZÇAĞLAYAN, M., (1998). Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim, İstanbul: Alfa Yayınları.

PEKTAŞ, H., (1987A). "İnternette görsel kirlenme", Tübitak Bilim ve Teknik Dergisi, sayı:400, mart 2001: 72-75.

PEKTAŞ, H., (1987B). "Reklâm Nedir? İşlevi ve Etkileri Nelerdir?" 19 Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 2: 221-222.

SARIKAVAK, N. K., (2004). Çağdaş Tipografinin Temelleri, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

ŞENER, B., (1997). Grafik Tasarımın İnternetteki Yeri ve İşlevi, Yüksek Lisans Sanat Eseri Raporu, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

TURGUT, Ö.,(2004). Banner Reklâmlarının Grafik Tasarım Açısından İncelenmesi, Yüksek Lisans Sanat Eseri Raporu, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

UÇAR, T. F., (2004). Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, İstanbul: İnkılap Yayınevi.



ULUSLARARASI HAKEMLİ TASARIM VE MİMARLIK DERGİSİ
INTERNATIONAL REFEREED JOURNAL OF DESIGN AND ARCHITECTURE

Ocak / Şubat / Mart / Nisan 2014 Sayı: 01 Cilt: 01 İlkbahar Dönemi
January / February / March / April 2014 Issue: 01 Volume: 01 Spring Semester
ID:18 K:17

www.mtddergisi.com

İNTERNET KAYNAKLARI:

(<http://www.internetreklamrehberi.com/internet-reklamciligi-nedir/internet-reklamciligi-avantajlari/> adresinden 22. 05. 2014 tarihinde alınmıştır.

(<http://blog.checkmatetr.com/web-tipografisi-tasarim-ve-css/> adresinden 23. 05. 2014 tarihinde alınmıştır.

<http://helpmerick.com/cut-copy-and-paste-video-tip.htm> adresinden 23. 05. 2014 tarihinde alınmıştır.