

İnternet Portallarının Grafik Tasarım Açısından İncelenmesi

Arş. Gör. Banu İnanç Uyan

Özet

Bir iletişim ve bilgi paylaşım aracı olarak internet, dünyanın her tarafındaki insanların iletişimini sağlamakla birlikte gelmiş geçmiş en büyük veri tabanıdır. İnternet ortamında dağınık ve düzensiz yer alan bilgilere, portallar aracılığıyla sınıflandırma yapılarak, erişim olanağı verilmektedir.

Portallar internetteki her konu ile ilgili içeriğin toplandığı, gereksinim duyulabilecek her türlü bilgiye ulaşma olanağı verilen kapsamlı sitelerdir. Hem kullanıcıların hem de reklam verenlerin tercih ettikleri dikey portalların iletişimi kolay ve hızlı sağlayabilmesi için grafik tasarım ölçütlerine uyması gerekmektedir. Bu makalede portallardaki grafik tasarım sorunları ve etkili bir portal tasarımının nasıl olması gerektiği konuları irdelenmiştir.

THE ANALYSIS OF INTERNET PORTALS IN TERMS OF GRAPHIC DESIGN

Abstract

The internet is a tool of communication and data sharing. Besides providing the communication between billions of people from all around the world, it is the largest database ever. Any group of scattered and disorderly data in the internet, are classified and can easily be accessed by the portals.

Portals are extensive sites, that content about every subjects in the internet are collected. By these portals, the required data in every kind can easily be accessed. Portals which are preferred by both users and advertisers, must fit graphic design criterias. In this article, the graphic design problems in portals and the subject of 'how an effective portal design must be' are considered.

Anahtar Kelimeler

portal
internet portalı
web tasarımı
grafik tasarım

Keywords

portal
internet portal
web design
graphic design

Giriş

İletişim aracı olarak internet, giderek yaşamın vazgeçilmez bir parçası olmakta ve tüm dünyada kullanıcı kitlesi hızla genişlemektedir. İnternette kullanıcıların ulaşmak istedikleri pek çok konu ile ilgili bilgiyi içermekle birlikte bu bilgiler dağınık ve karmaşık durumdadır. İnternetteki sınırsız bilgi yumağı içinden, aranan bilgi ve/veya hizmete hızlıca ulaşabilmek için internete giriş kapısı olan portallara başvurma gerekliliği açıktır.

Portallar, internet ortamında giriş kapısı ve başlangıç noktası olarak hizmet veren, ağ ortamında dağınık ve düzensiz bir biçimde yer alan bilgi kaynaklarını belirli bir sistematığe göre düzenleyerek, bütünlüklü bir yapıda ulaşmayı sağlayan geniş içerikli web siteleridir.

Portallarda, arama motoru, dizinler (kategoriler), e-posta (e-mail), web sitesi alanı (web domain), sohbet odaları (chat), forumlar, kişiselleştirme (personalization) ve ulakçılar (messengers) gibi çeşitli hizmetler sunulmaktadır. Portallarda, bu ana özelliklerin yanı sıra, güncel haberler, hava durumu, yatırım ve finans bilgileri, alışveriş, seri ilanlar, şehir rehberi, radyo, çevrim-içi oyunlar vb. hizmetler de verilmektedir.

Portalların temel amacı, dizinler ve arama motoru gibi uygulamalarıyla bilgiye kolay ulaşım olanağı sağlamak ve e-posta, forumlar, sohbet odaları, haberler, alışveriş, eğlence vb. pek çok hizmeti sunarak, kullanıcılar için bir rehber site, keşif noktası ve internete giriş kapısı açmaktır. Portallardaki arama motorları ve kültür, sanat, eğitim, sağlık, haber, spor, fen ve sosyal bilimler, iş, ekonomi vb. gibi çok çeşitli dizinler aracılığıyla, her konu ile ilgili bilgi kaynaklarına kolay, hızlı ve güvenli bir yoldan ulaşabilmektedir. Tatnall'a göre; portalların başarısı kullanıcının istediği hizmetlerin, bilginin ve bağlantıların çoğunu sunabilmesiyle doğru orantılıdır. (2004:5).

"Portallar, çevrim-içi evrenin (internet) derinliklerinde kaybolmak istemeyen sıradan kullanıcılar için, karmaşık işlerin basitleştirildiği, bağlantıların organize edilip sınıflanarak sunulduğu çekici giriş noktaları gibi hizmet görmektedirler" (Cebeci 2003:2).

İnternet Portal Çeşitleri

İnternet portalları, genel portallar (yatay portal) ve dikey portal olmak üzere iki başlık altında incelenebilir.

Genel portallar, internet ortamındaki tüm konuları kapsayan, gereksinim duyulabilecek her konudaki bilgi ve/veya hizmeti içeren siteye geçiş sağlayan sitelerdir. İnternetteki tüm kullanıcılara hitap eden ve genel amaçlı hizmet sunan bazı büyük genel portallar ve internet adresleri şunlardır:

AOL	: http://www.aol.com
Yahoo	: http://www.yahoo.com
Microsoft Network	: http://www.msn.com
Mynet	: http://www.mynet.com
E-kolay	: http://www.e-kolay.net

Dikey portallar ise belli bir alana yönelik bilgi ve/veya hizmet sunulan sitelerdir. Dikey portallar, tek bir sektöre yönelik, daha özel konuların içerik olarak sunulduğu ortamlardır. Dikey portallarda, belli bir konuyu ilgilendiren bilgiler kullanıcılara sunulmaktadır.

İnternet ortamında, belli bir konuya yönelik hizmetler sunulan bazı dikey portallar ve internet adresleri şunlardır:

NTVMSNBC (Haber)	: www.ntvmsnbc.com
Akampüs (Eğitim)	: www.akampus.com
Arkitera (Yapı ve Tasarım)	: www.arkitera.com
Memurlar.net (Kamu Personeli)	: www.memurlar.net
Dexigner (Tasarım)	: www.dexigner.com

Portalların Teknik Özellikleri

Portalların; içerik, güncellik ve süreklilik, erişilebilirlik, etkileşim, güvenilirlik, dizin yapısı ve arama motoru, toplumsallık ve kişiselleştirme gibi bazı teknik özelliklere sahip olması gerekmektedir. (Cebeci 2003:5)

1. İçerik

Portallar, bilgi kaynaklarına ait erişim bilgilerine ulaşmayı

sağlayabilecek birikime sahip olmalıdır. Kullanıcılar, portalları ilk olarak içeriğinden yararlanmak için tercih etmektedir.

Portalların içeriğinin kullanıcı kitlesini tatmin edecek şekilde oluşturulması gerekmektedir. Görsel ve teknik açıdan başarılı bir portalın içerik olarak yetersiz olması kullanıcıyı sitede tutmaya yetmemektedir.

2. Güncellik ve Süreklilik

Portallarda sunulan içerik güncel ve devingen olmalıdır. Sayfalar özellikle zamana bağlı olarak değerlendirilebilecek bilgiler içeriyorsa güncellik önemlidir.

Kullanıcıların, portallardaki arama motoru ve dizin hizmetlerinden daha etkin yararlanabilmeleri için içerik veri tabanının da sürekli güncellenmesi ve zenginleştirilmesi gereklidir. Portalların veri tabanları, kullanıcıların eklediği bağlarla (link) birlikte, gelişmiş bot, örümcek ve ant gibi programlar aracılığı ile sürekli web'i taramalıdır.

3. Erişilebilirlik

Kullanıcılar, farklı platformlarla (Mac, PC; Linux, Windows) ve tarayıcılarla (browser) (Netscape, Explorer, Opera vb) internete erişim sağlamaktadır. Bu nedenle, portallar, farklı platform, tarayıcı, ekran ve modemler dikkate alınıp, yaygın ve standart teknolojiler kullanılarak tasarlanmalıdır.

4. Etkileşim

Kullanıcıların siteye bağlılığını artırmak ve beklentilerini karşılayabilmek için, portal-kullanıcı arasındaki etkileşimin sağlanması oldukça önemlidir. Portalı sıradan bir web sitesinden ayıran özelliklerden birisi de kullanıcısıyla sürekli etkileşim halinde olabilmesidir.

Forumlar ve anketler takip edilerek, kullanıcıların temel özellikleri ve beklentileri öğrenilebilir. Böylece portal içeriği ve tasarımı kullanıcıların istekleri doğrultusunda geliştirilebilir. Portallar, kullanıcı tepkileri dikkate alınarak şekillenmelidir.

5. Güvenilirlik

Portalların iletişimde ve etkileşimde güvenli yollar kullanması, kullanıcılarının kişisel bilgilerinin gizliliğine dikkat etmesi gerekmektedir.

Portallarda, üye kayıtlarında istenilen kişisel bilgilerin yanında, online alışveriş hizmeti verilmekte ise kredi kartı bilgileri de istenmektedir. Kişisel bilgilerin ve kredi kartı bilgilerinin kötü niyetli kişilerin eline geçmemesi için veri aktarımı güvenliği sağlanması çok hassas bir konudur.

İnternet üzerinde dolaşan bilgi paketleri, bilgilerin şifrenmesi esasına dayanan SSL (Secure Sockets Layer), SET (Secure Electronic Transaction) gibi güvenlik protokolleri yardımıyla gönderilmektedir. Bu tip güvenlik sistemleri kullanılarak, güvenli veri iletişimi kurulmalı, kredi kartı numarası, isim, adres vb. gibi bilgilerin sadece doğru yere iletilmesi sağlanmalıdır.

6. Dizin Yapısı ve Arama Motoru

Arama motoru (search engine), internet ortamındaki hemen hemen tüm web sitelerinin listelendiği, aranılan bilgilere en kısa yoldan ulaşılmasını sağlayan bir araçtır. Arama motorları, komut satırına (yanlarında ara, bul, getir gibi tuşlar bulunan kutucuklar) yazılan anahtar sözcük ya da sözcük kümelerinin geçtiği tüm dokümanları listelemektedir.

Dizinler, çeşitli alanlara yönelik bilgi ya da hizmet veren web sayfalarını konularına göre sınıflandırmaktadır. Kullanıcılar aradığı bilgiyi, konularına göre sınıflandırılmış dizin başlıklarına bakarak bulmaktadır.

Arama motoru ve dizinler veritabanları, bot, örümcek, ant vb. gibi çeşitli programlar aracılığı ile oluşturulmaktadır. Bu programlar, internetteki web sitelerini tarayarak portalın veritabanına kaydetmektedir.

Arama motorları, kullanıcının yaptığı aramaya göre, en uygun şekilde sayfaları sıralamaya çalışmaktadır. Büyük portallar arama motorları için kendi yöntemlerini geliştirerek, kullanıcılarına en iyi sonuçları vermeye çalışır. Portallar çoğunlukla, karmaşık bilgi yığınları içinden arananı bulmak için kullanıldığından, sağlam bir arama motoru

ve sistemli dizinlere sahip olması, kullanıcıların portala olan bağlılığını etkilemektedir.

7. Toplumsallık

Kullanıcıların, kendileri gibi başka insanlarla etkileşime geçmelerini sağlayan topluluk servisleri, internet kullanıcılarının siteye bağlılığını artırır. Forum üyesi, yeni mesajlara bakmak için, sohbet kanallarını kullanan kişi, listesindeki kullanıcılarla tekrar iletişime geçmek için siteye geri dönmektedir. Portallardaki topluluk servisleri, mevcut kullanıcıların tutulmasının yanısıra, yeni kullanıcıların kazanılmasında da etkilidir.

Kullanıcılar kendileri gibi başka kullanıcılarla temasa geçtikleri ölçüde kendilerini sanal dünyaya daha yakın hissetmektedirler. Portallarda, sohbet kanalları ve forumlar gibi servislerin verilmesi, toplumsal boyutun ele alınması açısından gereklidir. Bu çeşit servisler portal üzerinde bir canlılık ve devingenlik ögesidir.

8. Kişiselleştirme

Portallarda, arayüz seçimleri, arama ve dizin hizmetleri konusunda kullanıcılara kişisel tercihlerini yapabilmeye olanağı sunulmalıdır. Portal girildiğinde öncelikli görülmek istenen haber ve/veya bilgilerin görülebilmesi, portal içeriğinin istenildiği gibi kişiselleştirilebilmesi, kullanıcı oranını ve memnuniyetini etkilemektedir.

"Portal Tasarımı" kitabının editörleri (Jafari ve Sheeman 2003:257) tarafından, 2001 yılında yüksek öğretim bağlamında portalın nasıl algılandığının saptanması amacıyla gerçekleştirilen çevrim içi bir anket sonuçlarına göre, katılımcıların %75'i, bir web sayfasının portal olarak değerlendirilebilmesi için kişiselleştirme özelliğinin gerekli olduğunu belirtmiştir.

Portalların Görsel Tasarımı

Portallar internette karmaşık halde bulunan bilgileri, doğru içerik düzenlemesi ve etkili arayüz tasarımıyla kullanıcılarına sunmalıdır. Kullanıcıların portala internetin karmaşık bilgi akışını düzenleyerek

sunduğu için geldikleri unutulmamalı bu nedenle içeriği görsel olarak sunarken de sistemli ve anlaşılır olmaya dikkat edilmelidir. Portalların görsel tasarımına sıradan site tasarımından çok daha sistematik yaklaşılmalıdır.

Portallar da, diğer web siteleri gibi; yazı, renk, görüntü ve canlandırmalardan (animasyon) oluşur. Portallarda tasarım öğelerinin kullanımına ilişkin bilgiler şu şekilde incelenebilir:

1. Sayfa Düzeni

Portal sayfalarının düzeninde amaç, içeriğe kolay erişim olanağı veren, sağlam ve tutarlı bir görsel sıralıdüzen yapı oluşturmaktır. Metin, resim, hareketli görüntü vb. grafik tasarım öğeleri, önem sırasına göre bir düzenleme yapılarak sayfa yüzeyinde yerleştirilmelidir.

Portalların sayfa düzeninde görsel ve tipografik öğeler, tasarım yüzeyi içinde birbirleriyle etkileşim halindedir. Web sayfasında yer alan her bir öğe diğerinin algılanırlığını olumlu ya da olumsuz yönde etkilediği için öğeler birbirleriyle ilişkileri dikkate alınarak sayfaya yerleştirilmelidir. Sayfada kullanılan grafik öğelerinin düzenlenmesi dengeli ve dikkat çekici olmalıdır. Özensiz yerleştirilmiş öğeler, sayfada kendi kapladıkları alanın yanında çevrelerindeki bölgeleri de kullanışsız hale getirmekte ve tasarımın tümünü olumsuz etkilemektedir. Gereğinden fazla öğe kullanımı, sayfada görsel karmaşa yaratmaktadır. Sayfanın işlevselliği olmayan öğelerden arındırılması tasarımı rahatlatarak algılanırlığı artırmaktadır.

Lynch, Horton (1999), internet kullanıcılarının, sayfaları öncelikle bir zemin üzerinde görünen büyük şekiller ve renk alanları olarak algıladıklarını, daha sonra görüntü elemanlarından başlayarak belirli bilgileri tanımlamaya başladıklarını, son kademede ise yazı elemanlarını algılayıp, tek tek kelime ve ibareleri seçtiklerini belirtmektedir.

Portal sayfalarında, belli bir düzen oluşturabilmek için, ızgara sistemi kullanılarak, tasarım geometrik bir şemaya oturtulabilir. Geometrik şema yöntemi ile portallarda görsel dengeleri daha iyi oturmuş, sistemli bilgi sunumları yapılabilir. Sayfa düzeninde varolan kullanıcı alışkanlıklarına ters düşmeyecek çözümler üretilerek kullanıcıların portalda rahat etmeleri sağlanmalıdır. (Uyan 2006)

Metin ağırlıklı portallarda, tipografik düzen tasarımın odak noktasıdır. Diğer görsel elemanlar okunurluğu artıracak şekilde düzenlenmelidir. Yoğun metin içerikli portal tasarımlarında canlandırma kullanımı ilgiyi dağıtarak metnin okunurluğunu olumsuz etkileyebilir. Görüntü ağırlıklı portallarda, grafik tasarım elemanları sayfaya düzenli ve etkili tasarım anlayışı ile yerleştirilmelidir.

Amacı kullanıcılara kolay ve hızlı veri sağlamak olan portal tasarımlarında, kullanıcı alışkanlıkları gözetilerek, daha sistemli sayfa düzenleri kullanılmalıdır.

Australianinfront (Görüntü 1) adlı tasarım ve sanat portalı çok görüntü içermesine rağmen, geometrik bir anlayışla tasarlandığı için düzenli ve sistemli yapısıyla dikkat çekmektedir. Siteye çalışmaların küçük boyutlu görüntüleri konularak sayfanın yüklenme süresi kısaltılmaya çalışılmıştır. Sayfadaki görüntülere tıkladığında büyük boyutlu hallerine ulaşılmaktadır.



Görüntü 1: "Australianinfront" adlı grafik tasarım portalının arayüzü
(<http://www.australianinfront.com.au>)

2. Yazı Kullanımı

Portallarda, yazı öğeleri, içeriği sunmanın yanı sıra grafik birimler olarak görev yapar. Yazının, sayfada başarıyla düzenlenmesi sayfanın temiz ve profesyonel görünmesini sağlamaktadır. Tasarımda, yazının uygulanacağı zeminle ve diğer görsel elemanlar ile kuracağı ilişki dikkatle ele alınmalıdır.

"Yazı karakteri seçimi, sayısı, puntosu, serifli, serifsiz, bold ya da italik olması, büyük/küçük harf (majüskül/minüskül) olması, bloklama biçimi, harf ve zemin rengi, zemin dokusu, satır uzunluğu ve boşluklar, tipografik düzenlemenin temel sorunlarıdır" (Pektaş 2001:72).

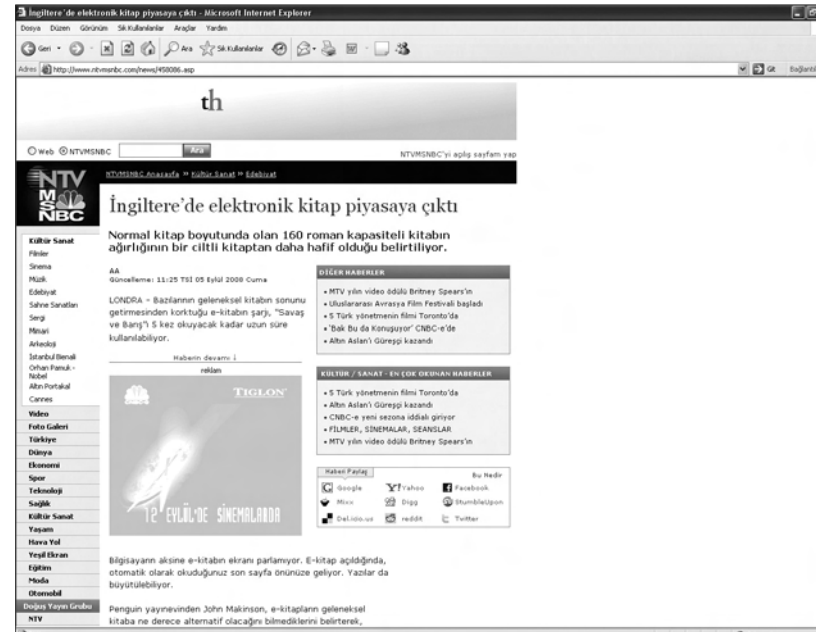
Yoğun metin içeren portallarda, başlık ve altbaşlıklar aracılığı ile uzun metinler parçalara bölünerek okunması kolaylaştırır.

"Metin yönetiminde başlıklar ve altbaşlıkların akılcı ve verimli bir şekilde kullanılması önem taşımaktadır. Tüm bir metni okutmak ve böylelikle izleyiciyi yorarak bıktırmak yerine, verimli bir biçimde doğru olarak betimlenen başlık ve altbaşlıklarla sörf yapanı (gezgini) yormadan, istediği bilgiye daha rahat ulaşmasını sağlayan uygulamalara gereken önem verilmelidir" (Sarıkavak 2004:193).

Metin içinde önemli bilgilere ilgi çekmek için farklı vurgular yapmak sayfayı monotonluktan kurtararak daha dinamik hale getirir. Metin içinde vurgu farklı yazı tipleri kullanılarak yapılabilmektedir. Burada dikkat edilmesi gereken nokta birbirine çok benzeyen yazı tipleri kullanımı, yazıda görsel olarak bir kararsızlık etkisi yaratacağından, yazıların birbirinden açıkça farklı olmasına özen gösterilmelidir. Bununla birlikte ekrana yönelik tasarımlarda ikiden fazla farklı yazı tipi kullanımı sakıncalıdır. Metinlerde, vurgu için, yazı tipinin kalın haliyle kullanımı, büyük puntoda yazılması, ya da farklı bir renkte kullanılması gibi uygulamalar da ilgi uyandırıcı etki sağlamaktadır. Çok çeşitli vurgulama hallerinin uygulanması ya da çok fazla yerde vurgu yapılması, kullanıcının algılama güçlüğü çekmesine neden olur. Bu nedenle portal genelinde tek bir vurgu çeşidi seçilmeli ve sitenin tümünde aynı uygulanmalıdır.

Portalların ana sayfaları, dolaşım butonları ile birlikte, hizmet verdiği

alan ile ilgili önemli ya da güncel bilgiler içermektedir. Bu bilgiler, gazetelerde olduğu gibi metnin içeriğini özetleyen, üç satırı aşmayan başlıklarla sunulduğunda kullanıcının zaman kaybetmesini önlemektedir. Başlığın kalın bir yazı tipi veya farklı bir renkle yazılması kolayca seçilmesini sağlamaktadır. Kapsamlı bir haber portalı olan NTVMSNBC (Görüntü 2) haber metninin başlığını ve alt başlığını renk ve boyut farklılıklarıyla öne çıkarmaktadır. Ana başlık büyük puntoda ve koyu kırmızı renkte, alt başlık ana başlıktan daha küçük puntoda ve siyah renkte yazılarak vurgulanmıştır. Böylece görsel olarak metin monotonluktan kurtarılarak, algılanırlık artmaktadır.

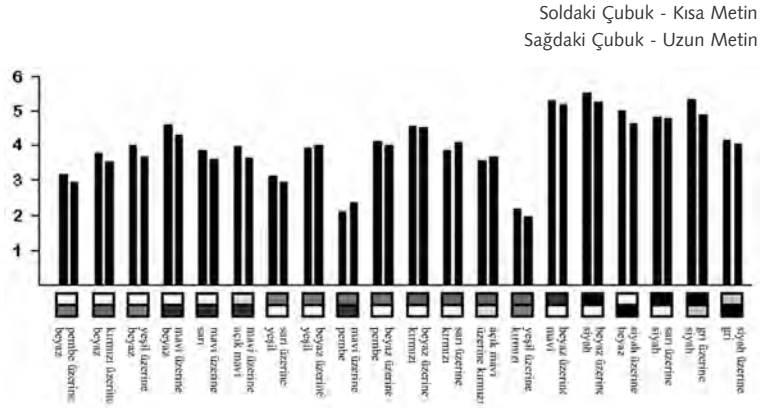


Görüntü 2: "NTVMSNBC" adlı haber portalının arayüzü (<http://www.ntvmsnbc.com>)

Portallardaki yazı sorunlarından bir tanesi de yazı satırı uzunluğudur. Satırlar çok uzun olursa, kullanıcı yazıyı tararken alt satırı bulmakta güçlük çeker; çok kısa olduğunda ise yazı sürekli kesintiye uğrar ve algı zorlaşır. Sarıkavak (2004:196) "satır uzunluklarının tasarıma bağlı olarak değişebileceğini" savunmakla birlikte, "ortalama 50-60 karakteri geçmeyen satır uzunluklarını" önermektedir.

Portallarda yazı - yüzey ilişkisinde renk ve doku seçimi hem estetik olarak, hem de okunabilirlik ve algılanabilirlik açısından önemlidir.

Zeminde karışık doku ve biçim kullanımı okunaklılığı azaltmaktadır. Yazı ve zemin renkleri, gözün yazıyı rahat algılayabilmesi için birbirlerine çok yakın olmamalıdır. Pektaş (2001:75)'a göre, "okunurluk açısından harf ve zemin arasında en az %70 ton farkı gereklidir. Zemin 100 değer ise harf 30 değerden fazla olmamalıdır." Okuyucular beyaz zemin üzerine siyah yazıya alışkındır. Texas'taki Stephen F. Austin State Üniversitesi'nden Dr. Lauren Scharff ve öğrencisi Alyson Hill, internet kullanıcıları üzerinde, çeşitli metin/zemin renk çeşitlemelerinin okunabilirliğini ölçmek üzere bir anket düzenlemiştir (Color Test Results:<http://hubel.sfasu.edu/research/survreslts.html>). Anket sonuçlarına göre (Görüntü 3), okunabilirliği en fazla olan renk çeşitlemesi, beyaz zemin üzerine siyah metindir ve siyah içeren çeşitlemeler daha fazla oy almıştır. Anket genelinde her renk çeşitlemesinde açık zemin üzerine koyu metin, koyu renk üzerine açık yazıdan daha çok okunabilir olarak oylanmıştır.



Görüntü 3: Zemin ve metin renklerine göre okunabilirlik

Portal tasarımında metinlerle birlikte kullanılan görüntü öğelerinin içerikle ilintili olması mesajın daha iyi algılanmasını sağlamaktadır. Portal sayfalarında görüntü ve metin öğeleri kullanılırken vurgunun her ikisinde eşit olmamasına dikkat edilmelidir. Tasarımda yazının ve görüntünün aynı baskınlıkta olması her ikisinin de etkisini yitirmesine neden olmaktadır.

Boşlukların kullanım şekli tasarımın niteliğini belirlemektedir. Nitelikli bir tasarımda boşluk ve doluluk dikkatle düzenlenmektedir. Grafik

tasarım elemanlarını aralarında yeterince boşluk bırakmadan kullanmak, gözü yorarak algılamayı zorlaştırmaktadır. Yazı ve görüntünün birbirine çok yakın kullanılması, hem yazıyı hem de görüntüyü olumsuz etkilemektedir. Ekranda fazla boşluk kullanımı rahat algılamaya sağlamaktadır.

3. Görüntü Kullanımı

İnternet grafiğinde görüntüler konuyu doğrudan anlatmak veya konu anlatımını pekiştirmek için kullanılmaktadır. Grafik tasarımda görüntüler, mesajın kodlandırıldığı öğeler olarak görev yapmakta ve verilmek istenen mesajı iletmede sözcüklerden daha etkili olmaktadır. Diğer grafik tasarım ürünlerinde olduğu gibi portallarda da görüntüler, tasarıma bir zenginlik katarak iletişimi anlaşılır ve etkin kılar.

Portal sayfalarında kullanılan görüntü öğelerinin, içeriği destekleyen, biçimsel yönden işlevsel, mesajı etkili ve kolay iletebilecek niteliklere sahip olmasına dikkat edilmelidir.

Çok fazla görüntü öğesi kullanımı, hem görsel olarak bir karışıklık yarattığı, hem de sayfanın kullanıcıya erişim hızını düşürdüğü için iletişimi olumsuz etkilemektedir. Büyük fotoğraf, resim ve ya ikonların oluşturduğu yüklü belgeler bağlantı hızını yavaşlatarak kullanıcının verileri ekranda görebilmesi için uzun süre beklemesine neden olmaktadır. Verilen bilginin kullanıcıya aktarım süresi ve hızı, iletişimi doğrudan etkiler. Bu nedenle, bilgisayar teknolojisinin sınırlandırmaları dikkate alınmalı ve sayfayı görsel öğe yığını haline getirmekten kaçınılmalıdır.

Portal sayfalarında da görüntülerin kullanım şekilleri aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- a) Durağan görüntüler (Fotoğraf, resim, grafik vb.)
- b) Hareketli görüntüler (Animasyonlar, hareketli yazılar v.b.)
- c) Etkileşimli görüntüler (Düğmeler, menüler, ikonlar, formlar, bant reklamlar (banner) v.b.)

a) Durağan Görüntüler

Portal sayfalarında, durağan görüntüler görsel odak noktası oluşturarak, kullanıcının algısını yönlendirir. Hedeflenen mesajın

iletiminde önemli rol oynayan durağan görüntüler, metinde anlatılanların bir kanıtı olarak görev yaparak, inandırıcılığı artırmaktadır. Görüntüler sayfa düzeninde görsel odak noktası oluşturarak, kullanıcının algısını yönlendirmektedir.

Sayfa düzeninde, fotoğraf, resim, grafik... gibi durağan görüntülerin sayfa düzeninde diğer grafik tasarım öğeleriyle olan ilişkilerine dikkat edilmelidir. Portal tasarımında bütünlük ve denge sağlayan durağan görüntüler, yazının okunurluğunu artırıcı ve vurgulayıcı öğelerdendir. Durağan görüntüler, yazı ile kullanıldıklarında birbirlerini destekleyerek güçlü bir anlatım gücüne sahip olmaktadır.

Kapsamlı bir tasarım haberleri portalı olan "Dexigner" (Görüntü 4)'ün sayfalarında yazı ve görüntü kullanımı dikkat çekicidir. Yazı ağırlıklı sayfaları alışılmıştan daha ince sütunlara bölünmüştür. Sütun üstlerindeki görüntüler de sayfaya renk ve hareket katarken tasarımdaki geometrik yapıyı desteklemektedir. Yazı ve görüntülerin birbirleriyle ilişkisi ölçüldür. Portalın genel tasarımı sade ve anlaşılabilirliği yüksektir.



Görüntü 4: "Dexigner" adlı tasarım portalının arayüzü (<http://www.dexigner.com>)

b) Hareketli Görüntüler

Portallarda kullanılan hareketli görüntüler, durağan görüntülere göre daha etkili bir anlatım gücüne sahip olduğundan dikkatli kullanılmalıdır. Çünkü kullanıcıların dikkati sayfa üzerinde ilk olarak hareketli noktaya yönelmektedir.

Hareketli görüntülerin, diğer görüntü ve yazı öğeleriyle ilişkileri iyi tasarlanmalıdır. Hareketli görüntüler, sayfa içinde çok fazla kullanıldığında, tasarımda karışıklığa yol açmaktadır. Kullanılan hareketli görüntülerin sayfa içeriğini desteklemesi, bilgi iletimine destek olması gerekmektedir. Hareketli görüntüleri, önemli bilgileri, son haberleri veya güncelleme yapılan noktaları vurgulamak amacıyla kullanmak etkili bir yöntemdir.

Nielsen (2000:143)'a göre; "web sitelerinde hareketli görüntüler, sürekli değişimleri göstermek, zaman aşımalarını açıklamak, grafiksel sunumları zenginleştirmek, üç boyutlu yapıları görselleştirmek ve dikkat çekmek amacı ile kullanılmalıdır."

Canlandırmaların sayfadaki diğer elemanlarla ilişkisi özenle belirlenmeli ve gereksiz yerlerde kullanılmamalıdır. "Kullanıcılar bilgi için araştırma yaptıklarında veya sayfa içeriğini gözden geçirdiklerinde canlandırmalar sorunlara sebep olabilmektedir" (Brinck, Gergle ve Wood 2002:335). Bununla birlikte canlandırmaların, kullanıcılar tarafından bilginin daha kolay anlaşılmasını sağlamak gibi bazı getirileri de vardır. Metinlerle ve durağan görüntülerle tanımlanması zor işlemleri, canlandırma sayesinde daha kolay ve hızlı bir şekilde açıklamak mümkündür. Canlandırma, birden çok duyu organına hitap edebildiğinden, soyut kavramları görsel olarak somutlaştırabilmekte ve akılda kalıcılığı artırmaktadır.

Portal sayfalarında kullanılan hareketli görüntüler, kullanıcının amaçlarını ve görevlerini desteklemelidir. Hareketli görüntüler sayfayı süslemek amacıyla değil, bilgiyi nakletmekte kullanılmalıdır.

c) Etkileşimli Görüntüler

Portallarda durağan veya hareketli görüntülerin üzerlerine

tıklandığında bağlantı sağlayan grafik öğeler etkileşimli görüntülerdir. Görüntülerin etkileşimli noktalarına imleç ile basılarak tanımlanmış dokümanlara ulaşmak mümkündür.

Etkileşimli görüntü sınıfına giren düğmeler, menüler, ikonlar, formlar, reklam bantları ve görüntü haritaları, işlevsel özellikleri dikkate alınarak, yalın ve kolay anlaşılabilir bir şekilde tasarlanmalıdır.

i) Düğmeler

Düğmeler, kullanıcının sayfalar ya da konular arası geçişini sağlayan etkileşimli görüntülerdir. Düğmeler üzerine basıldığında kullanıcıyla etkileşim içerisinde olduğunu belirten görsel ipuçları vermelidir. Kullanıcının, düğmenin etkileşimini sağladığını algılayabilmesi için renk, boyut ya da şekil farklılıkları, ses ögesi ya da canlandırma kullanılabilir.

Düğmeler, portal sayfalarında işlevselliği ön planda olan grafik elemanlar olmalarından dolayı dikkatli tasarlanmaları gerekmektedir. Hareketli butonlar, bunlara eklenmiş uyarı sesleri, dinamik metinler ve canlandırmalar gibi dinamik görüntüler sayfaya canlılık kazandırır. Fakat butonlarda çok fazla uyarı kullanmak sayfayı içinden çıkılmaz bir karmaşaya sokabilmektedir. Bu nedenle, tasarımın bütünselliğini olumsuz etkilememesine dikkat edilmedir.

Kullanıcılar, düğmeleri bir sanat çalışması olarak değil, bilgiye giriş yolu olarak görmektedirler. Çünkü,

"butonların sade ve tutarlı olması kullanıcıya dolaşımında kolaylık sağlamaktadır. Butonların görsel açıdan tutarlı sunulması, site kimliğinin yaratılmasına ve güçlendirilmesine de yardım etmektedir" (Williams 2002:235).

İmleç hareketlerine duyarlı olmayan durağan düğmeler resim ya da yazıdan oluşmaktadır. Bu tür düğmeler, sayfalara ya da konulara yönlendirme yaparken, herhangi bir hareket ya da ses uygulaması içermezler. Özellikle, yoğun içerikli portallarda, sayfada ağırlık oluşturmamaları sebebi ile durağan düğmeler kullanılmaktadır. Dünyanın en çok kullanılan edilen genel portalı olan Yahoo (Görüntü 5) sayfalarında durağan yazı ve görüntü düğmeleri tercih etmektedir. Böylelikle kendinden beklenen hızı yakalayabilmektedir.

Görüntü 5: "Yahoo!" adlı genel portalın arayüzü (<http://www.yahoo.com>)Görüntü 6: "Müzik Kutusu" adlı müzik portalının arayüzü (<http://www.muzikkutusu.com>)

ii) İkonlar

İkonlar, nesnelerin sembolik biçimlere dönüştürülmesiyle oluşturulmaktadır. İkon temsil ettiği nesneye biçimsel olarak benzeyen simgedir. İkonlar, iletişimin mesajını yüklenmiş yalın biçimlerdir.

İnternette yönlendirme, bilgilendirme ve uyarıcı olarak kullanılan ikonlara ihtiyaç duyulmaktadır. En etkili iletişim görsel duyu kanallarıyla gerçekleştiğinden, ikonların sitedeki görevi kısa sürede etkin bir iletişim sağlamaktır. İnsanda görme yetisi algılamada çok önemli rol oynar. Bu nedenle, ikonlar, yazılı anlatımlara göre daha hızlı bilgi aktarabilmektedir. İnternette ikonların görsel yönleri ile anlamsal yönleri bir bütünlük içerisinde olmalıdır.

Portallarda kullanılan ikonlar, portalın içeriğine ve amacına yönelik olmalı ve sitenin görsel bütünlüğünü desteklemelidir. "Müzik kutusu" (Görüntü 6) adlı müzik portalının menüsü ikonlardan (Görüntü 7) oluşmaktadır. Grafik düğmelerin üzerlerine gelindiğinde bağlanacağı bölümün adı menünün sağ tarafında belirmektedir.



Görüntü 7: "Müzik Kutusu" adlı müzik portalının ikonlardan oluşan menüsü

iii) Menüler

Portallarda, menü, site için hem işlevsel hem de estetik açıdan önemli bir etkileşimli tasarım öğesidir. Menüler, anasayfadan sonra gelen alt sayfa başlıklarının sıralandığı düğme kümeleridir. Portallarda menüler, kullanıcıya yön gösteren, istediği bilgiye ulaştıran kılavuzlardır.

Menülerin, görsel olarak sayfaya etkileri oldukça fazla olduğundan, sayfa tasarımının genel yapısına uygun düzenlenmelidir. Sayfanın tasarımı ile menü görsel olarak birbirleriyle uyum içinde olmalıdır. Willams (2002:232)'a göre; "menülerin ana görevi site içinde kolay gezmeyi/dolaşmayı sağlamaktır."

Menülerin bütün sayfalarda aynı şekilde ve aynı konumda kullanılması site kimliğini güçlendirmekte ve sayfadan sayfaya geçişlerde bütünlük sağlamaktadır.

Menülerde, site içeriğinin mantıklı olarak gruplanması ve düzenlenmesi gerekmektedir. Menülerde bulunan düğmeler önem ve gerekliliğe göre sıralanmalıdır. İçerik bilgilerinin, sistematik olarak ana başlıklar altında verilmesi, kullanıcının algılama ve hatırlama seviyesini yükseltir. Kullanıcılar site içerisinde bilginin düzenli ve kolay anlaşılabilir olmasını tercih etmektedir. (Uyan 2006)

Menü düğmelerinde, yazı karakterinin, büyüklüğünün ve renginin standart olmasına özen gösterilmelidir. Grafik düğmelerden oluşan menülerde, ikonlar içeriğini sembolik olarak yansıtmalıdır. Menülerde kullanılan ikonlar amaca uygun olarak yalın ve kolay anlaşılır bir şekilde tasarlanmalı ve içerik hakkında bilgilendirici olmalıdır.

Portallar yoğun içeriklerinden dolayı menülerinde de bir karışıklık olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Bu karışıklığın önüne geçebilme yollarından biri, aynı başlık altındaki konuları gruplayarak sıralı açılır (pop-up) menülerin altına gizlemektir. Başka bir çözüm ise menü seçeneklerini sunmak üzere açılır menüler kullanmaktır. Açılır menüler ekran alanından tasarruf sağlamakta, fazla alt konu başlıklarını düzenli sınıflandırmaya olanak sağlamaktadır. Yoğun içerikli portal sayfalarında, birkaç değişik türde menü aynı ekranda kullanılabilir. Bu durumda dikkat edilmesi gereken nokta, kullanıcıları alt sayfalara yönlendirecek ana menünün diğerlerinden ayırt edilebilir olmasıdır. Diğer menülerin de sayfaya önem seviyelerine göre sıralanmaları uygun olur.

Türkiye'deki tüm kamu personeli ile ilgili güncel haberler ve yasal haklarıyla ilgili bilgiler içeren "Memurlar.net" (Görüntü 8) adlı portal oldukça yoğun içerikli bir sitedir. Bu nedenle, sıralı açılır menüler kullanılarak konular düzenli olarak sınıflandırılmıştır.

iv) Formlar

Kullanıcı ile iletişimde aracı rolü üstlenen formlar web ortamında en çok kullanılan tasarım öğelerindedir. Site etkileşiminde, etkin araçlar olan formların tasarımı da, bu etkileşimin başarısı açısından oldukça önemlidir.

İşlevselliğin ön planda olduğu formlarda, kullanıcıların kolayca anlayıp, doldurabilecekleri tasarımlar üretilmelidir. "İnsanlar formları



Görüntü 8: "Memurlar.net" adlı kamu personeli portalının arayüzü, sıralı açılır menü örneği (<http://www.memurlar.net>)

doldurmaktan hoşlanmadıkları için, iyi bir form tasarımı, formların kullanımını olabildiğince kolay yaparak, bu hoşnutsuzluğu aza indirmekten geçer" (Starling 2001:1).

Anketlerde olduğu gibi birçok kimse çok fazla bilgi vermek istememektedir. Bu nedenle, Brinck, Gergle, Wood (2002:321)'un da belirttiği gibi form olabildiğince kısa tutulmalıdır. Aynı veya benzer bilgi birden fazla sorularak, kullanıcının vakti harcanmamalı ve formun amacına hizmet etmeyecek bilgiler istenmemelidir.

v) Bant Reklamlar

Kullanıcı sayısı ve iş potansiyelinin gittikçe arttığı internet ortamında, reklam konusu da giderek önem kazanmıştır. İnternete giriş kapısı ve kullanıcıların ortak uğrak noktası olan portallar reklam verenler için en çok tercih edilen ortamlardandır. Portallar, sıradan web sitelerinden çok daha fazla kullanıcıya ulaşma olanağı vermektedir. Yatay portallar daha geniş ve çeşitli kullanıcı kitlesine sahipken, dikey portallar kısıtlı bir alanda faaliyet gösterdiklerinden daha odaklanmış bir kullanıcı

kitlesine sahiptir. Bu nedenle, internet reklam piyasasında reklam verenler, belli bir kitleye hitap etmesi hedeflenen reklamlar için dikey portalları, çok daha genel bir kitleye hitap etmesi hedeflenen reklamlar için yatay portalları tercih etmektedir.

Etkileşimli görüntü sınıfına giren, bant reklamlar, ürün, hizmet ya da toplumsal bir olay hakkında bilgi veren, içinde bulunduğu sayfa ile reklam verenin sayfası arasındaki ilgili bağlantıyı kurabilecek özellikte programlanmış, durağan ya da hareketli reklam aracıdır.

Bant reklamlar internet reklamcılığında önemli bir yere sahiptir. İnternet Reklam Bürosunun (Internet Advertising Bureau - <http://www.iab.net>) yaptırdığı bir araştırmaya göre, internette kullanılan en yaygın reklam türü bant reklamlardır.

Bant reklamlar, dünyanın her yerinde milyonlarca insana ulaşması ve düşük maliyetlerde olması nedeniyle ilgi görmektedir. Reklam veren için en önemli unsur reklamın hedef kitleye ulaşmasıdır. Bu nedenle, reklam verenler, herhangi bir siteden çok, yoğun ziyaretçi trafiği olan portalları tercih etmektedir.

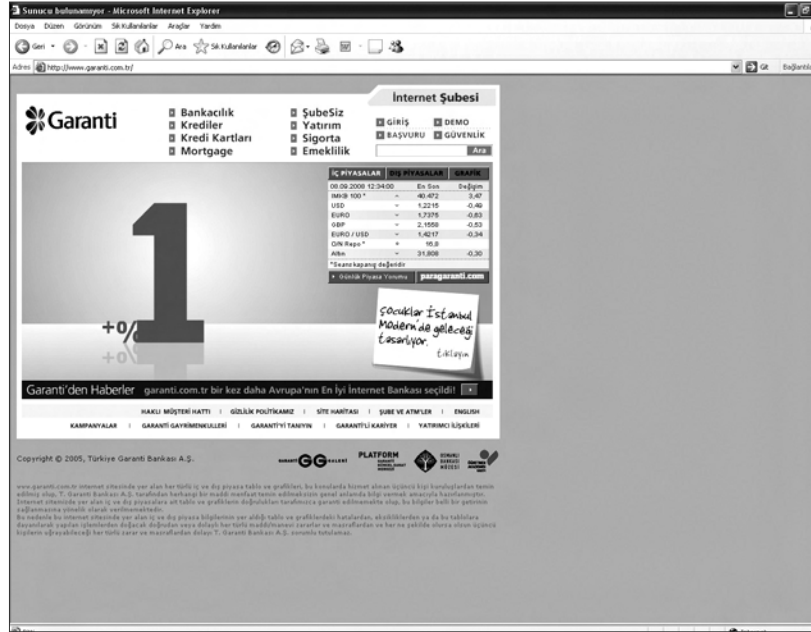
Bant reklamlar, çoğunlukla sayfanın alt veya üstünde yatay olarak, sol veya sağ tarafında dikey olarak da kullanılmaktadır. Bant reklamların sayfadaki konumu, kapladığı yer dikkatle belirlenmelidir. En önemli amacı, kullanıcının dikkatini üzerine çekerek reklamın yönlendirdiği sayfalara bağlantıyı sağlamak olan bant reklamların dikkat çekiciliği diğer tasarım ürünlerinde de kullanılan renk, tipografi, canlandırma gibi grafik öğelerin doğru ve etkili kullanımıyla doğru orantılıdır.

4. Renk Kullanımı

Diğer tasarım ürünlerinde olduğu gibi, portallarda da renk, bir tasarım elemanı olarak büyük önem taşımaktadır. Renk, sayfada görsel bütünlüğün ve iletişimin sağlanmasına katkıda bulunur. "Renk; tanımlayıcılığı, ayırt ediciliği, yön göstericiliği ve vurgulayıcılığı ile web sayfalarının en önemli öğelerinden biridir. Okuyucuyu etkiler, ilgiyi diri tutar" (Pektaş 2001:75).

Her rengin taşıdığı bazı psikolojik anlamlar ve özellikler vardır. Genel olarak, sıcak renkler (kırmızı, turuncu, sarı), izleyeni uyandır, enerji verir, dinamizmi artırır; fazlası ise heyecan, şiddet, saldırganlık ve yoğunlaşma güçlüğü yaratabilir. Soğuk renkler, yatıştırıcı ve dinlendiricidir; güven, huzur, düzen ve ferahlık gibi duyguları çağırır.

Sitede kullanılan renklerin psikolojik etkileri ve içerdiği anlamlar, portalın içeriği ile bütünleşmeli ve sitenin felsefesini yansıtmalıdır. Garanti Bankası kurumsal kimliğinde ve tüm görsel materyallerinde yeşil rengi kullanmaktadır. Güven ve huzur gibi olumlu psikolojik etkileri olan yeşil renk bankanın web sitesinde de ağırlıklı olarak kullanılmaktadır (Görüntü 9).



Görüntü 9: Garanti Bankası web sitesi arayüzü (<http://www.garanti.com.tr>)

"Görsel algılama kodları arasında en önemlilerinden biri renk kodlarıdır. Renk kodlarının psikolojik etkileri, anlam üretmede, anlamın algılanmasında, bilinçaltını etkilemede önemli rol oynamaktadır" (S. Parsa ve F. Parsa 2002:48). Renk kodlarının bilinçli kullanılması, iletişimin gerçekleşmesine önemli katkılarda bulunmaktadır. Portallarda, içerikle bağlantılı olarak uygulanan renkler, kullanıcıyı psikolojik yönden

hazırlamak, algılamayı kolaylaştırmak ve yönlendirmek açısından etkili bir tasarım elemanıdır. Rengin gereğinden fazla kullanılması karmaşık görsel bir yapı oluşturabilir. Renk, sayfa tasarımında, süsleyici bir eleman olarak değil, tamamlayıcı ve mesajı vurgulayıcı bir grafik tasarım elemanı olarak kullanılmalıdır.

Renklerin algıda seçiciliği etkilemesinden yararlanılarak, sayfadaki elemanlar görsel olarak gruplanabilmekte ve gereken noktalara, renklerle vurgu yapılabilir. Pektaş (2001:75) da "başlığı metinden ayırmak, bir mesaja dikkat çekmek, bilgi gruplarını birbirinden ayırmak, akışı sağlamak gibi pek çok işlev, renkle yerine getirilebilir" şeklinde görüş belirtmektedir.

Portal tasarımında, düğme ve menü renklerinin, zemin ve metin renkleriyle uyumlu olmasına da dikkat edilmelidir. Belirlenen renkler, tüm site içinde tutarlı bir biçimde kullanılmalıdır. Artalan rengi, başlık ve metin renkleri, dikkat çekiciler gibi öğelerde kullanılan renkler site içerisinde yer alan tüm sayfalarda aynı olmalıdır (Karataş 2003:148). Gereğinden fazla renk kullanımı görsel bir karışıklığa neden olmakta ve algılanırlığı zayıflatmaktadır.

Ekranlar arası renk ayarları farklılıklarından dolayı web sayfa tasarımlarında kullanılan renkler, farklı bilgisayarlarda ve tarayıcılarda test edilmelidir.

Sonuç

Web site sayısı ve içerikleri her geçen gün artan internette; yoğunluk ve düzensizlikler nedeniyle istenilen içeriğe ulaşmak, kullanıcılar açısından oldukça zor olmaktadır.

İnternette dağınık ve düzensiz olarak yer alan bilgi kaynaklarını belirli bir sistematığe göre düzenleyerek, bütünlük bir yapıda sunan portallar, internet ortamına bir giriş kapısı ve başlangıç noktası olarak hizmet vermektedir. Kapsamlı ve iyi yönetimli web siteleri olan portallar, bilgi kaynaklarını sınıflandırarak, kullanıcıların düzenli bir yoldan bilgiye kolay ve hızlı ulaşabilmelerini sağlar.

Portalların temel amacı, internet ortamındaki tüm konuları kapsayan, gereksinim duyulabilecek her konudaki bilgi ve/veya hizmeti içeren siteye geçiş sağlayan bir kesişme noktası olmaktır.

Portalların temel amacı, konularıyla ilgili ayrıntılı bilgilere kolay, hızlı ve güvenli bir yoldan erişim olanağı sağlamaktır. Bu portallar, internetin düzensiz ve karmaşık yapısına karşın, bilgi kaynaklarının sınıflandırılarak sunulduğu sitelerdir. Grafik tasarım açısından sorunlu olan portallar işlevsellik açısından da yetersiz kalmaktadır. Bu bağlamda, karmaşık bilgi yığınlarına ulaşmak için kullanılan portalların, görsel tasarımının da amacına uygun olmalıdır. Grafik tasarım öğelerinin söz konusu amaca uygun olarak, doğru kullanılmaları, iletilmek istenen mesajın algılanırlığını artırmaktadır. İçeriği, doğası gereği yoğun olan portal sayfalarında, işlevselliği olmayan öğelerin kullanımından kaçınılarak, tasarım olabildiğince yalınlaştırılmaya çalışılmalıdır. Yalın, anlaşılır bir tasarımın algılanırlığı daha yüksektir.

Kaynakça

BRINCK, T. Gergle, D. ve Wood, S. D. (2001) Usability for the Web: Designing Web Sites that Work (Web siteleri için Kullanışlılık). San Francisco: Morgan Kaufmann.

CEBECİ, Z. (2003) "Web Portalları: I. Tanımlar ve Kullanıcı Açısından Genel Bir Bakış". Adana: Ç.Ü. Bilgisayar Bilimleri Uygulama ve Araştırma Merkezi.<http://cebeciz.cukurova.edu.tr/documents/word/PortalNedir.doc> adresinden erişildi.

JAFARI, A. ve SHEEHAN, M. (2003) Designing Portal: Opportunities and Challenges. Londra: Information Science Publishing.

LYNCH P. J. ve HORTON S. (1999) Web Style Guide: Basic Design Principles for Creating Web Sites. New Haven: Yale University Press.

NIELSEN, J. (2000) Designing Web Usability (Web Kullanışlılığı Tasarımı). USA: New Riders Press.

PARSA, S. ve PARSA, A.F. (2002) Göstergebilim Çözümlenmeleri. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.

PEKTAŞ, H. (2001) "İnternette Görsel Kirlenme". Tübitak Bilim ve Teknik Dergisi - 400.

SARIKAVAK, N. K. (2004) Görsel İletişim ve Grafik Tasarımda Çağdaş Tipografinin Temelleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

SCHARFF, L. (1996) "Color Test Results"
<http://hubel.sfasu.edu/research/survreslts.html> adresinden erişildi.

TATNALL, A. (2004) Web Portals: The New Gateways to Internet Information and Services (İnternet Bilgileri ve Servisleri için Yeni Giriş Kapıları). Londra: Idea Group Publishing.

WILLIAMS, R. TOLLETT, J. ve ROHR, D. (2002) Web Design Workshop (Web Tasarım Çalışması). California: Peachpit Press.

UYAN, B. İ. (2006) Dikey Portallarda Grafik Tasarım Sorunları ve Bir Dikey Portal Uygulaması. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.