

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
GRAFİK ANASANAT DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

130247

**WEB TASARIMINDA HAREKETLİ GÖRÜNTÜNÜN
YERİ VE UYGULANIŞI**

130247

TE. YÜKSEK LİSANS KURULU
DOKÜMENTASYON MERKEZİ

Engin DOĞAN

Danışman
Doç. Dr. H. Yakup ÖZTUNA

Yemin Metni

Yüksek Lisans Tezi / Doktora Tezi / Tezsiz Yüksek Lisans Projesi olarak sunduğum “Web Tasarımında Hareketli Görüntünün Yeri ve Uygulanışı” adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

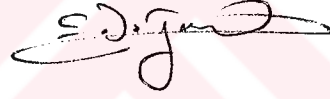
Tarih

08 / 07 / 2003

Adı SOYADI

Engin DOĞAN

İmza



Tutanak*

TUTANAK

Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü' nün 05./08./2003 tarih vesayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'ninmaddesine göre Grafik Anabilim/ Anasanat Dalı Yüksek Lisans /Doktora/ Sanatta Yeterlik öğrencisi Enen Doğan' nin Web Tasarımında Hareketli Görsellerin konulu tezi/projesi Yeri ve Değerleri incelenmiş ve aday 05./08./2003 tarihinde, saat 10...' da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini/projesini savunmasından sonra dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından jüri üyelerine sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin/projenin Basarılı olduğuna oy birliği ile karar verildi.

BAŞKAN

Doc. Dr. H. MAKUR ÖZTUNA

ÜYE

Prof. Dr. Ahmet SİPAHTOĞLU

ÜYE

Doc. Dr. Tefik GÖRGE

* Tutanak metni araştırmacının bölümü, doktora/yüksek lisans ve okula giriş tarihine göre farklı olacaktır.

ÖZET

“Web Tasarımında Hareketli Görüntünün Yeri ve Uygulanışı” adlı bu tez, üç ana bölümden oluşmaktadır. Konuya geçiş niteliği taşıyan ilk bölümde web tasarımının medyasını oluşturan İnternet ve WWW (World Wide Web) kavramlarının tarihsel gelişim süreçleri üzerinde durulmuştur. Bunların iletişim ve bilgi dolaşımındaki yerlerinden kısaca bahsedilmiştir. Ardından ikinci bölüme geçilmiştir.

İkinci bölümde web tasarımının aşama ve ilkeleri üzerinde durulmuştur. Bu bölümde, web tasarımına genel bir giriş yapılmış ve bölüm; web site tasarımı, web sayfa tasarımı ve web tasarımında dikkat edilmesi gereken önemli kriterler olmak üzere üç başlık altında incelenmiştir. Web site tasarımında, site yapıları ve bağlantıları; web sayfa tasarımında, sayfa tasarımda görsel hiyerarşi ve sayfa tasarım öğelerinden tipografi, renk ve web grafik formatları; web tasarımında dikkat edilmesi gereken önemli kriterlerde de tasarım yapılırken, üzerinde durulması gereken birkaç önemli nokta anlatılmaya çalışılmıştır. Bu bölüm, üçüncü bölümde incelenecek olan web tasarımında hareketli görüntü kavramının, tasarımdaki yeri ve uygulananışının daha iyi kavranması açısından açıklayıcı bilgiler içermesi ve temelleri oluşturması nedeniyle daha geniş tutulmuştur.

Tez konusunun ele alındığı üçüncü bölümde hareketli görüntünün, web tasarım kuralları, web sayfası ve hareketli görüntü ilişkileri, web sayfa düzenlenişi ve hareketli görüntü kısıtlama ve zorunlulukları doğrultusunda yeri ve ne şekilde/ne kadar uygulanması gerektiği, bitmap ve vektörel animasyon, sayısal video ve hareketli banner’lar incelenmiştir.

Araştırma konusu “Web Tasarımında Hareketli Görüntünün Yeri ve Uygulanışı” olduğu için inceleme ve çözümlemeler şekil ve resimlerle örneklendirilerek zenginleştirilmeye çalışılmıştır.

ABSTRACT

This M.A. Thesis entitled “The Function and Application of Motion Graphics in Web Design” is in three chapters. The first chapter, which is an introduction to this complex subject, the emphasis is given to the historical development processes of internet and the WWW (World Wide Web) which compose the media of today’s web design. The functions of these two in the communication and information exchange world are briefly stressed and discussed.

The second chapter, deals with the fundamental concepts and phases of web design; after a general introduction, the web site design is examined under three headings: web site design, web page design and the criterias that must be taken in to account when designing such as a material. In web site design, site structures and connections; in web page design, visual hierarchy, typography, colour and web graphic formats; in the criterias of web design, few important issues that need to be stressed are discussed in detail. This second chapter is spread out more evenly, so that the concept of motion graphics in web design that is to be examined in the third part of the thesis can be grasped more easily by the interested reader.

In the third chapter of the thesis, the complex motion graphics field is tackled from the wiew points of basic web design rules web page design and its connection to the motion graphics, composition of the web page design and the necessities and the restrictions of motion graphics and how much or less it needs to be applied and the bitmap and the vectoral animation, digital video and animated banners. Each of these are explained and examined in detail.

Because the subject of research in the thesis is “The Function and Application of Motion Graphics in Web Design”, all the research/examination and analysis topics and headings are introduced with relevant plates and illustrations.

İÇİNDEKİLER

WEB TASARIMINDA HAREKETLİ GÖRÜNTÜNÜN YERİ VE UYGULANIŞI

YEMİN METNİ	iii
TUTANAK	iv
Y.Ö.K. DÖKÜMANTASYON MERKEZİ TEZ VERİ FORMU	v
ÖZET	vi
ABSTRACT	vii
İÇİNDEKİLER	viii
ŞEKİL LİSTESİ	x
ÖNSÖZ	xi
GİRİŞ	xii

BİRİNCİ BÖLÜM İNTERNET VE WWW (WORLD WIDE WEB)

1.1	İletişim ve İnternet	1
1.2	Dünyada İnternet ve İnternetin Tarihçesi	3
1.3	İnternetin Çalışma Yapısı	6
1.4	WWW (World Wide Web)	9
1.4.1	Web'in Kullanıcıya Sunduğu Olanaklar	10

İKİNCİ BÖLÜM WEB TASARIMININ AŞAMA VE İLKELERİ

2.1	Genel Olarak Web Tasarımı	14
2.2	Tasarımın Amacı ve Amaca Yönelik Stratejiler	17
2.3	Arabirim (Arayüz) Tasarımı	20
2.4	Web Site Tasarımı	24
2.4.1	Site Bilgi Mimarisi ve Site Yapıları	25

2.5	Web Sayfa Tasarımı	33
2.5.1	Sayfa Tasarımında Görsel Hiyerarşi	34
2.5.2	Sayfa Tasarım Öğeleri	39
2.5.2.1	Web’de Tipografi	39
2.5.2.2	Renk	44
2.5.2.3	Web Grafik Formatları	45
2.5.2.3.1	GIF Dosyaları	46
2.5.2.3.2	JPEG Dosyaları	47
2.5.2.3.3	PNG Dosyaları	47
2.6	Web Tasarımında Dikkat Edilmesi Gereken Önemli Kriterler	48
2.6.1	Ölçeklenebilirlik	48
2.6.2	Sayfa Ağırlığı Ve Okunabilirlik	49
2.6.3	Hedef Kitleyi Tanımak	49
2.6.4	Kullanışlılık	50

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

WEB TASARIMINDA HAREKETLİ GÖRÜNTÜNÜN YERİ VE UYGULANIŞI

3.1	Web Tasarımı Kriterleri ve Hareketli Görüntü İlişkisi	51
3.2	Web Tasarımında Çoklu Ortam	56
3.2.1	Bitmap Animasyon (GIF Animasyonu)	58
3.2.2	Vektörel Animasyon	59
3.2.3	Sesli Görüntü Tasarımı	60
3.2.4	Sayısal Video	61
3.3	Bannerlar	63
3.3.1	Durağan Bannerlar	64
3.3.2	Hareketli Bannerlar	64
3.3.3	Etkileşimli Bannerlar	66
SONUÇ		67
KAYNAKLAR		71
KISALTMALAR		75

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: İletişim Süreci.....	1
Şekil 2: Siteler arası bağlantı.....	21
Şekil 3: Ölü Sayfalar.....	21
Şekil 4: Web sayfasının ekranda görünümü.....	23
Şekil 5: Web sitesinde hiyerarşik düzen.....	27
Şekil 6: Düzensiz bir site yapısı.....	28
Şekil 7: Çok geniş ve tekdüze bir site oluşumu.....	28
Şekil 8: Derin site yapısı.....	29
Şekil 9: Dengeli bir menü yapısı.....	30
Şekil 10: Ardışık bağlantılı site yapısı.....	31
Şekil 11: Grid bağlantılı site yapısı.....	31
Şekil 12: Hiyerarşik bağlantılı site yapısı.....	32
Şekil 13: Ağ bağlantılı site yapısı.....	32
Şekil 14: Görsel tarama ve sayfa yapıları.....	36
Şekil 15: Sayfa içi düzende görsel hiyerarşi.....	37
Şekil 16: Web Sayfaları için görüntülenebilir ve basılabilir alanlar.....	38
Şekil 17: Grid düzeni.....	39
Şekil 18: Düzenli ve Düzensiz tasarlanmış sayfalar.....	39
Şekil 19: Yazının statik ve dinamik yapısı.....	42
Şekil 20: Fontların, farklı bilgisayar ortamlarındaki boyutları.....	43
Şekil 21: Windows ve Macintosh bilgisayarlarının standart fontları.....	43

ÖNSÖZ

“Web Tasarımında Hareketli Görüntünün Yeri ve Uygulanışı” konulu yüksek lisans tezimi hazırlamamdaki amaç, henüz yeni bir alan olan web tasarımı konusunda araştırma yapmak ve konuya ilgi duyan diğer kişilerin de başvurabilecekleri bir kaynak ortaya koyabilmektir. Bu amaçla yaklaşık üç yıldır geliştirdiğim düşüncelerimi, kapsamlı bir literatür incelemesi ile örnekleriyle beraber aktarmak istedim.

Çalışmalarım sırasında desteğini başından beri sürdüren başta danışmanım ve hocam Doç. Dr. H. Yakup Öztuna olmak üzere Dr. Ahmet Erinaç’a sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Aynı zamanda gerek lisans gerek de yüksek lisans eğitimim boyunca üzerimde çok emeği olan Bölüm Başkanımız Prof. Dr. Ahmet Sipahioğlu, değerli hocalarım Prof. Gören Bulut, Prof. Ulufer Teker’e de şükranlarımı sunmak istiyorum. Ayrıca ilgisini ve desteğini eksik etmeyen hocam Öğr. Gör. Cahit Onur’a, hazırlık aşamalarında bana yardımcı olan değerli arkadaşlarım Arş. Gör. Tuğcan Güler ve Öğr. Gör. Ömer Durmaz’a, ekibimizin yeni üyesi arkadaşım Arş. Gör. Betül Uslu’ya da aynı zamanda moral desteğinde bulundukları için sonsuz teşekkürlerimi iletiyorum.

Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi’ni yarıda bırakarak başladığım Güzel Sanatlar yaşantım boyunca, bulunduğum yere gelmemde her zaman en büyük desteği gördüğüm aileme de ne kadar teşekkür etsem azdır. İşte bu noktada, elinizdeki bu tez, salt bir akademik çalışma olmaktan çıkıp ailem için değerli bir armağana dönüşmektedir.

Öğrencilik ya da öğretmenlik olsun, tüm hayatım boyunca bana destek olan, adını burada anmadığım herkese benzer duygularla teşekkür ediyorum.

GİRİŞ

Biz insanlara kendimizi, birdenbire gezici bir bilgi toplayıcısına dönüştürebiliriz; böylesi aranı, böylesi bilgileniş, böylesi alan uzmanlaşmacılığından yakayı kurtarıp yaşanmamıştır bugüne dek – üstelik bütün toplumsal sürece böylesi katılım da; bunun nedeni, elektriği kullanarak, insani olan her bilgiyi anında birbirine bağlayıp, merkezi sinir sistemimizi küresel boyutlara ulaştırabilmemizdir.

Herbert Marshall MCLUHAN, Understanding Media 1964

60'ların sonunda ilk kez Amerika'da savunma amaçlı başlayan internet iletişimi, binlerce kilometreyi aşarak yeni çağın iletişim medyası olarak işyerlerimizdeki ve evlerimizdeki yerini süratle almaya başlamıştır.

İlk olarak, 1945 yılında Vannevar Bush adlı bir bilim adamı, düşünce olarak hipermetin (HyperText) temeline dayanana ve günümüzde web gezintisi yaptığımız bilgisayara benzeyen, "memex" adını verdiği bir iletişim aygıtı tasvirlenmişti. 1960'lı yıllara gelindiğinde, On-Line System (NLS) adını verdiği bir sistem, Douglas Engelbart isimli bilim adamı tarafından geliştirdi. Aynı zamanda, "Xanadu" adı verilen web benzeri bir proje üzerinde de, hipermetin fikrinin babası sayılan Ted Nelson, çalışmalar yapmaya başlamıştı. Yapılan bu çalışmalar, günümüz World Wide Web'ine esin kaynağı olması bakımından önemli kilometre taşları sayılmaktadırlar.¹

Daha sonraki yıllara bakıldığında, ABD Savunma Bakanlığı'nın 1969 yılında görevlendirdiği ARPANET tarafından, web benzeri yapıya sahip bir sistem oluşturduğu görülmektedir. internet alt yapısıyla ilgili çalışmalar ve protokollerin geçen yıllar içinde son hızla hayata geçirildiği görülmektedir. internet'e bağlı bilgisayar sayısı, 1989 yılına gelindiğinde neredeyse 100.000 rakamına ulaşmıştı. Bu yıl, web için doğuş yılı olmaktadır. World Wide Web'in temellerini ilk olarak, CERN'de (European Organization for Nuclear Research) çalışan, Tim Berners-Lee

¹ <http://www.w3.org/History.html>

isimli bir bilim adamı tarafından atılmıştır. Amacı, dünyadaki tüm bilim adamlarının aralarında bilgi alış-verişi yapabileceği, hipermetin tabanlı bir bilgi sistemi geliştirmektir. Onun öncülüğünde, CERN'deki bilim adamlarının çalışmaları meyvesini vermiş ve 1990 sonbaharına doğru, ilk salt-metin inceleyiciler geliştirilmiştir. Aynı yıl, HTTP (Hyper Text Transfer Protokol) adı verilen, HTML belgelerinin uzaktaki bilgisayarlara aktarılabilmesi amacıyla yeni bir protokol geliştirilmiştir. Çalışmalar için oluşturulan hipermetin dosyaları ise; Tim Berners-Lee'nin önerdiği, öğrenilmesi ve kullanımı son derece kolay bir dil olması nedeniyle, kısa sürede Web'in temel biçimlendirme dili haline gelecek olan ve HTML (HyperText Markup Language) adı verilen, bir biçimlendirme dili kullanılarak oluşturulmuştur.

1993'e gelindiğinde, internete bağlı bilgisayar sayısı 1.000.000 (bir milyon) civarındaydı ve sadece 50 (elli) web merkezi bulunmaktaydı. Ancak henüz, web'in yaygınlaşması için gerekli şartlar, daha tam anlamıyla oluşmamıştı. O yıl, Web için tarihsel bir dönüm noktası sayılabilecek bir şey gerçekleşti; NCSA'da çalışan Marc Andreessen ve Eric Bina isimli bilim adamları, "mouse imlecini götür ve tıkla" özelliği taşıyan, "MOSAIC" adını verdikleri ilk grafiksel tarayıcıyı geliştirdiler. Bu sayede, Web'in grafiksel yönünden yararlanabilmenin yolu açılmıştı. 1994 yılı içerisinde, bu iki bilim adamı tarafından Netscape şirketi kurularak, "Netscape Navigator" adlı web tarayıcısının ilk versiyonu kullanıma sunulmuştur. Bu alandaki gelişmeler, Web'e kazandırılan grafiksel yetenekler sayesinde olmuş ve web olağanüstü bir ilgi görmeye başlamıştır. Günümüze dek geçen sürede, olağanüstü gelişmelerle web; İnsan yaşamındaki yerini giderek sağlamlaştırmaya devam etmektedir.²

İnternetin ilk ortaya çıkış amacı olan savunma ve üniversitelerarası bilgi akışı-eğitim, dünyadaki gelişimiyle ve teknolojinin ilerlemesiyle büyük bir değişim göstermiş; bilgi alışverişinin yanı sıra, eğlence, ticaret vs. gibi gündelik yaşamla daha yoğun bir etkileşime girmiştir. Bu da insanla ve sosyal yaşamla ilgili pek çok iş kolunun, tabi ki bunların başında da insan ihtiyaçlarının giderilmesinde ve

² <http://www.w3.org/History.html>

yönlendirilmesinde en önemli rolü oynayan Grafik Tasarımın, bu yeni sanal dünyaya yönelmesine neden olmuştur.

Grafik tasarım iletişim medyasında kendine yeni bir kol yaratmış ve Web Tasarımcılığı adında yeni bir tasarım alanı ortaya çıkacaktır. Elbette bu da beraberinde yeni kaygıları ve kuralları getirecektir. Bu yeni tasarım alanı hem bulunduğu ülkede hem de uluslararası alanda kendince bir web tasarım dili yaratma çabasına girecektir.

Web, ilk gerçek küresel ortamdır. Web sadece sınırlar değil, kültürler arasında da serbestçe akar. Bütün web sayfalarına dünyanın herhangi bir yerinde internet'e bağlı olan bütün bilgisayarlardan erişilebilir. Gerçi içerik genellikle yerel ve belirli bir dildedir ama, çevrimiçi hareketli grafik tasarımcısının dili böyle bir tercüme gereksinimini ortadan kaldırabilir.³

Bu gelişmekte olan medya ortamında hareketli görüntüler (grafik, resim, video vb.), sayfa tasarımlarında nasıl ve nerede kullanılacağı, sayfanın yöneldiği hedef kitlenin beklentilerini ne ölçüde karşılayabilir nitelikte olduğu ve dikkatini nasıl yönlendireceği, sayfanın erişim hızı, işlevsellik ve kullanılabilirlik açısından tasarımcıya çözmesi gereken bir problemler yumağı sunacaktır. Grafik tasarımın tüm uygulama medyalarında olduğu gibi bu yeni medyanın da, teknik anlamda olsun, tasarım anlamında olsun birbiriyle bağlantılı kuralları vardır. Bu kurallarda, ne denli etkileyici ve alıcı olursa olsun, tasarım bütünü içinde hareketli görüntülerin kullanım yeri ve uygulamalarına belli ölçütlerle sınırlamaktadırlar.

İnternetin etkileşimli ortamının, bu alandaki grafik tasarımcıları, web tasarım ilkelerine uygun, hareketli dijital görüntüleri yaratma sorunlarını bilgiyle çözmek zorundadırlar. Bu bilgiler doğrultusunda, hareketli görsellerin, tasarımda ne gibi roller üstlenmeleri ve tasarımcıların bu görüntüleri doğru bir şekilde kullanmaları gerektiğinin altını çizmek; site ziyaretçilerini sıkmadan ve kaçırmadan, tasarlanmış

³ Hillman Curtis, **Flash Web Tasarımı**, Alfa Yayınları, İstanbul, 2002

olan site ya da sayfa içinde nasıl tutabileceklerinin yöntemlerini ortaya çıkarmak, çalışmanın temel amacını oluşturacaktır.

Günümüzde web tasarımı alanında hareketli görüntülerin kullanımı, önemli bir tartışma ortamı yaratmaktadır. Bu tartışmaların temelinde, bilgiye çabuk erişim, kullanıcının beklentilerine uygun cevaplar verebilme tasarımıda ön sıraları almaktadır. Hareketli görüntüler, sayfa yükünü ağırlaştırması ve tasarımıda dikkat odağını dağıtması nedeniyle eleştiri almaktadır. Ancak yerinde ve doğru kullanılan hareketli görseller, hareketin yapısından kaynaklanan etkiler nedeniyle (yavaş hareketlerin dramatik, aniden hızla geçen öğelerin acil mesajı vermesi gibi) ilettiği mesajla ziyaretçileri yakalama ve site içine çekmede oldukça başarılı olabilmektedirler.

Üzerine kurulduğu teknik alt yapının yeniliği nedeniyle, daha sınırları yeni yeni belirginleşmeye başlayan web tasarım ilkeleri; tasarım amaçları, hedef kitle ve ziyaretçi profillerinin belirlenmesi, kullanılabilirlik, sadelik, ölçeklendirilebilirlik gibi temel vazgeçilmezleri nedeniyle tasarım içerisinde hareketli görüntü kullanımına sınırlamalar getirmektedir. Tasarım ilkelerinin ortaya koyduğu bu sınırlamalar, grafik tasarımcısının alıştığı ve daha özgür davranabildiği diğer medyalardan (masaüstü yayıncılık gibi) bu alana geçerken; karşılaşabileceği tasarım problemlerinden birine dikkat çekerek, tasarımcının, işin başında web tasarımının aşama ve ilkelerini kavrayarak daha doğru bir yol izlemesine yardımcı olmak ve düşeceği hatalar konusunda uyarmak adına, web tasarımının doğuş ve gelişim evreleri üzerinde araştırma boyunca yoğunlukla durulması, web tasarımı açısından bu çalışmanın önemini göstermektedir.

Çalışma; bu yeni medyanın tarihsel gelişimi -ki oldukça yenidir- ve küresel bilgi dolaşımına katkılarına kısaca değinilmiş; çalışmanın omurgasını oluşturan (ve hareketli görüntülerin tasarımıdaki yerini ve uygulama sınırlarını belirleyen) web tasarımı aşama ve ilkeleri, grafik tasarım ilkeleriyle harmanlanmış; amaca uygun hazırlanan plan doğrultusunda, hareketli görüntülerin, tasarım ilkelerine bağlı olarak

web tasarımındaki yeri ve ne şekilde/ne kadar uygulanması gerektiği incelenerek sınırlandırılmıştır.

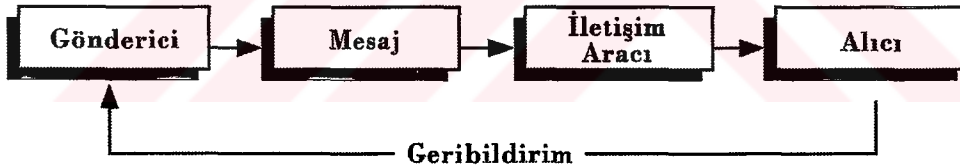


BİRİNCİ BÖLÜM

İNTERNET VE WWW (WORLD WIDE WEB)

1.1.İletişim ve İnternet

İletişim, gönderici ve alıcı olarak adlandırılan iki insan ya da insan grubu/kitlesi arasında gerçekleşen bir duygu, düşünce, davranış ve bilgi alışverişi olarak tanımlanabilir.¹ Bu olgu, günümüz insanının yaşamında, kendine vazgeçilmez bir yer edinmiştir. Geçmişten bu yana iletişim, teknolojinin gelişimine de bağlı olarak, posta, telgraf, telefon, yazılı basın, radyo, televizyon gibi araçlarla çeşitli gelişimler ve değişimler göstermiştir. Çoğu zaman bunlar, birbiri üzerine eklenen ya da olan birşeyin yerine geçen basamaklar olmuşlardır. Ancak insanlar, bu gelişim ve değişimlere çok önemli olsalar da olmasalar da uyum sağlamakta fazla zorlanmazlar; bazen bir süre yadırgansa da, bir süre sonra becerileri ölçüsünde yeniliği benimsemektedirler. Teknolojik gelişimler, insan hayatına hergün bir başka yeniliği sokmaktadır. (Şekil 1)



Kaynak: Becer, 1997, 14.

Şekil 1: İletişim Süreci

20.yy'ın sonunda, bilgi kullanımı konusunda büyük bir birikim edindik. Onu sayısal biçimde nasıl sıkıştıracağımızı, uydu iletişim ve yeryüzü yayınları yoluyla her eve nasıl göndereceğimizi, insanların anlayabileceği söz, resim, diyagram ve filmlere, baskı ve müziğe nasıl düşündürüp paketleyebileceğimizi öğrendik. Telefon, videofon, fax ve bilgisayar ağı gibi,

¹ Emre Becer, **İletişim ve Grafik Tasarım**, Ankara, Dost Kitabevi Yayınları, 1997, s.11.

tüm dünyadaki bilgilerin insanlar arasındaki değiş tokuşunu gerçekleştiren iletişim sistemleri geliştirdik; iklimde ve hava durumundaki değişimleri, yeryüzündeki toprağın kullanılışını ve öbür küresel etkinlikleri uzaydan izleyerek kaydeden makineler keşfettik; şimdi ise yüzyüze bulunduğumuz sayısal medya devrimiyle, bütün tarihimizle ilgili birikmiş ve kaydedilip saklanmış olan bilgi ve belgelere erişmemizi sağlayacak sistemler geliştiriyoruz.²

(...)Bugün bilgi alma ve gönderme olanağını her eve, hatta her cebe ulaştırabilecek mükemmel sistemler konusunda, her zamankinden daha güçlü biçimde, teknolojik ve ticari dürtülerin altındayız.³

İletişim alanında, çağımızın son yıllarına damgasını vuran en önemli yenilik “İnternet” olmuştur. İnternet, insanlığın yıllar boyu alışık olduğu biçimde yaşamını sürdürdüğü; eğitime, bilgi alma, eğlenme, ticaret yapma, alışveriş ve ticaret yapma, bankacılık işlemleri ve bunlara benzer, kapsamı her gün gelişen ve değişen alanlarda değişiklik getirmiştir. Bunun en önemli unsurları etkileşim ve özgürlüktür. Bu, karşılıklı haberleşebilmek, birşeyleri başkalarıyla paylaşabilmek, zaman sınırlaması olmaksızın değerlendirebileceği bir ortamda ve sınırsız seçenek içinde alışveriş, bankacılık gibi gereksinimleri karşılamak ve bütün bunları yaparken de dil, ülke, milliyet ve coğrafi konum gibi kavramlarla sınırlandırılmamış olabilmektir. Bu içeriğiyle İnternet, özgür bir iletişim aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. İnternet kişilere ve kitleye diğer iletişim araçlarına göre daha başarılı bir şekilde ulaşabilmektedir. Ayrıca, gereken doğru bilgiye ulaşarak daha iyi bir seçim yapabilme ve başkaları tarafından alınan kararlarda etkili olabilmeyi sağlayarak, bir anda herkesi güçlendirmiştir.⁴

Bütün bu değişiklikler çok kısa bir süre önce başlamasına rağmen, görünen o ki Enformasyon Çağı'nın çocukluk devri kısa sürecektir.

² Bob Cotton & Richard Oliver, **Siberuzay Sözlüğü / Resimli Terimler Sözlüğü: Multimedyaadan Sanal Gerçekliğe**, çevirenler: Özden Arıkan & Ömer Çendeoğlu, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1997, s.7.

³ Cotton & Oliver , a.g.e., s.8.

⁴ Aslan İnan, **İnternet El Kitabı**, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2001, s.5-6.

*1990'ların başlarında interneti sadece birkaç bin üniversite araştırmacısı, teknoloji tutkunları ve savunma sektöründe çalışanlar kullanıyordu. Günümüzde sadece ABD'de 100 milyonunun üzerinde birey internet kullanmaktadır. En çok da arkadaşlara e-posta göndermek, hisse senedi fiyatlarını öğrenmek, okul ödevleri için araştırma yapmak, oyun oynamak veya spor haberlerini öğrenmek için. Bazıları da diğer insanlarla topluca veya bireysel olarak sohbet ediyor.*⁵

Sahip olunan bu yeni iletişim aracı sayesinde yazılı metin, ses, resim ve hareketli görüntü kullanarak diğer insanlarla ve topluluklarla etkileşime geçebilmektedir. Bu, bugüne kadar diğer iletişim araçlarının sağlayamadığı ölçüde bir rahatlık ve neredeyse diğer tüm araçları bünyesinde toplayan bir ortam oluşturmaktadır. Ve internet kullanımı büyük bir hızla yaygınlaşmakta, teknolojik ilerlemeler doğrultusunda gelişmektedir.

*Gutenberg'in matbaayı bulmasından bu yana kitle iletişimindeki en büyük ilerleme internettir. Fakat internetin uzun vadeli etkileri bilinmezliğini koruyor.*⁶

1.2.Dünyada İnternet ve İnternetin Tarihçesi

*"İnternet, birden fazla haberleşme ağının (network), birlikte meydana getirdikleri bir iletişim ortamıdır (platformdur). Bu iletişim ağları, bilgisayarlar ile oluşturulmaktadır. Diğer bir deyişle, İnternet bilgisayarlar arasında kurulmuş bulunan bir haberleşme ağıdır."*⁷ Bu haberleşme ağı sayesinde, bilgisayar karşısında oturarak dünyanın farklı yerlerindeki üniversitelere, kütüphanelere, müzelere, bilgi bankalarına ulaşılabilir. Elektronik posta (e-mail) aracılığıyla da, dünyanın neresinde olursa olsun, telefon kadar hızlı ve postadan ucuz haberleşme sağlanabilmektedir.

⁵ Tom Murphy,, **Web Kuralları**, çeviren:İnci Berna Kalınyazgan, Ankara, MediaCat Kitapları, 2000, s.13.

⁶ Murphy , a.g.e., s.32.

⁷ www.superonline.com/rehber/

Amerika Birleşik Devletleri'nde Savunma Bakanlığı'nın, bünyesindeki - haberleşme kanallarının kullanılmayacak şekilde tahrip edilmesi halinde bile, Başkanlıktan balistik füze üslerine gerekli emirlerin verilmesini ve savaşın kontrol edilmesini sağlayacak bir haberleşme sistemi yaratılması için kurulmuş olan- ARPA'ya (Advanced Research Project Agency), çeşitli merkezlere bağlanmanın en iyi yolunu bulma emrini vermesiyle internetin ilk kuruluş çalışmaları başlamıştır.⁸

(...)1969'da çeşitli bilgisayar birimlerini ve askeri araştırma projelerini desteklemek için, Savunma bakanlığı ARPANET adındaki paket anahtarlama ağı oluşturmaya başladı. Bu ağ, ABD'deki üniversite ve araştırma kuruluşlarının değişik tipteki bilgisayarlarını da içererek büyüdü. 1973 yılında, ağ için bir protokol seti geliştirmek amacıyla Stanford Üniversitesinde -daha sonra BBN'in ve University College, London'un dahil olduğu- bir "İnternetworking" projesi başlatıldı. 1978'e kadar 'İletim Kontrol Protokolü'nün (TCP-Transmission Control Protocol) dört uyarlaması geliştirildi ve denendi. 1980'de bu küme sabitleşti ve ARPANET'e bağlı bilgisayarlar arasındaki iletişimi kolaylaştırdı. 1983'te tüm ARPANET kullanıcıları İletim Kontrol Protokolü/İnternet Protokolü (TCP/IP-Transmission Control Protocol/Internet Protocol) olarak bilinen yeni protokole geçiş yaptılar. O yıl TCP/IP, ARPANET'i de içeren ABD Savunma Bakanlığı İnternet'inde kullanılmak üzere standartlaştırıldı.

ARPANET, Haziran 1990'da kullanımdan kaldırıldı. Yerini ABD, Avrupa, Japonya ve Pasifik ülkelerinde ticari ve hükümet işletimindeki omurgalar (Backbone) aldı. ARPANET'in kaldırılmasına rağmen, TCP/IP kullanılmaya devam etti.⁹

"1990'ların başında Wais, Gopher ve Web gibi internet servisleri açıklandı ve sonra Gopher, sağladığı imkanlar ve kullanım kolaylığı nedeni ile, İnternetin

⁸ Aslan İnan, **İnternet El Kitabı**, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2001, s.2

⁹ Mehmet Özçağlayan, **Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim**, İstanbul, Alfa Basım Yayım Dağıtım, 1998, s.134.

yaygınlaşmasını sağladı.”¹⁰ İnternet, bilginin aktarılmasında ve paylaşılmasında sağladığı kolaylıklar nedeniyle, hızla ticari bir ağ şeklini almış; yaşam biçimimizi ve kültürümüzü de değiştirmeye başlamıştır.

Tüm dünyada bir çığ gibi büyüyen ve günümüzün en önemli iletişim araçlarından biri haline gelen internet, teknolojik gelişmeler doğrultusunda kullanıcılarına geniş olanaklar sunmakta, kullanıcı sayısını ve kullanılrlığını gün geçtikçe arttırmaktadır.

*İnternet reklamlarının ulaştığı hedef kitle açısından önemli olan internet kullanıcı sayısı; 1997 yılı sonunda Amerika’da 25 milyon, Türkiye’de 75 bin dolaylarındayken, 1998 yılları sonlarında bu sayının Amerika’da 35 milyona Türkiye’de 500 bine ulaştığı görülmektedir. Dünya ve Türkiye’deki İnternet kullanıcı profiline bakıldığında; dünyadaki kullanıcıların %61’inin erkek %64’ünün üniversite mezunu, %42’sinin evli yaş ortalamalarının ise 38 olduğu görülürken Türkiye’deki kullanıcıların %83’ünün erkek, %80’inin üniversite mezunu, %30’unun evli, yaş ortalamalarının 28 olduğu görülmektedir. Televizyon, radyo ve internetin 50 milyon kullanıcıya ulaşma sürelerine bakıldığında ise, televizyonun 13 yılda, radyonun 38 yılda, internetin ise 5 yılda bu sayıya ulaştığı görülmektedir. Bu internetin televizyon ve radyodan daha hızlı yol katettiğini, gelecekte hayatımızda önemli bir yere sahip olacağını göstermektedir.*¹¹

“İnternet’in bir sahibi yoktur; onu işleten, idare eden, denetleyen bir merkezî otorite söz konusu değildir.”¹² Ancak Amerika Birleşik Devletleri başta olmak üzere her ülkede adres sağlayıcı merkezler vardır. Ülkemizde bu görev ODTÜ tarafından üstlenilmiş durumdadır. Bu merkezler tarafından özel yada kamuya ait kuruluşlara veya kişilere niteliğine göre, belirli bir ücret karşılığı, alan adları verilmektedir (örneğin, com, gov, mil, gen, org vs.). Bu ücretlendirmede alanın büyüklüğü ile ilgili

¹⁰ Özçağlayan , a.g.e., s.134.

¹¹ Elektronik Reklamcılık: Superonline İnternet Reklamcılığını anlattı, **Effects Dergisi**, sayı 8, İstanbul, İletim Yayıncılık Fuarcılık Reklam ve Tanıtım Hizmetleri LTD.ŞTİ., Nisan 1999, s. 66.

¹² www.superonline.com/rehber/

bir sınırlandırma yoktur. Eğer bu alan adı Amerika'daki merkezden alınırsa, "www.yahoo.com" örneğinde olduğu gibi sonu eklentisiz; Türkiye'deki veya herhangi başka bir ülkedeki merkezden alınırsa "www.deu.edu.tr" örneğinde olduğu gibi sonu ülkeyi belirten kısaltmayla bitmektedir. İnternet ağına katılım yukarıda belirtildiği gibi bir merkezden sağlanan adresle olabileceği gibi bu ağa sürekli bağlı kalan bir şirketin kendi birimlerinde tahsis edeceği bir yolla da olabilmektedir. Ayrıca bilgisayarların İnternet ortamına girmelerini sağlayan, onlara İnternet kapısını açan kuruluşlar vardır. Bunlara İnternet Servis Sağlayıcısı (ISS) (Internet Access Provider - IAP / Internet Service Provider - ISP) ismi verilmektedir.

1.3.İnternetin Çalışma Yapısı

İnternet, birbirinin içine geçmiş ve birbiriyle bağlantılı bir ağ sisteminden oluşur. İnternet'e bağlı her ağ, kendisine bağlantı sağlayan bir servis sunucusuna veya kuruma bağlıdır. Ağların bu buluşma noktalarında, birden çok bağlantısı bulunan yönlendiriciler bulunur. Ve buralarda, kollarda hangi ağların olduğuna ilişkin bilgiler bulunmaktadır. Buluşma noktalarında tanımlı olmayan adresler de, varsayılan yönlendiriciye yönlendirilir. iletişim, ortalama olarak 100 ila 1000 byte arasında yer alan, başında nereden (IP adresi) ve nereye gönderildiği yer alan bilgi paketleri şeklinde gerçekleşmektedir Bu yapı içerisinde, bilgiyi isteyen (istemci-client) ve gönderen (sunucu-server) olmak üzere iki nokta bulunmaktadır. İstemci, isteğini protokollerde belirtilen bazı kurallar çerçevesinde, bilginin bulunduğu sunucuya bildirir.¹³

İnternet'e bağlı bilgisayarları birbirinden ayırt etmek için her birine dört rakamdan oluşan bir kimlik verilir. Bu kimlik o bilgisayarın aynı zamanda adresidir. İnternet üzerindeki bir bilgisayara erişmek, bu bilgisayardan veri almak ve veri göndermek için bu adres kullanılır. Bu adresleme ve tanımlama sistemine, Domain Name System (Alan Adı Sistemi) denir ve kısaca DNS olarak adlandırılır. Bu sistemde her bir bilgisayara bir

¹³ Aslan İnan, *İnternet El Kitabı*, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2001, s.7.

IP (Internet Protocol) numarası atanır, örneğin 160.34.253 gibi. Bu adres sadece ve sadece İnternet üzerindeki bir bilgisayara karşılıktır.¹⁴

Milyonlarca bilgisayar için, internet üzerinde, doğru bir adresleme sistemi oluşturulmamış olsaydı, internet sadece büyük bir karmaşa sistemi olurdu. Bu nedenle, İnternet'e bağlı her makinenin kendine ait bir IP adresi bulunmaktadır.

Birçok ülke bu ağdan yararlanarak bilgi değişiminde bulunmakta, haber ve fikir alışverişi yapmaktadır. Diğer sistemlerin aksine, İnternet'in merkezi bir kontrolü bulunmamaktadır. İnternet'e bağlı, Host adı verilen her bilgisayar bağımsız olarak çalışmaktadır. İnternet'in kendine özgü yapısı, herhangi bir noktadaki çökmenin, geri kalan bütünün işleyişine engel olmadan çalışmaya devam etmesini sağlayacak şekilde oluşturulmuştur. Örneğin, herhangi bir ülkedeki tüm internet ağı çökse bile diğer bir ülkedeki İnternet'e bağlı sistemler çalışmaya devam edecek ve internet hizmetlerinden yararlanma konusunda bir problem olmayacaktır. İnternet'in çalışmasını sağlayan arka plandaki gerçek ise Veriyi kodlayıp elektronik ortamda iletebilir duruma getiren bir tür iletişim protokolü olan TCP/IP, internet'in çalışmasını sağlayan arka plandaki gerçek konumundadır.¹⁵

TCP/IP, iletilmek olan veriyi bilgisayarların tümünün anlayacağı bir düzende iletilmesini sağlar. TCP/IP aslında iki kelimenin birleşmesinden oluşur. İletişim kontrol protokolü (TCP - Transmission Control Protocol) ve İnternet protokolü (IP), bu iki protokol bir arada çalışarak hatlar üzerinde veri kayıplarının en aza indirilerek verilerin güvenli bir şekilde iletebileceği bir ağ oluştururlar. Paket anahtarlama, olarak adlandırılan bu iletişim sisteminde iletişim ağlarındaki aşamalarda tanımlanabilir.

1. E-postayı ya da bir Web sayfasını oluşturan veriler paket adı verilen parçalara bölünür

¹⁴ Mehmet Emin Arı, *Web Sitesi Tasarım Kılavuzu*, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2002, s.8.

¹⁵ Aslan İnan, *İnternet El Kitabı*, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2001, s.8.

2. Parçalar aynı posta sisteminde olduğu gibi gidecekleri yerin adresini, içerikleri ile ilgili özet bilgileri, kaçınıcı paket oldukları ve kimden geldikleri gibi tanıtıcı bilgileri içeren bir zarfa konulurlar.

3. Zarflanmış bir paket eğer aynı ağ içerisindeki bir bilgisayara gönderilmemiş ise bir posta ofisi gibi yönlendirme yapan router cihazına ulaşır.

4. Router kendisine gelen paketi inceler ve adres tablolarını kontrol ederek en uygun router'a paketi gönderir. Yol üzerindeki her router paketleri kendilerine göre uygun router'lara yönlendirirler. Böylece paketler belki sayısı 30'a varacak kadar posta sistemini geçerek alıcı adrese ulaşırlar.

5. Paketler alıcıya ulaştıklarında tekrar birleştirilmek üzere kontrol edilirler. Her paket aynı yoldan gelmemiş olabilir hatta arada bazı paketler kaybolmuş olabilir.

İletişim kontrol protokolü (TCP) burada devreye girerek paketleri tekrar verinin aslını oluşturan e-posta ya da Web sayfası haline getirir. İnternet'te çalışan birçok protokol içerisinde TCP en önemlisidir çünkü bugün günlük hayatta sık olarak kullanılan posta protokolü (SMTP – Simple Mail Transfer Protocol), WWW iletişim protokolü (HTTP – HyperText Transfer Protocol), dosya transfer protokolü (FTP - File Transfer Protocol) gibi birçok önemli standart TCP iletişimini temel alır.¹⁶

Web metinlerin, resimlerin video ve diğer multimedya dosyalarının iletilmesini sağlayan bir takım standartlar üzerinde çalışır. Web sayfaları, internet üzerinde, web sunucuları olarak adlandırılan sunuculardan kullanıcının bilgisayarındaki web tarayıcılarına gönderilir.¹⁷

¹⁶ İnan, a.g.e., s.8-9.

¹⁷ İnan, a.g.e., s.9.

1.4. WWW (World Wide Web)

Yirminci yüzyılda, radyo ve televizyon ses ve görüntüyü evlerimize kadar taşımıştır. Bu ilk kuşak elektronik kitle iletişimi, kişinin bilgiye erişim oranını genişletirken, diğer taraftan da toplumun büyük bir bölümünü homojenleştirme çabasını başlatmıştır. Bu gelişme ise yüzyılımızın karakteristik özelliğini tanımlayan kitle-toplumunun şekillenmesinde önemli bir rol oynamıştır. Son yıllarda ise yeni bir iletişim teknolojisi önemli gelişmeler göstermekte: Kişinin bir ya da birden çok alıcıya büyük miktarda bilgi göndermesini ve hatta almasını sağlayabilen etkileşimli, "interactive networks" olarak adlandırılan ağ sistemleri. Bu ağ sistemleriyle iletilen bilginin dijital olması çok büyük bir kolaylıkla kopyalanıp işlenmesini de beraberinde getirmektedir. İletişim araştırmalarının, kişisel iletişimle kitle iletişimi arasında oldukça kesin bir ayırım olduğunu ortaya koymasıyla birlikte, bu yeni teknolojilerin gelişmesi ve Internet'in yaygınlaşmasıyla popülerlik kazanan World Wide Web'in (Web), hem kitle iletişimi, hem de kişisel iletişim özelliklerinden bir kısmını içerisinde barındıran melez bir iletişim kanalı olduğunu söylemek mümkündür.¹⁸

WWW (World Wide Web) veya kısaca Web'in, metin, resim, ses, hareketli görüntü gibi pek çok farklı yapıdaki verilere etkileşimli bir şekilde kullanıcının ulaşmasını sağlayan bir çoklu hiper ortam sistemi olarak tanımlanabilir. Hiper ortam, bağlantı özelliği sayesinde bir dokümandan başka bir dokümanın çağrılmasına; ortamdaki her nesnenin başka bir nesneyi çağırmasına olanak verir. Bağlantılar (linkler), aynı site veya sayfa içinde bir yerde bulunabileceği gibi, İnternet üzerindeki herhangi bir makinede de olabilir. Farklı yapıdaki bütün bu veriler, uygun bir şekilde bir arada kullanılıp, bir web tarayıcısında görüntülenebilir. WWW servislerine erişimde kullanılan ve kullanıcı arabirim programları olan web tarayıcıları, çoğunlukla grafik tabanlıdır.¹⁹

¹⁸ Bahar Şener, "Melez Bir İletişim Kanalı: Web", Her Yönüyle Pazarlama İletişimi, **MediaCat Kitapları**, Ankara, 2000, s. 139

¹⁹ Aslan İnan, **İnternet El Kitabı**, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2001, s.30.

Hiper ortamdaki, bir belgeden başka bir belgenin çağırılması düzenine, iç içe belgeler hiyerarşisi denmektedir. Bilgisayar ekranında görüntülenen bir belge içinde bulunan linkler, normal yazıya göre daha farklı görünümde olmaktadır. Bunların içerdiği bilgiyi ekranda görmek için, üstlerine fare ile tıklamak yeterlidir.

Web, bir bakıma İnternet'in çoklu ortam ile buluştuğu noktayı oluşturmaktadır ve web hizmet birimleri, HTML (HyperText Markup Language - Hipermetin İşaretleme Dili) formatı kullanılarak oluşturulan belgeler için tasarlanmıştır. HTML dilinin en belirleyici özelliği içeriğinde, aynı sayfa içinde diğer bölümlere veya aynı sitedeki diğer sayfalara ya da farklı sitelerdeki sayfalara hızlı bir şekilde erişim sağlayan hipermetin bağlantılarını bulundurmasıdır.

Bağımsız ve global olması, kaynaklarının bol olması, uygulama geliştirmenin kolay ve hızlı olması (verimlilik), özelleştirilebilir olması, Web'i bu kadar değerli kılan en önemli nedenlerdir.²⁰

1.4.1.Web'in Kullanıcıya Sunduğu Olanaklar

Günümüzdeki konumu göstermektedir ki, Web'de yapılacak şeyler ancak hayal gücü ile sınırlanabilmektedir. Duruma ve gelişmelere bakıldığında, Web tabanlı sistemler, dünyanın herhangi bir yerindeki kütüphanede araştırma yapmak, her çeşit dergiyi incelemek, türlü müzik ve filmlere ulaşmak, firmaların çıkardığı en son ürünleri görüntülü ve sesli olarak incelemek, ürünler hakkında müşterilerin fikrini almak, eğlence mekanları ve seyahatler için rezervasyon yaptırmak, kitapvevlerine, marketlere sipariş vermek, günlük veya haftalık dergi ve gazeteleri zamanında okumak, İnternet adresi olan kişilere mesaj bırakmak ve daha akla gelebilecek birçok alanda yoğun olarak kullanılabilir. ²¹

Kierkegaard hiç kuşkusuz tüm dünyadan anonim bilgilerle dolu Web siteleri ve sınırlama olmaksızın herkesin herhangi bir konuda istediği kadar tartışabileceği ilgi gruplarına sahip İnternet'i; gazete ve kafelerin en kötü

²⁰ İnan, a.g.e., s.30-31.

²¹ İnan, a.g.e., s.32.

özelliklerini taşıyan, yüksek teknolojik sentezi olarak görürdü. Doğrusu İnternet'e teşekkürler, Burke'ün hayali gerçekleşti. Haber gruplarında herkes istediği zaman, istediği yerde herhangi bir konu hakkında fikir sahibi olabiliyor. Hepsi, düşüncelerini hiçbir yerden ilan eden, kendileri gibi temelden parçalara ayrılmış bilgilere sahip diğer anonim amatörler karşılık vermekte fazlasıyla hevesliler. Bu tür yorumcular sözünü ettikleri konu hakkında tutumlarını açıkça belli etmezler. Doğrusu her tür yerel tutumu konu dışı bırakma eğilimi gösteren, Net'in her an her yerde oluşudur.

Kierkegaard'ın, basının gelişigüzel ve bağımsız biçiminin bir sonucu olarak öngördüğü şimdi World Wide Web'de tam olarak gözler önüne seriliyor. Aslında anlamlı ayrımları yerle bir ettiği için hiperlinkler'e de teşekkürler. Aidiyet ve önem ortadan kalkıyor. Bu da Web'in en önemli cazip yanlarından biri. Hiçbir şey oraya dahil olmayacak kadar önemsiz değil. Hiçbir şey özel bir yer gerektirecek kadar önemli de değil. Kierkegaard, Tanrının bir günahkarın kurtuluşu ile ne kadar ilgileniyorsa bir serçenin düşüşü ile de aynı derecede ilgilendiği düşüncesindeki üstü kapalı bir şekilde nihilizmi eleştirdiği dinsel metninde der ki: "Tanrı için hiçbir şey önemli ya da önemsiz değildir. Böyle bir düşünce, kişiyi 'umutsuzluğun eşiğine' sürükler." Web'deki cazibe ve tehlikeye herkes bu tanrısal bakış açısıyla yaklaşabilir. En son süpernovaya ya da Cambridge'deki bir kahve fincanına bakabilirsiniz, Kyoto Protokolü'nü inceleyebilirsiniz, profilinize göre hangi grupların size uygun olduğunu öğrenebilirsiniz ya da Avusturya'da bir robotu tohum ekmesi ve onu sulaması için yönlendirebilirsiniz; aynı erişilebilirlikteki ve yine hiçbir anlam ifade etmeyen binlerce ilan ise sözünü etmeye bile gerek yok. Son derece önemli olan ile tamamen önemsiz olan, bilgi otobanında birlikte sergileniyor tıpkı İbrahim Peygamber'in İshak'ı kurban edişi; kırmızı, mavi, beyaz ayakkabı bağcıkları; çalmayan binlerce telefon ve yeni bir dünya savaşının Dylan'ın nihilist Otoban 61'inde gözler önüne serildiği gibi.²²

²² Hubert L. DREYFUS, Bilgi Otobanında Nihilizm: Günümüz Çağında Anonimlik Karşısında Bağlılık, çev: Ece Gamze Atıcı, Cogito, YKY, İstanbul, 2002, sayı 30, s.106-107

Gün geçtikçe geliştirilen web temelli İnternet araçları sayesinde bilgiye ulaşım daha da kolaylaşmış, kullanıcının ulaşılacağı bilgi ve sunulan servis çeşidi daha da fazlalaşmaktadır. Webin sağladığı olanaklar ölçüsünde, internet'in getirdiği telekonferans sistemiyle, katılmak istenilen bir bilimsel toplantıda konu metni veya bildiri bulunulan yerden sesli olarak canlı bir şekilde aktarılabilmekte, sorulan sorulara cevaplandırılabilir. Bu şekilde örnekleri artırmak mümkündür. Mesela, NASA servisleriyle bağlantı kurup son uydu fotoğrafları taranabilmekte, gelişen teknoloji doğrultusunda bazı yerlere konulan İnternet kameralarıyla o yerdeki görüntüleri anında kullanıcı tarafından izlenebilmektedir.²³

*...Web, aslında kişisel ve kitle iletişimindeki geleneksel ayrımları birbirine bulayan melez bir olanaklar dizisi sunmaktadır. Kitle iletişimden farklı olarak, kullanıcılar Web'de bilgi ve eğlence tüketimi konusunda karalarında sınırlandırılmazlar. Web'de sunulan bilgi, yer ve zamandan bağımsızdır. Web karşılıklı etkileşimli bir ortamdır. Bu etkileşim bir makineyle olmakla birlikte, kullanıcılar bu makine aracılığıyla birbiriyle de etkileşimde bulunabilirler. Web'deki iletişim kitle iletişimden farklı olarak, birçok kaynaktan birçok alıcıya ulaşır. Çünkü aynı anda ortamla ya da birbirleriyle etkileşimde bulunan birçok gönderici ve alıcı vardır.*²⁴

Karşılıklı bilgi aktarımı, İnternet iletişim ağının içinde bulunan herhangi iki bilgisayar arasındaki en temel işlemi oluşturmaktadır. İnternet yapısı sayesinde, kullanıcısına sınırsız bilgi çeşidi sunabilmekte ve sınırları olamayan bir dünyanın kapısını açmaktadır. Bu sayede, farklı insan toplulukları, daha özgür bir şekilde birbirleriyle iletişime geçebilmektedirler.

Teknolojik etkilerin bilgi dolaşımında meydana getirdiği yeni olgu, bilgi dolaşımının geleneksel karakterini değiştirmiş ve yeni bir dil geliştirmiştir. Günümüzde bilgi dolaşımını neredeyse tekeline alan bilgisayar, bilgi aktarımını kendi mantığında gerçekleştirir. Jean François Lyotard'a

²³ Aslan İnan, **İnternet El Kitabı**, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2001, s.33

²⁴ Bahar Şener, "Melez Bir İletişim Kanalı: Web, "Her Yönüyle Pazarlama İletişimi", **MediaCat Kitapları**, Ankara, 2000, s. 141

göre "Bilgisayar teknolojisinin gelişmesi ile bilginin dolaşımı hızlanıp yaygınlaşmıştır ama bu teknoloji bilginin, bilgi statüsü kazandıracak önermelerin, bilgisayar dillerine tercüme edilebilir olma zorunluluğunu getirmiştir." Bilgisayarın bilgi olarak ortaya koyduğu önermelerle, doğru bilgi arasında mutlak ve güvenilir bir bağın olmadığını savunan Lyotard, bilgisayarın hegemonyasının yanı sıra belirli bir mantık ve dolayısıyla hangi önermelerin "bilgi" önermeleri olarak kabul edileceğini belirleyen bir öngörücü hükümler kümesinin geldiğini savunur.²⁵

İnternet'in ve web'in gelişimini sürdüreceği, insanların da bu duruma uyum sağlayacağı açık olarak görülmektedir. Günümüzde Web'den yararlananların sayısı neredeyse milyara ulaşmakta ve milyarlarca web sayfası, İnternet'te insanlara sunulmuş durumdadır. İnternet'in sunduğu şeyler bazen insan hayal gücünü zorlayacak boyutlara ulaşmakta; sağladığı imkanlar onu kullananların istekleri, gelişen İnternet teknolojisi ile daima artmaktadır.²⁶

²⁵ Nevzat Atalay, "Bilgi Dolaşımı ve Yeni Sanat Süreci", 6. Ulusal Sanat Sempozyumu "Bilgi Çağı ve Sanat", H.Ü. Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları, Ankara, 2000, s.28

²⁶ Aslan İnan, *İnternet El Kitabı*, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2001, s.35.

İKİNCİ BÖLÜM

WEB TASARIMININ AŞAMA VE İLKELERİ

2.1.Genel Olarak Web Tasarımı

İnternet ortaya çıktığı ve yaygınlaşmaya başladığı günden bu yana, her görsel medya aracında olduğu gibi kendi yapısına uygun bir tasarım sürecini de beraberinde getirmektedir. İnternet genel olarak bakıldığında sayfa olarak adlandırılan ve birbiriyle hiperlinklerle (hiper bağlantılarla) bağlı, içinde hareketli ve durağan görsel malzemeyi barındıran alanlarla (sitelerle) kurulmuş bir yapıdadır ve kendi teknik yapısından kaynaklanan tasarım kurallarını oluşturmaktadır.

...Web ile geleneksel kitle iletişimi arasındaki en temel farklılıklardan biri etkileşim ve ortamdaki içeriğin hiper yazılımlar aracılığıyla yapılandırılmış olmasıdır. Hiper bağlantılar, ya da hiper yazılımlar yalnızca bilgisayar temelli ortamlarda kullanılan, bilginin nispeten yeni bir şekilde yapılandırılmasıdır. Kullanıcılar geleneksel basılı medyada olduğu gibi belli bir sırayı takip etmeksizin istediği bilgiye erişebilirler ve webe bağlandıkları andan itibaren potansiyel olarak ortamda bulunan bilgiye erişebilirler...¹

Web tasarımı masaüstü yayıncılıkla kıyaslandığında, masaüstü yayıncılığın tasarım anlamında tasarımcıya daha özgür davranma olanağı sağladığı görülmektedir. Bu da web sayfalarındaki teknik kısıtlayıcılıktan kaynaklanmaktadır. Teknik olarak, tasarımcının yapmak istediğini istediği yerde uygulayamaması söz konusudur. Bu teknik problemlere en basit örnek, “browser” denen tarayıcı programların (Explorer, Netscape gibi) birbirleri arasındaki uyumsuzluklar nedeniyle tasarlanan sayfalarda kayma ve bozulmalar olması ve bunların ekranda çirkin bir görüntü oluşturmalarıdır.

Web tasarımının kilit noktalarından biri de kullanılan browserlerin standart bir yapıda olmaması ve son on yıldır internetin içinde olan

¹ Bahar ŞENER, “Melez Bir İletişim Kanalı: Web, “Her Yönüyle Pazarlama İletişimi”, MediaCat Kitapları, Ankara, 2000, s. 142

kullanıcıların eskiden kullandıkları browserları kolay kolay bırakmamalarıdır. Kuşkusuz yapılan bir tasarımın tüm browserlarda mükemmel görünmesi söz konusu değildir. Burada esas olan optimum bir nokta yakalayarak olabildiğince fazla kullanıcıyı memnun etmektir.

(...)

Tasarımı izleyen sayfa üretimi bölümü en zor işlerden biridir, titiz ve düzenli bir çalışma gerektirir. Kullanılan dizin yapısından dosya adlandırmalarına, renk, ekran optimizasyonundan browser optimizasyonuna çok kapsamlı bir çalışma yapılmalıdır. Sayfaların üretilmesindeki her aşamada sürekli denemeler yapılmalıdır. Web sitesi yaratılmasının en zor aşaması da zaten budur. İşinin ehli olmayan kişilerin bir çırpıda yaptıkları sitelerle işinin uzmanları arasındaki fark da bu alt yapı sağlamlığı ve dünya standartlarındaki kalite seviyesidir.²

Bunlar dışında tasarımı etkileyen, ekranlar arasında oluşan –özellikle renklerde- görüntü farklılıkları; Türkçe, Japonca, Rusça, Arapça vb. harfleri desteklememe (bozuk gösterme) ve bu nedenle tasarıma yerleştirilen metinlerden kaynaklanan problemler gibi durumlarda sözkonusudur. Bu nedenlerle tasarımcı hazırladığı çalışmada tüm problemleri göz önünde bulundurmak, sayfanın yüküne göre neyin nereye konabileceğini hesaplamak zorundadır.

Bu tür teknik sorunlar yanında web sayfaları bir takım estetik tasarım endişelerini de taşımaktadır. Bilinçsiz ve ehil ellerden çıkmayan sayfa tasarımları İnternet’te ciddi oranda bir “görsel kirlenmeye”³ yol açmaktadır.

Genel olarak web tasarımı incelendiğinde, teknik anlamda ortaya çıkan kısıtlayıcılıklar dışında tasarım ilkelerinin aynı olduğunu görülmektedir. Ziyaretçiye yönelik olarak hazırlanan sitenin ve sayfaların kolay anlaşılabilirliği, aktarılan mesajların net ve yalın olması, site içindeki sayfa geçişlerinin görsel olarak bir birliktelik oluşturması ve navigasyon kurgusu önem taşımaktadır.

² Elektronik Reklamcılık: Superonline İnternet Reklamcılığını anlattı, **Effects Dergisi**, sayı 5, İstanbul, İletim Yayıncılık Fuarcılık Reklam ve Tanıtım Hizmetleri LTD.ŞTİ., Ocak 1999, s. 78.

³ Hasip Pektaş, İnternetteki Tipografi Sorunları ve Görsel Kirlenmeye Karşı Öneriler, <http://bookplates.tripod.com>.

Web tasarımındaki birinci ve en önemli basamak, yapılacak çalışmayla ne ifade edilmek istendiğinden emin olmaktır. Tasarım aşamasına geçilmeden önce sitenin içerik ve hedef kitlesinin doğru belirlenmiş olması gerekir. *“Dikkatli planlama ve amacın açık anlatımı web sitelerini oluşturmada başarının anahtarıdır.”*⁴ Web sitesinin yapımına başlanmadan; ulaşılmak istenen hedef kitlenin özellikleri belirlenmeli; amaç doğru bir biçimde ifade edilebilmeli; site başlıkları ilgili bilgi birikimine sahip olunarak ana başlıklar oluşturulmalı; ayrıca web sitesine yerleştirilecek metin, resim, video gibi sitenin görsel kısmını oluşturacak grafik materyaller toplanmalıdır.

*“Bir web sitesi oluşturmak durağan bilgilerle bir kerelik bir sunum değil, devamlı gelişen bir işlemdir. Bunu dikkate almadığınızda sizin siteniz geniş bir görüşe sahip olmayan, sadece haber niteliğinde birkaç yazıdan farksız olacaktır.”*⁵

Web siteleri, herhangi bir şehirdeki semtlere ya da mahallelere benzetilebilir. Bu yerleşim sistemlerine yeni gelen bir ziyaretçilerin, ulaşmak istedikleri yeri bulabilmeleri için yön gösterici tariflere, daha doğrusu bir haritaya ihtiyaçları vardır. Bu nedenle, web sitelerinde yaşanan benzer problemin çözümü ve kullanıcının isteğine daha sağlıklı ve çabuk ulaşımı için, web sitesine ilk defa gelen kullanıcılar düşünülerek, bir site haritası oluşturmakta fayda vardır. Kullanıcı, bir sayfada hazırlanmış harita sayesinde sitenin tüm başlıklarını görebilir. Ayrıca, kullanıcının yönünü kolay bulması ve isteklere daha hızlı cevap vermek amacıyla site haritasının yanı sıra siteye, *“arama motoru ve sıkça sorulan sorular”*⁶ bölümleri eklenebilir.

⁴ H.Ü. Bilgi İşlem Dairesi Başk. Lacivert Web Tasarım Grubu, Web Tasarım Kılavuzu, <http://www.hacettepe.edu.tr/turkce/kilavuz/>

⁵ Hacettepe, a.g.e.

⁶ İnternet kullanıcılarının en çok uğradıkları sayfalardır. Her site kendine özgü sistemler kurar ve kullanıcıların bu sistemlerle ilgili soruları mutlaka olur. Örneğin bir online-alışveriş sitesinde prosedürün nasıl izlendiği konusunda kullanıcı bu sayfalardan bilgi alabilir ya da izlenmesi için özel konfigürasyon gerektiren sitelerde kullanıcıların genel soruları vardır ve SSS sayfalarında sorularına cevap bulabilirler. Bu sayfalar yazılımlar yardımıyla otomatikleştirilebilir. Kullanıcılar sorularını sayfa içinde oluşturulan bölümlere yazarlar ve sorunun cevabı yoksa siteyi güncelleyen kişiler cevapları yazarlar. Bu sayede siteyi tasarlayanların aklına bile gelmeyen sorular cevap kazanmış olur ve SSS sayfaları işlevsel bir boyut kazanır. (Aydın Özön, **Yeni Bir Medya Olarak İnternette Etkin Reklamcılık**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2000, s.89)

Hernekadar, tasarımcılar arasında bir tartışma konusu olsa da, web sitelerinin ziyaretçiyi karşılayan ilk sayfası olan ana sayfalar, bir dergi kapağıymış gibi düşünülebilir. Anasayfa, kullanıcıyı yakalayacak güçte görselliğe ve site hakkında bilgilendirme niteliklerine sahip olmalı; kullanılan güçlü başlıklar ve kısa metin bilgileriyle birlikte resimsel anlatım, kullanıcının sıkılmasına fırsat vermeden kullanıcıyı site içinde tutmalıdır. Etkili grafikler ve sıkmayan metinlerle kullanıcının site üzerinde yoğunlaşması sağlanmalı ve daha çok bilgiye ulaşması için kullanıcı, linkler aracılığıyla site içine yönlendirilmelidir.

İnternetin küresel bir ağ sistemi olduğu; çok uluslu ve çok dilli bir özelliğe bulunduğunu unutmamak, web siteleri tasarlanırken göz önünde tutulması gereken en önemli noktalardan biridir. Bu nedenle, hazırlanan web sitesi ile geniş kitlelere ulaşmak isteniyorsa eğer, site içeriğinin farklı dillerde hazırlanmasında fayda vardır (ancak bu noktada daha önce vurgulandığı üzere, tarayıcı programları dil desteğiyle ilgili problemleri unutulmamalıdır).⁷

2.2.Tasarımın Amacı ve Amaca Yönelik Stratejiler

*Bir web sitesi oluşturulması bir anlamda dergi reklamı, tanıtım broşürü, fuar sergisi veya firmayı tanıtan bir video klip hazırlamaya benzer. Burada en önemli nokta ziyaretçilere ne göstermek ve ne yaptırmak istediğimizle, ziyaretçilerin ne görüp ne yaptıkları arasındaki dengedir...*⁸

...Web tasarımı, çokboyutlu düşünülmesi gereken, önceden planlaması gereken bir alandır ve uzmanlık ister.

(...)

Birçok tasarımcının ilk düşündüğü, sayfaların nasıl görüneceğidir. Halbuki ilk sorun, içlerinde ne ve ne kadar bilgi olacağı, kim için hazırlandığı ve İnternet'e başka bir sayfa katmanızın gerçekten anlamlı olup

⁶ Aydın Özön, **Yeni Bir Medya Olarak İnternette Etkin Reklamcılık**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2000, s.70.

⁷ Özön, , a.g.e., s.70.

⁸ Ulufer Teker, **Grafik Tasarım ve Reklam**, Dokuz Eylül Yayınları, İzmir, 2002, s.233

olmayacağıdır.⁹

Bir web site ve sayfa tasarımında başlangıçta yapılması gereken en önemli şey tasarım ve içeriğin organizasyonudur. Sunulacak bilgiler, yayınlanacağı medya ortamının ve ulaşılacak istenen hedef kitlenin özellikleri gözönüne alınarak planlanmalıdır. Hedef kitledeki kullanıcının profilini, istek ve beklentilerini, bağlantı hızlarını iyice araştırıp gözlemlemeden tasarıma başlanmamalıdır.

İyi tasarlanmış bir site, belirli bir alandaki ziyaretçilerin ihtiyaçlarını ve isteklerini karşılayabilmelidir. Bazı ziyaretçileri ve dikkat ettikleri noktaları sınıflayacak olursak;

Web gezginleri: Hazırladığınız sayfa magazin kapaklarına benzer bir şekilde ve yapıda olmalıdır. Bu benzetmedeki neden, çarpıcı grafik tasarımının ve kuvvetli içeriğin ziyaretçiyi her zaman etkilediğidir. Ana sayfanızdaki bütün bağlantılar, sitenizdeki bütün sayfalara içten dışa ve dıştan içe geçişli olmalıdır. Sitenizdeki ziyaretçilerin ilgisini çekecek sayfaları anlaşılır, az ve öz biçimde vermelisiniz.

Dikkatli ve belirli bir amacı olunca uğrayan ziyaretçiler: Bu ziyaretçiler, anlaşılabilir yapı ve sayfanızda sunulan belgelere kolay ulaşılabilirliğe dikkat ederler. Ana sayfanızın grafiksel açıdan çekici ve anlaşılabilir olmasına, karmaşık belgeler ve site de derinlemesine uzanan sayfalar içermemesine dikkat etmelisiniz. "Sun Microsystems" çalışanlarından Jacop Nielsen'e göre, web okuyucularının %10'undan daha azı her zaman ana sayfanın altındaki sayfaları da inceliyor. Pek sık uğramayan ziyaretçiler, genel görünümünden, hiyerarşik haritalardan, tasarım grafiklerinden ve bilgilerin nerede olduğunu gösteren yardım sayfalarından yararlanırlar. Sık sık sorulan soruların listesi, teknik terimlerin, kısaltmaların açıklamaları sayfanıza ilk kez veya nadiren girenleri bilgilendirmek açısından önemlidir.

⁹ Ulakbim, Web Organizasyonu ve Tasarımı, <http://www.ulakbim.gov.tr/belgeler/2000web/>

Bilgili olan ve sık sık uğrayan ziyaretçiler: Bu ziyaretçiler, sitenizde sunulan bilgileri çabuk ve sorunsuz olarak almak isteyenlerdir. Bilgili kullanıcılar oldukça sabırsızdırlar ve grafik içeriği düşük, bir anda 2-6 seçenek sunan sayfaları tercih ederler. Zor kullanıcılar, sade, öz ve çabuk alışılabilen sayfaları tercih ederler. Bilgili olan ve sık sık uğrayan kullanıcılar genellikle belirli görüşlere sahiptirler ve hızlı ulaşılabilen detaylı belgelerle, site yapı bağlantılarıyla veya geniş site içerikleriyle ilgilenirler.

Uluslararası ziyaretçiler: World Wide Web için tasarım yaptığınızı unutmamalısınız. Sizin ziyaretçileriniz, yoldan geçerken gördüğünüz herhangi biri olabileceği gibi Avustralya'dan İtalya'dan yani yurtdışından biri de olabilir. Diğer ülkelerdeki yüksek sayıda ziyaretçilere ulaşabilmek için en azından anahtar menü sayfalarında çevirileri sağlamanız gerekmektedir. Her okuyucunun sizin yöresel tarihinizi ve saatinizi takip ettiğini unutmayın. Web sayfanızdaki tarihi kısaltmayın. Sizin "3 Mart 1998"i "3/4/98" şeklinde yazmanız, bir Amerikalının onu "March 4,1998 (Mart 4, 1998)" olarak algılamasına neden olur.¹⁰

Kullanıcıların, web sayfalarına, anasayfaya uğramadan başka bir sitenin sayfasındaki metin içerisinde geçen, herhangi bir link ile bile bağlanabildiği düşünüldüğünde, tüm sayfalarda, sitenin diğer sayfalarına yönlendirmek ve kullanıcıya bulunduğu yeri bildirmek için fazladan bilgiler bulunmasında fayda vardır. Sayfalara yerleştirilecek sitenin diğer konularıyla ilgili linkler, sitenin genel görünüşüne ilişkin bilgiler, kullanıcıya şu anda nerede olduğunu bildiriler ve aradığında tekrar bulabilmesi için önemlidirler. Bu, süreli yayınların sayfalarında, okuyucu tarafından yırtılabileceği gözönüne alınarak, yayının ad, sayı ve tarihin sayfaya yerleştirilmesine benzetebilir. Ayrıca sitede yer alan bilgilerin kaydedilip, daha sonra bir yazıcıdan çıkışının alınacağı düşünülürse; web sayfalarına sitenin kim tarafından hazırlandığı, içeriği, sitenin güncellenme tarihi gibi bilgilerin eklenmesi, sitenin kullanıcı gözünde güvenilirliğini arttıracaktır.

¹⁰ H.Ü. Bilgi İşlem Dairesi Başk. Lacivert Web Tasarım Grubu, Web Tasarım Kılavuzu, <http://www.hacettepe.edu.tr/turkce/kilavuz/>

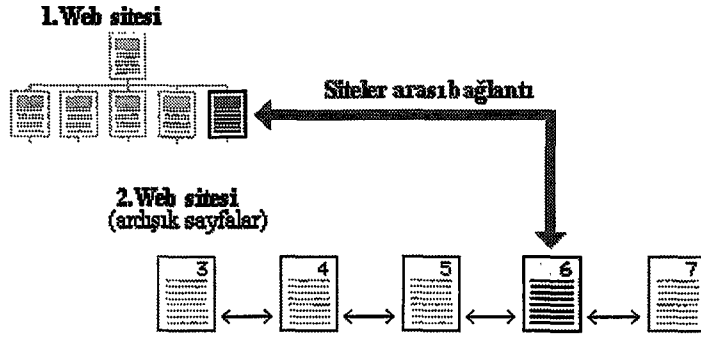
2.3.Arabirim (Arayüz) Tasarımı

Grafik arayüzler (Graphic Interfaces) kullanıcıların bilgisayarlarında kolay ulaşım sağlamaları amacıyla tasarlanır. Her uygulama programının kendi içinde özgün bir iletişim dili vardır. Bu dil kullanıcı ile bağlantı kurmada çok önemlidir. Doğru tasarlanmış bir grafik arayüz sayesinde, program açan tüm kullanıcılar kolaylıkla kullanabilir. Web siteleri de tıpkı bilgisayar programları gibidir.¹¹

Web ziyaretçileri, sitelerde ve sayfalarda gezintiyi, belgeler içerisindeki hipermetin bağlantıları (metin ve resim linkleri) yardımıyla yapmaktadırlar. Web sitelerindeki en önemli arabirim sorunu, ziyaretçilerin girdikleri sayfalarda aradıkları belgeleri bulamamaları, vakit kaybetmeleri ve hatta kaybolmalarıdır. Sitenin sayfalarını oluşturan görsel kimlik ve yazılı bilgiler ziyaretçinin site içinde kaybolmamasını sağlar. Ziyaretçilerin kaybolmadan, belgeler arasında rahat hareket edebilmeleri ve ana sayfaya hemen dönebilmelerini kolaylaştırmak için bağlantılar eklemeli ve yardım belgesi niteliğinde siteyle ilgili yol haritası hazırlanmalıdır. (şekil 2)

Sitelerinin kurumsal imajına uygun tasarlanmış, resim ya da metinden oluşan linkler, kullanıcıların, sitede gezinirken, ana sayfaya veya site içerisinde belli noktalara rahat ulaşabilmeleri amacıyla her sayfada bulunmalıdır.¹²

¹¹ Aydın Özön, **Yeni Bir Medya Olarak İnternette Etkin Reklamcılık**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2000, s.71.



Kaynak: <http://www.hacettepe.edu.tr/turkce/kilavuz/>

Şekil 2: Siteler arası bağlantı

Web kullanıcıları genellikle aradıklarına ulaşmak için hızlı hareket eder ve site içine konulmuş olan linkleri kullanarak aradıkları sayfaları bulurlar. Eğer buldukları üzerinde hiç link olmayan, “ölü sayfa”¹³ diye adlandırılan sayfa ise, kullanıcı site içinde başka sayfalara ya da ana sayfaya ulaşmaz, sıkışıp kalır. Bu nedenle, web sayfalarında en az bir link bulunması, kullanıcının ulaşım ve gezintisini kolaylaştırmak için gereklidir. (şekil 3)



Kaynak: <http://www.hacettepe.edu.tr/turkce/kilavuz/>

Şekil 3: Ölü Sayfalar

¹² Özön, a.g.e., s.71.

¹³ H.Ü. Bilgi İşlem Dairesi Başk. Lacivert Web Tasarım Grubu, Web Tasarım Kılavuzu, <http://www.hacettepe.edu.tr/turkce/kilavuz/>

Kullanıcı site içerisinde gezinirken, aradığına en hızlı şekilde ulaşabilmelidir. Bunu elde etmek için, siteyi tasarlarken bilgi hiyerarşisini doğru bir şekilde planlanmalıdır.

Teknik bir bilgi olmasına karşın, site tasarımı için, kullanıcının bağlantı hızı en önemli unsurlardan biridir. Araştırmalara göre bağlantı sırasında, kullanıcılar 8-10 saniye içerisinde herhangi bir hareket göremezlerse, bağlandıkları sayfaları kapatmaktadırlar.¹⁴ Siteler tasarlanırken, o anki internet teknolojisi ve hızı hakkında bilgi sahibi olunması; bunlar göz önünde bulundurularak, tasarımı etkileyici hale getirmek için büyük grafikler kullanılmaktan kaçınılması, tasarımın kullanışlılığı açısından büyük önem taşır.

*Web kullanıcıları genelde bilgi almak amacıyla internete girer. Kompleks siteler kullanıcılar tarafından pek ilgi görmez. Navigasyonun doğru tasarlandığı siteler daha çok ilgi görür. Örneğin Apple'ın web sitesine bakılırsa, kullanıcı ilk girişinde neyin nerede olduğunu algılar ve öğrenir. Aynı kullanıcı siteye tekrar girdiğinde eğer navigasyon tasarımı ile ilgili değişiklik yapılmadıysa yolunu kolay bulur. Web site tasarımlarında bu açıdan kararlılık çok önemlidir. Web sayfalarına uygulanacak grid sistemi ve bu sistemin diğer sayfalarda da devam ettirilmesi kullanıcının yolunu bulmasında çok önemlidir. Belli bir gride göre yerleştirilen bilgiler kullanıcının aradığında her seferinde sayfanın neresinde bulacağını belirler. Bu sayede sayfalar bütününde görsel kimlik oluşur.*¹⁵

Kullanıcının fikrini almak, sitenin tasarımını sorgulamak için yapılması gereken şeylerden biri olabilir. Sitede bir bölüm bunun için ayrılarak, kullanıcılardan sitenin tasarımcısına ya da sahibine fikirlerini yazmaları sağlanabilir. Bu şekilde doğru ve yanlışlar belirlenerek, bunlar çözümlenebilir.

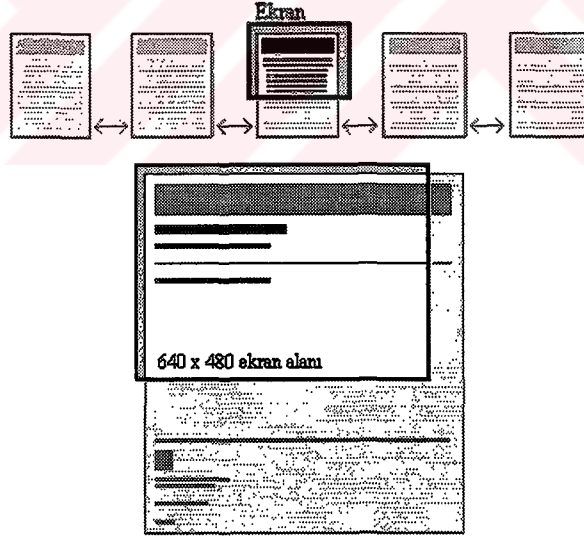
Web sayfalarını görüntülemeye yarayan yazılımların bir kısmı resim

¹⁴ Aydın Özön, **Yeni Bir Medya Olarak İnternette Etkin Reklamcılık**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2000, s.72.

¹⁵ Özön, a.g.e., s.72.

görselleştirilmede problemler çıkarabilmektedir. Bundan dolayı, web sitelerini tasarlarken, bu tür farklı kullanıcılar da düşünülerek, metin tabanlı site versiyonu ya da içinde “çoklu ortam”¹⁶ öğeleri bulunduran sayfaların standart versiyonları hazırlanabilir. Sayfada verilmek istenen içerik, bu şekilde, kullanıcıların hepsine aktarılabilir.

Web kullanıcılarının tümü internete bağlanmak ve gezinmek için standart bir bilgisayar donanımına sahip değildir. Bu nedenle bağlandıkları sayfaları farklı büyüklükte ekranlarda izlemektedirler. Sayfalar, kullanılan en küçük ekran boyutu düşünülerek tasarlanmazsa ekranda sayfanın tümü görülmeyebilir. Tasarımcı sayfayı hazırlarken, küçük ekranlı monitörlere sahip kullanıcıları temel alarak, sayfalar ekranın altında görünmeyen kısımda aşağıya doğru devam ediyorsa, bunu kullanıcıya hissettirmelidir. Bu eksiklik konulacak bir takım grafik işaretler veya yarım bırakılmış metin ve resimler yardımıyla giderilebilir. Bu durum gözönüne alındığında web sayfalarının, en küçük ekran boyutuna sahip olan, 14-15 inç monitörler temel alınarak tasarlanması daha doğru olur.¹⁷ (Şekil 4)



Kaynak: <http://www.hacettepe.edu.tr/turkce/kilavuz/>

Şekil 4: Web sayfasının ekranda görünümü

¹⁶ H.Ü. Bilgi İşlem Dairesi Başk. Lacivert Web Tasarım Grubu, Web Tasarım Kılavuzu, <http://www.hacettepe.edu.tr/turkce/kilavuz/>

¹⁷ Özön, y.a.g.e., s.74.

2.4. Web Site Tasarımı

... Psikologlara göre çoğu insanlar, kısa bir zaman diliminde 4-7 farklı yoğunlukta bilgileri hatırlayabiliyorlar fakat zaman uzadıkça konuya hakimiyetleri de azalıyor. Şematik görüntülerin hedefleri ise ana başlıklar altında kısa, öz, anlaşılabilir ve tasarım destekli bilgiler vererek insanların belleklerinde belli bir süre de olsa yer edinebilmektir.¹⁸

Web sitelerinin bir çoğu, kullanıcıların araştırabileceği küçük bölümlerde, referans bilgiler bulundurmaktadır. Uzun bloklu yazılar, kullanıcının konsantrasyonun dağılmasında oldukça etkili olmaktadır. Uzun ve bitişik belgeler, nadir olarak bilgisayar ekranından okunurlar. Çoğu insan genellikle, aradığı belgeler için kısa, anlaşılır, referans bilgilerin bulunduğu sayfalara bakmayı ve aradıklarını bulduktan sonra uzun bilgileri yazıcıda bastırmayı tercih etmektedirler. Web sitesi tasarlanırken, kolay ve hafif bilgi yerleştirmeye özen göstermek gerekmektedir. Sitelerdeki bilginin, doğru sınıflandırma ve yönlendirmeyle, en kısa ve en hızlı şekilde kullanıcıya ulaşması, tasarım için daima artı puan olacaktır.¹⁹

Bir web sitesi oluşturulması bir anlamda dergi reklamı, tanıtım broşürü, fuar sergisi veya firmayı tanıtan bir video klip hazırlamaya benzer. Burada en önemli nokta ziyaretçilere ne göstermek ve ne yaptırmak istediğimizle, ziyaretçilerin ne görüp ne yaptıkları arasındaki dengedir. Kolay bağlanılmayan, eğlenceli veya ilginç olmayan, ya da yararlı hiçbir bilgi içermeyen bir sitenin internet kullanıcıları tarafından ikinci kez tekrar kullanılmasını beklemek gerçekçi bir davranış olmayacaktır.²⁰

¹⁸ H.Ü. Bilgi İşlem Dairesi Başk. Lacivert Web Tasarım Grubu, Web Tasarım Kılavuzu, <http://www.hacettepe.edu.tr/turkce/kilavuz/>

¹⁹ Hacettepe, a.g.e.

²⁰ Ulufer Teker, **Grafik Tasarım ve Reklam**, Dokuz Eylül Yayınları, 2002, s.233.

2.4.1 Site Bilgi Mimarisi ve Site Yapıları

Belgelerin düzenlenme basamakları;

- Belgelerini uygun bölümlere ayırmak,
- Önem ve genelliğe bağlı olarak bir hiyerarşi kurmak,
- Hiyerarşiyi bölümler arasındaki ilişkiyi yapılandırmada kullanmak,
- Sisteminizin işlevsel ve estetik başarısını analiz etmektir.²¹

Sitenin içeriği ile kullanıcının beklentileri arasındaki etkileşimin akışını tasarlamak, bir bilgi mimarının öncelikli görevlerinden sayılabilir. Bilgi mimarının uğraş alanına, sitenin ziyaretçi trafiğini takip etmek; ortak ilgi alanları sitenin içerdiği konular olan insanlardan, bir topluluk yaratmanın yollarını aramak, dahil edilebilir. *“Doğuşu ve gelişimi itibariyle kütüphanecilik ile akraba olan bilgi mimarlığı, bugün daha çok güzel sanatlar, sosyal bilimler ve mühendislik formasyonlarını aynı potada eritebilmiş, meslekler arasında dans edebilme esnekliğine sahip danışmanlar tarafından yürütülüyor.”*²² Ancak farklı uzmanlık alanları arasında köprüler kurabilenler, bir site ziyaretçisinin ne gördüğü ile nasıl gördüğü arasındaki ilişkiye müdahale ederek internetin geleceğine biçim verebilmektedirler. Örneğin, yaşamlarında bir ürünü satın alırken fiziksel olarak dokunarak incelemek isteyenler, internet üzerinden etkileşime girerek satın alma kararı vereceklerse, bu soyutlamayı yaptırabilmek için çalışan bir web tasarımcısı, hedef kitlesinin "bilgi"ye yaklaşımını değiştirmek zorunda olduğu için, söz konusu niteliklere sahip bir bilgi mimarı ile işbirliği yapmak ihtiyacı duyacaktır. Bu noktada, site tasarımında, tasarımcı ile bilgi mimarının işbirliğinin gerekliliği ortaya çıkmaktadır.²³

Sağlam bir yapıyla oluşturulmamış bir site, içindeki bilgi, ne denli iyi hazırlanmış olsa da, hedeflediği amaca ulaşmakta yetersiz kalabilmektedir. Doğru ve sağlam yapılandırma, kullanıcının siteye ve site içeriğindeki bilgiye daha kolay bir şekilde ulaşmasını sağlamaktadır.

²¹ H.Ü. Bilgi İşlem Dairesi Başk. Lacivert Web Tasarım Grubu, Web Tasarım Kılavuzu, <http://www.hacettepe.edu.tr/turkce/kilavuz/>

²² Melih Katıkol, Dondurulmuş Konuşma, **Sanat Dünyamız**, YKY, Sayı:81, İstanbul, 2001, s.53

²³ Katıkol, a.g.e., s.53

Kullanıcının, fikir sahibi olduğu bilgi hakkında, eksik noktaları çabuk bir şekilde ve kolayca tamamlamak istemesi nedenine dayanarak, webdeki bilgiler çoğunlukla, kısa göndermelerle yönlendirilmekte ve iletilmektedir. Planı iyi yapılmış, kısa ve hızlı bir sunuş, kullanıcının internette daha çok zaman geçirmesini sağlayabilir. Bunun nedenleri de şu şekilde sıralanabilmektedir:

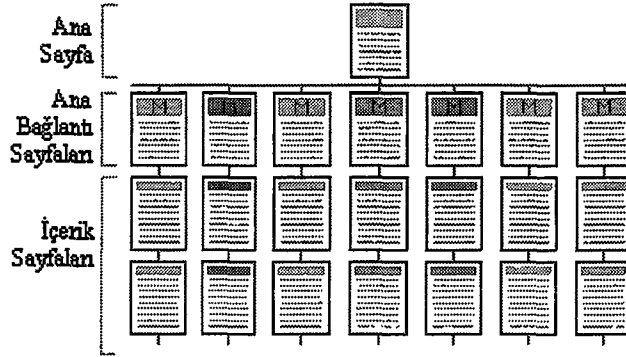
- Kullanıcıların çoğu, ekran karşısında uzun pasajlar okuyarak vakit harcamaktansa, uzun metinler içeren sayfaları bilgisayarlarına kaydederek, daha sonra okumakta ya da kağıt üzerine baskı yaparak bilgiyi elde etmektedirler.
- Bir site veya sayfaya bağlanan kullanıcı, çoğunlukla aradığı bilgi ile ilgili, belirli bir birime ulaşmaya çalışmaktadır. Kullanıcı, bilginin tamamı ile değil, kendisi için arındırılmış bölümüyle ilgileniyor olabilir. Diğer yandan, bütün bilgiyi çok fazla parçalara ayırıp, sunmak da çoğu zaman pek doğru olmayabilir.
- Sitenin sürekli değişmeyen bir şekilde oluşturulması, kullanıcıya diğer ziyaretlerinde kolaylık sağlayacak önemli bir etken olabilmektedir.
- Sayfalara yerleştirilen kısa ve öz başlıklar mantık olarak bilgisayar ekranıyla daha iyi uyum göstermektedir. Uzun belgeler, kullanıcıyı, sayfayı kaydırarak alttaki bilgiye ulaşmaya yönelttiği için, görüntü dışında kalan bilginin hatırlanmasını zorlaştırır.²⁴

Web siteleri tasarlanırken, gözönünde bulundurulması gereken en önemli noktalardan biri, akılda kalıcılık ve bilgiye kolay ulaşılabilir olmaktır. Bu nedenle yapılan sitelerin, içeriklerine göre çok uzun, karmaşık ve çok dallanmış yapıya sahip olacak şekilde tasarlanmamasına, dikkat etmek gerekmektedir.

İnternetteki web sitelerinin, bulundukları sanal ortamda bir zorunluluk haline geldiği için; önem sırasına göre düzenlenmiş, hiyerarşık bir düzende kurgulanmış olmaları gerekmektedir. Site içindeki uzak noktalardan birbirine direkt bağlantı,

²⁴ Aydın zn, **Yeni Bir Medya Olarak İnternette Etkin Reklamcılık**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2000, s.83.

birimler arasındaki ilişkinin sürekliliği, gibi yan unsurlar sitenin başarısını gösteren faktörlerdendir. (şekil 5)

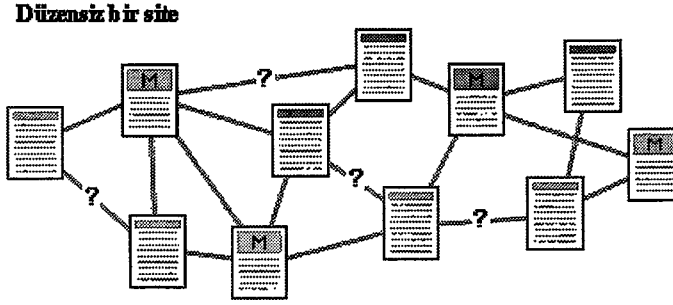


Kaynak: <http://www.hacettepe.edu.tr/turkce/kilavuz/>

Şekil 5: Web sitesinde hiyerarşik düzen

Web kullanıcısı, yeni ve karmaşık bir bilgi sistemiyle karşı karşıya kaldığında, bir takım mantıksal modeller geliştirmeye ve konular arasındaki geçişleri bu mantıksal modeller üzerinden yapma gayretine ve zorunluluğuna girmektedir. Bu durum, ona sezgisel olarak aradığı şeyi nerede bulacağı ve yönünü nasıl belirleyeceği konusunda bir yol çizer. Kullanıcı, daha önce rastlamadığı bir bilginin, site üzerinde mantıksal olarak konumlanışını çözümlenmeye ilgili, deneyimler edinir. Sitesinin başarısı, kullanıcıların beklentileri ve mantıksal modelleriyle doğru bir birliktelik kurduğu oranda artar. Doğru bir mantık kurgusuna sahip site tasarımı, kullanıcıyla işbirliği yaparak daha da etkileşimli bir hale gelir. Web sitesi eğer, kullanıcının mantık modelleriyle uyum sağlayamıyorsa kullanıcı motivasyonunu yitirerek, site içinde yolunu kaybedecek ve hemen siteden ayrılmanın yolunu arayacaktır.²⁵ (Şekil 6)

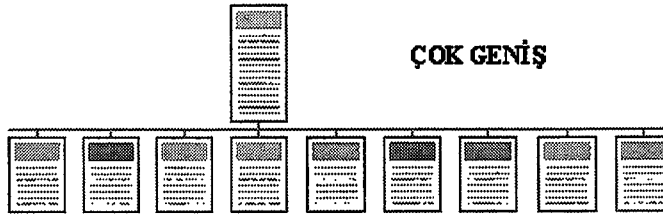
²⁵ Özön, a.g.e., s.84.



Kaynak: <http://www.hacettepe.edu.tr/turkce/kilavuz/>

Şekil 6: Düzensiz bir site yapısı

Web sitesinin, oluşturulduktan sonra estetik, pratik ve verimlilik açısından, analiz edilmesi gerekmektedir. Özellikle, fonksiyon olarak sitenin pusulası niteliği taşıdığı için, anasayfa bu analizde birincil hedef konumundadır. Eğer kullanıcı, bir sayfada sıkışıp kalırsa, tekrar bu sayfaya dönerek, yolunu bulabilmelidir. Anasayfadaki menüler bu nedenle, kullanıcıyı ne çok yukarılarda tutmalı, ne de çok derinlere sürüklemelidir. Sitenin giriş sayfası olması bakımından, anasayfanın kullanışlılığı, sadeliği, kolay yönlendiriciliği, çok önemlidir. Genel olarak, tek parçadan oluşan bir anamenü, bütün alt menüleri bünyesinde barındırma eğilimi göstermekte ve site oluşumuna fazla izin vermemektedir.²⁶ (şekil 7)

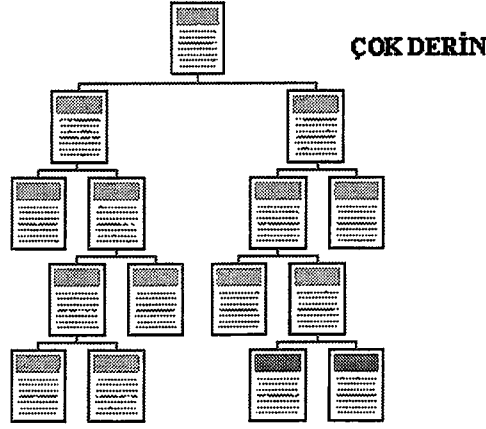


Kaynak: <http://www.hacettepe.edu.tr/turkce/kilavuz/>

Şekil 7: Çok geniş ve tekdüze bir site oluşumu

Bu durumun tam tersi oluyor ve kullanıcı, aradığı bilgiye birkaç link üzerinden geçmek zorunda kalarak ulaşabiliyorsa ya da bölümleri ancak geri dönüp bulabiliyorsa, bu, sitelerin yapılarının fazla derin olduğunun bir göstergesidir. Bu tür siteler, kullanıcıyı çoğunlukla ellerinden kaçırmaktadırlar. Bunun nedeni de,

kullanıcının, site içinde kaybolmasına tepki göstermesidir. Aradığı bilgiye, kolay bir şekilde ulaşamayan kullanıcı gereksiz yere zaman harcamak yerine, siteden ayrılma yolunu seçebilmektedir. (şekil 8)



Kaynak: <http://www.hacettepe.edu.tr/turkce/kilavuz/>

Şekil 8: Derin site yapısı

Web sitesinin sonuç sayfasına ulaşılması bakımından, fazla derin yapı, sıkıntılı bir yapıdır. Kullanıcının sonuç sayfasına ulaşması çok zamanını alır ve sıkılabilir. Site bilgilerin, birbirinin ardısına gelen sayfalarda bulunması gerekiyorsa; kullanıcılara, bu bilgi zincirlerini, bilgisayarlarına tek bir işlemle yükleme kolaylığının sağlanması, daha akılcı bir yöntem olacaktır.

Doğru yapılandırılmış, dengeli bir menü sayesinde içeriğin, anasayfa ve alt sayfalarda, alt başlıklar ve doğru bir sınıflandırma yapılarak, dengeli bir şekilde dağıtılması, kullanıcının ilgisinin canlı tutulmasını sağlamaktadır. Bu tür dengeli site yapılarına yerleştirilen her yeni bağlantı, kullanıcıya hedefine ulaşmasında yardımcı olacağından, motivasyonu artırıcı bir görev üstlenmektedir. Bu sayede kullanıcı, varmak istediği noktadan önce, gereksiz sayfaları dolaşmaktan kurtulabilmektedir.²⁷ (şekil 9)

²⁶ Özön, a.g.e., s.85.

²⁷ Özön, a.g.e., s.86.



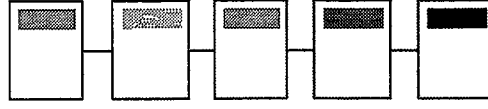
Kaynak: <http://www.hacettepe.edu.tr/turkce/kilavuz/>

Şekil 9: Dengeli bir menü yapısı

Site Yapıları:

İnsanlar internet teknolojisini anlamakta bazen zorluk çekerler. En çok merak edilen şey herşeyin birbirleriyle nasıl bağlantılı olabildiğidir. Aslında hiper metin mantığının özünü oluşturan bu basit sistem başardıkları göz önüne alındığında mükemmel bir yapı olarak karşımıza çıkar. Web üzerinde istenildiği taktirde herşey birbirine bağlanabilir. Siteler sitelere, kullanıcılar birbirlerine ve sitelere... Sitelerde, doğal olarak kendi içinde siteyi oluşturan elemanlar arasında bağlantılar kurarak oluşur. Bu bağlantılar sitenin içeriğiyle ilgili olarak farklı bağlantı zincirlerine ihtiyaç duyar. Bu zincirler şöyle özetlenebilir:

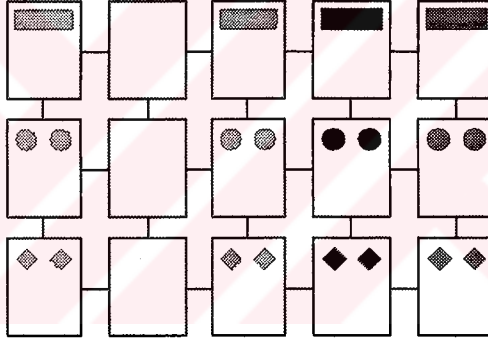
- Ardışık Bağlantılar, en basit web site yapılarından biridir. Site içeriğini oluşturan bilgiler birbirini takip eden bilgilerdir. Kullanıcıya belli bir sıra ile sunulması gerekir ve siteyi oluşturan sayfalar ardışık olarak organize edilir. Konular tıpkı bir indeks gibi sıralanır. Bu tür siteleri kitaplara benzetebiliriz. Sırayla okunmadığı taktirde bütün hakkında doğru fikir vermeyen sitelerdir ve bu yüzden kullanıcı bilgileri sırayla almaya yönlendirilir. (Şekil 10)



Kaynak: Özön, 2000, 87.

Şekil 10: Ardışık bağlantılı site yapısı

- *Grid Bağlantılar*, site içeriğinin tüm sayfaların birbirleriyle bağlantılı olmasını gerektiren durumlar için geçerli bir yapıdır. Kullanıcı bir ana başlık altında toplanan bilgileri izlerken, farklı bir başlık altında fakat o anda bulunduğu konuyla ilgili bilgilerin yer aldığı başka sayfalara da bağlanabilir. (Şekil11)

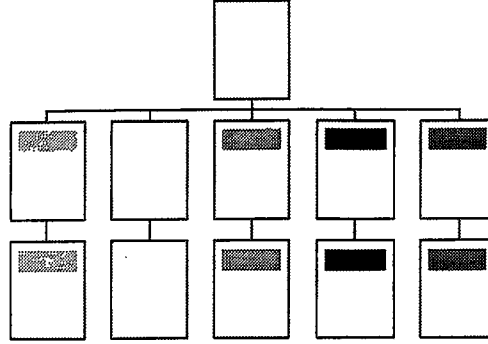


Kaynak: Özön, 2000, 88.

Şekil 11: Grid bağlantılı site yapısı

-*Hiyerarşik bağlantı yöntemi* karmaşık bilgi kümelerinin yer aldığı sitelerde bilgilerin birbiriyle karışmaması ve organize olması için kullanılır. Web sitelerinde en çok kullanılan yapıdır. Genelde web siteleri bir giriş sayfasıyla kullanıcının karşısına çıkar ve site içindeki yönlendirmeleri buradan yapar. Kullanıcı giriş sayfasında sitenin içeriğiyle ilgili özet bilgiler alır ve başlıklara tıklayarak daha fazla bilgi alabileceği sayfalara bağlanır. Erişilecek bilgilerin miktarı arttıkça site yapısı da derinleşir. Bu yapı

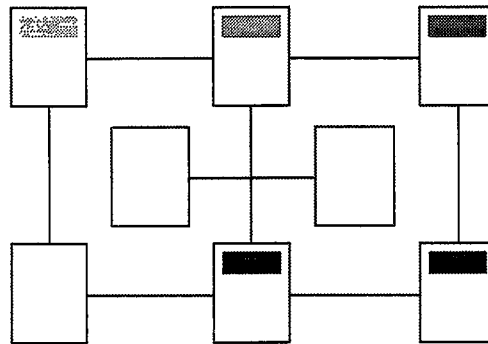
sayesinde kullanıcı özet bilgilere kolayca ulaşır ve daha fazla bilgi için sitenin derinliklerine doğru yol alır. (Şekil 12)



Kaynak: Özön, 2000, 88.

Şekil 12: Hiyerarşik bağlantılı site yapısı

- Birçok farklı bilginin yer aldığı siteler “Ağ Bağlantılar”ı kullanabilir. Bu tür sitelerde sayfalar birçok bilgi içerir ve bu bilgiler başka sayfalarla ilişkili olabilir. Karmaşık bir yapıya sahip olan bu tür sitelerin kullanıcıları eğitim düzeyi yüksek kullanıcılardır ve genelde ne aradıklarını bilirler. Sitelerin içerikleri çoğunlukla sadece linklerden oluşur. (Şekil 13)



Kaynak: Özön, 2000, 89.

Şekil 13: Ağ bağlantılı site yapısı

2.5. Web Sayfa Tasarımı

Günümüzde, bilgi tasarımının önemi giderek artmaktadır. Bilginin, alıcısı tarafından daha iyi algılanması için, doğru düzenlenmeli, iyi sınıflandırılmalı ve etkili bir biçimde sunulmalıdır. Bunlar için de iyi planlama şarttır. Düzensiz yerleştirilen yazı ve görüntü öğeleri, algıyı ve iletişimi zorlaştırmaktadır. Yazı ve görüntüler arasında görsel denge iyi kurulmalı; yazının iletişimsel amacı kaybolmamasına dikkat edilmelidir. Göz fazla zorlanmadan sayfadaki bilgi akışını takip edebilmelidir.²⁸

*Yazı, görüntü ve ses gibi verilerin bilgisayar kullanıcılarına ulaşmasını sağlayan bu global ağın cazibesine kapılan pek çok kişi web sayfası yapmakta, farkında olmadan bazı görsel kirlenmelere de neden olmaktadır. Eğer amaç ilgi çekici, bilgi verici ve görsel yönden etkili sayfalar yaratmaksa, belirli bir tasarım birikimine sahip olmak gerekmektedir. Amatör olarak web sayfası yapmak isteyenlerin önünde şüphesiz herhangi bir engel yoktur. Fakat görsel kirlenmeyi en aza indirmek bağlamında bazı ilkeleri ve önerileri dikkate almalarında yarar vardır.*²⁹

Grafik tasarım, görsel algılamayı gözönüne alarak, görsel malzeme ve metin arasında bir denge kurmaktadır. Web sayfaları, şekilsel olarak, renk, biçim ve kontrastlıklar açısından desteklenmiyorsa, kullanıcının sıkılmasına, ilgisini dağılmasına ve içeriğe tamamen yoğunlaşamamasına neden olur. Yoğun bir metin içeriğine sahip sayfalar, içinde kontrastlıklar bulundurmuyorsa, okunması zor ve kullanıcıyı motive etmekte başarısız kalabilmektedir. Web sitelerinin iyi tasarlanmış olması, etkileşimin, metin yerleşiminin ve biçiminin, görsel malzemelerin iyi planlanmasıyla doğru orantılı olduğu söylenebilir.³⁰

²⁸ Hasip Pektaş, İnternetteki Tipografi Sorunları ve Görsel Kirlenmeye Karşı Öneriler, <http://bookplates.tripod.com>

²⁹ Pektaş, a.g.e.

³⁰ Aydın Özön, *Yeni Bir Medya Olarak İnternette Etkin Reklamcılık*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2000, s.74.

HTML (Hyper text markup language) grafik, metin ya da farklı medyaların birbirine linklerle bağlandıkları web sayfa dilidir. Basit anlamda metin linklerden ve sade metinden oluşan web sayfaları, etkileşimin ve multimedyanın kullanıldığı web sayfaları yapmak mümkündür. İnternet bağlantı hızları teknolojinin gelişimiyle hızlandı ve gelişimini sürdürüyor. Bağlantı hızlarının artmasıyla web sayfalarında dosya boyutu olarak fazla yer tutan video, ses, resim gibi öğelerin kullanımı da arttı. Genel mantığın değişmesiyle birlikte web sayfalarının görünümleri de değişmektedir.³¹

Testler yardımıyla, tasarlanan sayfaların görsel olarak yoğunluğunun, fazla olup olmadığı konusunda karar verilebilir. Grafiklerin kullanıcıya ulaşp ulaşmadığının ölçümü, web sunucunun, hitleri kontrol etmesiyle anlaşılabilmektedir. Sayfada kullanılan grafik malzeme yükleme sırasında sorun yaratıyorsa, bunlar ya boyut olarak küçültülebilir ya da sayfaya eklenmesinden vazgeçilebilir. Bu tür çözümler uygulanmadığı takdirde; hedef kitleyi oluşturan kullanıcılar, web tarayıcılarında resimlerin gösterilmemesine ilişkin komutu seçebilir. Bu da, metin dışındaki görsel malzemelerin kullanıcıya ulaşamamaya neden olmaktadır.

Web kullanıcıları genellikle, sayfalarında online durumdayken, çok uzun yazıları okumak yerine kaydedip, daha sonra yazıcıdan baskısını alarak okuma yolunu tercih etmektedirler. Tasarımcı, web sayfalarını hazırlarken; bu durumu göz önüne alarak çok uzun metinler yerleştirmekten kaçınmalı ve kullanıcıyı, başka sayfalarda bu bilgilere ulaşması için yönlendirmelidir.³²

2.5.1. Sayfa Tasarımında Görsel Hiyerarşi

Görsel hiyerarşi, tasarım içindeki görsel unsurları vurgulanmak istenen mesaja göre ölçülendirme anlamına gelir. Bazı tasarımlarda fotoğraf ya da illüstrasyon büyük boyutlarda kullanılarak vurgulayıcı unsur haline dönüştürülür, kimi tasarımda ise tipografi, hatta bazen de beyaz boşluk ön plana çıkar. Boyut dışında; renk, açıklık-koyuluk (ton), uzaklık-yakınlık ve

³¹ Özön, a.g.e., s.74.

³² Özön, a.g.e., s.75.

konum da görsel hiyerarşiyi etkileyen diğer unsurlar arasında sayılabilir. Tasarımcı, görsel hiyerarşi yoluyla okuyucunun gözünü tasarım üzerinde yönlendirebilme olanağını bulur. Hiyerarşik yapı içinde birbiriyle üstünlük çatışmasına giren unsurlar arasında dinamik ilişkiler kurulabilir. Örneğin; bu görsel unsurlardan biri boyutları ile üstünlük sağlarken, diğeri canlı ve kontrast renkleri ile ön plana çıkabilir.³³

Tasarımcı, çalışmanın önemli parçalarına ilgiyi çekmek için, onları egemen kılarak zıtlığı kullanmayı yeğler. Çalışmalarında görsel hiyerarşiye önem vermeyen tasarımcılar, her görsel parçanın eşit öneme sahip olduğunu savunurlar; böylece tasarım, sadece iletişim kurmamakla kalmaz, aynı zamanda izleyicide yön vermeyen kafa karıştırıcı görsel bir imajı yaratmış olur. Bu nedenle tasarımda, bütün parçaların kullanım değeri önemlidir.

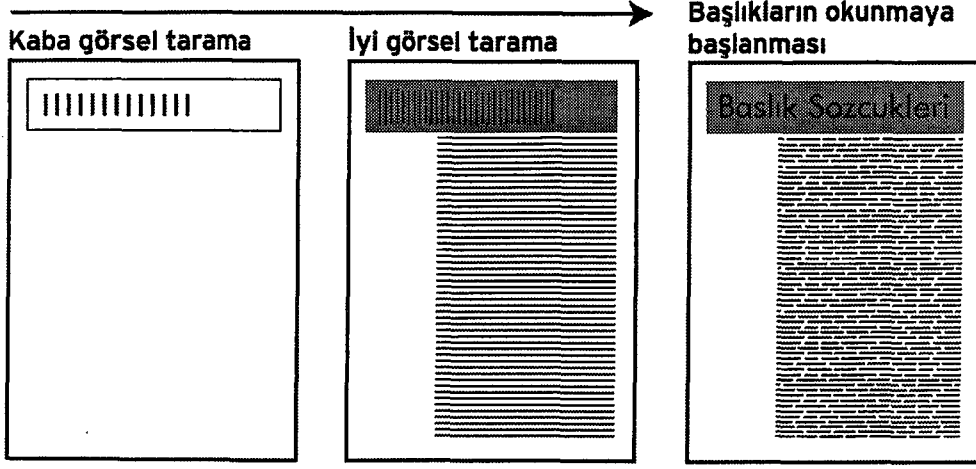
Hiyerarşi konusuyla ilgili olan tasarımcılar, iki sorunla karşı karşıyadır. Birincisi, her parçanın gerekli önemlilik derecesine sahip olduğu kavranmalıdır. İkinci olarak, ritmik hareket ve çalışma dengesi içerisine değişen önemlilik dereceleriyle bu parçaları birleştirmek zorunluluğu gösterilmektedir. Bunu yaparken tasarımcılar, görsel hiyerarşiyi başarmak için farklı yöntemleri kullanmak zorunda olduklarını hissederler.³⁴

Grafik tasarımın temel işlevlerinden biri, bilginin görsel hiyerarşi içinde organize edilmesi ve kullanıcının, bu bilgilere, tasarım bütünü içindeki önem sırasına göre ulaşmasıdır. Kullanıcılar, girdikleri web sayfalarını, önce büyük resim blokları halinde algırlarlar. Ardından, bu blok görüntüleri anlamlandırılmaya başlar ve kendi aralarında oluşturdukları kontrastlıklar sayesinde bir sıralamaya girerek, öncelik ve sonralıkları oluşur. Ve bilgiler görsel olarak okunmaya başlar. Resim ve metin gibi, sayfaya yerleştirilen her tasarım ögesi de, kendi içinde bir hiyerarşi oluşturacak şekilde sıralanmaktadır. Bir metin düzeninde, önce kalın ve büyük kelimeler, daha

³³ Emre BECER, *İletişim ve Grafik Tasarım*, Ankara, Dost Kitabevi Yayınları, 1997, s.69

³⁴ H.Yakup Öztuna, *Sanatın Özü*, (Yayınlanmamış Kitap Çalışması), İzmir, 2002, s.22.

sonra ince ve küçük kelimeler okutularak bir hiyerarşik düzen oluşturulur.³⁵
(Şekil 14)



Kaynak: Özön, 2000, 75.

Şekil 14: Görsel tarama ve sayfa yapıları

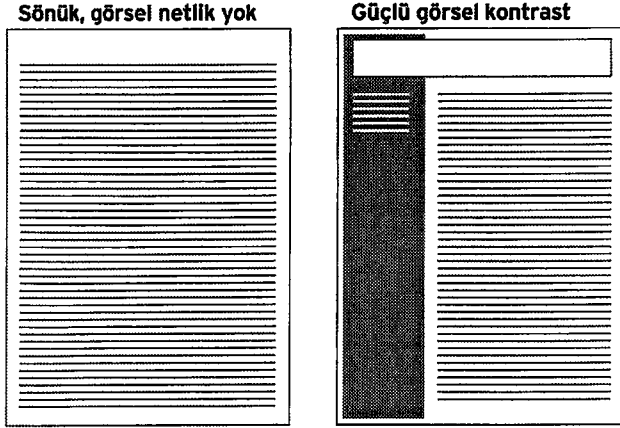
Bu şekilde kullanıcı, sayfa tasarımında oluşturulan görsel hiyerarşiyle yönlendirilmektedir. Kullanıcıya sayfada, önce görülmesi ve sonra ilgilenilmesi istenilen materyaller belirlenip, organize edilerek sunulur. Sayfanın izlenebilirliği yönünden, salt düz metinden oluşan bir sayfa ile metin düzenlemesine farklı renk ve harf büyüklükleriyle müdahale edilmiş bir sayfa arasında oldukça büyük farklar bulunmaktadır.³⁶ (Şekil 15)

Şekil, ton ve renk uyumunda ve bunların konumlarında farklılıklar yapmak, sayfaya enerji verir. Örneğin yatay pozisyon yerine belirli bir eğimdeki yerleştirmeler görsel kontrastlıklar yaratır. Kontrastlık, tasarımın temel prensiplerinden biridir. Bir sözcüğün ya da deyimın yüksek ya da alçak sesli çıkmasını sağlar. Layoutta (düzenlemede) vurgu için öğeler arası güçlü kontrastlıklar gerekir. Boyutta, biçimde, konumda, ağırlık ve renkte resmin

³⁵ Aydın Özön, **Yeni Bir Medya Olarak İnternette Etkin Reklamcılık**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2000, s.75.

³⁶ Özön, a.g.e., s.76.

mi yoksa yazının mı dominant (güçlü) olacağı önceden belirlenmelidir. Herşeyde vurguyu aynı yapmak, monoton bir sonuç yaratır.³⁷



Kaynak: Özön, 2000, 75.

Şekil 15: sayfa içi düzende görsel hiyerarşi

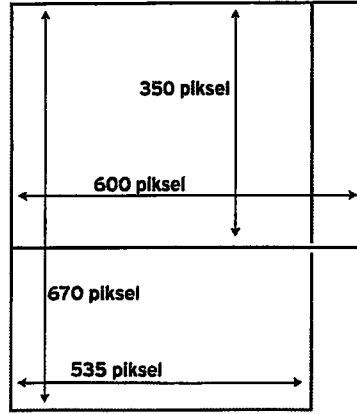
İnsan topluluklarının büyük bir bölümü, sayfaları soldan sağa okumakta ve yukarıdan aşağıya doğru izlemektedir. Bu, grafik tasarım uygulaması açısından, temel ölçütlerden biri durumundadır. Basılı ortamda veya web ortamında, bu görüş doğrultusunda, sayfada en üst bölgenin daha baskın olduğu söylenebilir.

Web sayfa tasarımlarında özgünlük, başarılı olabilmek için en önemli unsurdur. Hazır görüntüler kullanılarak oluşturulan siteler, birbirinden ayırt edilememe ve kimliksiz bir görünüm yaratma, problemleriyle karşı karşıya kalmaktadırlar.

Genel olarak tüm web sayfalarında, web kullanıcısı tarafından grafik ve içeriğin tamamının görülebilmesi amacıyla, belirli alanlar bulunmaktadır. Bunlar, daha çok 14-15 inç monitör kullanan kullanıcılar için geçerli alanlardır. Web sayfalarında, görünebilir ve basılabilir alanlara dikkat edilerek tasarımın

³⁷ Hasip Pektaş, İnternetteki Tipografi Sorunları ve Görsel Kirlenmeye Karşı Öneriler, <http://bookplates.tripod.com>

oluşturulması, bilgi kaybını önlemek açısından oldukça önemli olmaktadır.³⁸
(Şekil 16)



Kaynak: Özön, 2000, 75.

Şekil 16: Web Sayfaları için görüntülenebilir ve basılabilir alanlar

Web sayfaları, istenildiği kadar uzun tutulabilir. Ancak, kullanıcının yakalanabileceği alan, uzunluk olarak 30 inç geçmemektedir. Bu, sayfanın yüklenebilirliği yönünden güvenilir bir ölçü sayılabilir. Uzun sayfaların yüklenmesi zor olduğu ve süre olarak fazla zaman aldığından, kullanıcılar çoğunlukla sayfanın tümünü görmeden başka sayfalara geçebilmektedirler.³⁹

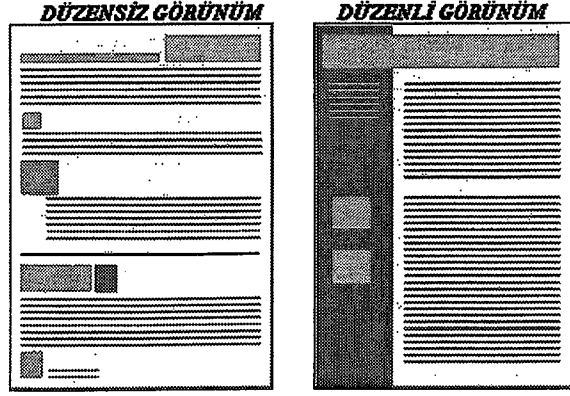
Web sayfa tasarımlarında, belli grid düzenlemeleri kullanılması, kullanıcı için, daha iyi ve doğru tasarlanmış, aradığı bilgilere kolay ve sağlıklı bir şekilde ulaşmasını sağlayan, bir yapı oluşturabilmektedir. (Şekil 17)

Web sayfalarının farklı bilgisayar ortamlarında izleneceği gözönünde bulundurulmalıdır. Dünya üzerinde yaygın olan bilgisayar ortamları Macintosh ve PC ortamlarıdır. Bu ortamlarda en yaygın internet tarayıcı programları sayesinde dolaşılır.⁴⁰

³⁸ Özön, y.a.g.e., s.76.

³⁹ Özön, a.g.e., s.77.

⁴⁰ Özön, a.g.e., s.79.



Kaynak: <http://www.hacettepe.edu.tr/turkce/kilavuz/>

Şekil 18: Düzenli ve Düzensiz tasarlanmış sayfalar

2.5.2. Sayfa Tasarım Öğeleri

Web sayfa tasarımında, tasarım öğelerinin yerinde ve doğru kullanımı açısından tasarımcılar ciddi bir sorumluluk taşımaktadırlar. Teknik nedenlere dayalı olarak hız ve sadelik yakalanmak istenirken, tekrar eden ve sıradanlığa kaçan tasarımlar, amatörce yapılmış tipografik uygulamalar, bilinçsizce seçilmiş geç yüklenen resimler, hatalı renk uygulamaları, tasarımcıların içine düştükleri en önemli yanlışlardır. Sayfa tasarımındaki bu ciddi hatalar, tekrarlardan ve beklemekten sıkılan ziyaretçilerin, tercihlerini başka sayfalardan yana kullanmalarına neden olmaktadır.

2.5.2.1 Webde Tipografi

*Tipografi terimi ilk kez, Johann Gutenberg'in metal harflerini tanımlamakta kullanıldı. Bugün ise bütün baskı yazıları ve noktalama işaretlerinin sanatsal ve tasarıma dayalı özelliklerini ve üretim teknolojilerini konu alan bir uzmanlık alanı olarak kabul edilmektedir.*⁴¹

İster video aracı, ister kağıt için tasarım yapalım; yazıya yer vermeyen iletişim henüz keşfedilmedi. Belki günün birinde bütün bilgisayarlar

⁴¹ Emre BECER, **İletişim ve Grafik Tasarım**, Ankara, Dost Kitabevi Yayınları, 1997, s.176

konuşursa, metne ve onu görüntüleme aracı olan yazı tiplerine (font) ihtiyacımız kalmaz. O zamana kadar sayfalarımızın grafik değeri, öğeleri yerleştirme sanatına olduğu kadar, fontlara da bağımlıdır. Font veya MS'un deyimiyle yazı tipi, gerçek adıyla hurufat, iki işlevlidir: Okunur ve görülür.

(...) Güthenberg'den bu yana insanoğlu, harf biçimi ile o harfle ifade edilen metnin anlamı arasında özdeşleştirme yapa-yapa, harfe bakarak yazıya anlam vermeyi öğrenmiştir. Bunu değiştiremeyiz. Bu bütün okur-yazar insanların ortak bir dili gibidir. Bu küçük alıştırmadan, bir Web sitesinin grafik değerinin, metinler için seçilmiş harf tipinin uygunluğu ile doğru orantılı olduğu sonucunu çıkartabiliriz.⁴²

Grafik iletişimin vazgeçilmez unsurlarından biri olan tipografinin en önemli işlevi okunmaktır. Bir grafik tasarımcı dilin yapısını iyi bilmeli ve onu doğru olarak kullanabilmelidir. Tasarımda kullanacağı tipografik karakterleri, bu görsel malzemeleri en son kullanacak kişiye yani okuyucu ya da izleyici kitleye göre belirlemelidir. Tasarımcı tipografi ile aktarılabilecek bilgiyi en iyi şekilde analiz etmeli ve okuyucunun en rahat biçimde algılaması için bölümlemeli ve sıralamalıdır. Bu işlemi yaparken aktarılmak istenen mesajı yok etmemeye dikkat etmelidir. Kötü yazılan ve sunulan birçok mesaj kaybolup gider. Doğru seçilmemiş yazı karakterleri veya kötü bir düzenleme, okuyucunun ilgisinin yok olmasına neden olabilir. Kullanılan yazı karakteri basılı işi dikkat çekici ve hatırlanabilir kılmalıdır.

Sözcükler, yazıldığı harf karakterine göre anlam kazanırlar, etkili veya etkisiz görünürler. Algılamanın kolay ya da zor olması, kavramların somutlaştığı bu harf gruplarının yapısına bağlıdır. Her yazı karakterinin bir kimliği vardır. Bu kimlik mesajın iyi anlaşılmasını sağladığı gibi, yanlış yorumlara da neden olabilir. Narin, kaba, kadınsı, erkeksi, çağdaş, klasik, resmi, gayriresmi, laubali veya oryantal yazı karakterleri vardır. Örneğin Times'ın, İngiliz asaletini, ağırbaşlılığını yansıttığı söylenebilir.⁴³

⁴² Hakkı Öcal, İnternetin Grafiği Farklı Olur, PC Life, Nisan 2000, s.119.

Grafik tasarımcı yaptığı bir tipografik düzenlemede görsel olarak çekici ve çarpıcı bir etki yaratmaya çalışırken okunaklılığı yok etmemeye dikkat etmelidir. Harfler ve sözcükler arasında yapılan yanlış espaslamalar, yazıyı bozuk bir ritim içinde sıralanan ve bu nedenle güçlü ve canlı mesajlar iletemeyen siyah damlacıklara dönüştürebilirler. Bu durumda okuyucunun gözü verilmek istenen mesajdan çok satırların sayfada oluşturduğu bu lekeler takılı kalır ve istenilen amaca ulaşamaz.⁴⁴

1800’lü yılların başlarında İngiliz baskı ve tipografi ustası Thomas Codben-Sanderson, tipografi konusunda şunları yazmıştı: “Tipografinin bütün görevi, yazar tarafından iletilmek istenilen düşünce ve imgeyi gözden kaçırmadan okurun hayal gücüne seslenmektedir”. Yüzyıllar öncesinde bütün yazıları tek tek dizen bir baskı ustasıyla, sayısal bilgisayarlarla çalışan günümüzün grafik tasarımcısının hedefi –aradan bu kadar uzun bir süre geçmesine karşın- değişmemiştir: İletişim kurmak.⁴⁵

Doğru ve iyi tipografi, fontlar arasındaki görsel kontrastlıkların ve metinle sayfa boşluk alanlarının birbiriyle ilişkisinin, doğru tasarlanmasıyla elde edilebilir. Tasarım yüzeyindeki, güçlü kontrast ilişkiler ve etkili dokular, kullanıcıyı görsel açıdan etkileyebilmek amacıyla kullanılan, önemli unsurlardır. Sayfadaki metinlerin hepsinin kalın yazılması, metinde hiçbir şeyi öne çıkarmaz ve okuyucuya herşeyi bağırarak anlatmak gibidir. Tam tersine, olabildiğince tekdüze, tipografik hareketlilik içermeyen sade bir metin sayfası da okuyucu için monoton olacağından okuma zorluğuna neden olabilir. Bu olumsuz etkileri yok etmek ve vurguyu arttırmak için, bazı metinlerde kalın ya da büyük boyutlu fontlar kullanılabilir. Yazıları sürekli büyük harflerle yazmak da monoton bir etki yaratacaktır. Çünkü, büyük harfler bütünde dikdörtgen alanlar oluşturmakta ve genel olarak metnin, dikdörtgenlerden oluşan bir doku gibi görünmesine neden olabilmektedir. Küçük harflerin kullanılması, uzun metinlerde daha dinamik alanlar oluşturduğu için, monotonluktan uzaklaşmakta ve rahat okunabilmektedir. Ayrıcı, sayfada farklı fontların kullanımıyla da, metin içinde kontrastlıklar elde edilebilmektedir. Kelime içlerindeki boş alan

⁴³ Hasip Pektaş, İnternetteki Tipografi Sorunları ve Görsel Kirlenmeye Karşı Öneriler, <http://bookplates.tripod.com>

⁴⁴ Becer, y.a.g.e., s.13

⁴⁵ Becer, a.g.e., s.176.

ilişkileri, dinamik alanlar oluşturur ve uzun metinlerin bu dinamikliği içermesinde, tasarımın başarısı açısından yarar vardır. (Şekil 19)

Tree Boy Dog
Capital CAPITAL
depends DEPENDS

Kaynak: <http://www.hacettepe.edu.tr/turkce/kilavuz/>

Şekil 19: Yazının statik ve dinamik yapısı

Harf tipiyle ilgili bir diğer metin-dışı anlamlandırma ögesi, harfin büyüklüğüdür. Kısa ve büyük harflerle dizilmiş başlıklar, daima "önemli" kanısını uyandırır. Küçük puntolu ve uzun bir yazı, ters etki yapar. Kısa kelimeler ve büyük harflerle tasarlanmış başlıklar derhal okunur. Küçük harflerle dizilmiş uzun yazılar ise ancak başlığı ilginç ise okunur.

Harf tipi büyüklüğünün bir diğer etkisi, satır genişliğinin, okuyan kişinin gözüyle alttaki satırın başına giderken satırı şaşırmasına yol açmayacak uzunlukta olmasıdır. Bu alandaki araştırmalar, bir kişinin dört kere satırbaşı şaşıracağı, yazıyı yarım bıraktığını gösteriyor.⁴⁶

İşletim sistemi olarak birbirinden ayrılan bilgisayar ortamlarından kaynaklanan farklıların, sayfa tasarımında, fontların kullanımı sırasında göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Örneğin, Windows işletim sistemiyle çalışan PC ortamları, Macintosh'lara göre fontları, 2-3 punto daha büyük göstermektedir. Bu durum, web sayfalarında büyük farklılıklar oluşmasına neden olacağından, tasarım aşamasında gözönünde bulundurulmasında yarar vardır.⁴⁷ (şekil 20)

Web sayfasındaki fontlar, standart fontlardan farklılık gösteriyorsa, sadece izlendikleri ortamlarda doğru çalışabilirler. Bu nedenle, farklı fontlar kullanırken, bu

⁴⁶ Hakkı Öcal, İnternetin Grafiği Farklı Olur, **PC Life**, Nisan 2000, s.120.

⁴⁷ Özön, y.a.g.e., s.79.

iki farklı işletim sistemine sahip bilgisayarda bulunan standart fontların kullanılması, tasarımın kullanıcı ekranlarında hatasız görüntülenmesi için önemlidir.⁴⁸ (Şekil 21)

<i>True Type Font Görüntüleri</i>	
<i>Windows 95, 12 pt tipinde</i>	<i>Macintosh, 12 pt tipinde</i>
Arial	Arial
Arial Black	Arial Black
Arial Narrow	Arial Narrow
Arial Rounded MT Bold	Arial Rounded MT Bold
Book Antiqua	Book Antiqua
Bookman Old Style	Bookman Old Style
Century Gothic	Century Gothic
Century Schoolbook	Century Schoolbook
Courier New	Courier New
Garamond	Garamond
MS LineDraw	MS LineDraw
Times New Roman	Times New Roman
Verdana	Verdana

Kaynak: <http://www.hacettepe.edu.tr/turkce/kilavuz/>

Şekil 20: Fontların, farklı bilgisayar ortamlarındaki boyutları

<i>Windows 95 ve Macintosh OS için varsayılan yazı karakterleri</i>	
<i>Windows95, 12 point type</i>	<i>Macintosh, 12 point type</i>
Arial	Chicago
Arial Black	Courier
Arial Narrow	Geneva
Arial Rounded MT Bold	Helvetica
Book Antiqua	Monaco
Bookman Old Style	New York
Century Gothic	Palatino
Century Schoolbook	Times
courier	
Courier New	<i>lazer printer için</i>
Garamond	<i>ek karakterler</i>
MS Dialog	New Century Schoolbook
MS Dialog Light	Avant Garde
MS LineDraw	Bookman
MS Serif	
MS Sans Serif	
MS SystemX	
Times New Roman	
Verdana	

Kaynak: <http://www.hacettepe.edu.tr/turkce/kilavuz/>

Şekil 21: Windows ve Macintosh bilgisayarlarının standart fontları

⁴⁸ Özön, y.a.g.e., s.82

Fakat Web tasarımı yaparken, masaiüstü yayıncısı gibi özgür ve sınırsız değiliz. Masaiüstü yayıncısı, tasarımında kullandığı harf türleri, eserini kağıda ve filme dökecek teknik servise, yoksa bunları bir diskete koyarak ve teknik servise vererek sorununu çözebilir. Fakat Web tasarımcısı, kendi bilgisayarına yüklenmiş bütün fontların, internetteki bütün ziyaretçilerinde bulunduğunu sanıyorsa, özene bezene hazırladığı başlıkların Arial veya Geneva'ya döndüğünü gördüğünde büyük bir hayal kırıklığına uğrayabilir. Sayfalarınızda, ya MS Windows ya da MacOS ile kurulan yazı tiplerinden başka yazı tipi kullanmak zorundasınız.

Bu engeli aşabilmek için Web tasarımcılarının bulduğu çözüm, başlıkları resim olarak sayfalarına yerleştirmektir. Bu çözümü uygularken, her resmin sayfanızın ziyaretçiye aktarılma süresini uzattığını ve ziyaretçinin sabrını azalttığını unutmamak gerekir. Bu yüzden Web tasarımcısı, Microsoft ve Apple firmalarının, işletim sistemlerine yüklenmesini sağladıkları varsayılan yazı tipleri ile yapabileceğinin azamisini yapmak zorundadır.⁴⁹

2.5.2.2.Renk

Genellikle, web sayfaları arasında görsel bütünlüğü sağlamak ve sayfaları birbirleriyle ilişkilendirmek amacıyla kullanılan, en yaygın yöntemlerden biri renk kullanımıdır. Sayfalar hazırlanırken, aynı başlık altında toplanan sayfalara, aynı renkleri vermek gibi yollara gidilebilmektedir. Bu sayede kullanıcı, renklerin oluşturduğu etkiyle, farkında olmadan konu başlıklarının hangisine ait olan bilgiyle ilgilendiğini kavrayabilir.

Renk, önemli bir tasarım öğesidir ve görsel sanatların müziği olarak adlandırılır. Renk, tasarımcının en güçlü araçlarından biridir. Tasarımcı, hem rengin bilimi hem de sanatı hakkında bilgi sahibi olmak zorundadır. Fizikçiler, renk kuramının ve renk duygusun kaynaklarını açıklarken; kimyacılar ise, renkleri karıştırma ve uygulama için belli kuralları formüle

⁴⁹ Hakkı Öcal, İnternetin Grafiği Farklı Olur, PC Life, Nisan 2000, s.120.

ederler. Bununla beraber psikologlar, spesifik renklere karşı olan duygusal tepkiler hakkında irdelemede bulunurlar (Bevlin, 1977).⁵⁰

*Web sayfalarında kullanılacak uygun renkler ekranın monotonluğunu azaltacağı gibi, dikkat çekiciliği de arttıracaktır. Web sayfalarında kullanılacak renklerin kurum kimliğine uygun olarak seçilmesi de kurum imajının yerleşmesini güçlendirici etki yapacaktır.*⁵¹

2.5.2.3. Web Grafik Formatları

*Web grafiği denince belki de akla ilk gelen şey, grafikler (resimler, fotoğraflar ve diğer süsleme unsurları) oluyor. Fakat gördüğümüz gibi, Web sayfamızdaki resimlere gelinceye kadar o kadar çok grafik öge var ki! Fakat bu, resim-fotoğraf gibi, "grafik dosyası" olarak kaydedilen ve "grafik" denildiğinde akla ilk gelen unsurların etkisini hafifletmemeli. Bir Web sayfasının, diğer bütün grafik dengesi ne kadar başarılı olursa olsun, bir resmin yanlış kullanılması, sayfanın tümünün grafik değerini yok etmeye yeter. Buna karşılık başarılı bir resim, sayfadaki bir çok diğer grafik hatayı affettirebilir.*⁵²

Web sayfalarındaki, resimler, fotoğraflar ve logolar, eşlik ettikleri metinlerin, ziyaretçi tarafından okunmasın teşvik eden en önemli unsurlardır. Bunun yanında, kullanılan resimler ne kadar büyük dosya boyutuna sahipse, o kadar geç yüklenmekte ve ziyaretçinin siteyi terketmesine sebep olmaktadır. Bu noktada, görsel malzemenin görüntü kalitesi ile dosya boyutu arasındaki dengeyi ayarlamak web tasarımcısına ait olmaktadır. Şu unutulmamalıdır ki, en geç 20 saniyede tamamı yüklenmeyen bir sayfa, ziyaretçilerin yarısını baştan kaybetmiş demektir.⁵³

Bilgisayar ortamında imaj dosyaları ikiye ayrılır: gerçek imaj biçimleri; web imaj biçimleri. Hemen hemen bütün bilgisayar işletim

⁵⁰ H.Yakup Öztuna, **Sanatın Özü**, (Yayınlanmamış Kitap Çalışması), İzmir, 2002, s.71

⁵¹ Ulufer Teker, **Grafik Tasarım ve Reklam**, Dokuz Eylül Yayınları, İzmir, 2002, s.234

⁵² Hakkı Öcal, İnternetin Grafiği Farklı Olur, **PC Life**, Nisan 2000, s.122.

⁵³ Öcal, a.g.e., s.122

*sistemlerinin, yerli imaj biçimi vardır: Windows için WMF, Macintosh için Pict, OS/2 için BMP, xWindow için XWD gibi. Bu biçimlerin hemen hepsi, 1-bitten (siyah-beyaz) 24-bite (16 milyon renk) kadar hemen hemen bütün renk derinliklerini desteklerler.*⁵⁴

Ne var ki, web tarayıcıları, gerçek görüntü biçimlerindeki resimleri görüntüleyemezler. Web standartlarını belirleyenler; ağ iletişimdeki yükün, fazla olmasını engellemek için, gerçek görüntü dosyalarının çok büyük boyutlara sahip olduğunu dikkate alarak; sıkıştırılmış web görüntü dosyalarının bu ortama daha uygun olacağına düşünmüşler ve tarayıcıların, gerçek görüntü dosyalarını kabul etmesini önlemişlerdir. Bu nedene dayanarak, web sayfalarında, tarayıcılar tarafından tanınmama korkusu olmadan, GIF, JPEG ve PNG olmak üzere, üç grafik dosya türü kullanılmaktadır.⁵⁵

2.5.2.3.1.GIF Dosyaları

GIF dosyaları, tektip, geometrik ve düz grafik dosyaları için ideal bir görüntü formatıdır. Sadece, tek parçadan oluşan arka planlar, başlıklar ve büyük puntolu yazılar için kullanılmaktadırlar. GIF dosyaları 256 (8 bit) renkle sınırlandırılmışlardır.

CompuServe firması tarafından geliştirilen GIF grafik formatı, iyi bir sıkıştırma algoritması sahiptir ve bu formattaki görüntünün açılma işlemi de, oldukça hızlı bir şekilde gerçekleştirebilmektedir. Bunun yanında GIF, web tarayıcılar ile görüntülenen resimlerin çoğu için standart bir grafik formatı haline gelmiştir. Tek olumsuz yönü, bir resimde, en fazla 256 renk kullanmak zorunda kalınmasıdır.⁵⁶

*GIF (Graphic Interchange Format - Grafik Değişim Biçimi), TIFF gibi, bir bitmap grafiğin bütün renk ve ton ayrıntılarını tutamaz; grafik üzerinde katmanlar (channel) ve seçme alanları (path) oluşturulamaz.*⁵⁷

⁵⁴ Öcal, a.g.e., s.122

⁵⁵ Öcal, a.g.e., s.122

⁵⁶ Aslan İnan, **İnternet El Kitabı**, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2001, s.431

⁵⁷ Öcal, y.a.g.e., s.123

2.5.2.3.2. JPEG Dosyaları

JPEG (Joint Photographic Experts Groups) görüntü sıkıştırma formatı, geniş alanlarda rahat ton geçişlerine sahip görüntüleri, boyutlarıyla sınırlı kalmadan kullanabilmek oluşturulmuştur. Bu da, JPEG sıkıştırma, web üzerinde kullanılan fotografik görüntüler için ideal seçim haline gelmiştir. GIF dosyalarının, 8 bit (256 renk) ya da daha az renkli görüntülerle çalışmasının tersine; JPEG dosyaları, 24 bit ya da “milyonlarca” renge sahip görüntüyü destekleyebilmektedir.

JPEG sıkıştırma, insan gözünün kesin prensiplerini, temel almaktadır. Kısa mesafelerdeki değişiklikleri, görmezden gelirken; parlaklık ve renkteki tutarsız değişiklikleri almakta daha hassastır. Bu grafik formatı, görüntüyü belli bölgelere böler ve insan gözü tarafından algılanması güç alanları çıkartır. Görüntü, bir tarayıcıda yada herhangi bir görüntü işlemci programda açılarak, çok yakından incelendiğinde bile orjinalinden farkının çok az olduğu görülecektir.

JPEG (Joint Photographic Experts Group) biçiminde kaydedilen dosyalarda ise gerçek imajın kalitesinin bir ölçüde kaybolması pahasına, dosya boyutu olağanüstü küçültülebilir. JPG dosyalar, gerçek imaj dosyasının katman ve seçme alanları bilgilerini koruyabilir.⁵⁸

2.5.2.3.3.PNG Dosyaları

PNG (Portable Network Graphic – Aktarılabilir Ağ Grafiği), GIF ve JPEG'den farklı olarak, tamamen internet için geliştirilmiş vektör grafiği biçimidir.⁵⁹

PNG grafik formatında, GIF ve JPEG sıkıştırma tekniklerinin iyi tarafları kullanılmakta; buna karşılık 48 bit renk skalası korunmaktadır. Bu da, GIF'in 8 bitine göre, çok daha kaliteli görüntü elde edilebildiği anlamına gelmektedir. Sıkıştırma

⁵⁸ Öcal, a.g.e., s.123

⁵⁹ Öcal, a.g.e., s.123

tekniki olarak da PNG formatı görüntüler, JPEG'den daha iyi sonuç verebilmektedir.⁶⁰

2.6. Web Tasarımında Dikkat Edilmesi Gereken Önemli Kriterler

Tasarım kurallarına uygun ve teknik alt yapıyla uyumlu bir web site ve sayfa tasarımı oluşturmak için, içerik kadar o içeriğin nasıl sunulacağına da dikkat etmek ve en iyi şekilde planlamak gerekir. Doğru planlanmış iyi bir tasarımlar, yeni ve özgün bir fikir, web ortamını dolduran orta karar tasarımlar arasından kendini rahatlıkla kullanıcıya seçtirebilmektedir. Tasarımcının hazırlamış olduğu çalışma, web ziyaretçilerine onun bilgi, birikim ve tarzını gösteren bir ayna olacaktır. Bu nedenle, tasarımı planlarken ve uygularken, önemli birkaç noktanın üstünde durmakta yarar vardır.⁶¹

2.6.1. Ölçeklenebilirlik

Web tasarımında ölçeklenebilirlik, sayfa içeriğinin, içinde görüneceği web tarayıcı penceresinin boyutlarına uyum sağlayabilmesi demektir. Tasarımcının, çalışmasını hazırlamaya başlamadan önce, sayfanın, kullanıcıların web tarayıcılarında ne ölçülerde ve çeşitli ekran boyutlarında nasıl görüntüleneceğini doğru bir şekilde hesaplaması gerekmektedir. Her tasarım, ölçeklenebilen ve tüm ekran çözünürlükleriye uyum gösteren esnek bir yapıya sahip olmayabilir. Kompleks ve hassas yapıdaki tasarımların boyutları, genellikle tasarımcı tarafından sabit kılınmaktadır. Bu da, web tarayıcısının pencere boyutu ne olursa olsun tasarımın boyutunun aynı kalması anlamına gelir. Değişmez bir ölçeğe sahip tasarımlar, daha çözünürlüğü daha düşük ekranlarda ancak, kaydırma çubuklarının kullanılmasıyla görülebilmektedirler. Bu durum, kullanıcının kendi tercihi olduğundan, etkili bir tasarım hazırlamak isteyen tasarımcının, bu boyutlardan daha küçük bir alana uyabilecek bir tasarım yapması beklenmemelidir, çünkü bu iş oldukça zordur.⁶²

⁶⁰ Öcal, a.g.e., s.123

⁶¹ Öğr. Gör. Ömer Durmaz'ın "Dijital Medya Web" Ders Notları, Dokuz Eylül Üni. Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü.

⁶² Durmaz, a.g.e.

Esas üstünde durulması gereken, daha yüksek çözünürlüğü kullanan ekranlardaki görünümüdür. Bu problemin çözümünde, ölçeklenebilir tasarımlar kullanarak içeriğin bütün ekranı doldurması sağlanmalı, tasarım sabit bir ölçünün üstüne çıkamıyorsa etrafındaki boşluk alan gözü rahatsız etmeyecek dengeli bir şekilde dağıtılmaya çalışılmalıdır.

2.6.2.Sayfa Ağırlığı ve Okunabilirlik

Tasarımcı, tasarımını hazırladığı medyanın teknik özelliklerin göz ardı ederse, baştan kaybetmiş demektir. Çünkü web gibi saniyelerin konuşulduğu bir ortamda, alabildiğince ağır görsel malzemeye doldurulmuş bir tasarım, ziyaretçinin beklemeden kapıdan dönmesine neden olabilmektedir. Bu durumda tasarımcı site içeriğini alabildiğince sayfalar arasında dağıtmaya, sitenin en önemli sayfasını risk yaratabilecek bir ağırlığa ulaştırmamaya, olabiliyorsa sitenin giriş sayfası niteliğindeki ilk sayfasının boyutlarını küçük ve sayfaları alabildiğince hızlı açılabilir ölçülerde tutmaya çalışmasında yarar vardır.⁶³

Ayrıca, ağırlığının yanı sıra tasarımı, görsel olarak zenginleştirme amacıyla, sayfa üzerinde oluşturulan yanlış tasarım düzenlemeleri ve gereğinden fazla kullanılmış çoklu-ortam öğeleri, kullanıcının dikkatinin doğru yerlerde odaklanmasını engelleyerek sayfayı algılamasını zorlaştırmaktadır.

2.6.3.Hedef Kitleyi Tanımak

Tasarımcılar her zaman herkese hitabeden sayfalar tasarlamazlar. Bu bazen, belirli bir hedef kitleye yönelmiş olabilir. Böyle durumlarda, sitede kullanılan içerik, tasarım ve teknik değişkenlik gösterebilmektedir. Örneğin, bir tasarım bürosu için yapılan bir sitede, tasarım bürosunun özelliklerini ve belirlediği vizyonu anlatabilecek ek yazılımlarla desteklenmiş görüntülerin kullanıldığı bir anlayışla hareket edilebilirken, bir devlet kuruluşu için tasarlanan site daha çok kişiye ulaşmayı hedefleyeceğinden durum daha farklı olabilmektedir. Web sitesinde

⁶³ Durmaz, a.g.e.

kullanılan tasarıma özgün öğelerin özellikleri ve çeşitliliğiyle, sitenin kullanıcı tarafından ulaşılabilirliği ters orantılı olabilir.

Bu nitelik-nicelik arasındaki klasik ilişkinin bir sonucudur. Yani sadece standart HTML kullanılarak hazırlanmış bir sitenin ulaşılabilirliği maksimumken, sitenin teknik açıdan olanakları sınırlıdır. Hedeflenen ziyaretçi kitlesine göre en son istatistikler de göz önüne alınarak, ulaşılabilirlik ve olanaklar arasında belli bir denge kurulabilir. Bu bakımdan tarayıcı ve platform farklılıklarının belirlenmesi, ona uygun olarak tasarımın gerçekleştirilmesi önemlidir.⁶⁴

2.6.4.Kullanışlılık

Web tasarımı dendiğinde akla gelen en önemli şeylerden biri de kullanışlılıktır (usability). Bu, webde kullanıcının yapmak istediği işlemi ve ulaşmak istediği sonucu ne ölçüde rahat ve etkin yapabildiğinin bir göstergesidir. Yani kullanışlılık, tasarımcının hazırladığı site veya sayfanın ne ölçüde kullanıcı dostu olduğunu göstermektedir. Kullanıcının, bir ürünle ilgili detaylı bilgi aradığı bir sitede, firmayla yazışarak öğrenmek istediği konuyu sorabileceği bir e-mail adresi sayfaya eklenmemişse veya adres çabuk bir şekilde bulunamıyorsa, o sitede kullanışlılığın yetersiz olduğu söylenebilir.

Bir web tasarımında kullanışlılığın etkin olması gerektiği düşünülen en önemli bölümler doğru yapılandırılmış içerik, sağlıklı bir yönlendirme, bir içerikten bir diğerine kolayca geçebilme, yardım, arama gibi ek çözümler ve daha da önemlisi site ve sayfalardaki işlemlerin akış biçimi olmaktadır. İçeriğe ve hedef kitleye uygun doğru bir tasarım ve iyi bir planlama, tasarımcının hazırladığı çalışmanın sonucunda, kullanıcı açısından yeterli ölçüde kullanışlılık elde etmesini sağlayabilir.⁶⁵

⁶⁴ Durmaz, a.g.e.

⁶⁵ Durmaz, a.g.e.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

WEB TASARIMINDA HAREKETLİ GÖRÜNTÜNÜN YERİ VE UYGULANIŞI

3.1.Web Tasarımı Kriterleri ve Hareketli Görüntü İlişkisi

Marshall McLuhan “medya mesajdır” (medium is message) teorisini geliştirdiğinde, bir mesajı iletmek için kullanılan yöntemlerin mesajın kendisinden daha önemli olduğunu ve daha fazla etki yaptığını söylüyordu. Benzer bir biçimde, hareketli grafikler alanında da, hareket daha önemli olabilir ve hareket ettirilen öğeden daha büyük bir etki yaratabilir. Bir öğeyi ekranda hareket ettirmek (veya ettirmemek) için seçtiğiniz yol, bu öğenin anlamını büyük ölçüde geliştirebilir. Örneğin, bir metin ögesini yavaşça, ölçeklenerek ekranın ortasında siyahtan beyaza doğru kaybolacak biçimde hareket ettirmeyi tercih edersem, bu metin ögesine bir dram, odak , hatta kalıcılık hissi katabilirim. Aynı metin ögesini alıp onu ekranda döndürürsem, aynı metin oyuncu, ya da çoğu durumda rahatsız edici bir görünüm alır. Asıl mesele hareketin bizzat mesajınız olabileceğidir, ayrıca herhangi bir şeyi ekranda hareket ettirmeden önce, bu hareketin neyi ileteceğini düşünürüm.¹

Web tasarımı, teknik alt yapısı nedeniyle, hedef kitlenin beklentileri, hız, kullanışlılık, sadelik, okunabilirlik gibi ciddi kısıtlamalarla çerçevelendirilmiştir. Bu kısıtlamalar, tasarım yüzeyinde ve içeriğinde kullanılacak öğelere önemli ölçüde müdahale etmektedir. Tasarımcı, ulaşmak istediği hedef kitlenin bağlantı hızını ve beklentilerini gözönüne alarak, tasarladığı sitelerin, birbiriyle kolay ve kullanıcının mantığına uygun geçişlere sahip olmasını; sayfaların, tasarım olarak kullanıcıyı yakalayabilme gücü ve dikkati dağıtmadan istenilene çabuk bir şekilde ulaşabilme özelliğini taşıyabilmelerini sağlamalıdır. Bunları yaparken de, tasarımda kullanacağı

¹ Hillman Curtis, **Flash Web Tasarımı**, Alfa Yayınları, İstanbul, 2001, sh 3

öğeleri, özellikleri ve yükleri* doğrultusunda, doğru bir şekilde kullanmaya dikkat etmelidir.

Bu noktada, teknik alt yapı ve tasarım ilkeleri çerçevesinde, hareketli görüntülerin, tasarım içinde ne ölçüde, nerede ve nasıl uygulanması gerektiği; tasarıma ne kattığı ya da tasarımdan ne götürdüğü soruları ortaya çıkmaktadır. Hareket doğası gereği, sabit öğelerle oluşturulmuş bir tasarım yüzeyine uygulandığında dikkat çekici, kullanıcıyı yakalayıcı önemli bir etken haline gelmektedir. Web ziyaretçileri çoğunlukla site girişlerindeki hareketli görüntülerin albenisine kapılarak site içine çekilmektedirler. Ancak, bağlantı hızları, bu görüntüyü açmakta yavaş kalıyorsa, ziyaretçiyi hepten kaybetme gibi bir risk de söz konusudur. Çünkü ziyaretçi, yaşadığı bu deneyime dayanarak, istediğini elde edemeyeceğini düşünüp, siteye girişi tekrar denemek yerine; tercihini başka sitelerden yana kullanabilir. Bu nedenle tasarımcı, ilk izlenimin ne kadar önemli olduğunu unutmamalı, hareketli görüntü kullanarak etkiyi güçlendirmek isterken, baştan kaybetmemeye özen göstermelidir.

Hareket, evrensel bir dildir. Herkes tarafından, farklı derecelerde anlaşılır. Harekete şöyle bakın: herhangi bir şey ekrandan “uçarak” geçerse, hızlı veya acil mesajını verir. Yavaş bir hareket de “sükunet mesajını iletir.”²

Bununla birlikte, bir tasarım yüzeyinde birden çok kullanılan ve tasarımın dengesine dikkat edilmeden yerleştirilmiş hareketli görüntüler, odak noktasını dağıtmakta, kullanıcıya verilmek isteneni engellemektedirler. Burada tasarımcıya düşen görev, tasarımda görsel hiyerarşiyi ve dengeyi koruyarak kullanacağı hareketli görüntüyü doğru yere yerleştirmektir. Aksi takdirde tasarım, kullanıcıya istediğini vermekten çok, sersemleten bir karnaval ortamından başka bir şey olmaz. hatta görsel algılamada bir kakaforma** neden olabilir.

* Burada kastedilen, öğenin, site bağlantı ve sayfa açılma hızı bakımından bilgi veri tabanındaki yüküdür.

² Curtis, a.g.e., s.3.

** Ahmet Erinanç’la yapılan söyleşiden.

Web sayfalarında, hareketli görüntüler genellikle; hareketli grafikler, akan, kayan veya birbiri içinden geçişen tipografi ya da sayısal video görüntüleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunlar içerisinde, hareketli tipografik öğeler tasarıma kattığı anlamlar nedeniyle farklı bir etkiye sahiptir. Bu, daha çok tasarımda kullanılan bir tarz olarak görülebilir ve hareketli görüntüler içerisinde, ayrıca incelenmesini gerektiren bir yere sahiptir.

...Tipografi sözlü iletişim, dans, film ve müziğin aksine yapısında hareket ve dinamizm barındırmaz. Çoğu dilde kelimeleri oluşturan harfler ve alfabeler düz olarak okunmak üzere tasarlanmıştır. Ancak harfler hareketlendirilebilir. Ve dinamik tipografinin oluşması sürecinde sözlerin sesine ve tonlamasına, dansın ve müziğin duygusal özelliklerine ve filmin öyküsel karakterine sahip olur. Bunların hepsi zaman temelli ortamlarda tipografik mesajların kullanılması ve yeni okuma seyretme ve hatta ziyaret yollarını sunmanın heyecan verici ve vaatkar yönleridir.

Grafik tasarımcılar ve tipograflar film, televizyon ve dijital medyaya sayısız katkılarda bulunabilirler. Bu ortamların toplum üzerindeki kültürel etkisi çok büyüktür. Ancak tasarımcılar sadece estetikten daha fazla katkıda bulunmalıdır. Teknoloji geliştikçe ve bilgi daha karmaşık bir hal aldıkça, teknoloji bilginin iletilmesinde daha ön saflarda yer alır. Hatta bildiğimiz harf karakterleri bile değişmektedir. Belki de gelecekte bir A ya da B ye ihtiyaç olmayacak.³

Tipografide hareketlendirmek (canlandırmak) çoğu zaman özellikle de yeni başlayanlar için zordur. Çünkü çok fazla çeşitte kompozisyon değişkeni vardır. Çoğu kelimeler ve harfler eş zamanlı olarak çerçeve içinde belirmese bile grid'in kullanımı ile daha rahat şekillenirler. Görsel organizasyon, izleyiciye istenen bilgiyi kaçırmadan sekansı görme ve okumada yardımcı olur. İzleyicinin gözü çerçevenin içinde sürekli hareket ediyorsa iletişim sorunu ortaya çıkar.⁴

³ Akt. (Moving Type), Sercan Kızıllan, **Hareketli Grafik Tasarım Festivali**, (Yayınlanmamış Lisans Tezi), DEÜ Güzel Sanatlar F., İzmir, 2002, s.5.

⁴ Kızıllan, a.g.e., s.20.

Hareketli grafikler, bitmap ve vektörel tabanlı olarak ikiye ayrılabilirler. Bunlar, web sayfasının açılma hızına etkileri (yük olarak) bakımından boyutları ve teknik özellikleri açısından farklılıklara sahiptirler. Sayfanın aşırı yüklenmesine engel olmak için, tasarımcının, tasarımın amacı ve hedef kitlesi doğrultusunda, göndereceği mesajı unutmadan, kullanacağı hareketli grafik türünü doğru belirlemesi ve oluşacak dosya boyutunu iyi hesaplaması kaçınılmazdır. Aksi takdirde, tasarımcı ya görsel olarak istediği sonucu elde edemeyebilir ya da sayfanın çok yavaş açılması kullanıcının sıkılıp gitmesine neden olabilir. Doğru yerde ve boyutta kullanılmayan sayısal video görüntüleri de benzer sonuçlar doğurabilmektedir.

Animasyon ve sabit grafikler birbirinden farklı iki türdür. Grafik sabit bir biçimde mesaj iletirken animasyon bir zaman dilimi ile belirli ve doğrusal bir alanı kullanarak mesaj verir. Gerek sabit gerek hareketli olsun her iki grafik türünde de belirli bir tasarım aşaması vardır; ancak kullanılan düşünme süreçleri ve yöntemler farklıdır. Resimler, görüntülendikleri süre içinde bir sesin kullanılıp kullanılmamasına bakılmaksızın bir ritim oluştururlar. Bir animasyondaki karelerde ise, karelerin oynatılma süresi kontrol edilerek ölçülebilen vuruşlar vardır. Bunu, müzisyenlerin bir şarkının vuruş sayısını ölçmesine benzetebiliriz. Örneğin rockın roll , caz ya da Latin parçalarında bir ölçüde dört vuruş bulunur.

...Bu hızı değiştirmek ya da filmin ritmini ve yansıttığı ruh halini yeniden tanımlamak üzere kopya resimleri birden fazla kareye yaymak mümkündür. Hareketli resimler bilinçaltına yönelik mesajlar verme eğilimindedirler ve doğal olarak sabit grafiklerden daha eğlencelidirler. insanlar hareket eden bir şeye basılı bir üründen daha uzun süre bakarlar; çünkü kendilerini basılı bir üründe olduğu gibi fazla zorlamalarına gerek yoktur. Ayrıca hareketli grafikler basılı grafiklerden daha etkili olabilir. Hareket, herkesin anladığı evrensel bir dildir.⁵

⁵ Bonnie Blake, Macromedia Flash MX Yetkili Kılavuzu, Alfa Yayınları, İstanbul, 2002, s.193

Web, küresel ve sahibi olmaya bir ortam olduğu için farklı amaçlara ve kitlelere hitap eden, çeşitli tür ve boyutlardaki, site ve sayfaları bünyesinde bulundurmaktadır. Bu nedenle, webde, büyük dosya boyutlarına sahip, yoğun hareketli görüntü içeren ve yavaş açılan sayfalarla da karşılaşmaktadır. Ancak bunlar genellikle, ticari bir kaygı gütmeyen, bir düzenleme mantığı taşıyan ve karşındakine mesaj iletmeye amacı içeren “net.sanatçıları”*** nın çalışmaları olarak karşımıza çıkabilmektedir.

Internet sınırları erittiğine göre kültürlerarası alışverişe ağırlık verilmeliydi. Yaratının yeni medyanın olanaklarıyla gerçekleştirilmesi ve yalnızca internette yaşaması, yaratıyı müzelere ve galeri salonlarına giremeyecek denli özel kıldığından, geleneksel yöntemlerle hazırlanıp internete aktarılmış statik yapılardan uzak duruldu. Yapılar ses, hareket, metin kullanımıyla boyutlandırıldı. Yaşar hale getirilmeleri ise izleyiciyi yapıyla etkileşimli kılacak yöntemlerin kullanımıyla gerçekleştirildi. Yapılar, arabirim (interface) yardımıyla çizgisellikten kurtarıldı ve çok katmanlı, yeni okumalara elveren sanat nesnelerine dönüştürüldü. Ses ve hareketin de kullanılmasıyla sinemasal özellikler kazanan net. sanatı sinemadan ayrı tutabilmek için bir bölüm net sanatçı, ilk kuşak video sanatçıların yaptığı gibi ham teknikler kullanmayı yeğleyerek yoksul bir görselliği öne çıkaran çalışmalara odaklandı. Yazılım şirketlerinin internet dünyasında kurmaya çalıştığı monopoliye karşı çıkan sanatçılar, net.sanatın amacından sapmaması için yapıtların hazırlanmasında kullanılan yazılımların da sanatçılar tarafından geliştirilmesini savlayınca programcı net.sanatçılar

*** Net sanatçılar da teorilerini bir önceki kuşağın baş vurduğu kaynaklardan aldılar. Bu kaynakların başını Walter Benjamin'in 1933 tarihli denemesi *Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üreti/ebi/diği Çağda Sanat Yapıtı* çekti. Tek bir kopya olarak hazırlanmış yapıtın biricikliğinin oluşturduğu ve yapıtı gereğinden fazla değerli kılan harenin, yapıt çoğaltıldığında yok olacağını savunan bu deneme, yapıtlarını sunmak için interneti seçmiş sanatçıların bildirilerinin de demirbaşı oldu. Deleuze'le Guattari'nin ortak metni *Bin Plato'dan da rizom* kavramı alındı. Toprağın altında, yüzeye koşut olarak yayılan ve yeryüzüne fidanlar vererek çıkan bir kök sistemi olan *rizom*, internetin yapısıyla benzerlikler gösterdiğinden ve hiyerarşiden uzak bir ortak yaşamı simgelediğinden net sanatçılar tarafından benimsendi. Netsanatın anarşik söylemi ise 1980'lerin sonunda, demir perde ülkelerinde yaşayan ve otoriter rejime karşı çıkmanın yollarını arayan sanatçıların imzasını taşıyan yapıtlarla belirlendi. (ULAY, Faruk., *Tek Başına Ama Hep Birlikte: Net.Sanat, Sanat Dünyamız*, YKY, İstanbul, 2001, sayı 81, s.48)

türedi. Yapıtın hazırlanmasında, sunulmasında ve dağıtımında kullanılan yöntemler çeşitlendikçe net.sanat da 1980'lerin sonunda başladığı serüvenini kılıktan kılığa girerek sürdürdü ve 2001 yılına bambaşka bir görünümde geldi.⁶

Artık halkın gösterişli bir flaş animasyon'u kabul etmesi çok daha kolay olabilir, çünkü bu tür animasyon geleneksel sanat biçimlerine çok daha yakındır, daha çok bir filmi, çizgi film çalışmasını ya da hareket ettirdiğiniz de hareket eden imgeleri andırır. Kabul edilmesi için aktarım ortamının derinlemesine anlaşılmasını gerektirmez. Aktarım ortamının şu ya da bu şekilde kullanılmasını dışlamak istemiyorum, her şeye yer var, ama insanlar flaş animasyon ile geliştirilmesi yıllar süren (buna karşılık ille de gösterişli olması gerekmeyen) incelikli kodlama arasındaki farkı görebilseler ya da ifade özgürlüğü ve fikri haklara ilişkin meseleleri gündeme getiren kavramsal bir projeye ilgi gösterebilirler olağanüstü olurdu.⁷

3.2.Web Tasarımında Çoklu-Ortam

Bilgisayar teknolojisindeki en önemli özelliklerden birkaçı ses, metin, grafik ve hareketli görüntü öğelerinin bir arada kullanılabilmesidir. Tüm bu öğeleri içeren çoklu-ortamın en büyük sorunu hedefine ulaşması için bağlantı hızının yeterli ölçüde olmamasıdır. Bu açıdan web tasarımcıları, çalışmalarını planlarken, kullanıcıları düşünerek hareket etmelidir. Kullanıcı, yaşayacağı bağlantı problemlerinden kaynaklanan memnuniyetsizlikler nedeniyle aynı siteye tekrar dönmeyebilir. Çoklu-ortamın kullanımı masraflı olduğu için, kullanıcıların alım güçleri düşünülerek gereksiz tasarımlardan uzak durmakta yarar vardır. Ancak günümüzde gelişen teknoloji, çoklu ortamın teknik alt yapıya dayalı bu problemleriyle ilgili çözümler üretmeye devam etmektedir.⁸

⁶ Faruk Ulay, Tek Başına Ama Hep Birlikte: Net.Sanat, **Sanat Dünyamız**, YKY, sayı 81, İstanbul, 2001, s.49.

⁷ BitStreams ve 010101, Dijital Sanat Üzerine Online Bir Sempozyum, (Çev: Kemal Atakay), **Sanat Dünyamız**, YKY, sayı 81, İstanbul, 2001, s.29.

⁸ H.Ü. Bilgi İşlem Dairesi Başk. Lacivert Web Tasarım Grubu, Web Tasarım Kılavuzu, <http://www.hacettepe.edu.tr/turkce/kilavuz/>

Maalesef, birçok Web sitesi, kullanıcıyı hiç uyardan, fon müzikleri gibi kullanıcının siteyi dolaşmasını kolaylaştırmaktan çok zorlaştıran, sayfanın yüklenmesini yavaşlatan, hatta bazen en kötüsü, tarayıcısını çökerten eklentiler kullanmaktadır. Kullanıcının böyle bir siteye, ihtiyacı olsa bile, tekrar gelme olasılığı çok düşüktür.

(...)

Kullanıcıların daha da memnun kalacakları bir özellik, onlara farklı hızlar için farklı çözünürlük ya da kalitede sürümlerin sunulmasıdır. Dolayısıyla, kullanıcı bant genişliğine uygun olan sayfayı seçebilecek ve daha az vakit kaybedecektir.⁹

Web sitelerinin içeriği, bant genişliği göz önünde bulundurularak tasarlanmalıdır. Sayfaya yerleştirilmiş olan animasyon dosyaları, izleyebilmek için tamamının yüklenmesi bekleneneğinden, kullanım kolaylığına engel oluşturur. Animasyon dosyası formatlarının en sık kullanılanları, sıkıştırılmış şekilde kullanılmaya uygun değildir. Sesli dosyalar ise günümüzde yeterince sıkıştırılabilmekte ve siteye etkin bir şekilde konabilmektedir. Örneğin, yabancı dil eğitimi veren bir sitede, kelimelerin telaffuz ediliş şekilleri bulunabilir. Web ziyaretçilerinin genel olarak bağlantıyı modem üzerinden yaptığı düşünülürse, tasarımda video dosyalarını kullanmamakta yarar vardır. Fakat bağlantı intranet^{***} üzerinden yapılıyorsa, video içeriği kullanımı web sitesine bir zenginlik katabilecektir.¹⁰

Çoklu-ortam öğelerinin bazıları plug-in denen ek yazılımlarla çalışmaktadır. Çoklu-ortamı destekleyen bu programlar, sesli dosyaların, animasyonların ve video

⁹ Ulakbim, Web Organizasyonu ve Tasarımı, <http://www.ulakbim.gov.tr/belgeler/2000web/>

^{***} Intranet, hizmet verdiği kişilere, çalıştıkları şirket veya firmaya ait bilgilere yine web tarayıcısı (web browser) aracılığıyla bulundukları ortamdaki bağımsız olarak ulaşmasını sağlayan bir sistemdir. Diğer bir ifade ile internet'in özel bir firma veya şirkete göre özelleştirilmiş halidir. (Aslan İnan., **İnternet El Kitabı**, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2001, s.14)

¹⁰ H.Ü. Bilgi İşlem Dairesi Başk. Lacivert Web Tasarım Grubu, Web Tasarım Kılavuzu, <http://www.hacettepe.edu.tr/turkce/kilavuz/>

gösterimlerinin kullanıcıya sunumunda etkili rol oynamaktadır. Ancak, bu eklentilerin yüklenmesini beklemek ve çalıştırmak vakit aldığı için, kullanıcıların birçoğu, bunlara rastladığında siteye bağlanmaktan vazgeçmektedir. Bu nedenle, web sitesi tasarlarken standart işletim sistemleri ve çoklu-ortam içeriği düşünülerek yola çıkılmalıdır.¹¹

3.2.1.Bitmap Animasyon (Gif Animasyonu)

Webin bant genişliği arttıkça, web sayfalarına animasyon bulundurma olasılıkları artar. Bununla birlikte, birçok uygulama için basit ve etkin alternatif, animasyonlu GIF dosyalarıdır.

Netscape 2.0 ile başlayarak webde, çoklu görüntü içeren GIF dosyaları görülmeye başlandı. Hareketli GIF dosyası kullanıcının web tarayıcısına ulaştığı anda birinci kare (frame) yüklenir, hemen ardından ikinci kare birincinin yerini alır ve bu şekilde dosya tamamen yüklenene kadar işlem devam eder. GIF dosyası, animasyon karelerine ek olarak; animasyonun ne kadar tekrar edeceği ya da devam edeceği ve her kare arasında ne kadar zaman geçeceğine ilişkin bilgiler taşıyabilir.

GIF animasyonun performansı, kullanıcının sahip olduğu bilgisayarın gücüne ve bağlantı hızına bağlıdır. İyi kullanıldığı takdirde GIF animasyon, küçük dosya boyutlarıyla tasarımda gayet etkin olabilir. Diğer animasyon formatlarında olmayan önemli bir özellik de, GIF animasyonları görebilmek için ek yazılımlara ihtiyaç duyulmaması, kullanımda olan web tarayıcıların hemen hepsinin bu dosyaları desteklemesidir.¹²

GIF animasyonu hazırlamada kullanılan programlar, çok sayıdaki GIF dosyalarını birleştirerek, arka arkaya izlenebilmesini sağlarlar. Bu programlar, içerdikleri editör özellikleriyle, hazırlanan resimler üzerinde oynanabilmesine imkan

¹¹ H.Ü. Bilgi İşlem Dairesi Başk. Lacivert Web Tasarım Grubu, Web Tasarım Kılavuzu, <http://www.hacettepe.edu.tr/turkce/kilavuz/>

¹² Roy McKelvey, *Hyper Graphics*, Rotovision, NewYork, 1998, s.55.

verir. Ayrıca bu programlar sayesinde, şeffaflık, resimlerin görünme zamanı gibi özelliklere müdahale etmek mümkün olmaktadır.

Animasyon dosyaları hazırlarken bant genişliği dikkate alınmalıdır. Oluşturulan GIF dosyaları sıkıştırılmamış dosyalar olduğu için animasyondaki her resim dosyası kendi boyutunu korur. 10k'lık 10 adet resim hazırlanarak oluşturulan animasyon dosyasının büyüklüğü 100k olacaktır. Bunlara rağmen animasyon dosyalarının tamamı yüklenmeden web tarayıcısında gösterilmeye başlanmaktadır. 100k'lık bir dosyanın tamamının yüklenmesini beklemek kullanıcılar için sıkıcı olabilir ancak bu dosyanın 40k'lık bölümü yüklendiğinde animasyon başlayacaktır.¹³

Web sitesinde kullanılan animasyonlar, bir tekniğin tanıtımının yapılması gibi, sitede içerik olarak kullanılıyor ise, bunu ayrı bir sayfada izlettirmek, tasarımın anlaşılabilirliği açısından daha doğru bir yöntem olabilir. Kullanıcılar, bu sayede, animasyonu izledikten sonra kapatıp, diğer sayfaya dönebileceklerdir. Animasyonun, içerik ile aynı sayfada bulunması, sayfadaki diğer öğelerle birlikte bir karmaşa yaratmasına neden olabilmektedir.¹⁴

3.2.2.Vektörel animasyon

Web tasarımının ilk zamanlarında, webde animasyon dendiğinde genellikle akla ilk olarak GIF dosya tabanlı animasyonlar gelmekteydi. Ancak son birkaç yıldır, gerek dosya ağırlığı konusunda getirdiği yenilikler, gerekse daha etkileyici hareketli grafik görüntüler yaratma konusundaki başarısı nedeniyle vektör tabanlı animasyonlar tasarımcılar tarafından daha çok tercih edilir olmaya başlamıştır.

Aynı GIF animasyonlarda olduğu gibi, programcılık alanında vektör tabanlı animasyonlara yönelik çeşitli yazılımlar tasarımcının hizmetine sunulmaktadır. Bu

¹³ H.Ü. Bilgi İşlem Dairesi Başk. Lacivert Web Tasarım Grubu, Web Tasarım Kılavuzu, <http://www.hacettepe.edu.tr/turkce/kilavuz/>

¹⁴ Hacettepe, a.g.e.

yazılımlar sayesinde, çarpıcı efektler içeren, akıcı hareketli görüntüler oluşturulabilmektedir.

Vektörel grafiklerin, diğer dosya formatlarına oranla da az yer kaplaması ve büyütüldüklerinde bozulmamaları tercih sebeplerindendir. Günümüzde vektör tabanlı animasyonlarla desteklenmiş sayfalara oldukça sık rastlanmaktadır. Hatta, bu grafik formatının teknik özelliklerinden ve vektör tabanlı animasyonlara yönelik programların sağladığı olanaklardan yararlanan birçok tasarımcı, web tasarım yapısı için ağır sayılacak ölçeklerde animasyonlar üretmektedir. Tabi ki bu üretimler gene belli bir kesimin tercihinine yöneliktir. Aksi takdirde, farklı beklentiler içindeki, amacına çabuk ulaşmak isteyen hedef kitlelerin, bu denli uzun ve yüklü bir siteye bağlanmayı veya sayfanın açılmasını beklediği düşünülemez.

3.2.3.Sesli Görüntü Tasarımı

Düşük bant genişliği ve yetersiz arayüzler nedeniyle tasarımcılar, sitelerini ilgi çekici kılmak ve kullanıcı için problemsiz bir ziyaret sağlamak amacıyla çeşitli çözümler üretmektedirler. Bunlardan ilki, tasarımcıların kullanıcılarına, düşük bant genişliği konusunda uyarıda bulunmaları, ardından, bu şartlarda siteyi ziyaret edecek kullanıcılara gerekli yardımı ve bilgiyi vermeleridir. Site planı ve sayfa içerikleri açıkça anlatılmalı; kullanıcı site içinde herhangi bir bölüme bağlanmadan önce bu bölümle ilgili açıklamaları görebilmelidir. Bunun yanında sitenin hangi web tarayıcısı ile daha iyi görüntülenebileceği; ek yazılımlara ve programlara gereksinim olup olmadığı belirtilmelidir.

Ayrıca sitede belirtilen amaç doğrultusunda çoklu-ortam dosyaları hazırlanmalı; kullanıcının çoklu ortam elemanlarını kontrol edebilmesi için yardımcı olunmalıdır. Örneğin, sayısal video araçlarında, görüntüyü başlatıp durdurmaya, sesi kontrol etmeye yarayan ayarlar gibi.¹⁵

¹⁵ H.Ü. Bilgi İşlem Dairesi Başk. Lacivert Web Tasarım Grubu, Web Tasarım Kılavuzu, <http://www.hacettepe.edu.tr/turkce/kilavuz/>

3.2.4.Sayısal Video

*“Video işleme geçmeden önce durgun görüntülere ayrılması gereken hareketli görüntülerden oluşan seridir.”*¹⁶ Sayısal video konusunda, en önemli kriter dosyaların büyüklüğüdür. Boyutu 6 MB’ı bulan bir sinema dosyasının, istemci bilgisayara yüklenmesi gerekmektedir. Daha büyük dosyaların yüklenmesi durumunda, bazı bilgisayarların sistemlerinde sorunlar oluşmaktadır. Bu nedenle, video dosyaları hazırlanırken, hedef kitlenin ağ erişimleri, işletim güçleri ve hafıza konfigürasyonları gözönünde bulundurulmalıdır. Video dosyalarını çalıştırabildiklerinden emin olmak için, bu dosyaları küçük parçalar halinde yerleştirmekte önemlidir.¹⁷

Ancak bazı sayısal video türlerinde, dosyanın tümünün yüklenmesini beklemeye gerek kalmadan gösterimi başlatan, ek yazılımlar vardır. Bu sayede, bilgisayara veri ulaştığı anda izlenmek istenen sinema gösterime hazır olur.

Web sayfalarında yayınlanmak üzere hazırlanan video dosyalarının veri hızı, kullanıcıların veri hız limitlerine oranla, daha yavaş olarak ayarlanması gerekmektedir. Bu sayede, izleyiciler gerçek zamanında, görüntüyü seyretme olanağına kavuşabilmektedirler. Veri hızı düşünüldüğünde, imajların boyutları küçük tutulmasında ve ses dosyaları sıkıştırılmasında yarar vardır.¹⁸

Günümüzde, İnternet bağlantı hızının artırılması doğrultusunda yapılan çalışmalar, gelecekte web sayfalarında, tasarım anlamında, daha çok hareket ve sayısal video görüntüsü içeren bir yapıya izin verileceğini göstermektedir.

Yakında, Web’de dilediğiniz hemen her şeyi izleme olanağına kavuşacaksınız.

¹⁶ Aslan İNAN., **İnternet El Kitabı**, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2001, s.435

¹⁷ H.Ü. Bilgi İşlem Dairesi Başk. Lacivert Web Tasarım Grubu, Web Tasarım Kılavuzu, <http://www.hacettepe.edu.tr/turkce/kilavuz/>

¹⁸ Hacettepe, a.g.e.

Birçok insan geniş bant çağının, interaktif unsurlar ve gelişen reklamcılık olanaklarının karışımı olan daha gelişmiş bir televizyon çağının yol göstericisi olacağına inanmaktadır. Yüksek kaliteli görüntü ortaya çıkarsa, Web sitelerinin gözden düşeceğini tahmin ediyorlar. Ancak, bu görüşler, milyonlarca insanın televizyonu kapatıp bilgisayarların başına oturarak bu basit Web sitelerine bakma nedenini açıklamıyor. Unutmayın ki televizyon geliştikçe, Web siteleri de gelişecek ve bu sitelere tam hareketli görüntü, daha kaliteli ses ve diğer geliştirici özellikler eklenecektir.

Bu Hollywood'da oturan ve televizyon veya sinema için saçma sapan şeyler üreten birileri için ürkütücü bir dönem olmalı. Filmler gişe rekorları kırmaya devam etse bile kalitelerini etkileyen ve sürekli yükselen bir tehdit altındadır. Televizyon izleyicisi de İnternet ve diğer alternatifler nedeni ile daha az televizyon izlemeye başladı. Sadece çok ukala yöneticiler; Web'de zekice siteler hazırlamaya yönelik trendin gelişmiş TV'nin Web'e dahil olmasıyla tersine döndürülebileceğine inanır.

(...)

Bu etkiyi farklı türlerdeki medya (radyo, televizyon, film, dergiler, gazeteler, kablo şebekeleri) sayısı ile çarpıp daha sonra farklı türlerdeki program (drama, komedi, spor, gösteri sanatları, haberler, finans, eğitim, yetişkinlere yönelik programlar vb.) tekrar çarptığınızda, geniş bant şebeke hizmetlerinin yaygınlaşması ile olabilecek değişiklikler konusunda bir fikriniz olur. Ardından, Moore Yasası faktörü ile teknolojideki hızlı değişimi eklediğiniz zaman, bir şirket için sadece birkaç yıl içinde tüketicinin isteklerini karşılayıcı planlar yapmak neredeyse imkansız hale gelecektir.

Yine, şu an için en iyi biçimde video oyunu endüstrisi ile kavrayabileceğimiz "interaktivite" kavramı vardır. Bu kavram, yaklaşan medya çağının ana unsurlarından biridir.¹⁹

¹⁹ Tom Murphy, **Web Kuralları**, (çev: İnci Berna Kalınyazgan), MediaCat Kitapları, Ankara, 2000, s.112-113.

3.3.Bannerlar

Web ortamı üzerinde kullanılan ilk reklam yöntemi “banner”lardır. Reklamın hedef kitleye ulaşması için, aynı geleneksel medyada olduğu gibi, en önemli nokta doğru yer seçimidir. Öncelikle reklamın, hangi sitede yer alacağına ve o site içinde hangi sayfa ya da sayfalara yerleştirileceğine belirlemek gerekmektedir. Bu noktada, sayfa içeriklerinin, konulacak reklamla, tasarım bütünü içindeki ilişkisi göz ardı edilmemelidir.

Sayfa tasarımları içinde bannerlar farklı boyutlarda karşımıza çıkmaktadır. En genel kullanılan boyut 7 inç genişliğinde ve 1 inç yüksekliğinde ya da başka bir deyişle 468x60 piksel boyutlarındadır.

Bannerlarda fazlaca metin kullanımı, algıyı zorlaştırmakta ve mesajın iletilmesini engellemektedir. Uzun metinler yerine, sade ve etkin tasarlanmış görsel iletişim gücü yüksek bannerlar tercih edilmelidir. Bunun yanı sıra, bannerlara hareket eklemek, dikkati çekmek için vazgeçilmez bir yoldur. Bir web sayfası, banner dışında birçok görsel eleman bulundurmaktadır. Bannerın hareketli olması, sayfada algı sırasında öne geçmesine yardımcı olur.²⁰

Bannerlar kısaca dijital ortamın billboardları olarak görev yapmaktadır.

Bannerlerin izleyicinin bakışını yakalayabilmesi, ekran içindeki web sayfalarında, animasyonlara yer verilmesine, mesajlar ya da anket soruları içermesine, canlı renkler kullanılmasına, tipografisinin okunur olmasına ve tutarlı bir şekilde tasarlanmasına bağlıdır.

²⁰ Aydın Özön, *Yeni Bir Medya Olarak İnternette Etkin Reklamcılık*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2000, s.37

Normal televizyon izleyicisinden daha farklı olan ve geleneksel mesajlardan sıkıldıkları için internet kullanan kişilere reklam mesajını aktarırken de klasik yöntemlerden kaçınılmalıdır.

İnternet reklamı. dergi ya da televizyon reklamlarından farklıdır. Sürekli açılan kapılar nedeniyle insanları animasyon, renk değişimleri, ses efektleri vb. ile etkilemek gerekmektedir. Bütün bunlar için gerekli teknik imkanlar ise internette bulunmaktadır.²¹

Banner kullanımı, web reklamcılığının vazgeçilmez modeli haline gelmiştir. Web reklamcıları, bannerlara alternatif bir model üretmek yerine onu geliştirme çalışmaktadırlar. Bannerlar kendi içinde 3 temel katagoride sınıflandırılabilirler: Durağan, hareketli ve etkileşimli bannerlar.²²

3.3.1. Durağan Bannerlar

Web reklamcılığının ilk örnekleri, durağan bannerlardır ve web sitelerinde sabit görüntüler olarak yer almaktadırlar. Avantajı, üretiminin kolay olması ve teknik problem yaratmadan, dünya üzerinde daha çok insan tarafından görülebilmesidir. Dezavantajı ise, hareketli ve etkileşimli bannerların ortaya çıkmasıyla, sıkıcı ve kullanıcının dikkatini çekemeyen bir konuma düşmüş olmasıdır.²³

3.3.2. Hareketli Bannerlar

Bu tür bannerlar, hareket eden, çeşitli formatlara sahip, görüntü zincirinden oluşmaktadır. Bir filmin kareleri gibi davranış gösterir ve GIF89 dosya formatından oluşur. hareketli bannerların çoğu, 2 ile 20 kare arasında imajdan oluşmaktadır. Durağan bannerlara göre daha çok ilgi çekmekte ve tıklama oranları daha yüksek olmaktadır. Ayrıca, kare sayısı çok olduğu için, tek bir banner ile daha fazla bilgi ak-

²¹ Ulufer Teker, **Grafik Tasarım ve Reklam**, Dokuz Eylül Yayınları, İzmir, 2002, s.240-241.

²² Özön, y.a.g.e., s.32

²³ Özön, a.g.e., s.32

tarabilmekte ve görsel etkiyi arttırılabilmektedirler. Boyutlarının 20 Kb'ı aşmaması, bugünkü şartlar için daha uygundur.²⁴

Hareketli bannerlerin kapsamına, uygulandıkları ortamlar nedeniyle, zengin medya bannerları da alınabilir.

Bu tip bannerlar ve yeni teknolojiler yardımıyla hazırlanan bannerlardır. Standart bir banner alanında video görüntüsü oynatabilir, oyunlar oynatabilir, kullanıcıyla etkileşim sağlayabilir, ses kullanabilirsiniz. Zengin medya bannerları, web sitesine gelen kullanıcıları aradıkları gerçek içerikle ilgilenirken yakalamak, kendine bağlayıp reklamı oluşturan mesajın bütününi hedefe aktarmak amacıyla ortaya çıkmıştır. Bu anlamda ilk etkileşimli bannerlar java programlama dili ile hazırlandılar. Bu bannerların yüklenme süreleri ve standart web tarayıcı programlarında çalışması bakımından hala geçerli olan bannerlardır. Diğer yöntemler InterVU (www.intervu.com), RealAudio ve RealVideo (www.real.com), Macromedia Şirketinin Flash ve Shockwave programları (www.macromedia.com), Apple Şirketinin QuickTime teknolojisi (www.apple.com) sayesinde geliştirilebilir. Bu teknolojiler sayesinde banner reklamlarında iletilmek istenen mesajlar daha çekici bir şekil alır ve hedef kitleye ulaşma oranı yükselir.

Bütün bu dezavantajlara rağmen zengin medya dünya üzerine hızla yayılıyor. Belki de kullanıcıların çok sevdikleri televizyona daha çok benzeyen web sitelerine özlem duymaları bu gelişimi hızlandırmaktadır.²⁵

Her ne kadar, zengin medya bannerları, kullanıcının ilgisini çekiyor olsa da, yavaş internet bağlantısı ve standart web tarayıcıların yetersizliğinden nedeniyle, günümüz şartlarında bu tür bannerları kullanmak, risk oluşturmaktadır. Siteye bağlanan bir kullanıcının, reklamların yükleme sorunuyla karşılaşması, negatif bir etki yaratabilir. Diğer bir sorun ise, bu tür bannerların, henüz standart haline

²⁴ Özön, a.g.e., s.34

²⁵ Özön, a.g.e., s.34

gelmemiş teknolojilerle üretilmiş olması, kullanıcının reklamı görememesine neden olmaktadır. Bu tür problemler düşünülerek, alternatif bannerlar hazırlamakta yarar bulunmaktadır.

3.3.3. Etkileşimli Bannerlar

Bu tür bannerlar, üzerine bilgi girmek, oyun oynamak, soru cevaplamak, bir form doldurmak yoluyla, sayfada, kullanıcının ilgisini üzerinde tutmaya çalışmaktadır. Kullanıcıyla, doğrudan etkileşimi sağlarlar.²⁶

²⁶ Özön, a.g.e., s.34

SONUÇ

Web tasarımında hareketli görüntünün yerini ve uygulanışını inceleyen bu araştırma, internetin ve webin tarihsel gelişimi, yapısal özellikleri ve iletişimle olan bağıını net bir biçimde ortaya çıkarmıştır. Konunun incelenmesi ve tasarımla ilişkilendirilmesinde büyük önemi bulunan, web tasarım aşama ve ilkelerinin analizi ve temel grafik tasarım kurallarıyla harmanlanması üzerinde yoğun bir şekilde durulmuş ve tezin konusunu oluşturan son bölümde de, hareketli görüntünün web tasarımındaki yeri ve ne şekilde/ne kadar uygulanması gerektiği, ikinci bölümdeki ortaya konan kurallar doğrultusunda incelenmiştir.

Bu çalışma konuya yönelik araştırma kapsamında elde edilen bilgiler, hazırlanan plan çerçevesinde bir araya getirilip kurgulanarak oluşturulmuştur. Kaynak taraması araştırmanın anlatım tarzını yönlendirmiştir. Çalışmanın, konu hakkında profesyonel görüşe sahip kişiler kadar konuya ilgi duyanların da anlayabileceği bir dilde yazılması böyle ortaya çıkmıştır. Amaç bilimsel düzeyi düşürmüden anlaşılabilir olmaktır.

Tasarım geçmişi olarak, neredeyse 10 yıldan kısa bir zaman sürecine sahip olan web tasarımı üzerinde araştırma yapmak; basılı kaynakların kısıtlı oluşu yoğun bir kaynak taramasına gidilmesini gerekli kılmıştır. Araştırmalar sonucu elde edilen kaynakların, birkaçı dışında, ağırlıklı olarak medyanın teknik alt yapısıyla ilgili konular üzerinde yoğunlaşmış olması; çalışma sırasında, konunun anlaşılabilirliğini arttırmak amacıyla, ayrıntılı bir ayıklama, sadeleştirme ve konun temel grafik tasarım ilkeleriyle sentezlenme yolunun izlenmesine neden olmuştur. Bu yönüyle çalışmanın, tasarım alanında bu konuya ilgi duyanların, estetik kaygılarına cevap vermeye çalışan bir nitelik taşıması çalışmanın ana kaygılarından biri olmuştur..

Çalışmada, ortaya konan inceleme ve açıklamaların anlaşılabilirliğini arttırmak amacıyla, metinler, açıklayıcı şekillerle desteklenmiştir. Yazınsal anlatım, görsel öğelerle güçlendirilmeye çalışılmıştır. İlk ve son bölümlerde, içerdikleri konuların özellikleri nedeniyle görsel anlatımlara pek yer verilmemiş, şekillerle desteklenmiş

metinler çalışmanın omurgasını oluşturan ikinci bölümde yoğunlaşmıştır. Çalışmadaki, bu görsel anlatımların, web tasarım aşama ve ilkelerinin kavranmasını kolaylaştırmıştır.

Konu incelenirken, en büyük sıkıntıyı, internetin çok yeni ve sürekli gelişen bir iletişim medyası olması ve bu nedenle de teknik alt yapıyla sınırlandırılan tasarımın çerçevelerinin tam olarak belirlenememesi yaratmıştır. Çünkü, bu konuda kendine bir yol çizecek olan tasarımcıların, yapacakları çalışmayı planlarken, küresel ağ yapısının değişken özelliklerinden tutun da kullanıcının sahip olduğu bilgisayar donanımına kadar, daha birçok etkeni gözönünde bulundurması gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Belirlenen konu doğrultusunda yapılan araştırmalar; hareketli görüntü kullanılarak yapılan tasarımların önemli ölçüde teknikle sınırlandırıldığını; kullanıcıların, bu tür etkileşimli ortamlarda, tasarımlardan olabildiğince hızlı görüntülenme, rahat ve etkin kullanılabilirlik beklediği sonucuna varılmıştır. Hareketli görüntülerin, tasarım içerisindeki yerleri ve nerede/ne ölçüde uygulanabildiği bu noktalarda kendini daha belirgin göstermiştir. Bu çoklu ortam öğelerinin, eksilerinin yanında artılarını da olduğu unutulmamalıdır.

İnternetin etkileşimli bir medya olduğu gözönüne alındığında, hareketli görüntülerin tasarımdaki etkisinin ve payının giderek artacağı kesindir. Şu an teknik alt yapının henüz gelişim aşamasında olduğu düşünülürse; gelecek birkaç yıl içinde bant genişliğinin daha da artması, tasarımda kullanılan öğelere, kullanım ve uygulama açısından bir rahatlık getireceği siyahla beyaz kadar net bir yargı oluşturmaktadır.

Ancak şu anki durum göz önüne alındığında, çoklu-ortamın bu etkileyici öğelerinin, tasarım yüzeyinde dikkati ve odak noktasını çok dağıtmayacak ölçüde ve bağlantı hızı göz önüne alınarak fazla büyük olmayan boyutlarda kullanılmasında fayda vardır. Sonuçta, çoğunluğu statik öğelerle kurgulanmış bir tasarımda göze ilk

çarpan hareketli olan kısımlar olmaktadır. Doğru ve yerinde bir kullanımla istenilen yönlendirme, hareketli görüntüler aracılığıyla çok daha rahat yapılabilir.

Bugüne kadar, gazete ve dergi sayfalarında durağan görsellere bakmaya ve dizilmiş metinleri okumaya; televizyon ekranında, sesle birleştirilmiş hareketli görüntüleri izlemeye alışmış insan gözü, tam etkileşimli bir ortama doğru hızla gelişen, bu yeni medyaya ve onun tasarım anlayışına, uyum sağlamak zorundadır. Yakın gelecekte teknolojik olanakların gelişmesi, bilgi aktarım hızının artması, yüksek olasılıkla çok daha hareketli ve etkileşimli bir ortam yaratacak, bu doğrultuda tasarım kuralları bu yeni gelişmelere uyarlanacaktır.

Tom Murphy'nin belirttiği gibi, webde eğlene siteleri bulabilir; hatta gazetelere, sinemalarda oynayan birçok filme gözüatabilirsiniz. Radyo, televizyon programlarına bakabilir, ilgiliyseniz konser listelerini tarayabilirsiniz. Yakında muhtemelen televizyon üzerinden bir menü aracılığıyla, televizyon, radyo, film, dans, müzik, gece kulüpleri, oyunlar, etkinlikler, sanal gerçeklik ve diğer multimedya eğlence çeşitlerinden seçim yapabileceksiniz.

Ayrıca, hareketli görüntü üretimine yönelik yazılımların gelişmesi ve çoğalması, web tasarımının altında hareketli görüntü tasarımına yönelik ciddi bir tasarım alanının oluşmasına neden olmuştur. Hatta, konuya olan aşırı talep, internetten rahatlıkla takip edilebilmektedir. Bu konuda çalışmalarını sürdürenler, belki de, yakın gelecekte çok daha hızlı bir alt yapının kullanılır duruma geçmesiyle, en çok aranan ve tercih edilen tasarımcılar konumuna geleceklerdir.

İnternet sınırları olmayan ve insanlara neredeyse sınırsız özgürlük sağlayan bir ortam olduğundan, tasarımcıların kabuğundan çıkarak dış dünyaya açılmasında büyük önem taşımaktadır. Doğru görebilen, iyi tasarımlar üreten ve evrensel bir görüşe sahip olan tasarımcılar için zaten bütün kapılar açıktır. Bu nedenle, web ortamını iyi tanımak, üretilecek çalışmaların tüm dünya tarafından görüleceğinin bilinciyle hareket etmek ve bu doğrultuda tasarımda en iyiyi elde etmek açısından bu

Çalışma, bu konuda gelişecek ve beklenen yeni teknolojik atılımlarla ilerlemek isteyenlere rehberlik etmesi amaçlanmıştır.

Böylesi büyük bir amacın, bu araştırmayla ya da tek bir çalışmayla giderilemeyeceği görölmüştür. Lise düzeyindeki tasarım okullarından başlayarak, güzel sanatlar faköltelerinde sistemin sürekli eğitim koduna girmesi, önemli olayın gerçekleşmesini sağlayabilecektir



KAYNAKLAR

Kitaplar

ARI, Mehmet Emin., **Web Sitesi Tasarım Kılavuzu**, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2002

ATALAY, Nevzat., **“Bilgi Dolaşımı ve Yeni Sanat Süreci”**, 6. Ulusal Sanat Sempozyumu “Bilgi Çağı ve Sanat”, Hacettepe Üni. Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları, Ankara, 2000.

BECER, Emre., **İletişim ve Grafik Tasarım**, Dost Kitabevi, Ankara, 1997

BİLGİN, Hüseyin., **“Grafik Sanatlarda Üretim Teknolojileri ve Çağdaş Sanat”**, Çağdaş Teknoloji ve Sanat, Hacettepe Üni. Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları, Ankara, 1988.

BLAKE, Bonnie., **Macromedia Flash MX Yetkili Kılavuzu**, Alfa Yayınları, İstanbul, 2002.

CARLA, Rose., **Photoshop 7**, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2002.

COTTON, Bob & OLİVER., Richard, **Siberuzay Sözlüğü**, YKY, İstanbul, 1997

CURTIS, Hillman., **Flash Web Tasarımı**, Alfa Yayınları, İstanbul, 2002

DENLİ, Salih., **“Hypermedia Sistemli Interactive Ortamın, Sanat/Grafik Tasarım Eğitiminde, Bilgilendirici ve Öğretici Olarak Kullanma Önerisi”**, 6. Ulusal Sanat Sempozyumu “Bilgi Çağı ve Sanat”, Hacettepe Üni. Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları, Ankara, 2000.

GİDERER, Hakkı Engin., “**Marshall McLuhan: Kitle İletişim Araçları ve Sanat**”, Sanat Yazıları 8, Hacettepe Üni. Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları, Ankara, 2001.

İNAN, Aslan., **İnternet El Kitabı**, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2001

KALBAG, Asha., **Bilgisayardaki Adresiniz Web Sitesi**, TÜBİTAK, Ankara, 1999

KALBAG, Asha., **Dünyayı Saran Ağ: WWW**, TÜBİTAK, Ankara, 1999

Kılıç, Levent., **Görüntü Estetiği**, İnkılap Kitabevi, İstanbul, 2000

KUL, İlhami., **Bilgisayar ile Sinema-TV İletişim Teknolojisi**, İnkılap Kitabevi, İstanbul, 1993

MCKELVEY, Roy., **Hyper Graphics**, Rotovision, NewYork, 1998

MURPHY, Tom., **Web Kuralları**, MediaCat Kitapları, Ankara, 2000

ÖZÇAĞLAYAN., Mehmet, **Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim**, Alfa Yayınları, İstanbul, 1998

ÖZTUNA, H.Yakup., **Sanatın Özü**, (Yayınlanmamış Kitap Çalışması), İzmir, 2002.

RUTHERFORD, Paul., **Yeni İkonalar**, YKY, İstanbul, 2000

ŞENER, Bahar., “**Melez Bir İletişim Kanalı: Web**”, Her Yönüyle Pazarlama İletişimi, MediaCat Kitapları, Ankara, 2000.

TEKER, Ulufer., **Grafik Tasarım ve Reklam**, Dokuz Eylül Yayınları, 2002

WINGATE, Philippa., **İnternet**, TÜBİTAK, Ankara, 1998

Makaleler

“BitStreams ve 010101, Dijital Sanat Üzerine Online Bir Sempozyum”, (Çev: Kemal Atakay), **Sanat Dünyamız**, YKY, Sayı: 81, 2001.

DREYFUS, Hubert L., Bilgi Otobanında Nihilizm: Günümüz Çağında Anonimlik Karşısında Bağlılık, çev: Ece Gamze Atıcı, **Cogito**, YKY, İstanbul, 2002, sayı 30

ULAY, Faruk., “Tek Başına Ama Hep Birlikte: Net.Sanat”, **Sanat Dünyamız**, YKY, Sayı: 81, 2001.

“İnternet 2, 1000 Kat Daha Hızlı Olacak”, **Marketing Türkiye**, Yıl:7, Sayı:165

Hakkı Öcal, İnternetin Grafiği Farklı Olur, **PC Life**, Nisan 2000.

GATES, Bill., “Web Tarzı Yaşam İçin Dijital Sinir Sistemi”, **Elegans**, Sayı:48, 2000.

Elektronik Reklamcılık: Superonline İnternet Reklamcılığını anlattı, **Effects Dergisi**, sayı 5, İstanbul, İletim Yayıncılık Fuarcılık Reklam ve Tanıtım Hizmetleri LTD.ŞTİ., Ocak 1999.

KATIKOL, Melih., Dondurulmuş Konuşma, **Sanat Dünyamız**, YKY, Sayı:81, İstanbul, 2001.

Tezler

ÖZÖN, Aydın, “Yeni Bir Medya Olarak İnternette Etkin Reklamcılık”, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Anadolu Üni. Sos. Bil. Enstitüsü, Eskişehir, 2000

KIZILKAN, Sercan, “Hareketli Grafik Tasarım Festivali”, (Yayınlanmamış Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üni. Güzel Sanatlar Fakültesi, İzmir, 2002

İnternet Adresleri

Hasip Pektaş, İnternetteki Tipografi Sorunları ve Görsel Kirlenmeye Karşı Öneriler, <http://bookplates.tripod.com>.

<http://www.superonline.com/rehber/>

H.Ü. Bilgi İşlem Dairesi Başk. Lacivert Web Tasarım Grubu, Web Tasarım Kılavuzu, <http://www.hacettepe.edu.tr/turkce/kilavuz/>

Ulakbim, Web Organizasyonu ve Tasarımı, <http://www.ulakbim.gov.tr/belgeler/2000web/>

<http://www.w3.org/History.html>

Diğer

Ahmet ERİNANÇ’la Söyleşi.

Öğr. Gör. Ömer DURMAZ’IN “Dijital Medya Web” Ders Notları, Dokuz Eylül Üni. Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü.

KISALTMALAR

TC	: Türkiye Cumhuriyeti
a.g.e.	: Adı geçen eser
çev	: Çeviren
S	: Sayfa
www	: world wide web
HTTP	: HyperText Transfer Protocol
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
e-posta (e-mail)	: Elektronik Posta
ARPA	: Advanced Resource Project Agency
TCP	: Transmission Control Protocol
IP	: Internet Protocol
TCP / IP	: Transmission Control Protocol / Internet Protocol
ODTÜ	: Ortadoğu Teknik Üniversitesi
.com	: Commercial'ın kısaltması
.gov	: Government'in kısaltması
.mil	: Military'nin kısaltması
.edu	: Education'un kısaltması
.org	: Organization'un kısaltması
ISS	: İnternet Servis Sağlayıcı
ISP	: Internet Service Provider
IAP	: Internet Access Provider
DNS	: Domain Name System
SMTP	: Simple Mail Transfer Protocol
FTP	: File Transfer Protocol
HTML	: HyperText Mark Up Language
Net	: Network
NASA	: National Aeronautics and Space Administration
NLS	: On-line System
CERN	: European Organization for Nuclear Research
SSS	: Sıkça Sorulan Sorular

FAQ	: Frequently Asked Questions
PC	: Personal Computer
MacOs	: Macintosh Operation System
GIF	: Graphic Interchange Format
JPEG	: Joint Photographic Experts Groups
TIFF	: Tagged Information File Format
PNG	: Portable Network Graphic
Mb	: Mega Byte
Kb	: Kilo Byte (K)

