

ÜNİVERSİTE TANITIMI İÇİN WEB TABANLI ETKİLEŞİMLİ E-KATALOG UYGULAMASI: ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ GÜZEL SANATLAR FAKÜLTESİ TANITIM KATALOĞU ÖRNEĞİ*

WEB-BASED INTERACTIVE E-CATALOG APPLICATION FOR UNIVERSITY PROMOTION: AN EXAMPLE OF ÇANAKKALE ONSEKİZ MART UNIVERSITY FACULTY OF FINE ARTS PROMOTION CATALOG

Didem Çatal**, Semra Çam***

Öz

Günümüzde dijital teknolojilerin yaygınlaşması ile internet ve mobil cihazlar aracılığıyla iletişim kurmak ve bilgiye erişmek çok daha kolaylaşmıştır. Bu durum, üniversiteli gençlerin iletişim ve bilgiye erişim alışkanlıklarını da etkilemiştir. Üniversiteli gençler, internet üzerinden iletişim kurarken görsel odaklı etkileşim araçlarını etkin bir şekilde kullanmaktadır. Bu nedenle, üniversite ve fakültelerin tanıtımları için dijital çağın gerekliliklerine uygun olarak interaktif e-katalogları, önemli bir iletişim aracı olarak gündeme gelmektedir.

Bu çalışmada, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'nin interaktif tanıtım kataloğu üzerinden üniversite tanıtımlarında e-katalog kullanımının gerekliliği ele alınmıştır. Çalışmanın amacı, üniversite tanıtım e-kataloglarının; arayüz tasarımı, işlevselliği, içeriği, bilgiye erişimi, kullanıcı kolaylığı ve deneyimi, interaktif özelliği kapsamında incelenmesidir. Çalışma nitel araştırma yöntemi kapsamında üniversitelerin web siteleri taranarak seçilen e-katalog örnekleri üzerinden analiz edilmiştir. İnteraktif tanıtım e-katalogları ve üniversite tanıtımı konularına ilişkin literatür taramasının yanı sıra nicel gözleme dayalı bir anket uygulaması yapılarak elde edilen bulgular ile bu alana katlı sağlayacak bir kaynak sağlamak hedeflenmiştir.

Anahtar Kelimeler: İnteraktif Tanıtım E-kataloğu, Kullanıcı Deneyimi, Arayüz Tasarımı, Fakülte Tanıtımı, Etkileşim Tasarımı.

Abstract

In today's digital age, the widespread adoption of digital technologies has made communication and access to information even more convenient through the internet and mobile devices. This has inevitably influenced the communication and information-seeking habits of university students. University students use visual-oriented interaction tools effectively when communicating over the internet. As a result, interactive e-catalogs, designed to meet the

Araştırma Makalesi // Başvuru tarihi: 01.04.2023 - Kabul tarihi: 26.06.2023.

*IFAPC International Fine Arts and Printing Conference, 02-03 Şubat 2023 Dubai, bildiri olarak sunulmuştur.

**Doç. Dr., Didem Çatal, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, didemcatal@comu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-5060-808X>.

***Öğr. Gör., Semra Çam, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, semra.cam@comu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-7946-3790>.

demands of the digital era, have become an important communication tool for promoting universities and faculties.

In this study, the necessity of university promotion is addressed through the interactive promotional catalog of Çanakkale Onsekiz Mart University Faculty of Fine Arts. The aim of the study is to examine university promotional e-catalogs in terms of interface design, functionality, content, accessibility to information, user-friendliness, and interactive features. The study was analyzed through selected e-catalog samples by scanning the websites of universities within the scope of qualitative research method. In addition to the literature review on interactive promotional e-catalogs and university promotion, it is aimed to provide a resource that will contribute to this field with the findings obtained by a survey based on quantitative observation.

Keywords: Interactive Promotion E-catalog, User Experience, Interface Design, Faculty Promotion, Interactive Design.

1. Giriş

Bilgiye erişim, elektronik medya ve mobil teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde gün geçtikçe kolaylaşmakta ve iletişim yollarının çeşitlenmesi ile her yerden anında haberleşme, bilgi paylaşımı ve etkileşim sağlanabilmektedir. Günümüzde yeni etkileşimli medya uygulamalarıyla grafik tasarımın artık tek boyutlu düşünülmemeyeceğini, geleneksel ve statik medya türlerinin yerini dijital ve etkileşimli alanlara bıraktığını görmekteyiz. Bu durum görsel iletişim aracı olarak yeni medya uygulamalarındaki etkileşim özelliğinin geleneksel medyaya kıyasla daha ilgi çekici ve daha kullanışlı yöntemlerle tasarlanabilir olma niteliğinden dolayı bilgiye ulaşma yollarını çeşitlendirmiştir.

Etkileşimli medyalar pek çok farklı alanlarda kullanıcının isteğine ulaşmasını sağlayan görsel olarak açıklayıcı, içeriği genişletilebilir ve erişilebilir ürünler sunar. Giderek karmaşıklaşan ve güncellenen etkileşimli medya uygulamalarının verileri, her kullanıcı tarafından anlaşılabilir ve işlevsel olarak tasarlanabilir. Bununla birlikte, kullanıcı deneyimleri göz önünde bulundurularak bu uygulamalar üst düzey performanslarla geliştirilebilir.

“İnteraktif tasarım, teknolojik yeniliklerin durmaksızın ilerlediği bir yaratıcılık alanı olarak sürekli gelişmektedir” (Steane, 2014:144). Bu gelişmeler ışığında üniversitelerin tanıtımları için yaygın olarak kullanılan etkileşimli e-kataloglar çalışmanın çerçevesini oluşturmaktadır. Üniversitelerin kendilerini ve fakültelerini tanıtmak amacıyla video, web sitesi, sosyal medya

platformları, afişler, broşürler gibi çeşitli faaliyet ve organizasyonlardan yararlanmasının yanı sıra tanıtım katalogları da akademik ortamda kullanılan etkili yöntemlerden biridir.

Çalışmada üniversitelerin web sayfalarındaki konu ile ilgili fakülte kataloglarının işlevselliği ve gerekliliği, dijital ortama aktarılmış çeşitli fakülte katalogları özelinde tartışılarak, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi interaktif tanıtım katalogu örneği üzerinden çözümlenmeler ve analizler kapsamında değerlendirilmiştir. Fakülte öğrencilerine kullanıcı deneyimi anketi uygulanmıştır. Bu anket, nicel veriye dayalı sorular içermekte olup, fakülte öğrencilerinin interaktif tanıtım katalogu hakkındaki görüş ve deneyimlerini yansıtmaktadır.

2. Etkileşimli Tasarım

Teknoloji dünyasındaki hızlı değişimler görsel iletişim alanında kullanıcı ile tasarım arasındaki ilişkiyi güçlendirirken etkileşim kavramını da öne çıkarmaktadır. Jon Kolko (2010:11)'ya göre, etkileşim tasarımı, bir kişi ile bir ürün, hizmet veya sistem arasında bir diyalog oluşturulmasıdır. Etkileşim Tasarımı Vakfı (Interaction Design Foundation) ise, "Etkileşim Tasarımı (IxD), bir tasarımcının odak noktasının, geliştirme aşamasındaki ögenin ötesine geçerek kullanıcıların onunla etkileşimde bulunma biçimini de içine aldığı etkileşimli ürün ve hizmetlerin tasarımıdır" (http 1) olarak tanımlar. Salmond ve Ambrose (2013:6), etkileşimli tasarımın doğası gereği pasif olmadığını aktif olarak etkileşimde bulunulması, oynanması, yorum yapılması veya başkalarına gönderilmesi için bir kitleye sunulan medya olduğunu ifade etmektedir.

Baer (2008:14)'a göre, "Bir etkileşim tasarımcısı, kullanıcıların ürünler, cihazlar, ortamlar ve hizmetler için çevrimiçi veya yazılımla etkileşimde bulunduğu özelliklerin ve sistemlerin belirli davranışlarını tanımlamak ve oluşturmak için çalışır". Etkileşim özellikleri tasarlanırken tasarımcının dikkate aldığı yönleri ilk olarak, Profesör Gillian Crampton Smith ve Kevin Silver, beş boyut olarak tanımlamıştır. Bunlar; kelimeler, görsel temsiller, fiziksel nesnelere/uzay, zaman ve davranıştır (http 1). Etkileşim Tasarım Vakfına ait "Kullanıcı Deneyimi, Tasarımının Temelleri" adlı kitabında ifade edildiği gibi, "bir kullanıcı ile bir ürün arasındaki etkileşim genellikle estetik, hareket, ses, boşluk ve daha pek çok unsuru içerir. Ayrıca, elbette bu öğelerin her biri, örneğin kullanıcı etkileşimlerinde kullanılan seslerin işlenmesi için ses tasarımı gibi daha da özel alanlar içerebilir" (Soegaard, 2002:52).

Etkileşim Tasarımı, gelişen teknolojinin getirdiği olanakların daha etkin bir şekilde kullanılmasını sağlamak amacıyla bilgisayar bilimi, psikoloji, sosyoloji ve bunun gibi farklı disiplinleri, grafik tasarım disiplini ile bir araya getirerek kullanıcı odaklı etkileşim deneyimlerini sağlar. Jon Kolko (2011:8)'ya göre,

Tasarım sürecinde, bir Etkileşim Tasarımcısı, gizli ilişkileri anlamak için tek tek bileşenler arasında anlamlı görselleştirmeler oluşturmaya çalışır. Bu görselleştirmelerin yaratılmasının nihai amacı anlamaktır. Bir tasarımcı, fikirleri yeni ve ilginç şekillerde yeniden çerçeveleyerek, fikirler arasındaki soyut ve anlamsal bağlantıları daha derinden anlayabilir. Bu görselleştirmeler daha sonra bir tasarım ekibinin diğer üyeleriyle iletişim kurmak için veya üretken eskiz veya model yapımı oluşturmak için platformlar olarak kullanılabilir.

Etkileşim tasarımı; bilgisayar yazılımları, mobil uygulamalar, web tasarımı, sanal gerçeklik (VR), artırılmış gerçeklik (AR), endüstriyel tasarım, giyilebilir teknoloji, akıllı ev cihazları, otomotiv sektörü, eğitim ve e-öğrenme gibi geniş bir kullanım alanına sahiptir. Bu alanlarda etkileşim tasarımı prensiplerinin doğru şekilde uygulanmasıyla, kullanıcı odaklı, sezgisel navigasyonu olan arayüz tasarımları oluşturulabilir ve bu sayede kullanıcılar hızlı ve kolayca bilgiye erişebilir, doğal ve akıcı bir deneyim yaşayabilirler. 'User Experience Design' kitabında Allanwood ve Beare (2014:9)'a göre, "Kullanıcılara iyi bir deneyim sunmak için neyin gerekli olduğu hemen belli olmadığından ve birkaç farklı alanda uzmanlık gerektirebileceğinden, genellikle bir ekip çalışması gerektirir. Bu ekipler küresel tasarım alanında çok hızlı bir yer edinmektedir" (Salmond ve Ambrose, 2013:19).

3. Dijital Çağda Etkileşimli E-Kataloglar

Elektronik kataloglar (veya kısaca e-kataloglar) "sunulan ürünler, hizmetler veya şirketlerin kurumsal profili hakkında bilgi veren bir kaynaktır" (http 2). Bir başka tanımda ise, "Bir katalog, daha fazla olası müşteriye ulaşmak için dijital biçimde (elektronik kopya olarak) kullanıma sunulduğunda buna dijital ürün kataloğu denir ve PDF, word belgesi, excel sayfası, tablo, broşür, dijital sunum, slaytlar gibi farklı formlarda veya dijital platforma uyumlu herhangi bir formatta olabilir" (Banerjee, 2022). İlk olarak 1975 yılında Ohio State Üniversitesi'nde geliştirildiği düşünülen e-kataloglar, internet üzerinden müşterilere sunulan ürünlerin veya hizmetlerin listelenmiş halidir ve alım sürecini kolaylaştırırlar (http 3).

E-katalogların web tabanlı erişimi sayesinde etkileşim özellikleri kazanması, kullanıcının deneyimini pasif halden aktif hale taşımıştır. Basılı kataloglara göre etkileşimli e-kataloglarda

kullanıcılar, tasarım ile daha fazla iletişim kurmakta ve daha genişletilmiş içerikle karşılaşmaktadır. Bu durum kullanıcılara kontrol imkânı sağlamak ve kendi tercihlerine göre içeriğe erişim kolaylığı sunmaktadır. Etkileşimli e- kataloglar, günümüzde birçok farklı açıdan sağladığı faydalarla daha tercih edilebilir hale gelmişlerdir. Chandra Natsir (2022) ise e- katalogların avantajlarını şu şekilde sıralamıştır:

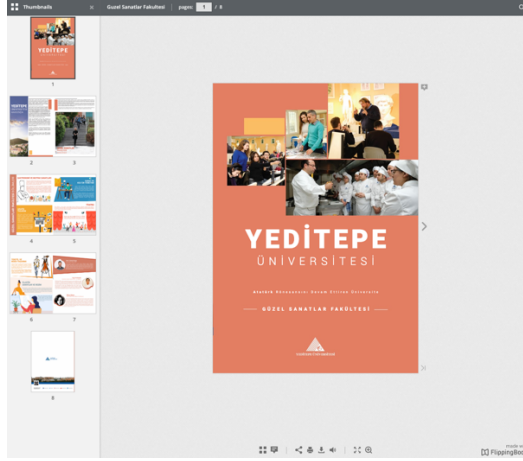
İlk olarak, bilgisayar yazılımlarındaki gelişmeler sayesinde e-kataloglara hemen hemen her yerden kolaylıkla erişilebilir olması gelmektedir. Kullanıcılar istedikleri zaman ve istedikleri yerden verilere erişebilme imkanına sahip olurlar. Öte yandan, geleneksel basılı katalogların sürekli güncellenmesi ve basılması uzun ve maliyetli bir süreçtir. Ancak e-kataloglar her an güncellenebilir ve bu güncellemeler çok kolay ve hızlı bir şekilde gerçekleştirilebilir. Ayrıca, e-kataloglar kullanıcı deneyimlerine dayalı geri bildirimlerle sürekli olarak iyileştirilebilir. Kullanıcıların davranışlarını ve tercihlerini izlemek, hangi ürünlerin daha popüler olduğunu belirlemek ve kullanıcı beklentilerini karşılamak için katalog içeriği ve düzenlemeleri yapılabilmektedir. Böylelikle, e-kataloglar kullanıcı taleplerine daha etkili bir şekilde cevap verebilmektedir.

4. Üniversite Tanıtımlarında Web Tabanlı E-Katalog Örnekleri

Çalışmada, ulusal ve uluslararası üniversitelerin web siteleri taranmış ve e-katalog uygulamalarının varlığı, erişilebilirlikleri ve özellikleri incelenmiştir. Uygulamaların kullanıcı arayüzü, içerik düzenlemesi ve etkileşim özellikleri gibi unsurlar dikkate alınmıştır. Araştırma, Üniversitelerin fakülte düzeyinde bilgi sunma ihtiyacını karşılamak için web sitelerini kullandıklarını ve bu bilgilerin genellikle ayrıntılı bir şekilde sunulduğunu göstermektedir. Fakülteleere ait bilgiler, idari yapı, akademik personel, bölüm tanıtımları, ders programları, ders içerikleri ve benzeri konular üniversitelerin resmi web sitelerinde yer almaktadır, ancak fakülte özelinde hazırlanan e-katalogların daha az yaygın olduğu görülmektedir.

Türkiye'deki üniversite ve fakülte tanıtım e-katalogları incelendiğinde genel olarak etkileşimli fakülte e-kataloglarına çok fazla rastlanmadığı ancak bazı üniversitelerin etkileşim unsuru olarak dijital katalog oluşturma (Flipbook, FlippingBook, Flipsnack, vb.) uygulamaları kullandıkları gözlenmiştir. Bu uygulama geleneksel katalogların tasarım anlayışına sahip bir özellik taşımaktadır. Bu üniversitelerden biri olan Yeditepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, FlippingBook uygulaması ile fakülte tanıtım e-kataloglarını hazırlamışlardır. Sayfalar, bu uygulamanın bir özelliği olan fare yardımı veya tıklama ile diğer sayfaya geçiş imkânı sağlayacak şekilde tasarlanmıştır. Bu geçişler, sayfa çevirme efekti ve sesleriyle desteklenmektedir. Bilgi akışı, üniversitenin genel tanıtımı, fakülte ve bölüm açıklamaları ile öğrenci görüşlerinin yer aldığı

sayfa tasarımlarından oluşmaktadır. Fakülte e-katalogunun arka kapağında üniversiteye ait web adresi interaktif olarak yer almaktadır. Bu özellik, öğrencilere ana sayfaya erişim imkânı sağlamaktadır. Aynı sayfada yer alan sosyal medya adreslerinin interaktif özelliği ise bulunmamaktadır (Görsel 1).



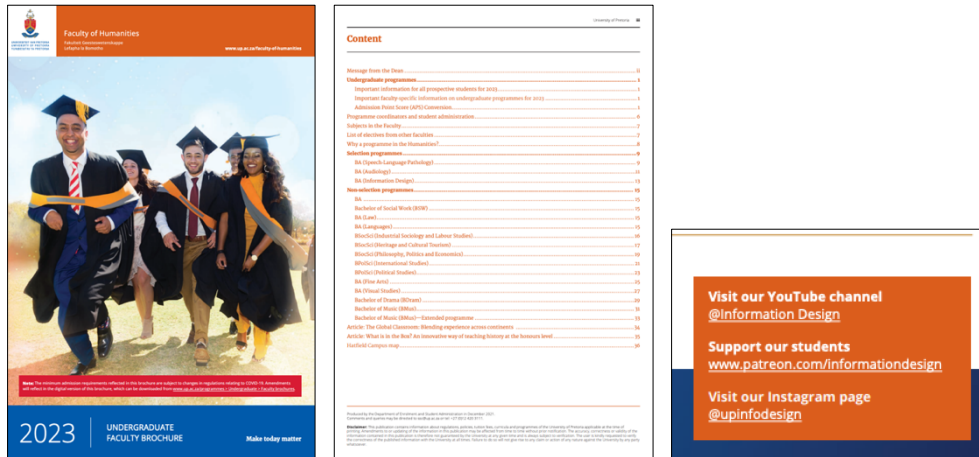
Görsel 1. Yeditepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tanıtım E-Katalogu.

Bir diğer üniversite örneği olarak incelenen Bahçeşehir Üniversitesi Mimarlık ve Tasarım Fakültesi tanıtım e-katalogunun benzer bir uygulama ile hazırlandığı görülmektedir (Görsel 2). E-katalog tasarımındaki veri akışı sırasıyla, fakülte ve bölümler hakkındaki bilgiyi, öğrenci değişim programlarını, uluslararası yaz okullarını ve benzeri bilgileri içeren bir düzende oluşturulmuştur. E-Katalog uygulamasında tıklama özelliği ile sayfa geçişleri sağlanırken, bunun dışında bir etkileşim özelliği yer almamaktadır. Çağdaş ve sade bir anlayışla tasarlanan e-katalog, kullanıcıların bilgilere odaklanmasını kolaylaştırırken, minimalist bir görünüm sunarak dikkatleri dağıtmaktan kaçınmaktadır.



Görsel 2. Bahçeşehir Üniversitesi Mimarlık ve Tasarım Fakültesi Tanıtım E-Katalogu.

Afrika'da bulunan Pretoria Üniversitesi (The University of Pretoria) tanıtım e-katalogu interaktif bir şekilde tasarlanmıştır (Görsel 3). Kullanıcılar, içerik kısmında yer alan fakülte ve program isimlerine tıklayarak ilgili sayfaya yönlendirilmekte ve böylece doğrudan erişim sağlanarak daha detaylı bilgi edinebilmektedirler. Özellikle Youtube ve Instagram hesaplarına yapılan tıklanabilir yönlendirmeler, kullanıcıların bölümlerin videolarını izlemelerine ve daha fazla içeriğe ulaşmalarına olanak tanır. Katalogdaki sayfa sayısının çokluğu bilgiye erişimde kullanıcıyı zorlamakta ve zaman kaybı yaratmaktadır. Bu durum etkileşim özelliğinin çoklu sayfalarda gezinme ve bilgiye erişim kolaylığı açısından gerekliliğini ortaya koymaktadır.

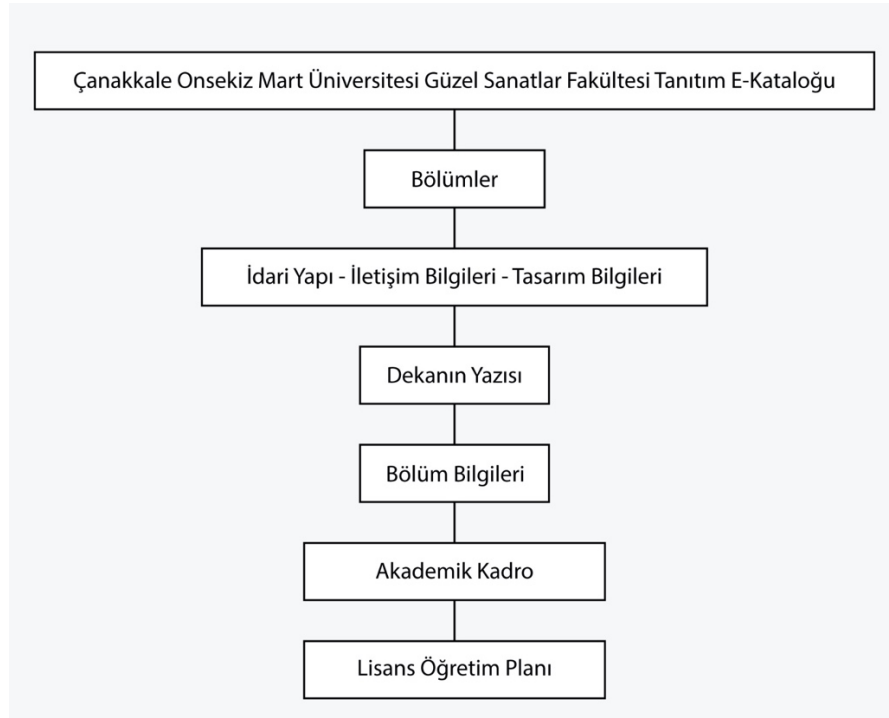


Görsel 3. Pretoria Üniversitesi Tanıtım E-Katalogu.

5. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi İnteraktif Fakülte E-Katalogu Tasarım Süreci

Üniversite gençliği, bilgi alışverişi ve paylaşımlarında web tabanlı ortamları yaygın bir şekilde kullanmaktadır. Bu eğilim, geleneksel kataloglara göre fakülte e-kataloglarının erişebilirlik açısından dijital formda üretilmesine yol açmaktadır. Dijital çağda üniversite ve fakülte tanıtımları için etkili araçlardan biri olan e-kataloglar, bölümle ilgili açıklamalar, akademik kadro bilgileri, eğitim öğretim planları, program çıktıları ve bölümlere ait sosyal medya platformları gibi içeriklere erişim imkânı sağlamaktadır. Sürekli güncellenen bu bilgilerin sürdürülebilirliği açısından e-katalogların önemi göz önünde bulundurulmalıdır.

Makaleye konu olan çalışma, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi hakkında akademik bilgiye cevap verecek etkileşimli bir e-katalog olarak tasarlanmıştır. Katalog özellikle öğrenci adayları ve fakülte öğrencilerine yönelik bir tanıtım sunmaktadır. Fakülte bünyesinde yer alan altı bölüm için ayrı ayrı düzenlenen arayüz tasarımları ile bilgi akışı sağlanmaktadır. Bu akış, Görsel 4'te yer alan hiyerarşik yapıdadır.



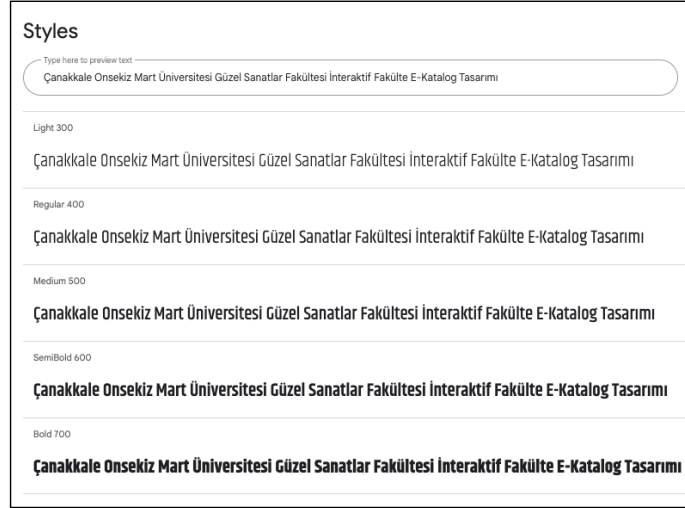
Görsel 4. ÇOMÜ Güzel Sanatlar Fakültesi Tanıtım E-Katalog Navigasyon Şeması.

Katalogun kapak sayfası (Görsel 5), kullanıcının etkileşime başladığı bir arayüz sunmaktadır. Bu arayüz tasarımı, altı bölümden oluşan kare bloklarla ayrılmış ve bölümler, tipografik bir düzen içinde tasarlanmıştır. Kare blokların her biri katalogun bir bölümünü temsil etmekte, içerik bilgisini vurgulamak ve fark edilebilirlik açısından önemli noktaları belirtmektedir. Bölümler, tipografik düzenlemelerdeki kullanılan stil ve renk, bölüme özgü önemli noktaların vurgulanmasına yardımcı olacak şekilde tasarlanmıştır. Böylece, bölümler arasındaki ayrımın net bir şekilde yapılması, kullanıcıların ilgilendikleri bölüme kolayca odaklanmalarını sağlamaktadır. Kullanıcıların yönlendirme ve içerik ilişkilerini daha kolay ve hızlı bir şekilde kurabilmeleri amacıyla tıklanabilir ve kaydırılabilir erişim özelliği tasarıma eklenmiştir.



Görsel 5. ÇOMÜ Güzel Sanatlar Fakültesi Tanıtım E-Katalogu Kapak Arayüz Tasarımı.

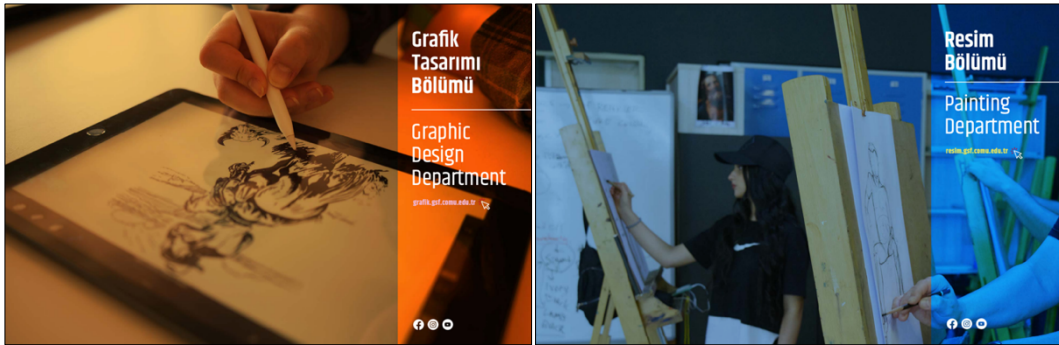
Sayfa arayüzleri Adobe Illustrator programında tasarlanmış, Adobe InDesign programında da tıklanabilir özelliği kazandırılmıştır. Tasarımı tamamlanan e-katalog, fakülte web sayfasına interaktif fakülte e-katalogu butonu eklentisi altında etkileşimli pdf formatında yüklenmiştir. Tasarımda kullanılan "Khand" font ailesi (Görsel 6), tırnaksız yapısı sayesinde sayısal ekran okumalarında kolay ve anlaşılır bir yazı karakteri özelliği göstermektedir. Önemli kısımlar, Semibold ya da Bold olarak vurgulanmış böylece görsel yönlendirme ve önem sırası korunmuştur.



Görsel 6. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tanıtım E-Katalog Tasarımı için kullanılan “Khand” font ailesi.

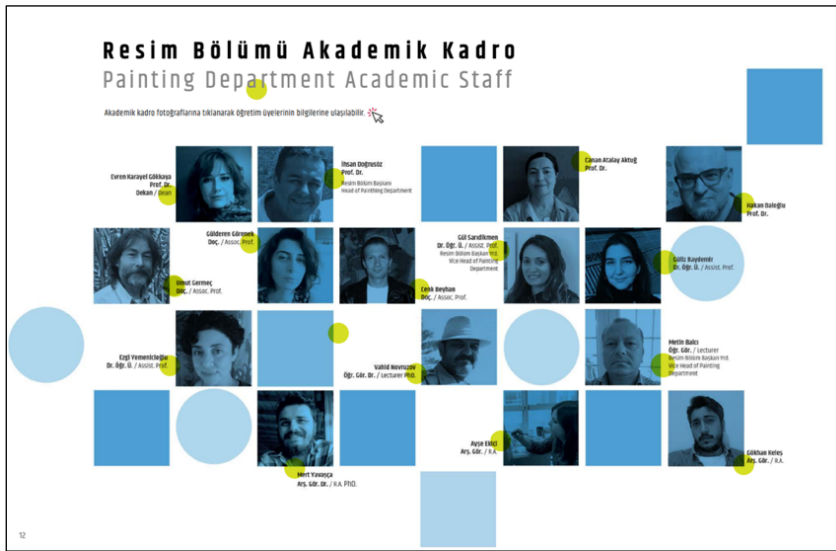
Tasarımda, her bir blok farklı bir bölümü temsil ederken aynı zamanda bölümler arası ayrımı ortaya koymak için her bölüm bir başka renk ile tanımlanmıştır. Örneğin; Grafik Tasarımı Bölümü turuncu, Resim Bölümü mavi renk olarak belirlenmiştir.

Ana sayfayı takiben, Dekanın yazısı, iletişim bilgileri ve katalog kimlik bilgisinin yer aldığı alt sayfalar tasarlanmıştır. Bölümleri tanıtan sayfalara sırasıyla kaydırılabilir özellik (scrollbar) yardımıyla veya ana sayfada ilgili bölümün yer aldığı bloklara tıklanarak erişim sağlanabilir. Her bir bölüme ait arayüz tasarımında bölüm adları ile sosyal medya simgelerini içeren yönlendirme butonları bulunmaktadır. Butonlara tıklanıldığında ilgili bölümün sosyal medya hesaplarına erişim mümkün olmaktadır (Görsel 7).



Görsel 7. ÇOMÜ Güzel Sanatlar Fakültesi Tanıtım E-Katalog Grafik Tasarımı ve Resim Bölümü Arayüz Tasarımları.

Bölmülerin akademik kadrosunu içeren arayüz tasarımlarında, akademik personelin fotoğrafları, isimleri, unvan ve görev tanımları yer almaktadır (Görsel 8). Arayüzler, tipografi düzeni, kare ve dairesel formlar, boşluk ve doluluk oranı, bölüm rengine ait renk tonlamalarını barındıran grafik unsurlar kullanılarak estetik bir şekilde tasarlanmıştır. Kullanıcılar, ilgili bölüm öğretim elemanlarının fotoğraflarına veya isimlerine tıklayarak akademik özgeçmişlerine erişebilirler. Bu sayede, kullanıcılar akademik kadronun niteliklerini ve araştırma alanlarını daha ayrıntılı bir şekilde inceleme imkânı bulurlar.



Görsel 8. ÇOMÜ Güzel Sanatlar Fakültesi Tanıtım E-Katalogu Resim Bölümü Akademik Kadro Arayüz Tasarımı.

Akademik kadroyu takip eden sayfa, akademik yıl boyunca geçerli olan eğitim ve öğretim planını gösteren bir arayüz sunar. Kullanıcılar, her döneme ait zorunlu ve seçmeli dersleri görebilirler. Sayfada yer alan başlığa tıklandığında ders saatleri, teorik ve uygulama derslerinin ayrımı ve her dersin AKTS (Avrupa Kredi Transfer Sistemi) bilgilerine erişim sağlanır. Böylece öğrenciler eğitim planlarını oluşturabilir ve programlarını takip edebilirler (Görsel 9).

LİSANS ÖĞRETİM PLANI / UNDERGRADUATE CURRICULUM		2022-2023	
1. YIL / 1st Year		2. YIL / 2nd Year	
Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi I / Atatürk's Principles and History of Turkish Revolution I	Zorunlu / Required	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi II / Atatürk's Principles and History of Turkish Revolution II	Zorunlu / Required
MİLLÎ HUKUK I / National Law I	Zorunlu / Required	MİLLÎ HUKUK II / National Law II	Zorunlu / Required
Tarih I / History I	Zorunlu / Required	Tarih II / History II	Zorunlu / Required
İngilizce I / English I	Zorunlu / Required	İngilizce II / English II	Zorunlu / Required
Dijital Medya ve Sanat / Digital Technology and Design	Zorunlu / Required	Sanat Tarihi I / History of Art I	Zorunlu / Required
Sanat Tarihi I / History of Art I	Zorunlu / Required	Sanat Tarihi II / History of Art II	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları / Basic Concepts of Art	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları II / Basic Concepts of Art II	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları II / Basic Concepts of Art II	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları III / Basic Concepts of Art III	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları III / Basic Concepts of Art III	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları IV / Basic Concepts of Art IV	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları IV / Basic Concepts of Art IV	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları V / Basic Concepts of Art V	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları V / Basic Concepts of Art V	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları VI / Basic Concepts of Art VI	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları VI / Basic Concepts of Art VI	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları VII / Basic Concepts of Art VII	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları VII / Basic Concepts of Art VII	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları VIII / Basic Concepts of Art VIII	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları VIII / Basic Concepts of Art VIII	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları IX / Basic Concepts of Art IX	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları IX / Basic Concepts of Art IX	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları X / Basic Concepts of Art X	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları X / Basic Concepts of Art X	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XI / Basic Concepts of Art XI	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XI / Basic Concepts of Art XI	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XII / Basic Concepts of Art XII	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XII / Basic Concepts of Art XII	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XIII / Basic Concepts of Art XIII	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XIII / Basic Concepts of Art XIII	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XIV / Basic Concepts of Art XIV	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XIV / Basic Concepts of Art XIV	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XV / Basic Concepts of Art XV	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XV / Basic Concepts of Art XV	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XVI / Basic Concepts of Art XVI	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XVI / Basic Concepts of Art XVI	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XVII / Basic Concepts of Art XVII	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XVII / Basic Concepts of Art XVII	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XVIII / Basic Concepts of Art XVIII	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XVIII / Basic Concepts of Art XVIII	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XIX / Basic Concepts of Art XIX	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XIX / Basic Concepts of Art XIX	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XX / Basic Concepts of Art XX	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XX / Basic Concepts of Art XX	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XXI / Basic Concepts of Art XXI	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XXI / Basic Concepts of Art XXI	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XXII / Basic Concepts of Art XXII	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XXII / Basic Concepts of Art XXII	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XXIII / Basic Concepts of Art XXIII	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XXIII / Basic Concepts of Art XXIII	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XXIV / Basic Concepts of Art XXIV	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XXIV / Basic Concepts of Art XXIV	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XXV / Basic Concepts of Art XXV	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XXV / Basic Concepts of Art XXV	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XXVI / Basic Concepts of Art XXVI	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XXVI / Basic Concepts of Art XXVI	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XXVII / Basic Concepts of Art XXVII	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XXVII / Basic Concepts of Art XXVII	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XXVIII / Basic Concepts of Art XXVIII	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XXVIII / Basic Concepts of Art XXVIII	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XXIX / Basic Concepts of Art XXIX	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XXIX / Basic Concepts of Art XXIX	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XXX / Basic Concepts of Art XXX	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XXX / Basic Concepts of Art XXX	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XXXI / Basic Concepts of Art XXXI	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XXXI / Basic Concepts of Art XXXI	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XXXII / Basic Concepts of Art XXXII	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XXXII / Basic Concepts of Art XXXII	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XXXIII / Basic Concepts of Art XXXIII	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XXXIII / Basic Concepts of Art XXXIII	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XXXIV / Basic Concepts of Art XXXIV	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XXXIV / Basic Concepts of Art XXXIV	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XXXV / Basic Concepts of Art XXXV	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XXXV / Basic Concepts of Art XXXV	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XXXVI / Basic Concepts of Art XXXVI	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XXXVI / Basic Concepts of Art XXXVI	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XXXVII / Basic Concepts of Art XXXVII	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XXXVII / Basic Concepts of Art XXXVII	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XXXVIII / Basic Concepts of Art XXXVIII	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XXXVIII / Basic Concepts of Art XXXVIII	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XXXIX / Basic Concepts of Art XXXIX	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XXXIX / Basic Concepts of Art XXXIX	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XL / Basic Concepts of Art XL	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XL / Basic Concepts of Art XL	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XLI / Basic Concepts of Art XLI	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XLI / Basic Concepts of Art XLI	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XLII / Basic Concepts of Art XLII	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XLII / Basic Concepts of Art XLII	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XLIII / Basic Concepts of Art XLIII	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XLIII / Basic Concepts of Art XLIII	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XLIV / Basic Concepts of Art XLIV	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XLIV / Basic Concepts of Art XLIV	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XLV / Basic Concepts of Art XLV	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XLV / Basic Concepts of Art XLV	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XLVI / Basic Concepts of Art XLVI	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XLVI / Basic Concepts of Art XLVI	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XLVII / Basic Concepts of Art XLVII	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XLVII / Basic Concepts of Art XLVII	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XLVIII / Basic Concepts of Art XLVIII	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XLVIII / Basic Concepts of Art XLVIII	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları XLIX / Basic Concepts of Art XLIX	Zorunlu / Required
Sanatın Temel Kavramları XLIX / Basic Concepts of Art XLIX	Zorunlu / Required	Sanatın Temel Kavramları L / Basic Concepts of Art L	Zorunlu / Required

Görsel 9. ÇOMÜ Güzel Sanatlar Fakültesi Tanıtım E-Katalogu Grafik Tasarımı Bölümü Lisans Öğretim Planı Arayüz Tasarımı.

6. Yöntem

Bu çalışmanın yöntemini, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'nin web tabanlı etkileşimli e-katalogunun kullanıcı deneyimini ölçmek amacıyla bir anket uygulaması oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini, çoğunluğunu fakülte öğrencilerinin oluşturduğu katılımcılardan oluşturmaktadır.

Araştırmanın odak noktası kullanıcı deneyimini ölçmek için katılımcıların e-katalogun etkileşim özelliklerinden edinilen deneyim ve tasarım hakkındaki görüşleri ile iyileştirme önerilerini belirlemektir. Bu amaçla, beşli likert tipinde bir ölçek kullanılmakta ve ankette on soru bulunmaktadır.

Anket soruları, kullanıcıların e-katalogu nasıl buldukları, navigasyon, içerik sunumu, etkileşim özelliği, görsel tasarım, bilgiye erişim gibi faktörleri değerlendirmektedir.

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'nin Etkileşimli e-katalog Kullanıcı Deneyimi (UX) başlıklı anket, Google Form üzerinden oluşturulmuş ve yüz katılımcıyla gerçekleştirilmiştir.

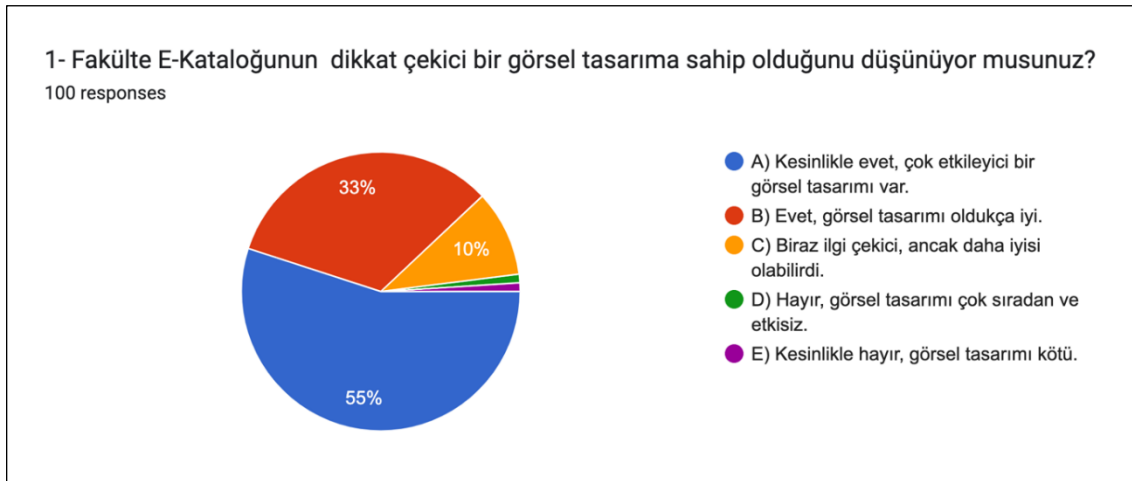
7. Bulgular

7.1. Veri Analizleri ve Sonuçları

Anketin birinci sorusu "Fakülte e-katalogunun görsel tasarımının dikkat çekici olduğunu düşünüyor musunuz?" şeklinde düzenlenmiştir. Verilen yanıtlara göre, katılımcıların %55'i Fakülte e-katalogunun dikkat çekici bir görsel tasarıma sahip olduğunu düşünmektedir. %33'lük bir dilim tasarımdan oldukça memnun olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların %10'u ise tasarımın biraz ilgi çekici olduğunu düşünmekte, ancak daha iyisinin olabileceğini ifade etmektedir. Son olarak, %1'lik dilimdeki katılımcılar görsel tasarımdan memnun olmadıklarını belirtmişlerdir (Tablo 1).

Bu veriler doğrultusunda Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'nin web tabanlı etkileşimli e-katalogunun genel olarak olumlu bir görsel tasarıma sahip olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, geri bildirimlere dayalı olarak tasarımın geliştirilmesi ve kullanıcı deneyiminin iyileştirilmesi önemlidir. Böylece, kullanıcıların memnuniyeti artırılabilir ve e-katalog daha etkin bir şekilde kullanılabilir.

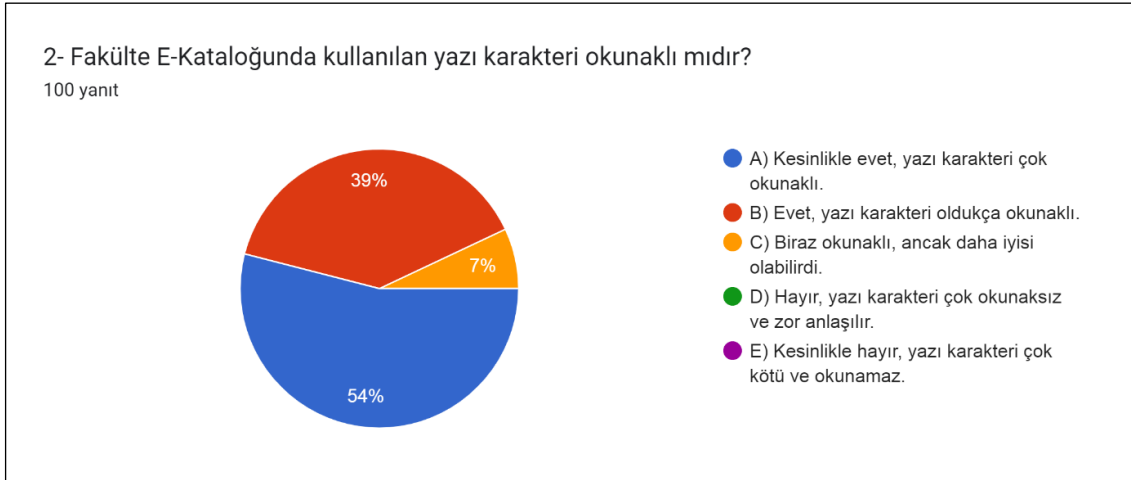
Tablo 1. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'nin Etkileşimli E-Katalog Kullanıcı Deneyimi (UX) anketinin birinci sorusuna ait değerlendirme oranları.



Anketin ikinci sorusu "Fakülte e-katalogunda kullanılan yazı karakteri okunaklı mıdır?" olarak yöneltilmiştir. Verilen yanıtlara göre, katılımcıların %54'ü e-katalog tasarımında kullanılan yazı karakterini kesinlikle okunaklı bulmuşlardır. %39'u yazı karakterini oldukça okunaklı olduğunu düşünürken %7'si yazı karakterini daha okunaklı olabileceğini belirtmiştir (Tablo 2).

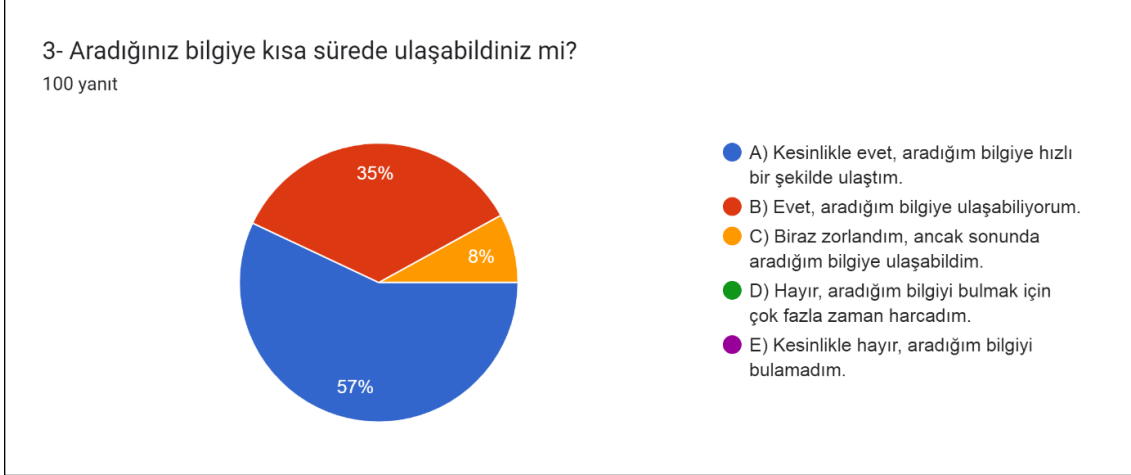
Tasarımda kullanılan yazı karakteri çoğu kullanıcı tarafından okunaklı bulunmuştur. Bu durum, font seçiminin genel anlamda başarılı olduğunu göstermektedir. Ancak daha fazla memnuniyet sağlamak için öneriler dikkate alınmalıdır.

Tablo 2. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'nin Etkileşimli E-Katalog Kullanıcı Deneyimi (UX) anketinin ikinci sorusuna ait değerlendirme oranları.



Anketin üçüncü araştırma konusu "Aradığınız bilgiye kısa sürede ulaşabildiniz mi?" sorusu olmuştur. Verilen yanıtlara göre, katılımcıların %57'si fakülte e-katalogunda aradığı bilgiye hızlı bir şekilde ulaşabildiğini ifade etmiştir. %35'i aradığı bilgiye ulaşabildiğini, %8'lik bir dilimi ise aradığı bilgiyi biraz zorlanarak bulabildiğini belirtmiştir (Tablo 3). Tasarlanan e-katalog uygulamasında katılımcılar tarafından bilgilere hızlı erişimin sağlandığı, ancak iyileştirmeler yapılması gereken alanların olduğu görülmektedir.

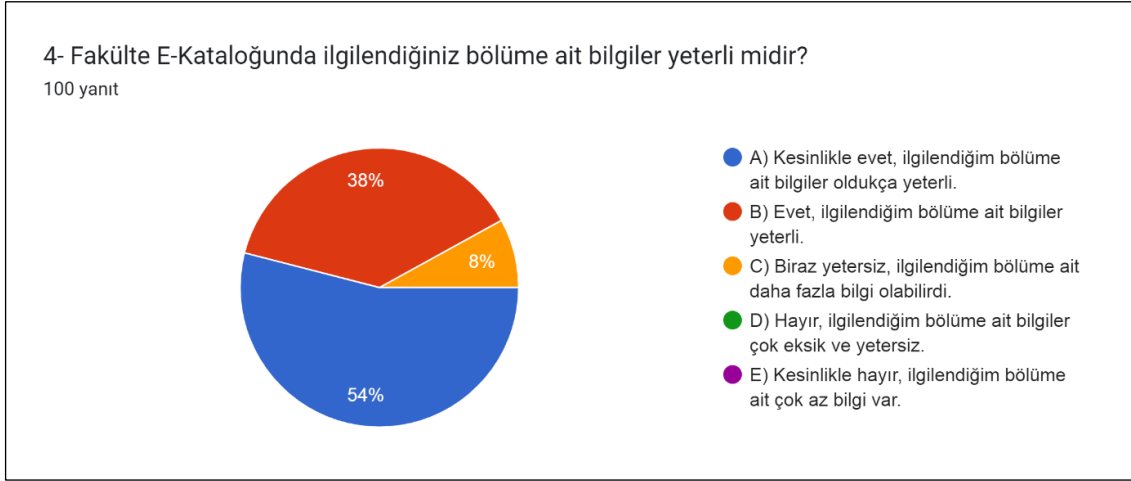
Tablo 3. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'nin Etkileşimli E-Katalog Kullanıcı Deneyimi (UX) anketinin üçüncü sorusuna ait değerlendirme oranları.



Fakülte e-katalogunun içerik bilgisi hakkında değerlendirme içeren anketin dördüncü sorusu "Fakülte e-katalogunda ilgilendiğiniz bölüme ait bilgiler yeterli midir?" şeklinde düzenlenmiştir. Verilen yanıtlara göre, katılımcıların %54'ü Fakülte e-katalogunda ilgilendiği bölüme ait bilgilerin oldukça yeterli olduğunu belirtmişlerdir. %38'i ilgilendiği bölüme ait bilgilerin yeterli olduğunu, %8'i ise bölümlere ait daha fazla bilginin olması gerektiğini ifade etmişlerdir (Tablo 4).

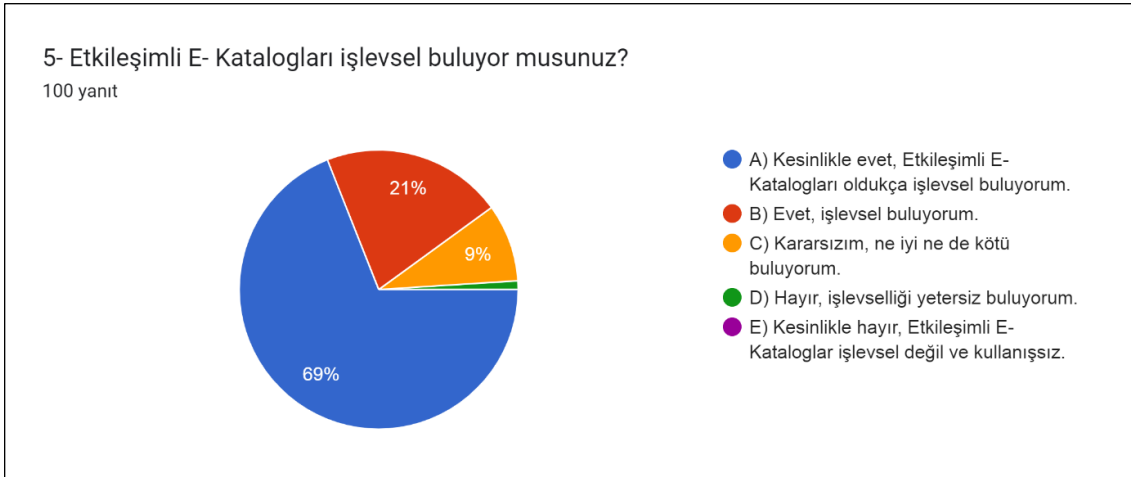
Fakülte e-katalogunun genel olarak bölümlere ait bilgileri iyi bir şekilde sunduğu görülmektedir. Kullanıcı geri bildirimlerinin dikkate alınması, eksikliklerin tespit edilmesi ve bu eksikliklerin giderilmesi sürecinde önemli bir rol oynamaktadır. Fakülte e-katalogunun kullanıcı memnuniyetini artırmak ve etkili bir kaynak haline getirmek için ilgili bölümlere ait daha fazla ve kapsamlı içerik bilgisinin sunulması gerektiği ortaya çıkmaktadır.

Tablo 4. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'nin Etkileşimli E-Katalog Kullanıcı Deneyimi (UX) anketinin dördüncü sorusuna ait değerlendirme oranları.



Anketin beşinci sorusu "Etkileşimli e-katalogları işlevsel buluyor musunuz?" olarak yöneltilmiştir. Bu soruya verilen yanıtlara göre ise katılımcıların %69'u etkileşimli e-katalogların oldukça işlevsel olduğuna vurgu yapan seçeneği işaretlemişlerdir. %21'i işlevsel bulduğunu, %9'u kararsız kaldığını ve %1'i ise etkileşimli e-katalogların işlevsel olmadığını ifade etmiştir (Tablo 5).

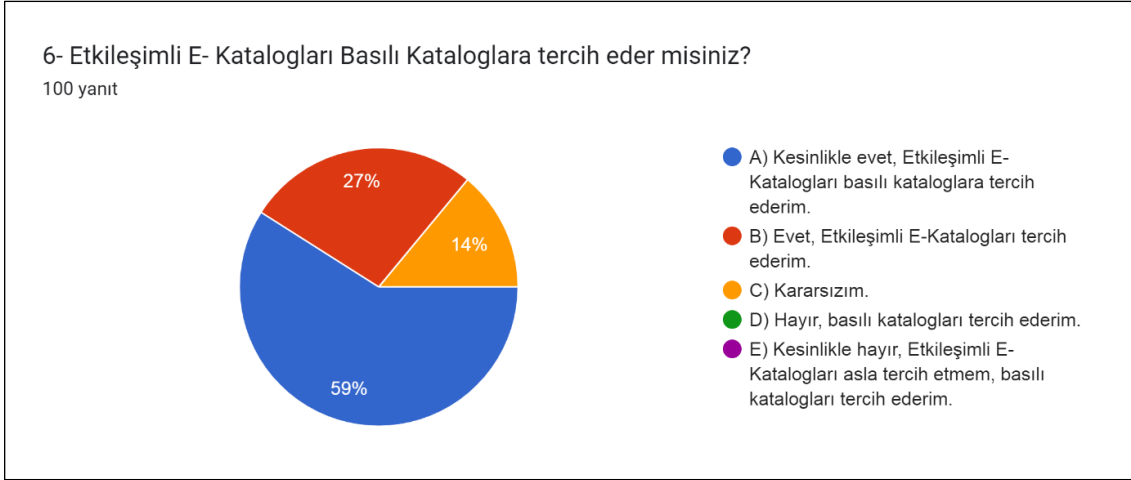
Tablo 5. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'nin Etkileşimli E-Katalog Kullanıcı Deneyimi (UX) anketinin beşinci sorusuna ait değerlendirme oranları.



Ankete katılanların büyük bir çoğunluğunun etkileşimli e-katalogları işlevsel bulması, bu tür katalogların kullanıcıların bilgiye erişimini kolaylaştırdığını ve kullanıcı deneyimini artırdığını

göstermektedir. Bununla birlikte, kararsız kalan ve işlevsel bulmayan kullanıcılar için kullanıcı geri bildirimleri dikkate alınarak eksikliklerin giderilmesi ve iyileştirmelerin yapılması önemlidir. Etkileşimli E-katalogların daha geniş bir kullanıcı kitlesi tarafından işlevsel bulunması için kullanıcı beklentileri ve ihtiyaçları göz önünde bulundurulmalı ve gerekli düzenlemeler yapılmalıdır.

Tablo 6. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'nin Etkileşimli E-Katalog Kullanıcı Deneyimi (UX) anketinin altıncı sorusuna ait değerlendirme oranları.



Anketin altıncı sorusuna ait verilere göre, katılımcıların %59'u etkileşimli e-katalogları kesinlikle basılı kataloglara tercih etmektedir. Bu bulgu, katılımcıların dijital ortamda sunulan etkileşimli e-katalogların, geleneksel basılı kataloglara göre daha cazip ve kullanışlı olduğunu düşündüklerini göstermektedir. %27'si ise etkileşimli e-katalogları tercih ettiğini belirtmiştir, yani bu grup da dijital katalogların avantajlarını görmekte ve kullanmaktadır. %14'lük bir dilim ise hangi katalog türünü tercih edeceği konusunda kararsız kalmıştır.

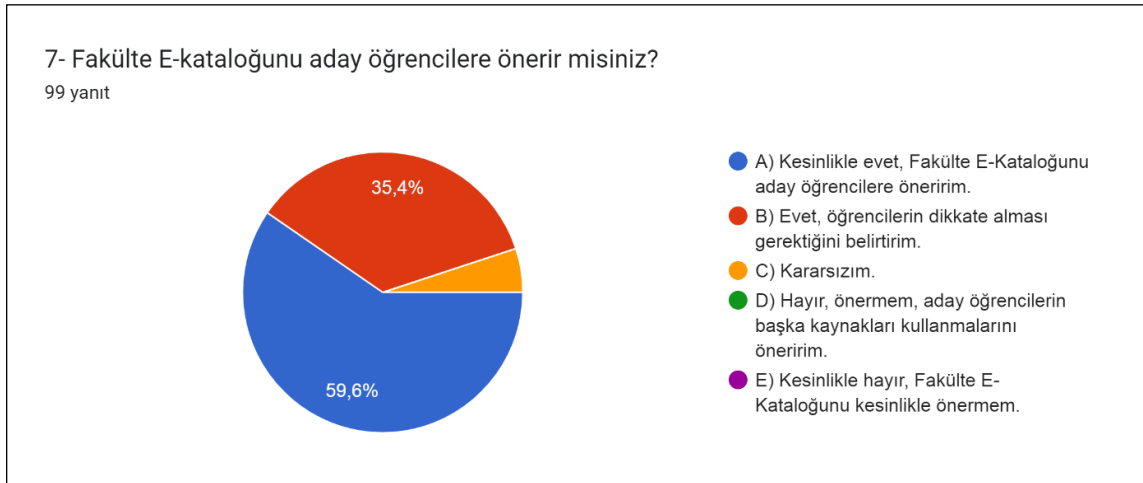
Anket sonuçlarına göre, etkileşimli e-katalogların kullanıcılar arasında giderek tercih edildiği görülmektedir. Bu bulgu, dijital platformların sunduğu esneklik, erişilebilirlik ve etkileşim imkanlarına bağlı olarak açıklanabilir. Kullanıcıların daha hızlı erişim, arama yapma kolaylığı, etkileşimli öğelerin kullanımı gibi faktörler göz önüne alındığında etkileşimli e-katalogların basılı kataloglara tercih edilmesinde etkili olduğu söylenebilir.

Anketin yedinci sorusu "Fakülte e-katalogunu aday öğrencilere önerir misiniz?" şeklindedir. Bu soruya verilen yanıtlara göre, katılımcıların %59,6'sı fakülte e-katalogunu aday

öğrencilere kesinlikle önereceğini ifade ederken, %35,4'ü öğrencilerin dikkate alması gerektiğini belirten seçeneği işaretlemiştir. %5'lik dilimde kalan katılımcılar ise bu konuda kararsız kaldıklarını belirtmiştir (Tablo 7).

Fakülte e-katalogunun aday öğrenciler için değerli bir kaynak olarak kabul edildiği görülmektedir. Katılımcıların çoğunluğu, e-katalogun aday öğrenciler için fakülte seçim sürecinde yardımcı olabileceğini ve sağladığı bilgilerin ve içeriğin, fakülte tercihlerini şekillendirmede etkili olabileceğini düşünmektedir.

Tablo 7. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'nin Etkileşimli E-Katalog Kullanıcı Deneyimi (UX) anketinin yedinci sorusuna ait değerlendirme oranları.

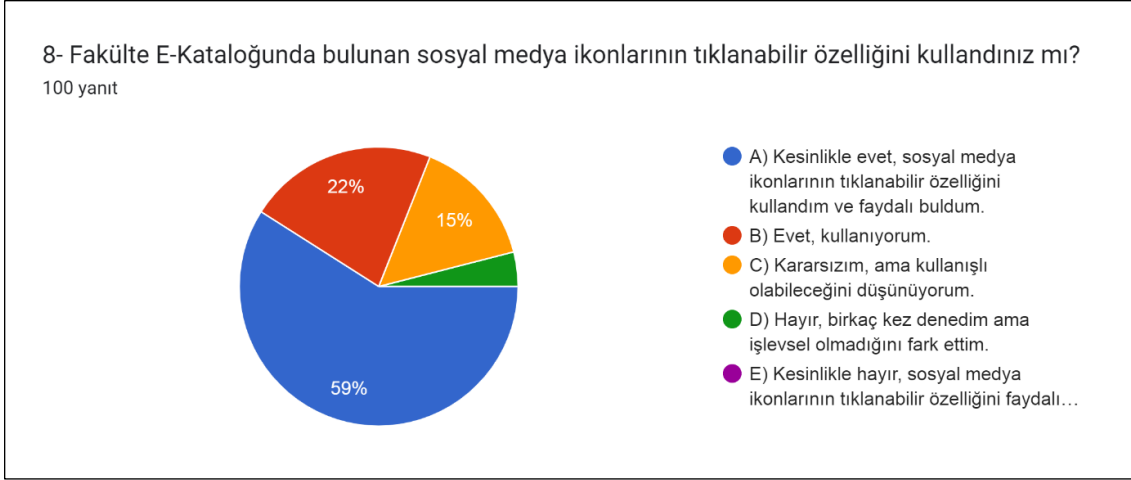


Anketin sekizinci sorusu e-katalogdaki etkileşim unsurlarını ölçmek amacıyla "Fakülte e-katalogunda bulunan sosyal medya ikonlarının tıklanabilir özelliğini kullandınız mı?" şeklinde düzenlenmiştir. Değerlendirme sonucuna göre, katılımcıların %59'u sosyal medya ikonlarının tıklanabilir özelliğini kullandığını ve faydalı bulduğunu, katılımcıların %22'si ise sosyal medya ikonlarının tıklanabilir özelliğini kullandığını belirtmiştir. Katılımcılardan %15'i bu özelliği kullanmadığını ama kullanışlı olabileceğini düşündüğünü, %4'lük bir dilimi ise sosyal medya ikonlarına birkaç kez tıkladığını ama işlevsel bulmadıklarını ifade etmiştir (Tablo 8).

Katılımcıların birçoğu sosyal medya ikonlarının tıklanabilir özelliğini faydalı bulmuştur. Bu bulgu, kullanıcıların sosyal medya paylaşımlarını kolaylaştırarak geniş bir kitleyle paylaşma imkânı sağladığını ve bu platformlardaki etkileşimleri artırarak daha fazla görünürlük elde etmelerine

yardımcı olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, kullanıcıların farklı görüş ve tercihlerine dikkat edilerek sosyal medya ikonlarının işlevselliğinin artırılması için iyileştirmeler yapılması önemlidir.

Tablo 8. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'nin Etkileşimli E-Katalog Kullanıcı Deneyimi (UX) anketinin sekizinci sorusuna ait değerlendirme oranları.



Anketin dokuzuncu sorusu "Fakülte e-katalogundaki etkileşim özelliklerinin yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?" olarak yöneltilmiştir. Soruya verilen yanıtlara göre, katılımcıların %55'i Fakülte e-katalogundaki etkileşim özelliklerini oldukça yeterli bulmuştur. %39'u etkileşim özelliklerin yeterli olduğunu düşünmektedir. %4'ü etkileşim özelliklerini fark etmediğini belirtmiş, %2'lik dilimi ise etkileşim özelliklerinin yetersiz olduğunu ve daha fazla özellik eklenmesi gerektiğini ifade etmiştir (Tablo 9).

Bu bulgular fakülte e-katalogundaki etkileşim özelliklerinin büyük çoğunluk tarafından yeterli bulunduğunu göstermektedir. Ancak, kullanıcıların farklı beklenti ve tercihlerine yanıt vermek için sürekli olarak kullanıcı deneyimi göz önünde bulundurularak geliştirmeler yapılması önemlidir. Böylece, kullanıcıların daha iyi bir deneyim yaşaması ve katalogun etkileşim özelliklerinden maksimum faydalanılması sağlanacaktır.

Tablo 9. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'nin Etkileşimli E-Katalog Kullanıcı Deneyimi (UX) anketinin dokuzuncu sorusuna ait değerlendirme oranları.



Anketin onuncu sorusu "Fakülte e-katalogunun gerekli olduğunu düşünüyor musunuz?" şeklinde düzenlenmiştir. Verilen yanıtlara göre, katılımcıların %75'i fakülte tanıtımları için e-katalogların gerekli ve önemli olduğunu düşünmektedir. %24'ü E-katalogların fakülte tanıtımı için gerekli bir uygulama olduğunu ifade etmiş, %1'i ise önemli bir etkisinin olmadığını belirtmiştir (Tablo 10).

Bu bulgu, Fakülte tanıtımlarında e-katalogların genel olarak önemli bir iletişim aracı olduğunu göstermektedir. Fakülte e-katalogu, aday öğrencilere fakülte hakkında detaylı bilgi sağlama ve ilgilerini çekme konusunda etkili bir rol oynamaktadır. Ancak, farklı katılımcıların görüşleri ve tercihleri dikkate alınarak, e-katalogların içeriği, erişilebilirliği ve kullanılabilirliği gibi unsurların geliştirilmesi gerekebilir. Bu şekilde, daha fazla aday öğrencinin fakülte hakkında doğru ve kapsamlı bilgiye erişebilmesi ve fakültenin potansiyel öğrencileriyle etkileşimini artırabilmesi mümkün olabilir.

Tablo 10. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'nin Etkileşimli E-Katalog Kullanıcı Deneyimi (UX) anketinin onuncu sorusuna ait değerlendirme oranları.



8. Sonuç

Dijital çağda, web tabanlı etkileşimli e-katalog uygulamalarının üniversite ve fakülte tanıtımlarında önemli bir rol oynadığı, gençler arasında bilgi erişimi, kullanım kolaylığı, sürdürülebilirlik ve etkileşim imkânı açısından giderek tercih edildiği görülmektedir. Bu e-kataloglar, potansiyel öğrencilerin karar verme sürecine yardımcı olurken, üniversitenin gücünü, eğitim kalitesini ve avantajlarını görsel ve bilgilendirici bir şekilde sunabilme imkanı sağlamaktadır. E-kataloglar, Ders planları, program değişiklikleri, akademik kadro gibi önemli bilgiler anında güncellenebilir ve kullanıcılara sunulabilir. Bu da öğrencilerin ve paydaşların her zaman güncel ve doğru bilgilere erişimini sağlar. E-katalog arayüz tasarımları kullanıcı deneyimleri göz önünde bulundurularak mobil uyumluluk, etkili görseller, profesyonel içerik, kullanışlı menü ve navigasyon özelliklerini barındıran kullanıcı dostu bir anlayışla tasarlanmalıdır.

Bu araştırma, üniversitelerin web tabanlı e-katalog uygulamalarını daha iyi anlamak ve kullanıcı deneyimini geliştirmek amacıyla yapılmıştır. Elde edilen bulgular, üniversitelerin e-katalog tasarımlarını iyileştirmek ve kullanıcıların bilgilere daha etkili bir şekilde erişmelerini sağlamak için değerli bir kaynak olabilir. Araştırma sonucunda genellikle dijital katalog oluşturma uygulamalarının interaktif bir şekilde içerik sunmayı sağlaması ve geleneksel katalog tasarım anlayışına uygun özelliklere sahip olması nedeniyle üniversitelerin ve fakültelerin tanıtım süreçlerinde tercih edilen bir yöntem haline geldiği görülmektedir. Bazı üniversiteler ise tanıtım

ve bilgilendirmelerini resmi web sayfalarından sürdürmekte, ayrıca bir tanıtım e-kataloguna sahip olmadıkları görülmektedir.

Bu çalışmada Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi İnteraktif Fakülte E-Katalogu, tasarım ve etkileşim özellikleri açısından öğrencilerin, aday öğrencilerin, akademisyenlerin ve her kullanıcının fakülte hakkında bilgi almak için başvurabileceği bir kaynak olarak hazırlanmıştır. E-katalogda, bölümler, öğretim üyeleri ve ders planları gibi bilgiler yer almaktadır. Ayrıca içerikte, sosyal medya hesaplarına erişilebilir ve tıklanabilir özellik eklenerek, kullanıcıların daha fazla bilgiye kolayca ulaşmaları amaçlanmıştır. Çağdaş tasarım anlayışını yansıtan, hedef kitleye uygun renk seçimi, interaktif özelliği, etkileyici görsellik içeren arayüz tasarımları ve grafik öğelerin dengeli kullanımıyla günümüz tasarım anlayışını yakalayan bu e-katalog uygulaması, kullanıcılara keyifli bir deneyim sunmaktadır. Dünyadan 66,712 başvurunun değerlendirildiği 13 kategoriden 462 projenin seçildiği Peru Uluslararası Tasarım Bienali Editoryal Tasarım kategorisinde seçkiye giren bir e-katalog olması da bu belirtilen niteliklere sahip olduğunu desteklemektedir ([http 4](http://4)).

Kaynakça

Kolko, J. (2010). *Thoughts on Interaction Design*, Burlington: Elsevier.

Soegaard, M. (2002). *The Basics of User Experience Design*, Interaction Design Foundation.

Baer, K. (2008). *Information Design Workbook Graphic Approaches, Solutions and Inspiration + 30 Case Studies*, Beverly: Rockport Publisher.

Allanwood, G. ve Beare, P. (2014). *User Experience Design: Creating Designs Users Really Love*, London: Bloomsbury Publishing Plc.

Steane, J. (2014). *The Principles & Processes of Interactive Design*, London: Bloomsbury Publishing Plc.

Salmond, M. ve Ambrose, G. (2013). *The Fundamentals of Interactive Design*, London: Bloomsbury Publishing Plc.

İnternet Kaynakları

Banerjee, P. (2022). "8 Benefits of Using Digital Product Catalogs For Your Retail Business", <https://124.im/VITSnZH>, Erişim tarihi: 07.03.2023.

http 1: "Interaction Design", <https://124.im/YA9Z>, Erişim tarihi: 07.03.2023.

http 2: “Everything To Know About E-Catalogues”, <https://l24.im/2xty>, Erişim tarihi: 07.03.2023.

http 3: “What Is An Online Catalog?”, <https://l24.im/ycfN6>, Erişim tarihi: 07.03.2023.

http 4: “Peru Design Biennial”, <https://l24.im/Fg84Q>, Erişim tarihi: 07.03.2023.

Natsir, C. (2022). “Catalogue Are: Definition, Function and Advantages”, <https://l24.im/PV9>, Erişim tarihi: 07.03.2023.

Görsel Kaynaklar

Görsel 1. Yeditepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tanıtım E-Katalogu.
<https://l24.im/ijJQK>, Erişim tarihi: 10.03.2023.

Görsel 2. Bahçeşehir Üniversitesi Mimarlık ve Tasarım Fakültesi Tanıtım E-Katalogu.
<https://l24.im/zSbN>, Erişim tarihi: 11.03.2023.

Görsel 3. Pretoria Üniversitesi Tanıtım E-Katalogu. <https://l24.im/mfZXhtW>, Erişim tarihi: 11.03.2023.

Görsel 5. ÇOMÜ Güzel Sanatlar Fakültesi Tanıtım E-Katalogu Kapak Arayüz Tasarımı.
<https://l24.im/YREs2g>, Erişim tarihi: 05.03.2023.

Görsel 6. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tanıtım E-Katalog Tasarımı için kullanılan ‘Khand’ font ailesi. <https://l24.im/XsUEea>, Erişim tarihi: 09.03.2023.

Görsel 7. ÇOMÜ Güzel Sanatlar Fakültesi Tanıtım E-Katalog Grafik Tasarımı ve Resim Bölümü Arayüz Tasarımları. <https://l24.im/YREs2g>, Erişim tarihi: 05.03.2023.

Görsel 8. ÇOMÜ Güzel Sanatlar Fakültesi Tanıtım E-Katalogu Resim Bölümü Akademik Kadro Arayüz Tasarımı. <https://l24.im/YREs2g>, Erişim tarihi: 05.03.2023.

Görsel 9. ÇOMÜ Güzel Sanatlar Fakültesi Tanıtım E-Katalogu Grafik Tasarımı Bölümü Lisans Öğretim Planı Arayüz Tasarımı. <https://l24.im/YREs2g>, Erişim tarihi: 05.03.2023.