



WEB TASARIMINDA İŞLEM BASAMAKLARI VE RENK SEÇİMLERİNDE BİLİNMESİ GEREKENLER

THE PROCESS STEPS IN THE WEB DESIGN AND THINGS TO KNOW IN THE CHOICE OF COLOURS

The Journal of Global Engineering Studies

Volume:2 Issue:2 (2015)

Tevfik Fikret Koloğlu ^{a*}

^aAfyon Kocatepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İnternet ve Bilişim Teknolojileri Yönetimi ABD,
Afyonkarahisar kologlu52@hotmail.com

Özet

İletişim teknolojilerinde vazgeçilmez bir yere sahip olan web sayfaları, alanında eğitim almış, kendi tecrübe ve kişisel yeteneklerinin ortaya koyan tasarımcılar tarafından hazırlanabildiği gibi günümüzde tamamen amatörcü hobi amaçlı çok fazla tecrübe gerektirmeden de hazırlanabilmektedir. Site sahipleri ve tasarımcılar siteyi hangi amaçla hazırlamış olursa olsunlar, ilk merak edip takip ettikleri ziyaretçi trafiğidir. Ziyaretçi sayısının yüksek olması kadar farklı aralıklarla ziyaretini yinelemesi de önemli bir durumdur. Bu çalışmada ziyaretçi trafiğini etkileyen faktörlerin neler olduğu, web sayfası tasarımlarında tasarımcıların uyması gereken genel kabul görmüş asgari standartlara göre tasarım yapmaları gerektiği vurgulanmıştır. Tasarımcıların tasarımdan önce bilmesi gerekli olan işlem sırası ve uygulanması gerekli hususlara değinilmiş, ayrıca web sayfalarında kullanılan renklerin tercihleri ile ilgili karar verilmeden önce bilinmesi zaruri konulara değinilmiştir. Bu çalışma web tasarımı yapan amatör veya profesyonel gerçek ya da tüzel kişilerin tasarım aşamasında bilmesi lazım gelen hususlara yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Web tasarımı, Web Sayfası, Tasarım, Tasarımcı, Görsel Tasarım, Renklerin Önemi.

Abstract

The websites which are indispensable in the communication technology can be prepared by trained designers who can put forth his / her experience and personal talent and by amateurs who does not possess much experience. No matter why the website owners and designers prepare the site, the first thing they follow is the visitor traffic. Not only the high number of visitors but also the frequency of the visit at different

*Corresponding author

times is a significant situation. In this study, the factors affecting the visitor traffic and the generally accepted minimum standards that the designers comply with in their web designs are emphasized. The process steps which the designers are expected to know before the design and the matters to be implemented are mentioned; also the essential things to know in the choice of the colours used in the web pages before making a decision are addressed. In our study, the essential aspects to be known by the professional or amateur web designers, individual or corporate bodies during the design stage are referred.

Keywords: Web Design, Web Page, Design, Designer, Visual Design, Importance of Colors.

1 Giriş

İletişim sektörünün gelişmesi özellikle internetin katkılarıyla çok hızlı şekillenmektedir. Son 10 yıldır internetin sağladığı yetkinlikler önemli seviyelere ulaşmış ve hemen her alanda önemli bir etkileşim gücüne ulaşan internet, ziyaretçi ve tasarımcılara da ilham kaynağı olmaktadır. İnternet sadece web siteleri üzerinden paylaşım ve tanıtım yapmadığı, tüm sektörlerde hızla yayılarak web programcılığı adı altında internet altyapısı ile otomasyonlarını yönettikleri bilinmektedir. Bu yapıların oluşturulmasında büyüklüğüne göre amatör veya profesyonel çalışmalar yapan gerçek ya da tüzel kişiler mevcuttur. Günümüzde web sitelerinin tasarımları profesyonel bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Yine içerik ve tasarımın büyüklüğüne göre hobi maksatlı yapılar olduğu gibi verilen hizmetin bedelini alan amatör ya da profesyonel ekipler mevcuttur. Tasarımda yeterli bilgiye sahip olmayıp kendi müşteri memnuniyeti olmaksızın yapılmış olan çalışmalar bu alanda güvensizliğe sebep olduğu gibi hizmet almak isteyen kişi ya da kurumların seçim yapmalarında da işlerini zorlaştırmaktadır. Bu yönden bakıldığında grafiker, programcı, tasarımcı gibi unvanlara sahip kişilerin yeterliliklerinin neler olduğu, bu unvanlara taşıyan kişilerin asgari sahip olması gereken niteliklerin olup olmadığı tam anlamıyla bilinmemektedir. Bu yönden bakıldığında web sitesi tasarımlarında bir standartlaşmanın gerektiği anlaşılmaktadır [1].

Web sitesi ziyaretçisinin en çok ilgilendiği kısım içeriğinin ve yapının kendisine katkı sağlayıp sağlamamasıdır. İçerik en önemli kıstas olsa bile, özellikle sosyal içerikli dinamik (değişken) yapıda olan web sitelerinin tekrar ziyaretlerindeki tercihlerden en önemlisi içeriğin görsel ve estetik açıdan; güzel servis edilmiş olması, kullanıcıyı yormaması ve hemen her kullanıcının kabul edebileceği yapıda olmasıdır. Tasarlanacak ya da üretilecek olan bir ürünün kullanıcı/tüketici tarafından bakıldığında en ergonomik yapıda sunulması önemlidir. Bahsedilen konular web siteleri içerisinde bulunan sayfaların kullanılabilirlikleriyle ilişkilidir.

Kullanılabilirlik, kullanıcı beklentilerine göre hazırlanmış ürün ve/veya hizmetin oluşumunda, memnuniyeti artırmak için işlem sonrasında kullanıcın geribildirimini olduğu bir değerlendirme sistemidir. Örneğin yazılım, program gibi özveri sonucu oluşan hizmetin kullananlara yararlı olmasını sağlayan ölçümdür. Kullanılabilirlik, bir sonraki değişim ve geliştirme aşamasında daha ergonomik ve beğeni taşıyan ürün ve hizmetlerin oluşumunda etkili olabilecek araştırma ve geliştirme (AR-GE) birimlerinin de yaptığı işlemlerin bir adıdır [2].

Web sayfalarının tasarımı aşamasında yerel anlamda kendiliğinden oluşmuş, alışıla gelmiş ve kabul görmüş yapılar vardır. Bu çalışmada, alışıla gelmiş olan bu oluşumların değerlendirilmesi yapılmaya çalışılmıştır. Çalışmada web sitesi, web sayfası, web sayfalarında içerik ve görsellik yönünden bilinmesi lazım gelen konular ele alınmıştır. Bir web sitesi oluşturmak için yapılması/uyulması gerekli olan işlem sırasının ve yöntemlerinin neler olduğuna, tasarımda kullanılan renklerin önemine, birbirleri ile uyumlarına, kullanıcı tarafındaki etkileri ve hangi durumda hangi renklerin tercih edilebileceği hakkında çalışmalar yapılmıştır. Ayrıca Meslek Yüksek okullarındaki Bilgisayar Programcılığı öğrencileri ile renk tercih ve beklentileri ile ilgili anket yapılmış ve bu anket sonucuna göre de değerlendirme yapılmıştır.

2 Web Sitelerine ve Web Sayfalarına Genel Bakış

Web sayfası, birtakım yazılım kodları kullanılarak ve/veya bir editörde tasarlanmış ve paylaşımına açık olan sayfanın adı olup, bu sayfaların tamamının bir isim altında toplanıp internet altyapısı ile sunumuna web sitesi adı verilir. Bu sayfalara gerek isim ve IP (Internet Protocol) adreslerini yazmak suretiyle, bir arama motoru yardımıyla veya atıfta bulunulan ve linki verilen başka bir içerik üzerinden yönlenme ile siteye erişim yapan kişilere de ziyaretçi adı verilir. Ziyaretçilerin aradıkları bir kaynak metin, beklentilerine yanıt alabilecekleri bir içerik veya uygulama, en kısa yoldan sonuca ulaşabilme arzuları, her zaman güncel bir yapı ile karşılaşma isteği, form verilerinin kısa ve basit olması, görsel ve estetik anlamda karmaşık bir yapıya sahip olmaması, içerik metinlerinde hata olmaması kullanıcı tercihlerinden bazılarıdır. Bir internet sitesini önemli kılan birçok faktör vardır ama bunların en önemlisi ve kabul göreni site yapısının içerik ve tasarımıdır [3]. İçerik verilerinin çok güçlü olmasının yanında görsel tasarımın da tamamlayıcı boyutta güçlü olması gerekir. Sadece görsel tasarımın veya içeriğin çok iyi olması ziyaretçi trafiğini olumsuz etkileyebilir. Her iki yapının da asgari güçlü tutulması gerekir ki web tasarımının kullanılabilirliğinden söz edilebilsin. İnternet sitesinde ziyaretçilerin ihtiyaç duyabileceği veriler, ürünler ve hizmetleri ifade eden yapıya içerik; bu içeriğin internet kullanıcılarına sabit (statik) ya da değişken (dinamik) yapıda sunum biçimine de tasarım adı verilir [4].

2.1 Web Sayfalarında İçerik

Web sayfalarında içerikten kasıt; metinler, tablolar, resimler, şekiller, animasyonlar, formlar, ses ve vidolar gibi nesnelerin varlıklarının sayfa içerisine yerleşmiş hallerini içerik olarak tanımlayabiliriz. İçerik olarak adlandırılan bu nesnelerin yerleşim koordinatları, boyutları, renkleri, sayfada hangi durumda varoluşları, menü yapıları ve erişiminin hızlı ve kolay oluşu site ziyaretçilerinin beğenilerinde önemli rol oynamaktadır [5]. Söz konusu nesnelerin oluşumları ile ilgili bilgi ve detaylar mutlaka önceden belirlenmiş ve planlanarak şekillendirilmiş olmalıdır. Tasarımcının kendi beğenisine göre ya da ziyaretçilerin ilgisini çekebileceği düşüncesiyle oluşturduğu gereksiz bir içerik nesnesi bilinçli ve dikkatli ziyaretçilerin olumsuz eleştirisini alacağı gibi bu nesnelerin ekrana getirilmesi ile ilgili erişimde gecikmeler de olabilmektedir. Bu anlamda sitenin ziyaretçinin tıklaması ile ekrana geliş süresinin en hızlı şekilde olması sağlanmalıdır [6].

İçeriğın oluşturulması web sitesinin kullanılabilirliği ile doğrudan ilişkili olsa bile bu oluşunun yapıya göre devamında sık sık güncelliğini koruması da çok önemlidir. Güncel içerikli web sitelerinin benzer yapıdaki güncelliğini koruyamayan web siteleri ile kıyaslandığında daha fazla ziyaretçi akınına uğradığı bilinmektedir. İçeriğın tasarımı ve güncellenmesi aşamasında ayrıca kullanıcı ziyaretlerinde hemen her tara-yıcı üzerinden ziyarette bulunduğunda erişimin eksiksiz ve tam olması beklenir. Sis-teme yüklenmesi gereken bir yazılım (eklenti) var ise kullanıcı site arayüzünde bunu görebilmelidir. Örneğın, web sayfası içerisine yerleştirilmiş olan bir videoyu izle-mek için ziyaretçi tarafından video köprüsüne (link) tıkladığında çalıştırılmaması, bir takım resimlerin boş çıkması gibi durumlar ziyaretçinin başka bir web sayfasını tarama ihtiyacına ya da muadili olan bildiği başka bir adrese yönlendirmesine sebep olacaktır. Yine web sayfalarında başka bir kaynağa yönlendirme yapmak için kul-lanılan köprülerin doğruluğunun ve kullanılabilirliğinin test edilmesi ve güncelliğinin korunması çok önemlidir.

2.2 Web Sayfalarında Görsellik

Web sayfalarında görsellik, sayfanın kullanılabilirliğini ve beğenilmesinde etkili olan önemli bir etkidir. İnternet sitelerinde görsellik; metinlerin, sayfa da kullanılan renklerin, grafiklerin, şekil ve animasyon kullanımını ve internet sayfalarının çözünü-rülüğünü ifade eder. Kullanıcı tarafından yapılan ziyaretlerde ilk göze çarpan genel-likle görsel tasarımıdır [6]. Görsel tasarım sayfanın kalitesinin ölçülmesinde önemli bir parametredir. Site içerisindeki sayfaların bos alanları, resimlerin işlenerek yerleştiril-mesi ve boyutlandırılması, animasyonların kullanımı, bir satırda bulunan kelime sayıları, kullanılan karakterlerin fontu ve boyutu, metnin ve sayfanın rengi gibi ölçüler internet sitesinin görsel tasarımı içerir [7]. Bu faktörlerin belirlenmesi yeterli olmamakla birlikte nasıl dizayn edileceği de önemli olmaktadır. Örneğın tek bir web sayfasında kazanılan beğeni internet sitesini güçlü kılmayacaktır. Beğenilen say-fadaki yapının diğer sayfalarda da istikrarlı olarak sürdürülmüş olması da önemlidir. Etkin bir internet sitesinin tasarımı, gündelik kullandığımız başka bir yapı ile ben-zerlik gösterebilmektedir. Bir müşterinin, bir markette geçireceği süreyi, o mar-ketteki stantların dizaynı, aradığını bulabilmek, ürün çeşitliliği, markette açık olan müziğın türü ve müşteri karşılaması gibi etkenlerin belirleyici olduğu gibi, bir ürün veya hizmet temin etmek amacıyla internet sitesine erişen bir ziyaretçinin de say-fada geçirdiği süreyi etkileyen özellikle görsel tasarım anlamında birçok etken olduğu bilinmektedir [8].

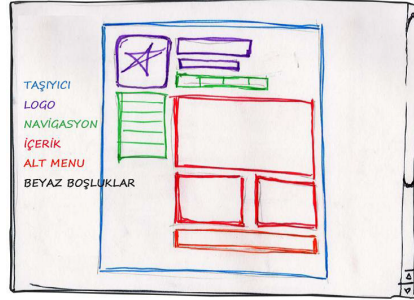
Göze hoş gelen, kurumun marka ve vizyonunu öne çıkaran uygun renklere sahip olan, koyu ve ağır renklerin tercih edilmediği, uyumlu renklerin bir arada olduğu web siteleri farklı yapıda olanlarla kıyaslandığında daha iyi bir izlenim bırakmaktadır. Ayrıca, internet sitelerinin grafik içermeyip tamamen metin içerikli olması veya tam tersi çok fazla grafik içermesi ziyaretçilerin olumsuz tepkilerine neden olabilmektedir [9]. Örneğın (Sound, 1999)'ın yaptığı bir çalışmada web sayfalarındaki menü konum-larının üst ya da altında olması, sol ya da sağ kısımda olan internet sitelerine kıyasla daha fazla ziyaretçi aldığı bilinir [7]. Grafikselsunumlar, web sitesi ziyaretçilerinin ulaşmak istedikleri verilere kolay ulaşabilmesi için kullanılan ve etkileşimli olan iyi bir çözümdür. Ancak, internet sitesinin görsel gücünün iyileşmesi ile siteye erişim

süresi de ne yazık ki artmaktadır. Bu yönden bakıldığında tasarımcıların görsel estetiği en iyi sunma çabalarının yanında site sayfalarında geçişlerin de hızlı olması ile ilgili dengeyi kurmak zorundadırlar [6].

Görsellik web sitelerinin beğenilmesinde tek başına yeterli bir olgu olmadığı da bilinmelidir. İnternet sitelerinin güncellenme sıklığı da kalite açısından önemli olduğu bilinmelidir. Web sitesi içeriğinin güncelliği de bir o kadar önemli olabilmektedir. Örneğin; resmi kurum siteleri, haber içerikli, alış veriş siteleri ve finansal içerikli web sitelerinde güncellik çok önemli olmaktadır. Birçok alışveriş sitesinde görsel teme ne kadar güzel sunulmuş olsa bile site ziyaretçileri temin etmek istedikleri ürün ya da hizmet ile ilgili doğru ve detaylı bilgiyi alamadıklarında hoş karşılanmayıp ürün ya da hizmetin tercih edilmemesine sebep olabilmektedir [8].

3 Web Tasarımında İşlem Basamakları

İnternet sitesini oluşturacağımız web sayfalarının neresinde, neyin nasıl olmasını planladığımız kısım tasarım kısmıdır. Tasarım aşamasında web sayfasının logosu, metinleri, menüleri nerede olacak gibi soruların cevaplarını kağıt üzerine Şekil 3.1'deki gibi elle çizilir, ya da bilgisayarda herhangi bir çizim programı ile Şekil 3.2'deki gibi çizilir. Aslında bu bölümde yapılan işlem web sitesi arayüzünü (web sitesinin tarayıcı üzerindeki gördüğü bölüm) kararlaştırmaktır [10].



Şekil 3.1: Elle tasarım çalışması [10].



Şekil 3.2: Elle tasarım çalışması [10].

3.1 Hazırlık

Web sitesinin oluşturuluş amacı ve oluşacak içerik netlik kazanmalıdır. Karmaşık istekleri sadeleştirilmeli ve düzenlenmelidir. Müşterinin istekleri eğer ki formatı bozacak bir yapıya sürüklüyorsa karşılıklı istişareler yapılmalı ve nihai kararlar alınmalıdır. Gerekli planlamalar şekillenirken gözden kaçmaması açısından notlar alınmalıdır. Tasarımcı kurumsal yapıyı iyi gözlemlemeli tabela, ürün, kartvizit ve logo gibi yapılmış çalışmalarını elde etmelidir. Ayrıca rakip firmaların var ise web siteleri incelenmelidir. Bu bilgiler göz önünde bulundurularak hayal gücü ve yeteneğin buluşmasıyla tasarıma başlanabilir. Bu aşamada tasarımcı kendi beğenisi dışında müşteriye seçenek sunmak anlamında en az 3-4 değişik tasarım sunmalıdır. Bu durum hem tasarımcıya mesleki anlamda yeterlilik güvencesi vereceği gibi sonra oluşabilecek yeni bir tasarım gerekliliğini de ortadan kaldıracaktır. Tasarımı oluşturmak için kullanılacak programlar; Photoshop, Fireworks, Corel Draw, Freehand gibi yazılımlar tercih edilebilir.

Müşteri, sunulan alternatif tasarımlardan genellikle birini seçer ya da hiçbirini seçmeyebilir. Veya sunulmuş olan farklı alternatifler içerisinde seçimler yaparak yeni bir oluşum isteğinde de bulunabilir. Tasarımcı bu seçimler yapıldıktan sonraki her bir adımı yine müşteriye sunarak onayını alarak devam etmelidir. Böylelikle ileri bir aşamada oluşabilecek itirazları da asgariye indireceği gibi en başa dönmek yerine belirli noktalardan yeniden düzenlemek daha kolay olacaktır [1]

3.2 Tasarımın Program Kodları İle İlişkilendirilmesi

Görsel arayüz neticelendirildikten sonra sayfa yapısı parçala ayrılır ve tablo ile bu oluşum sağlanır. Bu aşamada oluşturulan omurga yapısı HTML kodlama ile kodlanmalıdır. Artık bu kodlamalar yapıldığında farklı tarayıcılarda önizleme yapılmalıdır. Zira kodlar her tarayıcıda aynı şekilde yorumlanmayabilir. Site ziyaretlerinde kullanıcıların en çok tercih ettikleri 3-4 tarayıcı üzerinde sık sık önizlemeler yapılması elzemdir. Bu kısımda yerleşim temeli yapıldığı için çok detaylı incelenmelidir. İyi bir değerlendirmeden ve testten geçtikten sonra tekrar müşteri onayı alınır. Bu adımlar ilerleyen süreçte dinamik kodlamalar ve veri tabanı bağlantıları yapıldıktan sonra geriye dönük düzenleme tüm yapıyı etkileyeceğinden kodlayıcı için oldukça zor ve karmaşık olacaktır [1].

3.3 Kalıcı Görsel Çerçevenin Oluşturulması

Müşteriye sunulan ve kesin kararı alınan görsel çerçeve dinamik yapıya dönüştürülerek kodlanmaya başlanır. Gerekli veri tabanı tabloları belirlenir ve oluşturulur. Veri tabanı tabloların planlanması ve bağlantıları kağıt üzerinde şema çizilerek oluşturulmalı ve tasarımcının her zaman önünde olmalıdır. Ardından HTML, PHP, ASP, FLASH gibi bir takım yazılımlar kullanılarak işlevsellikler kazandırılır. Her yazılımın kendi dili ve birbirlerinden farklı alternatifler sunabilen yetenekleri olabilmektedir. Yazılımın tercihi ve yeterliliği içeriğin yapısına göre tasarımcı tarafından belirlenmektedir. Yine bu aşamada kullanılacak olan veritabanı yapısı belirlenmeli ve tüm veri tabloları oluşturulmalıdır. Bu oluşumda sonradan yapılabilecek veri tablosu eklenebileceği de düşünülerek planlanmalı esneklik payı bırakılmalıdır [1].

3.4 Test aşaması, Güvenlik ve İnternete Yüklenmesi

Web sitesi tasarımının yanında arka planda olan kodlara kötü amaçla erişilebilmesi durumunda site yapısı ile oynanabilir ve değiştirilebilir. Bunu yapan kişiler de aslında deneyimli tasarımcı ve/veya programcılar olabilmektedir. Verilen hizmetin aksamaması ve saldırıya maruz kalmamaları için güvenlik anlamında iyi bir yapılanmaya ihtiyaç olmaktadır. Her tasarımcı veya programcının kendi tecrübelerinden oluşturduğu güvenlik prosedürleri vardır. Tasarımcı bunu kendi yapmayıp diğer başka bir programcı veya tasarımcı ile anonim bir çalışma da gerçekleştirebilmektedir. Yapılan güvenlik çalışması yerel ağda ve internet ağında testi yapıldıktan sonra yayım işlemi gerçekleştirilebilir.

Güvenlik testini de tamamladıktan sonra daha önceden hazır olan sunucu bilgisayar FTP (File Transfer Protocol) yardımıyla yüklenir. Yüklemenin adından web sitesi için tahsis edilmiş olan alan adına buradaki sunucunun IP adresi (Internet Protocol Address) yönlendirilir. Yükleme işlemi tamamlandıktan sonra web sitesinin tüm modüllerinin etkileşimli olarak çoklu bir şekilde mutlaka tekrar test edilmesi elzemdir. Sunucu yapısında oluşabilecek farklılıklardan dolayı eksik veya hiç çalışmayan modüller olabilecektir. Sunucuya yükleme işlemi tamamlanınca testten geçirilmeden teslim edilmesi yerinde bir davranış olmayacağı gibi, çıkması olası olan sorunlar tasarımcının itibar kaybına da neden olacaktır [1].

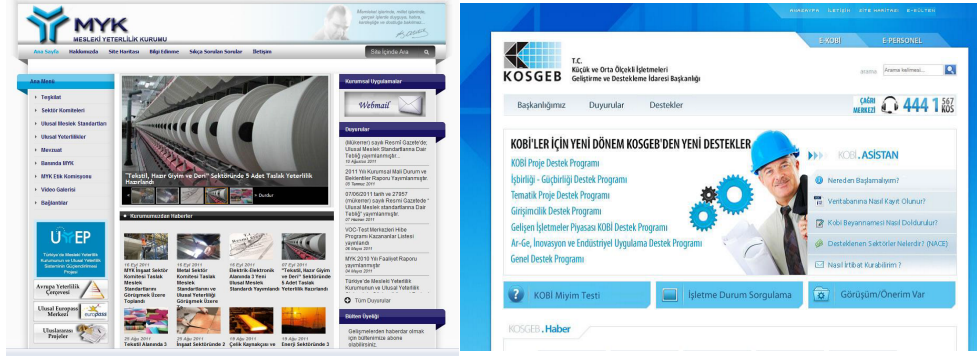
4 Web Tasarımında Biçimsel Özellikler

Web sitesi tasarımında en önemli unsurlardan birisi görsel anlamdaki tasarımıdır. Biçim özelliklerinde de görüntünün estetiğini ortaya koyan şüphesiz renklerdir. Zemin, şekil, metin ve tablo tasarımındaki renkler görselliğin oluşumunda en temel özelliktir. Renklerin kullanımı ile ilgili olarak kişisel tercihler olsa bile renklerle ilgili asgari bilinmesi gerekli olan önbilgiler mevcuttur.

4.1 Web Tasarımında Renkler

Tasarım aşamasında olan web sayfalarında renklerin uyumu şüphesiz çok önemlidir. Renk seçimlerinde göze hoş gelen, gözü yormayan dolguya sahip zemin ve okunması kolay yazı renkleri seçilmelidir. Örneğin zemin rengi koyu bir renk ise metin rengini açık, zemin rengi açık ise metnin koyu bir renkle olması okunurluk artırılmalıdır. Web sayfasında renk çeşidini fazla kullanmak doğru değildir. İdeal olan en çok üç rengin yoğun olarak kullanılmasıdır. Tasarlanacak olan web sayfasında renk seçimi yapılırken dikkat edilmesi gereken bir diğer nokta da kurumsal logonun rengidir. Genelde logoda bulunan renkler sayfa tasarımında ana renk olarak seçilir (Şekil 4.1).

Web sayfası tasarımlarında renk seçiminde dikkat edilecek etkili olan başka bir konu ise renklerin insanlar üzerinde bıraktığı etkilerdir [10]. Web sayfalarının daha etkili olması için; resim, şekil, tablo, metin ve zemin renklerinin birbirleri ile uyumları tasarlanan sitenin kaliteli olması için doğru şekilde kullanılması gerekir. Örneğin renklerin gözleri rahatsız etmemesi gibi. Doğru renk seçimi için aşağıdaki maddeler akılda tutulmalıdır;



Şekil 4.1: Logo rengi ile sayfada kullanılan renkler aynı [11].

- Ana renkler belirlenmeli: Web sitesini tasarımı aşamasında kurumsal renkleri daha önceden belirlenmiş veya site oluşumunda kullanacak bir logo varsa logonun renklerine bağlı kalmalıdır. Kurumsal renklerinden birini seçilip tonları kullanabilir veya seçilen rengin 2 tane zıt rengini belirleyip bunların üzerinden gidilebilir. Renk sayısı seçimi 2-3 ile sınırlı olmasına dikkat edilmelidir.
- Arkaplan ve metin renk uyumunu sağlanmalı: Koyu gri bir alanda siyahla yazdığımız yazı belirsiz görünecektir, ama bu gözü rahatsız etmeyecek şekilde kullanılabilir. Fakat koyu yeşil zemin içinde yazdığımız aynı yazıyı kırmızı renkte kullanırsanız sonuç iyi olmayacaktır.
- Boşlukların doğru kullanımı: Eğer koyu bir zemin kullanılıyorsa nesnelere ve metinler arasındaki boşluklara dikkat edilmelidir. Koyu renk üzerinde açık renk yazılar okuma güçlüğü verir bu yüzden satır aralarını, açık renk ağırlıklı tasarımlara göre daha geniş tutulmalıdır.
- Renklerin anlamları gözardı edilmemeli: Hedef kitlenize göre anlamı olan renkler seçilmelidir. Renk etkileşimleri cinsiyete, yaşa, ülkeye göre değişiklik gösterebilmektedir.
- Kişisel zevkler gözardı edilmeli: Kişisel zevklerden çok, renklerin, kurumsal vizyonu yansıtması ve hedef kitlesi için web sitesini çekici kılması daha önemli olduğu unutulmamalıdır [12].
- Renk körlüğü unutulmamalı: Web sayfalarının tasarımlarında renklerin önemi büyük olmasına rağmen zıtlık oluşturan kırmızı ve yeşil gibi renklerin özellikle beraber kullanımlarında renk körlüğü tarafından farklı algılar oluşturduğu, zemin üzerindeki yazıların okunmasında güçlük çekilebileceği hatta hiç okunmadıkları da hatırlanmalıdır.

Renkler bakıldığında ilk algılanan, duygusal etki bırakabilen ve estetik amaçlara hizmet veren bir unsurdur. Renkler sadece estetik haz uyandırmak için değil aynı zamanda, bir mesaj boyutunda da düşünülebilmektedir. Her renk, uluslara ve kültürel yapıya göre değişiklik gösterse de insanlar hatta tüm canlılar üzerinde değişik psikolojik etkiler bırakır. Web sitelerinin bir reklam aracı gibi olduğu varsayılırsa, renklerin psikolojik etkisini göz önünde bulundurmak tasarım kriterleri için

bir abartı olmayacaktır. Renkler genelleştirildiğinde, “sıcak”, “soğuk” ve “nötr renkler” olarak değerlendirilir ve canlılar üzerindeki etkilerini de o yönde değerlendirebiliriz.

4.1.1 Sıcak Renkler

Kırmızı, turuncu ve sarı renklerden oluşur. Kırmızı ve kırmızıya yakın renklerdir. Kırmızıda ateşin sıcaklığını, turuncuda güneş ışığının etkisini, sarıda da ışık ve aydınlık etkisi hissedilir. Sıcak renkler diğer renklere göre gözü daha önce etkiler. Bu yüzden tasarlanacak web sayfalarında az kullanılması daha iyi bir etki bırakır. Sıcak renklerin ruhsal etkisi neşe, canlılık, girişkenlik, heyecan ve harekettir. Bu renklerin abartılı kullanımı heyecan, yorgunluk, şiddet, saldırganlık ve konsantrasyon güçlüğü yaratabilir [13].

Kırmızı, heyecanı ve duyguların yoğunluğunu arttıran uyarıcı bir etkisi vardır. Sıcak ve ateş, hız ve lezzet, kan ve heyecan, rekabet ve saldırı gibi tüm duygular kırmızıyı anımsatır. Etkinlik ve cesaret veren bir renktir. Tansiyonu yükseltir, heyecanlandırır, metabolizmayı hızlandırır. Dikkat çeker. İştah açıcudur. Bu sebeple yiyecek sektöründe oldukça kullanılır.

Sarı, ışık etkisi veren, neşe yaratan, uyarıcı bir renktir. Güneş, sıcaklık, altının, zenginlik ve lüksün sembolüdür ve dikkat çekicidir. Ancak geçiciliğin de sembolü olmuştur. (Tüm dünyada taksilerin sarı renk olması gibi.) Trafik levhalarında uyarı işaretlerinin sarı olması bu yüzdendir. İnşaatlarda tehlike belirteci olarak kullanılır. Post-itler de sarıdır. Sarı üzerine Siyah ile yazılan yazılar oldukça dikkati çeker. En çabuk hatırlanan renk de sarıdır.

Turuncu neşeli, canlı ve samimidir. Web sayfalarında göz alıcı ve dikkat çekici olması için turuncu renk de kullanılabilir. Kırmızı gibi iştah açıcudur.

4.1.2 Soğuk Renkler

Mavi, yeşil ve mor renklerinden oluşur. Mavi ve maviye yakın renklerdir. Soğuk renkler sakinleştirici etkiye sahip olduklarında çok kullanılır. Uzaklık duygusu oluşturur. Sakinleştirir, rahatlık ve huzur verirler.

Mavi, gerek web sayfalarında gerekse farklı alanlarda genellikle en sevilen renktir. Sayısal ve problem çözücüdür, analitik ve sorgulayandır. Profesyonelliği, tarafsızlığı, sakinliği, sağlamlığı ve uyumu temsil eder. Duygusal etki olarak sakinleştirici bir yanı olduğu için rasyonel bakış açısını getirir. Mavi, ciddi, saygıdeğer, otoriter, entelektüel ve güvenilir bir etki yaratır. İstikrar ve güven değerlerini çağrıştırdığı için kurumsal olarak en çok kullanılan renktir. Dünyadaki firmaların yarısından fazlası logolarında maviyi kullanırlar. Günümüzde en çok kullanılan bir zemin rengidir [13].

Yeşil, insan tarafından en kolay algılanan renktir, akla hemen doğayı getirir. Doğallığı, sağlığı ve tazeliği işaret eder. Bu sebeple süt, ayran ve yoğurt ürünlerinde ve tazeliği hatırlattığı için market kurumsal kimliklerinde çok kullanılır. Ayrıca güven veren bir renk olan yeşil, paranın da rengidir. Bu sebeple bankaların sıkça kullandığı bir renk olarak bilinir.

Mor, melankolinin ve uzaklığın rengi olmakla birlikte; görkem, ihtişam, saygınlık ve soyluluğun da rengidir. Tasarımda kullanması risklidir. Geniş yüzeyler halinde kullanılırsa korku oluşturur, pişmanlık duygusunu güçlendirir. Etki etme özelliği

güçlü olduğundan, küçük alanlarda kullanılması tavsiye edilir. Doğada doğal olarak en az, en nadir bulunan renktir. Çok az görüldüğünden tek olma ve iktidar olmayı simgeler. Uzun yıllar bu rengi sadece kraliyet mensupları, din adamları, aristokratlar kullanabilmiştir.

4.1.3 Nötr Renkler

Beyaz, siyah, gri ve büyük değerde gri içeren renklerdir. Nötr renkler arka planlar ve ılık renklerin etkilerini artırmak için idealdir. Beyaz ve siyah optikte renk olarak kabul edilmezler. Beyaz üç ana rengin belirli oranlarda karışımından (% 59 Yeşil, % 33 Mavi, % 19 Kırmızı) ortaya çıkan değere verilen isimdir. Siyah ise renk olmayış durumudur.

Beyaz, en popüler zemin rengidir. Özellikle yazıların okunurluğunu arttırdığı için içerik sitelerinde çokça kullanılır. Beyaz hangi renkle kullanılırsa o rengin gücünü ve etkisini artırır. Kullanıldığı alanlarda genişlik hissi verir. Ayrıca temizliği ve hijyeni simgeler.

Siyah, içerik olarak yazıların çoğunlukta olan sitelerinde okunurluğu zor olduğu için kullanılmaması tercih edilen bir renktir. Buna karşın toparlayıcı etkisi bulunur. Görsel içerikli sitelerde bu özelliğinden yararlanılabilir. Otorite ve protokolün rengidir ancak yanıltıcı ve gizemli olabilir. Resmîyet, entelektüellik, kültürlülük, gizemlilik etkisi verir. Bu özellikleri açısından sanat sitelerinde kullanımı genelde çok başarılı olmaktadır. Depresyon rengi olarak da bilindiği için geniş yüzeylerde kullanılırsa karamsarlık yaratmak gibi olumsuz etkisi de olduğu bilinir.

Gri ise, son zamanlarda teknolojik ürünlerin sergilendiği web sitelerde fon rengi olarak sıkça rastlanır. Gri diplomatik ve ağır bir renktir. Durgunlaştıran bir etkiye sahiptir. Gri, yanında yer alan renklerin fark edilmesini sağlar [13].

5 Sonuç

Web sayfalarında özellikle görsel tasarımla ilgili olarak yapılmış olan araştırmalar neticesinde hemen her kaynakta benzer çözümler önerilmiştir. Kimi zaman sadelik çok tercih edilirken kimi zaman da doluluk ön planda tutulmuştur. Bu anlamda web sayfalarının oluşumunda hedef kitle kriteri tam olarak belirlenmeli ve o yönde planlama yapılmalıdır. Planlamanın düzgün olması daha sonra yapılacak çalışmalarını kolaylaştıracağı gibi tekrar tasarlanma zorunluluğunu da ortadan kaldıracaktır. Yeniden bir tasarım hem maliyet ve zaman kaybına neden olacak hem de kurumsallık adına ciddiyetsizliği çağrıştırdığı anlaşılmıştır.

Web sitelerinin tasarlanması ve yayımından sonra ziyaretçi istatistikleri ve bir takım geri bildirimlerle kaliteleri ölçülebilmektedir. Sayfa içeriklerinin beğenilmesi, içeriğinin kullanılması, başka web sitelerinde kaynak olarak gösterilmesi önemlidir. Ayrıca içeriğin çok iyi olması halinde dahi görsel ve estetik anlamda kullanıcıya beğeni uyandırması önemlidir. Hem içerik hem de görsel anlamda tasarımı kulaktan dolma bilgiler doğrultusunda yapılması içerik ve görüntünün kirliliğine sebep olabilmektedir. Tasarımda hem görsel hem de kod anlamında deneyimli tasarımcıların özgün kullanımları ile şekillenmesi daha doğru olmaktadır. Tasarımcılar, eleştirileri göz önünde bulundurmalı kişisel zevklerini unutup bir yukarıda yazı içerisinde geçen

parametreleri unutmamalıdır. Planlı bir şekilde sırayla yol kat edilmesi durumunda daha sağlıklı çalışmalar ortaya çıkacaktır.

Renklerin insanlar üzerindeki bıraktığı etkiler göz önünde bulundurularak yeteneklerin de ustaca sunulmasıyla ortaya koyulacak bir web sayfası beğenile bir çalışma olacaktır. Örneğin web sayfası içerisinde kullanılacak çok fazla renk yerine kurumsal ana renklerin tercih edilerek birkaç renkle tasarlanması doğru bir yöntem olacaktır. Site içerisindeki sayfaların tasarımlarında görsel anlamdaki istikrar da önemlidir. Bir sayfada linkler mavi renkte iken diğer sayfada linklerin kırmızı renkte olması kesinlikle yanlış bir tasarım olduğu gibi bir taraftaki linklerin kullanıcı tarafından düz yazı veya başlık olduğu hissi de uyandıracığına kanaat getirilmiştir.

Kaynaklar

- [1] H. Armutlu, Ş. Armutlu, and M. Akçay, *İyi Bir Web Sitesi Nasıl Yapılır?*, Akademik Bilişim 12 - XIV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, 2012.
- [2] Y. Keş, *Elektronik Yayıncılık ve Web Tasarımı*, Hiperlink Yayınları, 2009.
- [3] E. K. Huizingh, *The content and design of web ites: an empirical study*, Information & Management, 37(3) (2000), 123–134.
- [4] C. Ranganathan and S. Ganapathy, Key dmensions of business-to-consumer web ites, Information & Management, 39(6) (2002), 457–465.
- [5] X. Yang, Z. U. Ahmed, M. Ghingold, G. S. Boon, T. S. Mei and L. L. Hwa, Consumer preferences for commercial web site design: an Asia-Pacific perspective, Journal of Consumer Marketing, 20(1) (2003), 10–27.
- [6] H. Yüksel, İnternet Sitelerinin Kalite Boyutlarının Değerlendirilmesi, Sosyal Bilimler Dergisi, 1 (2007), 519–136.
- [7] J. Cox, and B. G. Dale, Key quality factors in web site design and use: an examination, International Journal of Quality & Reliability Management, 19(7) (2002), s.862–888.
- [8] D. E. Rosen, and E. Purinton, Website design: Viewing the web as a cognitive landscape, Journal of Business Research, 57(7) (2004), 787–794.
- [9] J. Santos, E-service quality: a model of virtual service quality dimensions, Managing service quality, 13(3) (2003), 233–246.
- [10] MEB, 2011 Tasarımın Temel İlkeleri, Bilişim Teknolojileri, Mod.no: 482BK0171
- [11] TSE, <http://www.tse.org.tr> (e.t.:15.11.2014)
- [12] Anonim, <http://www.clubcrema.com/index.php/2009/09/renk-kriterleri/> (e.t.:18.11.2014)
- [13] Anonim, Tasarımda Renk Psikolojisi, <http://www.clubcrema.com/index.php/2010/12/tasarimda-renk-psikolojisi-2/> (e.t.:18.11.2014)