



SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE TEKNİK ARAŞTIRMALAR
DERGİSİ

**Yeni Medyada Haber Sitelerinin Görsel İletişim ve
Tasarımı Açısından İncelenmesi: Türk Haber Siteleri Örneği**

Hakam Najm Abed ABED^a , Yavuz AKÇİ^{b,*} 

^a Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Doktora Öğrencisi, Bolu, Türkiye
hakamnabed@gmail.com, ROR ID: ror.org/01x1kqx83

^bBolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Bolu, Türkiye
yavuzakci@gmail.com, ROR ID: ror.org/01x1kqx83

Öz

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve internet kullanımının yaygınlaşması sonucunda internet üzerinden yayın yapan haber sitelerine ilgi artmaktadır. Bu nedenle ülkede ve dünyada meydana gelen olaylar ve internette yayın yapma hızının artması sonucunda okuyucuların haber sitelerini ziyaretleri artış eğilimindedir. Bu nedenle elektronik haber gazetelerinin okuyucu kitlesinin gereksinimlerine dikkat etmesi ve içeriğin ana biçimine, tasarımına ve içeriğin alıcıya sunulma şekline dikkat ederek onlara yeterli kolaylığı sağlaması önemli hale gelmiştir. Bu çalışmada, Türk haber sitelerinin görsel iletişim ve tasarımı açısından analiz edilmesi amaçlanmıştır. Bunun için Türkiye'de en çok ziyaret edilen haber siteleri trafik oranları similar.web aracılığıyla tespit edilmiştir. İnceleme sonucunda hurriyet.com ve sozcü.com haber sitelerinin en çok ziyaret edilen siteler olduğu görülmüştür. Her iki sitenin aynı tarihteki sayfalarından alınan ekran görüntüleri kullanılarak tasarım ilkelerine göre analiz edilmiştir. Uygulama sonucunda her iki sitenin tasarım ilkeleri açısından uyumlu olan ve uyumsuz olan kısımları belirlenmiştir. Sözcü.com sitesinin hurriyet.com'a göre daha fazla uyumlu olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler

Yeni Medya, İnternet Haberciliği, Web Tasarım, Görsel Tasarım

Atf Bilgisi

Abed, H. N. A. ve Akçi, Y. (2023), Yeni Medyada Haber Sitelerinin Görsel İletişim ve Tasarımı Açısından İncelenmesi: Türk Haber Siteleri Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, 22, 1-20.
<http://dx.doi.org/10.59768/sustad.2023.8>

Makale Türü	Araştırma Makalesi
Geliş Tarihi	06.11.2023
Kabul Tarihi	04.12.2023
Yayın Tarihi	30.12.2023
Değerlendirme	İki Dış Hakem / Çift Taraflı Körleme *Bu çalışma Doç. Dr. Yavuz AKÇİ danışmanlığında 01/07/2022 tarihinde tamamlanan “Yeni Medyada Haber Sitelerinin Görsel İletişim ve Tasarımı Açısından İncelenmesi: Türk Haber Siteleri Örneği” başlıklı yüksek lisans tezi esas alınarak hazırlanmıştır.
Etik Beyan	Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur.
Benzerlik Taraması	Yapıldı – iThenticate
Etik Bildirim	sosyoteknik@selcuk.edu.tr
Çıkar Çatışması	Çıkar çatışması beyan edilmemiştir.
Finansman	Bu araştırmayı desteklemek için dış fon kullanılmamıştır.
Telif Hakkı ve Lisans	Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmalarını CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.

Reviewing News Websites in the New Media in Terms of Visual Communication and Design: Turkish News Websites

Hakam Najm Abed ABED^a , Yavuz AKÇİ^{b,*} 

^a Bolu Abant İzzet Baysal University Graduate School of Education, PhD Student, Bolu, Türkiye
hakamnabed@gmail.com, ROR ID: ror.org/01x1kqx83

^bBolu Abant İzzet Baysal University, Communication Faculty, Public Relation and Publicity Department, Bolu, Türkiye
yavuzakci@gmail.com, ROR ID: ror.org/01x1kqx83

Abstract

As a result of developments in communication technologies and the widespread use of the Internet, interest in online news sites is growing. For this reason, because of events taking place in the country and the world, and the speed of online broadcasting, readers' visits to news sites tend to increase. For this reason, it has become necessary for e-news newspapers to take care of the needs of readers and provide them with sufficient comfort by paying attention to the main format of the content, its design, and the way the content is displayed to the buyer. This research aims to analyze Turkish news sites in terms of visual communication and design. For this purpose, traffic rates for the most visited news sites in Turkey have been determined using a similar website. As a result of the analysis, it was noted that news sites hurriyet.com and sozcu.com were the most visited sites. It was analyzed in accordance with design principles using screenshots taken from the pages of both sites on the same date. As a result of the application, the compatible and non-compliant parts of both sites were determined in terms of design principles. It has been observed that Sözcü.com site is more compatible than hurriyet.com.

Keywords

New Media, Internet journalism, Web Design, Visual Design

Citation

Abed, H. N. A. and Akçi, Y. (2023), Reviewing News Websites in the New Media in Terms of Visual Communication and Design: Turkish News Websites. *Selcuk University the Journal of Social and Technical Researches*, 22, 1-20.

<http://dx.doi.org/10.59768/sustad.2023.8>

Article Type	Research Article
Date of Submission	06.11.2023
Date of Acceptance	04.12.2023
Date of Publication	30.12.2023
Peer-Review	Double anonymized - Two External
Ethical Statement	*This article was prepared based on the master's thesis titled "Reviewing News Websites in the New Media in Terms of Visual Communication and Design: Turkish News Websites" completed on 01/07/2022 under the supervision of Assoc. Dr. Yavuz AKÇI. It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited.
Plagiarism Checks	Yes - iThenticate
Conflicts of Interest	The author(s) has no conflict of interest to declare.
Complaints	sosyoteknik@selcuk.edu.tr
Grant Support	The author(s) acknowledge that they received no external funding in support of this research.
Copyright & License	Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the CC BY-NC 4.0.

Giriş

Dünya son yüzyıla teknolojideki gelişmelerin tanığı olarak geçirmektedir. Kullanılan teknolojik araçlar bir yandan yeni ihtiyaçlar doğururken diğer yandan farklı ihtiyaçların karşılanmasına imkân sağlamaktadırlar. Bu teknolojilerin içinde önemli bir paya sahip olan internet teknolojisidir. İnternetin yaygınlaşması geleneksel yöntemler ile karşılanan bazı ihtiyaçların dijital/elektronik araçlarla sağlanmaktadır. Bu ihtiyaçlardan biri de haber alma ihtiyacıdır. Geleneksel olarak yazılı basından veya TV/radyodan karşılanmaya çalışılan haber alma ihtiyacı artık internetin gelişmesi ve yaygınlaşması ile dijital/elektronik araçlarla sağlanabilir hale gelmiştir. Dolayısıyla geleneksel basılı gazetelerin ağırlığı azalmakta, elektronik internet gazeteciliği ise yaygınlaşmaktadır.

Nesiller arasındaki farklılıklar haber takibinde de belirginleşmeye başlamış olup, özellikle Z kuşağı olarak adlandırılan neslin geleneksel haber alma yöntemlerini neredeyse hiç kullanmadıkları sosyal medya araçlarından veya internet haber sitelerinden karşıladıkları bilinmektedir. Bu yüzden geleneksel yollarla kullanıcılarına haber üreten ve yayan kuruluşlar zamanın ruhuna uymak zorunda kaldıklarından internet üzerinden de haber sunmaya başlamışlardır.

Günümüzde tasarım, İnternet'teki herhangi bir web sitesinin üstünlüğünün ana motoru haline gelmiştir. Site içinde gezinme kolaylığı, isteklere erişme kolaylığı için ne kadar çok araç sağlanırsa okuyucunun da sitede o kadar uzun süre kaldığı bilinmektedir. Sitenin estetiği, tasarımın temelleri ve ilkelerine dayalı görsel öğelerin seçimi ve dağıtımı siteyi okuyucular için çekici hale getirebilir. Çünkü okuyucunun sanatsal zevki sitenin seçimini etkileyebilmektedir. Bu gelişmeler tasarımcılar açısından önemlidir. Tasarımcı için sayfanın geliştirilmesi ve modern teknolojilerin ve yazılımların kullanımının geliştirilmesi siteyi diğer siteler arasında ilgi çekici ve popüler yapabilmektedir.

Bu çalışmada Türkiye'de en çok okunan iki büyük haber sitesinin tasarımları karşılaştırmalı olarak incelenmiş, olumlu ve olumsuz noktalar belirlenmeye çalışılmış, web sayfasını iyileştirmeye yönelik tasarımcılara ve internet haber sitelerinden sorumlularına öneriler sunulmaya çalışılmıştır.

1. Yeni Medya ve İnternet Gazeteciliği

İletişim sosyal bir varlık olan insanı diğer canlılardan ayıran en önemli özelliklerinden biridir. Özellikle gelişen teknoloji imkanları iletişim olanaklarını da geliştirerek bireylerin daha kolay iletişime geçmelerini sağlamıştır. Teknoloji bilhassa internetin gelişmesiyle daha da gelişme ivmesi kazanarak bireylerin iletişimlerini kolaylaştırmıştır (Greenberg, Koole ve Pyszczyński, 2004:14). Tarihin akışını değiştiren ve dünyayı küçük bir köy haline getiren en önemli olay olan World Wide Web'in (www- İnternet) keşfine kadar onlarca yıl okurlar, yeni medya veya alternatif medya olarak bilinen iletişim kanallarına erişim sağlamaya çalışmışlardır (Jackson, 1997: 46; Soukup, 2006: 425). Bu çerçevede iletişim olanaklarına erişim sağlayan bireyler, toplumlarda meydana gelen olayların seyrini değiştirmek amacıyla web sitelerini ve sosyal ağları kullanarak farklı fikirlerin aktarımının sağlanmasına ve bir grup elektronik etkinin ortaya çıkmasına neden olmuşlardır (Lodhia, 2006:34; McMillan, 2009:66). Bu noktada elektronik haberleşme elektronik gazeteciliğin doğuşunu kolaylaştırmıştır.

İnternet haberciliğine geçişle birlikte en önemli yeniliklerden biri de geleneksel gazeteciliğin internet ile değişmesidir. Bu çerçevede geleneksel gazeteciliğe kıyasla internette farklı şekillerde haber üretme ve dağıtım eğilimi göstermektedir. Bu noktada geleneksel gazetecilik ile internet gazeteciliği birbirinden ayrılmaktadır. Haber üretiminde gazetecinin rolü açısından internet gazeteciliğinde yapılan işlemler geleneksel gazeteciliğe göre daha kapsamlı olması nedeniyle gazetecilik mesleğinin gelişmesine internetin katkısı büyük olmuştur (Bardoel, 2002:502; George, 2006:75).

Yeni medya teknolojisi birçok gelişmeye olanak sağlamıştır. Geleneksel iletişim olanaklarının yok olmasından ziyade gelişmesine de katkıda bulunmuştur. Bu çerçevede geçmişte birbiriyle bağlantısı olmayan çeşitli medya kuruluşlarının birleşmesine yol açarak birbiriyle ilişkili olmayan araçların arasındaki sınırları ortadan kaldırarak kitle iletişim araçlarını uluslararası veya küresel bir iletişim platformuna dönüştürmüştür (Bennett, 2003:37; Van Aelst ve Walgrave, 2004:34; Flew, 2007:128; Bulunmaz, 2011:28).

Yeni medya, bütünüyle yeni bir iletişim çağını meydana getirmekle birlikte geleneksel iletişim imkanlarını temelden değiştiren, ağ tabanlı, sınırsız, açık, merkezsiz hale getirilen ve etkileşimli bir yapıya sahip olan çok geniş bir platformdur (Aydoğan ve Kırık, 2012:59). Yeni medyada ağırlıklı olarak kitle iletişim araçları kullanılmaktadır. Kitle iletişim araçları ile bilgi işlem bir bütünleşme aracı olarak yeni medyayı oluşturan teknolojiler olup modern kitle toplumunu oluşturmaktadır (Manovich, 2002:148).

Gazetecilik mesleği de yeni teknolojilerden nasibini almış olup hızla gelişip değişmeye başlamıştır. Teknolojik gelişme ve yeni medya sayesinde az sayıda insanın gazetecilik yaptığı toplumlardan her bireyin gazeteci olduğu toplumlara hızlı bir geçiş yapılmıştır (Hansen, 2004:37). Bu çerçevede yeni toplumsal düzen, her ne kadar profesyonel gazetecilerin varlıklarına yönelik ciddi bir tehdidi barındırsa bile sıradan vatandaşların seslerini duyurma fırsatını da oluşturmuştur (Lister vd., 2008:71; Sundar ve Limperos, 2013:507). Özellikle sosyal medyanın da gazetecilik mesleğini icra etmeye katkısı olması açısından önemlidir. Bu noktada yeni medya kullanıcılarına ve hedef kitleye düşünme, etkileşim, enformasyon ve bilgi aktarımı sağlayarak karşılıklı iletişim oluşturmak suretiyle çevrimiçi araçlar oluşturmakta ve web siteleri aracılığıyla bu etkileşimi geliştirmektedir (Kuşay, 2010:67). Sanal ortamda bir fikrin, mesajın ve içeriğin diğer kullanıcılarla aynı zamanda paylaşımının sağlanması sosyal medya ve iletişim kavramının önemli bir ögesi haline gelmesine sebep olarak geri bildirimden doğrudan ve hızlı bir biçimde yapılmasını sağlamıştır (Kırık ve Büyükaslan, 2013:76).

İnternet gazeteciliği, haberlerin durmadan yayınlandığı 24 saat sürecindeki bir haber döngüsüne neden olmuştur. Bu döngüde, haberin “hızlı biçimde yayınlaması ile doğru olmasını kontrol etme aşamaları” arasında durmaksızın bir gerilim meydana gelmektedir. Devamlı güncellenen, bazı zamanlar aynı kaynaklardan gelen haber döngüleri homojen içeriklerin meydana gelmesine neden olmaktadır (Mitchelstein ve Boczkowski, 2009:568). Elektronik basın veya dijital basın olarak adlandırılan internet gazeteciliği, haberlerin sunulma biçiminde ve haberleri okuma biçiminde bir devrim olarak kabul edilir (Cain ve Gradisar, 2010:740). Buna ek olarak internet gazeteciliği ile bireyler birçok durumda birbirleriyle etkileşime girerek, matbaa hizmeti sağlama yöntemi ya da matbaa hizmetinin maliyetleriyle uğraşma ve onunla etkileşime girme zorluklarını ortadan kaldırarak, kâğıt ve baskı makinesinin zahmetinden bireyleri kurtarmaktadır (Fortunati vd., 2009:940; Díaz Noci, 2013:245). İnternet her geçen gün daha da yaygınlaşmakta, bilgi edinme ve bilgi gönderme her geçen gün internet üzerinden olmaktadır. Özellikle haber aktarımı ve alımı da internet üzerinden yaygın bir biçimde yapılmaktadır. Bireylerin internet sitesi ve medya kuruluşlarından bağımsız bir şekilde bilgiye erişmesi ve bilgi paylaşımının kolaylaşmasını mümkün hale getirmiştir. Diğer bir ifadeyle bireylerin bilgi alma ve iletme fırsatlarının gelişmesi internet gazeteciliği ile önemli hale gelmiştir (Dedeoğlu, 2016:39).

İnternetin doksanlı yılların başlarında dünya çapındaki gelişimi, iş, iletişim, eğitim, sosyal gelişmeler, bilgi yayma ve gazetecilik gibi yaşamın tüm yönleri üzerinde büyük bir etkiye neden olmuştur (Patel ve Cassou, 2015). İlk internet gazetesi Amerika’da 1994 yılında Weekly California adı ile Palo Alto tarafından çıkarılmıştır. Le Monde 1990’lı yıllara kadar baskı gazeteciliği yapmış ve 1995 yılında çevrim içi gazeteciliğe başlamış, 1996 yılında The Newyork Times haber yönelimli internet siteleri kurmuşlar ve The NYTimes, Daily Mirror ve The Washington Post’un içerisinde bulunduğu sekiz adet gazete baskıya hazır sayfalarını internet ortamına aktarmaya başlamışlardır (Emiroğlu Karahan, 2021:29).

Türkiye interneti 1993 yılında kullanmaya başlamış ve bu kapsamda Türkiye’de çevrimiçi olarak yayın yapan ilk Türk gazetesi, Aralık 1995’te yayın hayatına başlayan Zaman gazetesi olmuştur. Bunu Ekim 1996’da internette yayınlanan ilk dergi olan Aktüel dergisi izlemiştir. 1 Ocak 1997’den itibaren Hürriyet, Milliyet, Cumhuriyet, Sabah ve diğer büyük gazeteler gibi diğer gazeteler de internete üzerinden yayın yapmaya başlamıştır. Sanal platformda yayınlayarak ilk kez çevrimiçi hale getirilen geleneksel basılı medya Aktüel Magazin’dir. Dergi, gazetelerden kısa bir süre önce, Haziran 1995’te Boğaziçi Üniversitesi aracılığıyla çevrimiçi yayına başlamıştır. Bunu Ekim 2005’te çevrimiçi olarak yayınlanan Lemn dergisi izlemiş, Ocak 1996’da sadece internet üzerinden yayınlanan ilk Türk gazetesi Xn (<http://www.xn.com.tr>) yayın hayatına başlamıştır (Karaduman, 2003:145; Aydoğan, 2013:27; Ezgi, 2019:155). Çeşitli gazetelerden alıntılar yaparak yayın yapan sitenin uzun bir ömrü olmamış, 1999’da kapanmıştır. Tüm büyük gazetelerin internete taşınmasıyla orijinalliğini kaybetmiştir. Televizyonların internete taşınma sürecine baktığımızda, gazeteci Mehmet Ali Birand’ın hazırlayıp sunduğu 32. gün programının 1996 yılında bir web sayfası üzerinden internet kullanıcılarına hizmet verdiği görülmektedir. Kanal D TV, ilk televizyon kanalı olmuştur. 12 Haziran 1997 tarihinde internete taşınmıştır. Zamanla ATV, Show, Star ve diğer kanallar da internet aracılığıyla yayın yapmaya başlamışlardır (Çevikel, 2004:150; Yüksel, 2010:48; Narin, 2017:89).

İnternet iletişim teknolojilerinin gelişimi noktasında, geleneksel gazetecilik alanına farklı ve yeni boyutların gelmesini sağlayarak bilginin ulaştırılmak istenen hedef kitleye iletimi noktasında yeni bir alan oluşturmuştur. Buna ek olarak var olan kitle iletişim araçları tarafından üretilen bilginin yayılması kabiliyeti kazandırarak eş zamanlı biçimde bilgi ve enformasyonun yeniden üretildiği bir platforma evrilmiştir (Karaduman, 2003:143).

İnternet gazeteciliği haber içerik üretimi konusunda politik ve ekonomik yapı ile ilişkilendirilmediği durumlarda anlamsız ve yüzeysel kalabilmektedir. Diğer yandan bilgi üretimi ekonomik bir işlev olmakla birlikte bilgi de üretilen bir üründür ve bu kapsamda bilginin üretilmesinde üreten bireyler maddi manevi beklenti içerisine girebilirler. Geleneksel medya ve geleneksel habercilikte beklentiler daha çok maddi beklenti olarak görülürken yeni medya ve internet gazeteciliğindeki beklentiler daha çok manevi beklentilere kaymaktadır (Karaduman ve Akbulutgiller, 2018:13).

2. Haber Sitelerinde Görsel İletişim Tasarım

Görsel tasarımın gelişmesi dünya çapında internetin kullanılmasıyla başlamıştır. Medyanın teknoloji dünyasına geçiş trendini de içine alan görsel tasarımı bir zorunluluk haline getirmiştir. Ana sayfa, okuyucunun gezinmeye devam etmesinde her zaman en büyük önemi taşımış ve okuyucular için haber siteleri çoğunlukla ön planda olmuştur (Dingil, 2015:8). Görsel tasarım, iletişimde kullanılan çeşitli tasarım türlerini içerir. Bu kavram, bazı görsel programlama dili ile ilgili olduğundan, bilgileri iletmek için görsellere bağlıdır. Grafik tasarım ve web arayüzlerinin tasarımında olduğu gibi, formlar tarafından özel olarak belirlenmez (Onursoy, 2013:145).

Görsel iletişime girmeden önce tasarımın gerçekleştirdiği işlev geleneksel medyanın ana rehberi olmuştur. Tasarım, insanların sonraki yeniliklerinin kalitesini iyileştirdiği bir insan etkinliği veya süreci olarak görülmektedir. Tasarım kaçınılmaz olarak planlamayla bağlantılıdır ve aralarındaki fark, planlamanın gerektirdiği deneyim ve bilgi birikimi bir dereceye kadar ilerlemeye ulaştığında, bu faaliyetin planlama değil tasarım olarak adlandırmaya başlanmasıdır (Patrişal, 2012:36). Yeni bir şey bulmak için yaratıcılık ve yenilik içeren birtakım teknik standartlara ve kontrollere tabi olan bir süreçtir olan tasarım Web sitelerinde uygulanmak için araçlar, şekiller, semboller, renkler vb. kullanarak güzel ve tatmin edici bir ürüne ulaşmak için yapılır. Tasarım, bir fikri uygulama sürecidir. Bunları uygulamaya koymak için belirli araçları kullanarak herhangi bir yenilik veya fikir için başarmanın ilk adımınıdır. Tasarımda yaratıcılığın rolü vardır. Fakat bazı genç tasarımcılar bazen tasarımı değiştirmeden ve düzeltmeden hazır tasarımlardan alırlar. Tasarım, tasarımcının hayal gücünde yaratıcı bir formun yaratılması olmalıdır (Barakat, 2021:155).

Görsel tasarımın önemi haber sitelerinin ana şeklienden öncelikli sorumlu olmasıdır. Kurulacak yapının organizasyonu ile ilgili her türlü faaliyeti haber sitelerinde kısaca verir. Görsel tasarım, gerçekleştirdiği işlevle önemli kabul edilir (İzleyici ile iletişim halindedir). Görsel iletişimin cümleleri, metinleri, şekilleri, renkleri, grafikleri, görüntüleri, görsel hareketi ve beyaz alanı içerdiği durumlarda kullanıcıyı tasarımcı tarafından belirtilen belirli bir yere yönlendirir. Bu yerdeki alıcı veya okuyucuya en önemli bilgileri veya mesajı sağlar (Polat, 2020:5).

Tasarımın temelleri, herhangi bir web sitesi tasarım sürecinin dayandığı omurgadır ve tasarım öğelerinin etkili bir çalışma elde etmek için birleştiği yolları kontrol etmek için bir ilişkiler yarası veya bir argüman planıdır. Tasarım sürecinin dayandığı temeller, genel olarak web sitesi tasarımı ve özel olarak elektronik gazete tasarımı ile ilgili olanlar da dahil olmak üzere, farklı tasarımlar için çok veya az farklılık gösterebilir ve sitenin tasarımı belli bir tarz alabilir (Tanyeri, 2004:31).

Tasarımın farklı temelleri, tasarımcı için iki ana hedefe ulaşır, ancak her biri bu temellerin etkisiyle değişen derecelerde elde edilir ve odak noktası çekicilik, dikkat ve boyut kontrolüdür. Bu ilkelerin uygulanma olasılığı haber sitelerinde tasarımın başarısını belirler. Bir kompozisyondaki öğeler arasındaki ilişkiyi düzenlemek için temel tasarım ilkeleri kullanılır. Bir kompozisyon oluştururken, temel tasarım ilkelerinden biri, birkaçı veya hepsi bir arada olabilir. Bu ilkelerden hangisinin kullanılacağı ve hangilerinin üzerinde durulacağı bir tasarım problemidir (Bayraktar, Görür, Cubeiro, Kızıltaş ve Köroğlu, 2012:37). Bu ilkeler aşağıdaki gibidir.

Yalınlık ve Sadelik: Web sitesi tasarımında, site içerisinde okuyucunun gördüğü her şeyin anlaşılır ve kolay olması önemlidir. Web sitesi, görsel bozulmalardan uzaklaşarak ve okuyucunun gözlerini kısıtılarak, hedef kitleye göz atma ve çekme kolaylığı sağlayacak şekilde olmalıdır. Görsel öğeleri ve metinleri netleştirerek ve

anlaşılır hale getirerek tasarımcı, tarayıcıların görsel algısı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu için siteye eklenmesi gerekmeyecek öğelerden ve sık kullanılanlardan uzak durmalıdır. Abartılı renklerin kullanımı, içerikten uzak renklere baktırarak okuyucuların kafasını karıştırır, bu nedenle tasarımda sadelik konusuna ve özellikle anasayfa tasarımında geniş alan ilkesinin kullanımına ağırlık verilmelidir (Muhammet, 2020:485).

Birim: Birlik, bir tasarımın grafik unsurlarını içeren ve tek bir kompozisyonda birleştiren temel unsurdur. Birim, kompozisyonun tüm bileşenlerinin bir bütünlük gibi uyum içinde çalıştığını gösterir. Bu konum, görsel bütünlüğü sağlayan uyumlu bir görsel yapı oluşturur. Gazete tasarımında ve üretiminde bütünlük esastır. Tasarımda formun unsurları uyumlu ve tutarlı bir kompozisyon oluşturmaktır. Estetik açıdan web sitesinin başarısı için en önemli ilkedir (Keş, 2009:85).

Denge: Denge, yapıtı değerlendiren ve gördüğünde bir tür kabullenme ve psikolojik bir duygu uyandıran temel ilkelerden biridir. Denge görsel öğeler arasındaki eşitliktir, böylece okuyuculara ve tarayıcılara görsel öğeler arasındaki adaleti ve eşitliği gösterir. Tasarımda denge, esas olarak web sitesinin nihai çıktısını kimin yaptığına bağlı bir ilkedir. Tasarım sırasında öğelerin dağılımı, öğelerin dağılımındaki eşitlikte tasarımcı için bir planlama sürecidir. Web sitesinin yapısında, esas olarak tasarımcının ve basın bülteninin sahibinin deneyimine bağlıdır (Ay, 2016:13).

Uyum: Uyum bir sanat eserinde güzel bir kompozisyon oluşturmak için öğelerin birbiriyle ahengi anlamına gelir. Bu öğeler uyumlu, estetik olarak göze hoş gelen ve izleyiciye rahatlık veren ve tasarımdaki genel bütünlüğe olumlu bir anlam veren unsurlardır. Öğeler arasındaki uyum renk, desen, boşluklar veya farklı tipografik öğelerin işlevi arasında değişiklikler olabilir. Elektronik gazetede uyumun monoton bir sayfa oluşturduğu yerde tasarımın bileşenlerinde yer alan unsurların tutarsızlığı okuyucunun dikkatini dağıtmakta ve tasarımcının sanatsal beğenisini etkileyerek okuyucuda bir tür gerilim oluşturmaktadır. O halde uyum, web sayfası için önemli bir kavramdır. Tasarımcı, tasarım çalışmasına dahil olan birimleri çekici bir şekilde koordine etme özgürlüğü veren hassas bir anlayışa sahip olmalıdır (Aslan, 2019:85).

Zıtlık ve Benzerlik: Tutarlı ve benzer bir tasarım için planlama yapmak, tasarımcının odak noktasını görünür kılmak için yaptığı işin önemli bir yönüdür. Çok fazla benzerlik sıkıcıdır, ancak benzerlik olmadan önemli unsurlar yoktur ve kontrastsız bir görüntü sakindir. Bu yüzden çözüm, benzerlik ve zıtlık arasında bir denge bulmaktır. Bu, formu bir kalem veya renk kullanarak algılamının temelidir, ancak zıtlık olmadıkça form olmaz (Ebcim, 2013:5).

Web sitesinde gezinme: Tüm web siteleri için görsel tasarım ilkeleri, kullanıcıya kolaylık sağlamak, kullanıcının istek ve fikirlerine uygun tasarımlar sunmak ve sitedeki içeriklere erişim sürecini kolaylaştırmak amaçlanmaktadır. Bu nedenle, web sitesinin bölümleri arasında rahat ve sorunsuz gezinme ilkesi, tarayıcıların aradığını bulma olasılığı için çok önemlidir. Okuyucuların aradıklarına veya okuduklarına erişmeleri ne kadar kolaysa, gazetenin yapısının genel tasarımını ayırt etmeye de o kadar yardımcı olur. İdeal olarak, kitlelerin bilgi düzeyinin ve kültürel hiyerarşisinin farkında olan bir tasarım, ziyaretçiye her zaman gezinme ve web sitelerinin içeriğine erişme yeteneği sağlar. Bundan sonra nereye tıklayacağımızı yoğun bir şekilde düşünmek gerekli değildir, ancak en önemli şey A noktasından B noktasına geçmenin mümkün olduğunca dikkat dağıtıcı ve karışıklıktan uzak, net ve kolay olmasıdır (Omari ve Ayadat, 2015:4).

Ritim: Tasarım öğelerinin ritmi ve tekrarı veya ardışıklığı, tasarım öğeleri arasındaki farklardır. Ritim, desen ve doku oluşturarak tasarım etkisinin sürekliliğini sağlamaktır. Ritim önemli bir tasarım öğesidir, işlevlerinden biri de izleyicinin dikkatini çekmek ve konuya yönlendirmektir. Ritim birkaç yolla elde edilebilir; algının yönü, okuyucunun dikkatini dağıtmayacak ve gazete ile sürekli temasını sağlayacak şekilde düzenlenmelidir. Görsel öğelerdeki tutarlılığın güzelliğinin özelliklerinden biri, düzenli periyodik tekrarlarla net bir zihinsel hareketin varlığıdır ki bu da tasarım uzmanlarının tonlama ve ritim olarak bildikleri şeydir. Bir grup öğenin belirli bir desene ve ayrıntılı özelliklere göre düzenlenebilmesi için öğeler arasında ortak bir özelliğin veya ortak bir boyutun bulunması gerekliliğini vurgular. Aynı gruptan kalmasına rağmen her öğenin kendi benzersizliğini korumasını sağlar ve bu ortak özellikler boyut ve şekildir (Bıyık, 2007:83).

Oran Orantı: Oran, elektronik gazetelerin tasarımında önemli ilkelerden biridir ve anlaşılması en kolay olanıdır. Basitçe söylemek gerekirse, öğelerin birbirine göre boyutunu belirlemektir. Orantılılık, tasarımda neyin önemli olduğunu ve neyin daha az önemli olduğunu ifade eder. Daha büyük elemanlar en önemlileridir

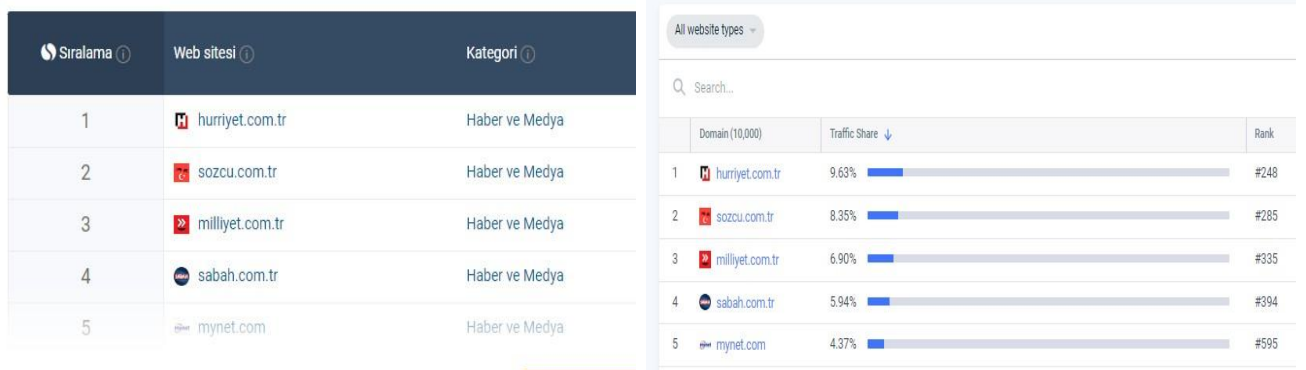
ve daha küçük elemanlar daha az önemli olanlardır. Küçük tür ve büyük resimler arasındaki görelî farklar, site politikası için bir sitedeki en önemli öğeleri açıkça tanımlar. Orantılılığın iki unsur veya daha fazla şey arasındaki ilişkiyi bulmaya çalıştığı, böylece orantılılığın elektronik sayfada kullanılan açılar açısından boyutların tutarlılığına katkıda bulunan bir unsur olduğu durumlarda, basın metninin köşelerinin tasarımına katkı sağlayan unsurları kullanabilme özelliğinin yanı sıra, metinlerin harflerinin boyutlarında orantılılık dahil olmak üzere çeşitli orantılılık biçimleri vardır. Orantılılığın rolü, internet haberciliği tanıtımında kullanılan metnin harfleri arasındaki dengeden gelir. Sunulan elektronik ortam içeriklerinin sorunsuz bir şekilde görüntülenebilmesi için alt başlıklarda kullanılmasının yanı sıra, elektronik sayfa içerisinde kullanılan basın sütunlarının boyutlarının tutarlılığı ile ifade edilmektedir (Coşgun Ovalı, 2021:18).

Görsel Hiyerarşi, Hakimiyet ve Odaklanma: Bu ilke, görsel tasarım öğelerinin hiyerarşisini ve yayınlanan haber makalesini içerir. Her web sitesi veya elektronik gazetenin, sorumlu tasarımcı aracılığıyla gazetenin denetçileri veya teknik yöneticileri tarafından belirlenen özel yönergeleri ve politikaları vardır. Dizgi ister yerel ister uluslararası bir izleyici olsun, izleyicinin kültürüne uyacak şekilde, yönlendirildiği izleyiciye göredir. Bu dizgi, okuyucuyu her bir öğeye yönlendiren öğelere dayalı sıralı öncelikleri seçer. Tür ve görseller en önemliden en az önemliye doğru ifade edilmelidir. Hakimiyet, değişen boyut, konum, renk, desen veya şekil ile kurulur. Tasarımın odak noktası, bütünü birliğinden ödün vermeden, hacim ve kontrast ile tasarıma hâkim olmalıdır (Şen, 2018:777).

3. Türk Haber Sitelerinin (Hürriyet.com ve Sözcü.com) Tasarım Analizi

Türkiye’de internet haberciliği alanında gazetecilik sektöründe faaliyet gösteren ve tıklanma sayısı açısından en çok ziyaret edilen iki haber sitesinin (hürriyet.com ve sözcü.com) web sayfalarının temel tasarım ilkeleri açısından incelenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada haber sitelerinin tasarım ilkelerine göre uygun ve uygun olmayan kısımları belirlenmeye çalışılmıştır. Haber sitesi okuyucularının tercihleri ile bu sitelerin sayfalarının tasarım ilkelerine uygunluğunun belirlenmesi ve yeni oluşturulacak siteler için veya mevcut sitelerin kendilerini değerlendirebilmelerine olanak sağlayabileceği için önem arz etmektedir.

Çalışmanın evrenini Türkiye’de internet haberciliği alanında faaliyet gösteren tüm web siteleri oluşturmaktadır. Ancak amaçlı örneklem tercih edilerek, okuyucular tarafından en çok tıklanan yani en çok okunan iki çevrimiçi haber sitesi örneklem içerisine dahil edilmiştir. Haber kategorisinde Türkiye’de en çok okunan haber sitelerinin tespiti için similar.web verilerinden faydalanılmıştır. 18.05.2022 tarihinde similar.web sitesinde yapılan sorgulamada aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.



Sıralama	Web sitesi	Kategori
1	hurriyet.com.tr	Haber ve Medya
2	sozcu.com.tr	Haber ve Medya
3	milliyet.com.tr	Haber ve Medya
4	sabah.com.tr	Haber ve Medya
5	mynet.com	Haber ve Medya

Domain (10,000)	Traffic Share	Rank
hurriyet.com.tr	9.63%	#248
sozcu.com.tr	8.35%	#285
milliyet.com.tr	6.90%	#335
sabah.com.tr	5.94%	#394
mynet.com	4.37%	#595

http: www.similarweb.com

Resim 1: Türkiye’de en çok tıklanan çevrimiçi haber siteleri

Resim 1 web trafiği açısından incelendiğinde, Türkiye’de internet üzerinden haber kategorisi dalında yayın yapan çok fazla haber sitesi olmasına rağmen hurriyet.com ve sozcu.com web trafiğinin yaklaşık %18’ine sahip olduğu görülmektedir. Neredeyse her beş kişiden biri bu iki gazeteden birini okuyor denilebilir.

Çalışmada internet haberciliği kategorisinde faaliyette bulunan gazetelerin web sayfalarının tasarım ilkelerine uygunluğunu belirlemek için içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi temelde tekrarlanabilir ve geçerli anlamlar ortaya koymayı hedefleyen bir araştırma tekniğidir. Araştırmacının kendi içgörüsünü de dahil

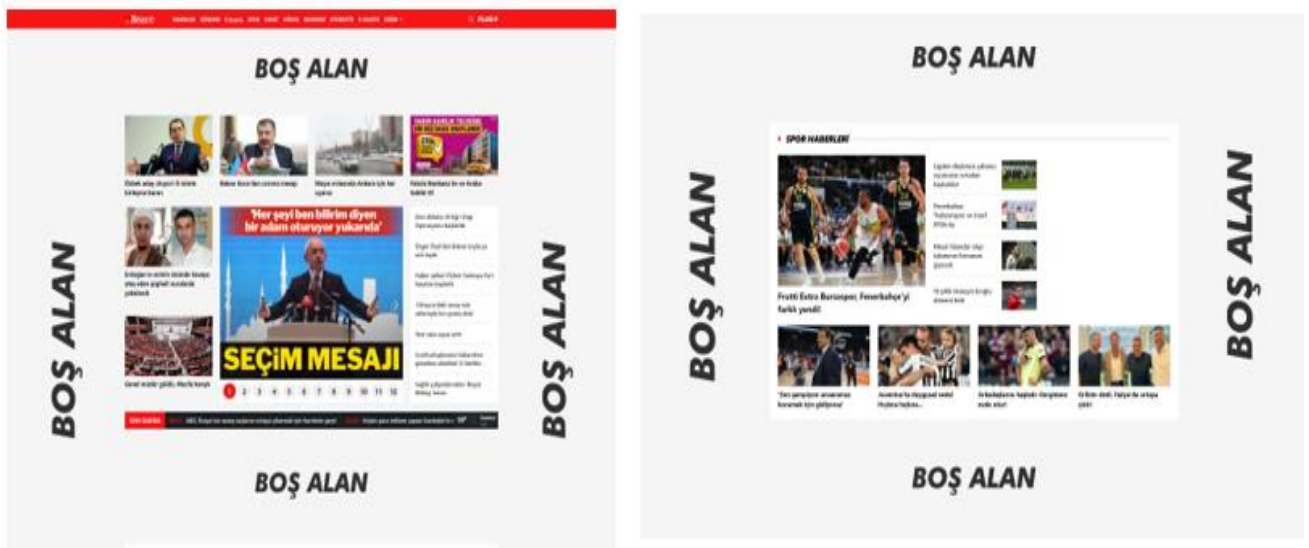
ettiği bir yöntem olan bu teknikte konu da temel ve önemli bir değişkendir. Gösterdiği bu temel çeşitliliğe rağmen bilimsel bir yöntem olarak kabul edilen bu yöntemin sonuçlarının güvenilir olması ve verilerin yorumlanabilmesi teknik açıdan önem taşımaktadır. İçerik analizi, temelde bir tasnif işlevi barındırmakta ve yapılandırma açısından bir bölümlenme ve sınıflandırma işleminden ayrılmaktadır.

Araştırmada kategoriler oluşturulurken temel web tasarım kategorileri olarak belirlenen “yalınlık, tutarlılık, açıklık, denge, vurgu, ritim, uyum, oran-orantı, görsel hiyerarşi, tipografi ve renk kullanımı ve imge kullanımı” değişkenleri dikkate alınmış ve bu ilkelere göre yapılan değerlendirmeler iki haber sitesi için karşılaştırma olanağı sağlayacak şekilde değerlendirilmiştir. Tasarım ilkelerinin her biri için ayrı ayrı olarak yapılan değerlendirmeler aşağıda başlıklar halinde sunulmuştur.

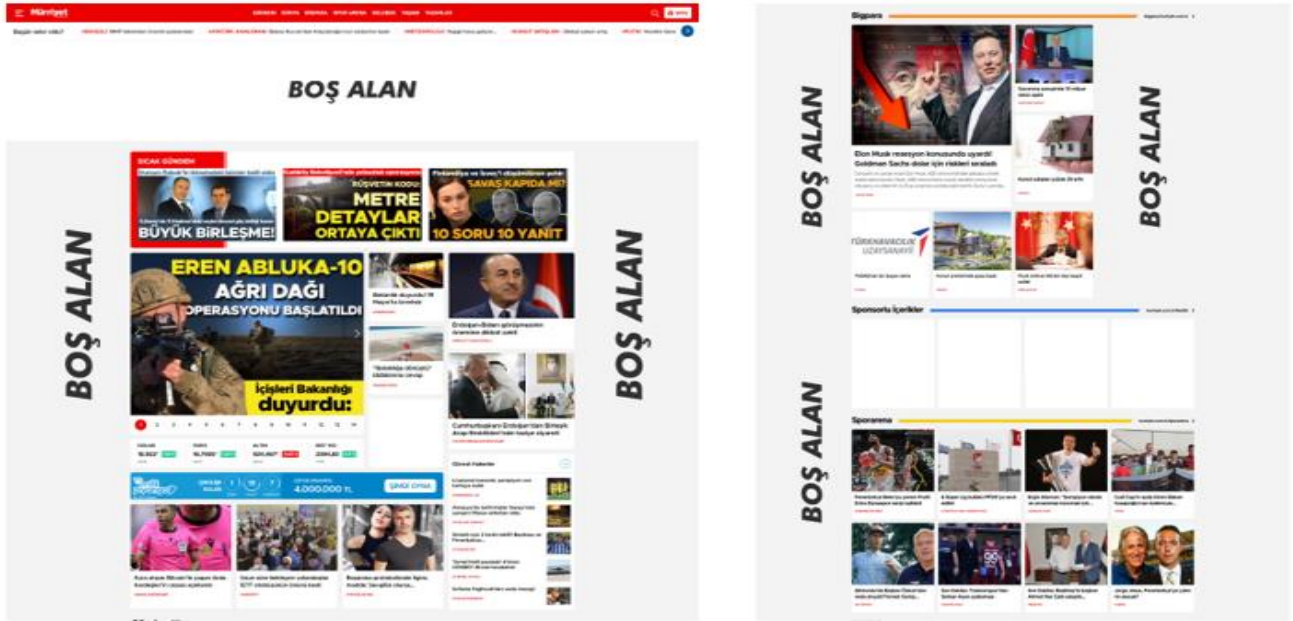
3.1. Yalınlık ve Sadelik

Yalınlık ve Sadelik, herhangi bir tasarımda öğelerin kullanımının azaltılması, rafine edilmesi ve saflaştırılması esasına dayanan ilkesidir. Herhangi bir tasarımcının nihai amacı, bu izlenimin kalıcı olmasını umarak bir izlenim yaratmaktır. Tasarım bu amaca ulaşmayı başarır, belirli bir mesajı iletme veya iletme hedefine ulaşacaktır. Tasarımda çoğu zaman genel olarak öğelerde sadeliği seçmek tasarımın da daha iyi görünmesini sağlar. İletişimin olabildiğince net olmasını sağlamak için ve tasarımda denge ve etki yaratmak için kullanılır.

Resim 2 ve 3’te görüldüğü gibi Hürriyet.com ve Sözcü.com görsel tasarım ilkeleri açısından sadelik ilkesine göre karşılaştırıldığında iki web sayfasında da öğelerin anlaşılır bir şekilde yerleştirildiği ancak boşlukların dağılımında ve aralarındaki geniş boşluk ilkesinin uygulanmasında farklılıkları olduğu görülmektedir. Hürriyet gazetesi, sadelik ve boşlukların görünümü açısından Sözcü gazetesine göre daha iyi görünmektedir. Sözcü.com sayfasının ise daha anlaşılır, okuyucular için daha kolay ve daha sade olduğu görülmektedir.



Resim 2: Sözcü gazetesi sayfa örnekleri



Resim 3: Hürriyet gazetesi sayfa örnekleri

3.2. Birim



Resim 4: Hürriyet gazetesi sayfa örnekleri

Resim 4'te Hürriyet gazetesinde bir birim oluşturmak için daha fazla oluşum olduğu görülmektedir. Hürriyet gazetesinin odaklandığı konu, çok renkli, resim ve yazı tipi kullanımı daha dolu ve daha doygun birimler oluşturmanın yanı sıra resimleri birbiriyle birleştirerek ve bunlara metin ekleyerek okuyucuların ilgisini çekmektir.

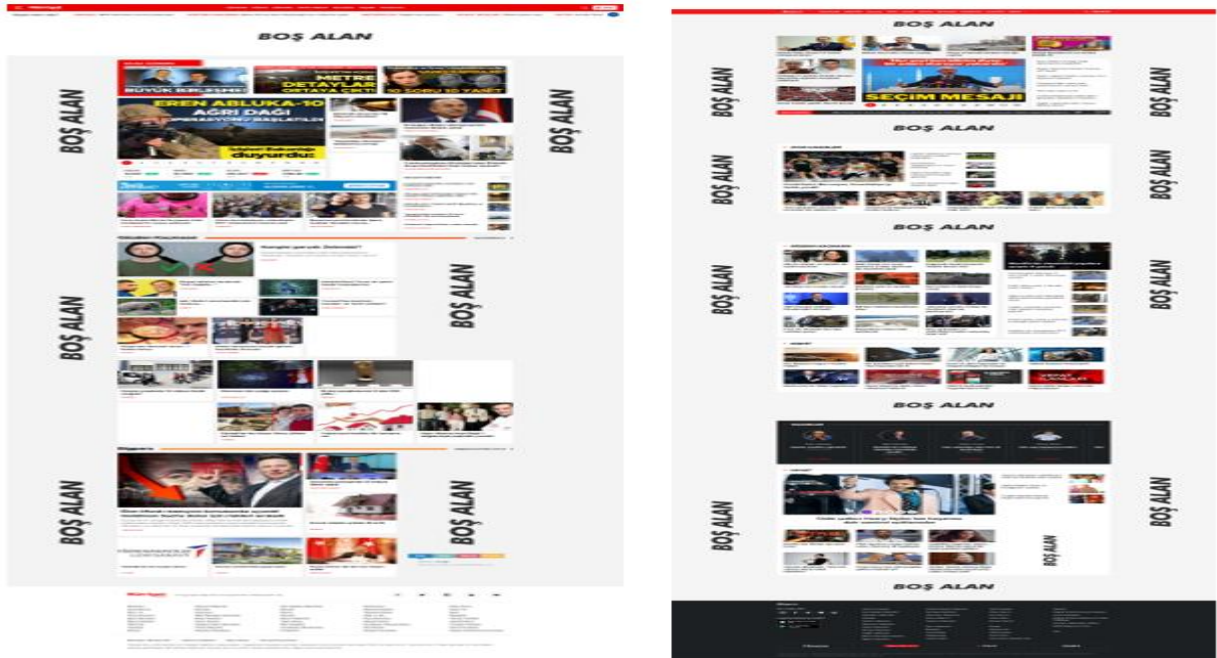


Resim 5: Sözcü gazetesi sayfa örnekleri

Resim 5'te Sözcü.com web sayfasında da birimin önemsendiği görülmektedir ve bu unsurları abartmadan birbirine bağlamaya çalışan bir görünümde olduğu görülmektedir. Bu gazetede birimlerin bileşimi basitlik ilkesine dayanmaktadır. Bu sayfadaki uyum daha çok birimlerin kolay birleştirilmesi ve birbirine bağlanmasından kaynaklanmaktadır.

İki gazete için de renk birliği incelendiğinde Sözcü.com'un sayfasının Hürriyet.com'a göre daha iyi olduğu görülmektedir. Gazete, iki renk sayfanın kimliğini temsil ettiğinden, kırmızı ve siyah renk biriminin kullanımına dayandığından, renk birliği açısından Sözcü.com'un sayfasının daha uyumlu olduğu görülmektedir. Sözcü.com gazetesi, sayfalarında bu iki özel rengin kullanımına özen gösterdiği görülmektedir. Bu durumun, sayfayı ziyaret edenlerde kolayca silinemeyecek bir zihinsel imaj oluşturmaları beklenir.

3.3. Denge



Resim 6: Sözcü (solda) ve Hürriyet (sağda) sayfa örnekleri

Resim 6'da Sözcü.com ve Hürriyet.com sayfaları denge açısından analiz edilmiştir. İki sayfada tutarsızlıklar olduğu için sayfa içindeki parçaların ve grafik öğelerin dağılımı açısından tam bir simetri olmadığı görülmektedir. Sözcü'nün sayfalarında kullanılan öğelerin dengesi, özellikle boyut açısından Hürriyet'e göre daha orantılıdır. Görüntünün boyutu, şekil içinde dengelenir. Boyut tutarsızlıklarının olduğu Hürriyet sayfası ve sayfanın ortasında boşluk bulunması ana sayfanın genel görünümünün dengesini büyük ölçüde etkiler. Bir de içindeki yazı karakteri ve boyutları okuyucu ile site arasındaki görsel iletişimi olumsuz etkilemektedir.

3.4. Uyum

Resim 4 ve 5'te iki web sitesindeki uyumla ilgili analiz yapılmıştır. Tüm görsel öğeler arasında uyumlu bir tasarım ile karakterize edilen 'uyumun' Sözcü gazetesinde Hürriyet'e göre daha iyi olduğu söylenebilir. Öğeler arasındaki bağlantı, mükemmel, hatalardan ve bolluktan arınmış, sadelik ile karakterize edilmiştir. Öte yandan, Hürriyet'in web sayfasının öğeleri arasındaki ilişkinin, yazı tipi seçimi, görselleri, renklerin çokluğu ve okuyucunun kafasını karıştıran diğer grafik öğelerin yanı sıra aradaki fark açısından da Sözcü'ye göre zayıf olduğu söylenebilir. Ayrıca boyutlarda, özellikle yazı tiplerinin boyutu ve şekli arasındaki fark başka bir eksiklik olarak görülmektedir.

3.5. Zıtlık ve Benzerlik



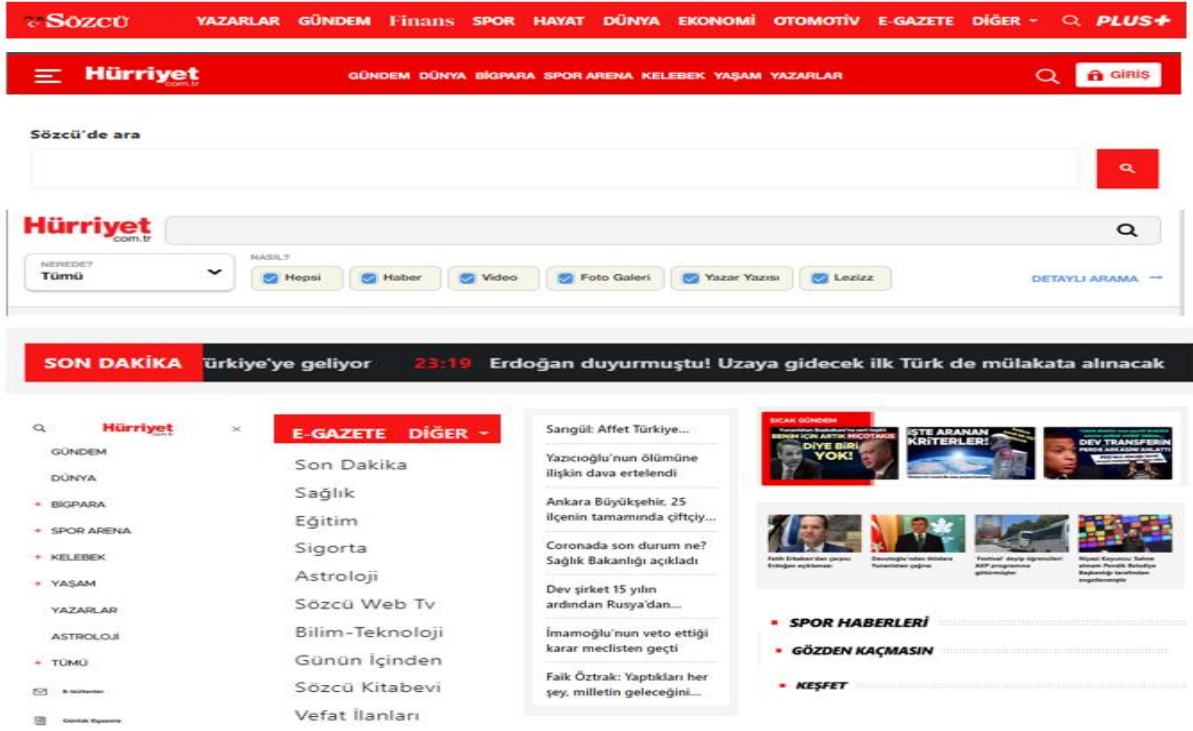
Resim 7: Hürriyet (solda) ve Sözcü (sağda) sayfa örnekleri

İki siteyi incelerken, Hürriyet sitesinin tasarım öğelerinin ortak paydalara ve yakın özelliklere sahip olduğu ve kontrastın temeli olan bazı öğelerin birbirinden ayrılmasını sağladığı görülmektedir. Sitede zıtlığın doğru kullanımı, okuyucunun gözünü tasarımcının yönlendirmek istediği yere çekebilmektedir.

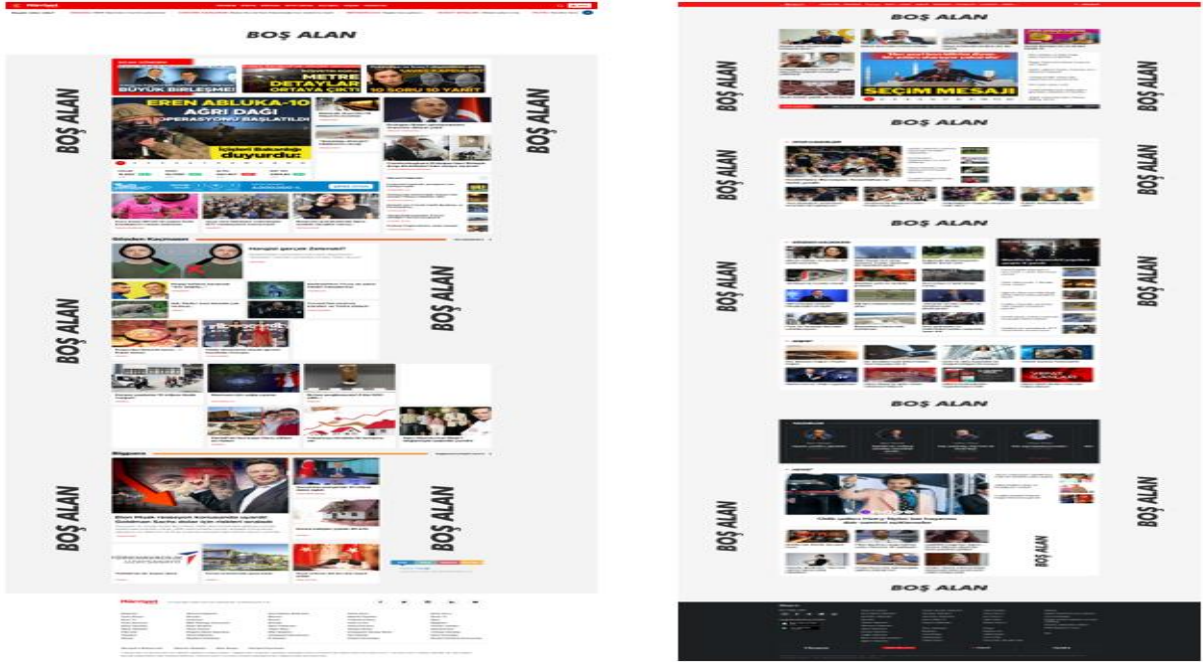
Sözcü sitesinde ortak özelliklerin, önemli kısımlara odaklanma ve okuyucuları cezbedecek şekilde açıklamalarıyla karakterize edildiği görülmektedir. Farklı renklerde tek bir bantla son dakika haberlerine odaklanmayı sağladığı görülmektedir. İkonların, renklerin ve şekillerin kullanımında da bir tutarlılık vardır. Onları daha fazla vurgulamak için koyu renklere daha fazla dayanan kısımlar ve durumu netleştirmek için açık renklere dayanan diğer kısımlar bulunmaktadır. Koyu kısımlarını ayırt eder ve onlardan ayırır. Sözcü'deki tasarım, anında ve güçlü bir görsel mesaj veren kontrast ilkesi kullanılarak oluşturulmuştur. Zıtlık kavramını güçlendirecek şekilde geometrik şekiller, harf şekilleri, arka planlar gibi unsurların cesurca kullanıldığı ve bu kavramı daha da geliştiren şeyin kırmızı ve siyah renklerin kullanımının olduğu görülmektedir.

3.5. Web Sitede Gezinme

Adres çubuğu, arama araçları, son dakika haber çubuğu, adres çubuğundan açılan listeler, ayrıntılı arama özelliği ve okuyucuların aradıkları şeye oldukça kolay ve yanıltıcı olmadan ulaşmalarına yardımcı olan diğer araçlardır. Bunlar ziyaretçilerin sitede geçirecekleri süreleri artmasını sağlar. Erişim ne kadar kolaysa, yeni okuyucuları o kadar çok siteye çekecektir.



Resim 8: Hürriyet ve Sözcü sayfa örnekleri



Resim 9: Hürriyet (solda) ve Sözcü (sağda) sayfa örnekleri

Okuyucuların aradığı şeylere kolay erişim imkanının her iki sitede de olduğu görülmektedir. Hürriyet web sitesindeki ve Sözcü web sitesindeki bölümler, okuyucuların bunu yapmasını kolaylaştıracak şekilde düzenlenmiştir.

3.6. Ritim

Resim 9’da iki site analiz edildikten sonra görsel unsurlar arasındaki ritim ve uyum açısından iki sitenin uyumlu olduğu görülmüştür. Hürriyet web sitesi, birçok renk ve farklı yazı tipine dayanmasına rağmen, genel şekli basit de olsa uyum içermektedir. Hürriyet gazetesi, sayfanın tasarımında, içindeki birimlerin şekil, boyut bakımından farklılık göstermekte, birbirine benzer olması ile karakterize edilen yani monoton olmayan özel bir ritim türüne dayandığı görülmektedir. Renkleri tasarımcının sanatsal zevkine ve site ziyaretçilerinden gelen tepkiye dayanmaktadır.

Sözcü’nün yerinde ise ana formda ritimdeki uyumun giderek daha belirgin hale geldiği görülmektedir. Ritmik ve serbest ritim ilkesine uygun olduğu ve birimlerinin şekil ve boyut olarak da çok benzer olduğu görülmektedir. Tasarımında kurum kimliğini yansıtan renklere bağlı kalmak zorunda olduğu görülmektedir.

3.7. Oran Orantı

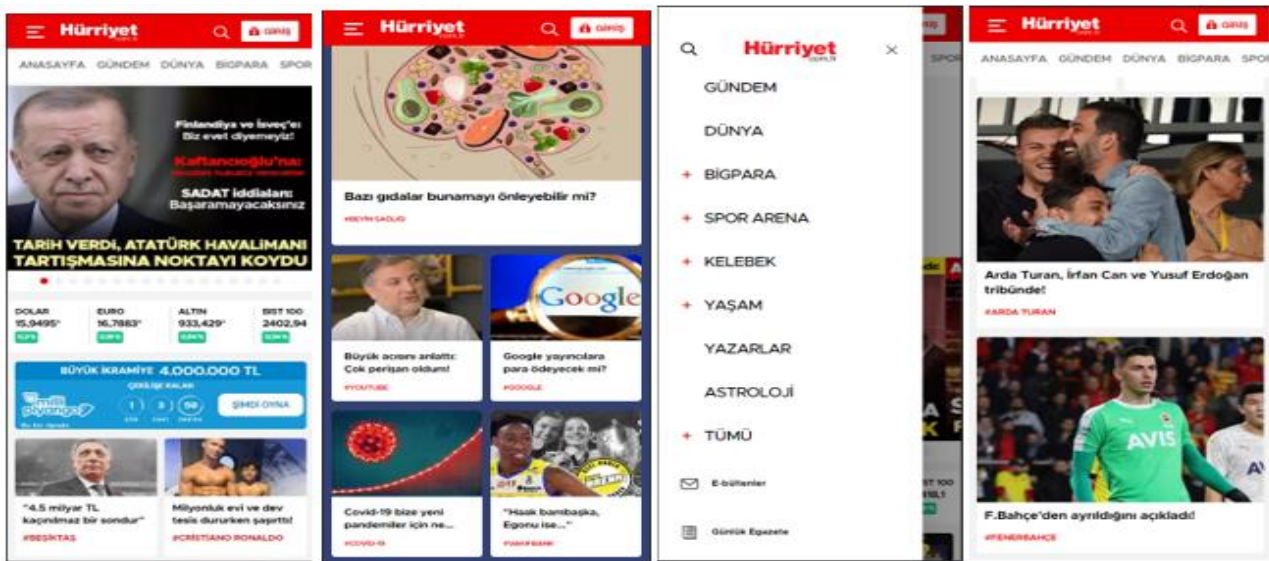
Resim 10-11 incelendiğinde Hürriyet web sitesinin Sözcü web sitesinden oran ve orantı açısından daha uyumlu olduğu görülmektedir. Hürriyet sayfası mobil ekranda görüntülediğinde ekran boyutundaki görüntüde tutarlılığını uygunluğunu ve okuyucu gözüne uygunluğu görülmektedir. Yazı tipi boyutu, resim ve boşluk tüm bunlar siteyi daha fazla ziyaretçi yapar ve diğer sitelerin önüne geçirir. Sitenin yapısı ve düzeni de çok önemli olduğu için bilgisayar dışındaki ekranlarda da sitenin görüntülenebilmesi, site içindeki bölümlerin dağılımının uygun olduğunu gösterir.

3.8. Görsel Hiyerarşi, Hakimiyet ve Odaklanma

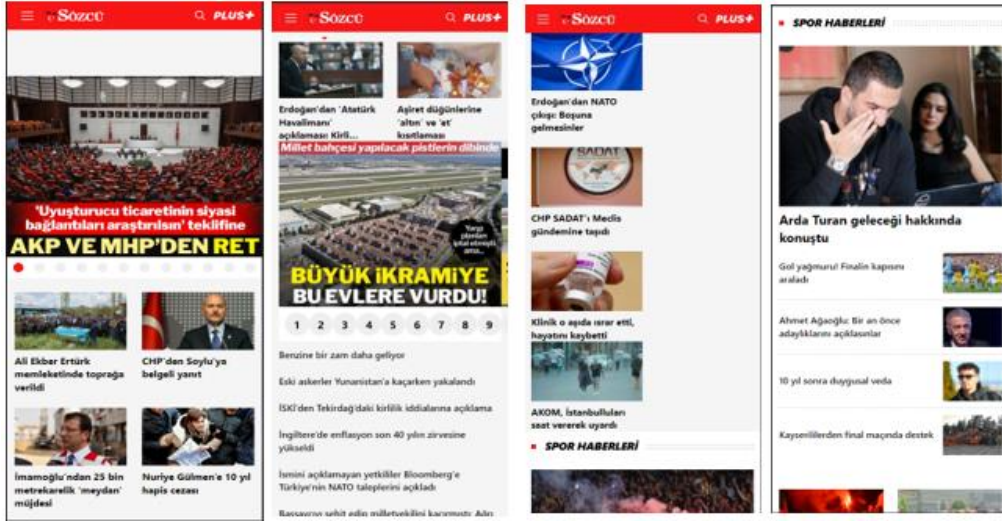
Resim 9’da Hürriyet ve Sözcü sitelerinin analizinde okuyucular için önceliklerin önem ve hiyerarşi açısından yukarıdan aşağıya tatmin edici bir şekilde dağıtıldığı görülmektedir. Önemli haberler kaydırıcı bölümünde olup görüntü ve günlük sıraya göre bir haberden diğerine geçiş yapılabilir.

Önemsiz haberler genellikle okuyucuların daha az bilgi sahibi olduğu bölümlerde yer alır. Okuyucuların gezinti yollarını belirleyen ve onları site içinde istediklerine ulaşmak için yönlendiren önemli kısımlar üzerinde açık bir hâkimiyetin varlığı görülmektedir.

Bu sitelerin kurumda çalışan uzman bir ekip tarafından yıl boyunca periyodik olarak sürekli ve uygun bir gelişim içerisinde olması farkını görebilmek için sayfanın tasarımına ve iki yıl veya daha uzun süredir gelişimine bakarak zayıflıklara ve hatalara ilişkin yüzdeleri ölçülebilir. Her iki gazetenin de iki yıl önceki sayfaları incelendiğinde iyileştirmelerin olduğu görülmektedir.



Resim 10: Hürriyet sayfa örnekleri



Resim 11: Sözcü sayfa örnekleri

Görsel tasarım ilkelerine göre yapılan tüm analizler için aşağıdaki tablo oluşturulmuştur.

Tablo 1: Hürriyet ve Sözcü Gazetesinin Tasarım İlkeleri Açısından Genel Değerlendirmesi Tablosu

İlke	Karşılaştırma Kriterleri	Hürriyet.com	Sözcü.com
Yalnlık Sadelik	Web sitesi içerisinde öğelerin açık ve kolay bir şekilde dağıtılması.	Uyumlu	Uyumlu
	Web sitesi tasarımında Boşluk ve aralık kullanılmıştır.	Uyumlu	Uyumlu
	Grafik tasarım öğelerinin site içerisinde basit bir şekilde dağıtılması.	Uyumlu	Uyumlu
	Grafik öğeler arasındaki görsel uyumluluk okuyucular için göz ve görsel algısına uyacak şekilde uyum sağlanması.	Uyumsuz	Uyumlu
Birim	Site içerisinde yer alan figür ve görsel arasındaki ilişki ile ünitenin oluşturulması	Uyumlu	Uyumlu
	Web sitesinde renk bütünlüğü	Uyumsuz	Uyumlu
	Birimin site başarısına estetik açıdan katkısı	Uyumlu	Uyumlu
	Web sitesinde kullanılan yazı karakterin birimi	Uyumsuz	Uyumlu
Denge	Web sitesi içindeki ana tasarımı oluşturan tüm görsel ve grafik öğeleri arasında denge bulunması.	Uyumsuz	Uyumlu
	Görsel alanlardaki çoklu eksenleri dikkate alarak dengenin sağlanması.	Uyumlu	Uyumlu
Uyum	Ana sayfa tasarımındaki öğelerin arasında uyum bulunması.	Uyumsuz	Uyumlu
	Haber görselindeki metin, resim ve grafik öğelerin arasında uyum bulunması.	Uyumsuz	Uyumlu
	Web sitesinde içerisinde yer alan öğelerin boyut ve şekil uyumu.	Uyumsuz	Uyumlu
Zıtlık ve Benzerlik	Web sitesinin birden fazla bölümünde öğeler arasında zıtlık ve benzerlik bulunması.	Uyumlu	Uyumlu
Web'de Gezinme	Okurlar site içerisinde ulaşmak istediklerine kolay ve hızlı bir şekilde hareket özgürlüğü ile ulaşabilmektedir.	Uyumlu	Uyumlu
Ritim	Web sitesinin görsel unsurları arasında ana sayfada ahenkli bir ritim vardır.	Uyumlu	Uyumlu
Oran orantı	Görsel öğelerin boyutları site içindeki dağılımları ile belli bir oran vardır.	Uyumlu	Uyumlu
	Site tasarımı, bilgisayar dışındaki diğer ekranlarda görüntülendiğindeki uygulaması.	Uyumlu	Uyumsuz

Karaaslan, 2017'den uyarlanmıştır.

Tablo-1 incelendiğinde Sözcü gazetesinin genel itibariyle birçok ilkeyi uygun bir biçimde uyguladığı görülmektedir. Hürriyet gazetesinin ise sekiz tasarım ilkesi kriterine uygun olmadığı görülmektedir.

Sonuç

Teknolojinin birçok alanda çok hızlı geliştiği günümüzde iletişim teknolojilerinde de önemli gelişmeler olmuştur. Teknolojideki değişimden dolayı habere ulaşma, haber üretimi ve haberlerin yayılmasında da geleneksel medyanın dışına çıkılarak yeni medya araçları kullanılmaya başlanmıştır. Haber ihtiyacını karşılamak isteyenlerin bugün geleneksel haber araçları yerine yeni medya araçlarını daha çok takip etmeye başladıkları bilinmektedir. Yeni medya araçlarının ana tetikleyicisi olan internet sayesinde habere erişmek, haber üretmek ve haberi yaymak ve en önemlisi de bunların anlık olarak yapılabilmesi mümkün hale gelmiştir. Bu yüzden internet tabanlı olarak haber yayımı yapan gazetelerin web sitelerine odaklanmaları önemli bir faaliyet konusu olmaya başlamıştır.

Bu çalışmada internet üzerinden haber sunumu yapan gazetelerin web sitelerinin tasarım ilkelerine uygunluğunun olup olmadığı veya ne düzeyde olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Hürriyet ve Sözcü'nün web sayfalarında öğelerin kullanımı ve dağılımında tutarlı oldukları, site tasarımında kontrast, boşluk ve geniş alan kullanımının yanı sıra grafik tasarım öğelerinin basit dağıtımı açısından gayet iyi oldukları görülmüştür.

Tasarımın ikinci ilkesi olan bütünlükle ilgili olarak, iki haber sitesinin sayfalarında bazı noktalarda benzerlikler varken bazı noktalarda ise farklılıklar olduğu görülmüştür. İki sayfa, birimi oluşturan grafik öğeleri arasındaki karşılıklı ilişkide ve birliğin web sitesinin başarısına ulaşmasına katkıda bulunmaya çalışmıştır.

Denge ilkesi ile ilgili olarak, Hürriyet sitesinin Sözcü sitesine göre dengesiz olduğu, farkın sayfa içindeki öğenin boyutunun dağılımında olduğu ayrıca denge ilkesi açısından genel şekle uymayan boyutlarda elemanların bulunmasından dolayı daha uyumsuz görüldüğü ortaya konmuştur.

Hürriyet'te renklerin ve çizgilerin tekrarı sonucunda öğeler arasında uyum yoktur, bu da okuyucunun dikkatini dağıtır. Sözcü sayfasına gelince uyum ilkesi bakımından daha uyumlu ve ahenkli bir yapıya sahip olduğu söylenebilir. Öğeler arasındaki örtüşme basit, kolay ve komplikasyonsuz görünmektedir.

Karşıtlık ve benzerlik konusunda her iki gazetenin de tasarım ilkelerine uyum açısından iyi seviyede ya da olumlu olarak değerlendirilebilir. Sitede gezinme konusunda her iki gazetenin de sayfalarında okuyucuların aradıklarını kolaylıkla bulabilecekleri şekilde olduğu görülmektedir. Aynı durum uyum ilkesi için de geçerlidir.

Oran ve orantı ilkesi ile ilgili olarak, Hürriyet sitesi ve Sözcü sitesi, site içindeki dağılımları ile belirli unsurların boyutları açısından orantılı olduğu söylenebilir. Görsel hiyerarşi, hakimiyet ve odaklanma ile ilgili son ilkede, her iki gazetenin de uyumlu olduğu söylenebilir.

Sonuç olarak, Sözcü haber sitesinin Hürriyet sitesine göre çoğu noktada daha uyumlu olduğu görülmektedir. Sitenin ilke ve temellere dayalı tasarımı, iyi kullanım ile okuyucular için çekici bir form oluşturmuş ve okuyucu sayısının artmasına yardımcı olmuştur. Hurriyet.com ve Sozcu.com incelendiğinde, Sözcü web sitesinin Hürriyet web sitesine göre daha fazla okuyucu dostu olduğu söylenebilir.

Web sitelerinin tasarımının kurum personeli ve içlerindeki tasarımdan sorumlu ekip tarafından temellere, çalışmalara ve planlara göre yapılmasının sağlanması önemlidir. Sanatsal zevk tek başına yeterli değildir, okuyucuların tepkisine bağlı olarak sürekli olarak iyileştirmeler yapılmalıdır.

Kaynakça | References

- Aslan, A. (2019). Web tasarımında renkler: Okunabilirlik, uyum ve örnek bir web site tasarımı (Master's thesis, Eğitim Bilimleri Enstitüsü).
- Ay, R., (2016), “Görsel İletişim Tasarımında Dijital Yayıncılık”, Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Aydoğan, D. (2013). Türkiye’de Dijital Gazetecilik: Habertürk ve Hürriyet Gazeteleri Örneği. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 3(3), 26-40.
- Aydoğan, F. ve Kırık, A. M. (2012). Alternatif Medya Olarak Yeni Medya. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(18), 58-69.
- Barakat, D. (2021). Tasarımın Temelleri ve İnsan Enerjisiyle İlişkisi. *Sanat Eğitimi ve Sanatta Araştırma*, 21(1), 153-164 .
- Bardoel, J. (2002). The Internet, Journalism and Public Communication Policies. *Gazette (Leiden, Netherlands)*, 64(5), 501-511.
- Bayraktar, N., Görer Tamer, N., Cubeiro, A. Y. Ş. E., Ceylan Kızıltaş, A., & Armatlı Köroğlu, B. (2012). Görsel Eğitimde Yaratıcılık ve Temel Tasarım, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Bennett, W. L. (2003). New Media Power: The Internet and Global Activism. *Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World*, 17, 37.
- Bıyık, A. (2007). Yazılı Basında Görsel Unsurların Haber Dizaynındaki Önemi. Basılmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Bulunmaz, B. (2011). İnternet Gazeteciliğinin Medya Dünyası İçindeki Rolü ve Ekonomik Boyutları. *Marmara İletişim Dergisi*(18), 27-46.
- Cain, N. ve Gradar, M. (2010). Electronic Media Use And Sleep in School-Aged Children and Adolescents: A Review. *Sleep medicine*, 11(8), 735-742.
- Çevikel, T. (2004). Türkçe Haber Siteleri ve Türkiye’de İnternet Gazeteciliğinin Gelişimini Sınırlayan Faktörler, *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*(1).
- Coşgun Ovalı, B. (2021). Güzel Sanatlar Fakültelerinin Web Siteleri Üzerine Bir İnceleme: Ege Bölgesi Üniversiteleri Örneği Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Dedeoğlu, G. (2016). Teknoloji, İletişim, Yeni Medya ve Etik. *İstanbul: Sentez Yayıncılık*.
- Díaz Noci, J. (2013). A History of Journalism on The İnternet: A State of The Art and Some Methodological Trends. *RIHC: Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, 1 (1), 253-272.
- Dingil, A. E. (2015). Türkçe Haber Siteleri Tasarımları ve Görsel Kullanımı. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1(1), 250- 261.
- Ebcim, A. (2013). Zıtlık Kavramının Sanatın Araç Olarak Kullanımıyla Heykel Sanatında Sorgulanması, Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Mersin.
- Emiroğlu Karahan, S. (2021). Dönüşen İletişim Teknolojilerinin Haber Üretim Süreci ve Gazetecilik Mesleğine Etkileri. *Akademik Açı*, 1(2), 5-43.
- Ezgi, A. (2019). Yeni Bir Haber Mecrası Olarak İnternet Gazeteciliği: Facebook ve Twitter Kullanımları Üzerine Bir Araştırma. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5(2), 153-175.

- Flew, T. (2007). *New Media: An Introduction*: Oxford: Oxford University Press.
- Fortunati, L., Sarrica, M., O'Sullivan, J., Balcytiene, A., Harro-Loit, H., Macgregor, P., Roussou, N., Salaverría, R. ve De Luca, F. (2009). The Influence of The Internet on European Journalism. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 928-963.
- George, C. (2006). *Contentious Journalism and The Internet: Towards Democratic Discourse in Malaysia and Singapore*: NUS Press.
- Greenberg, J., Koole, S. L. ve Pyszczynski, T. A. (2004). *Handbook of Experimental Existential Psychology*: Guilford Press.
- Hansen, M. B. N. (2004). *New Philosophy For New Media*: MIT press.
- Jackson, M. H. (1997). Assessing The Structure of Communication on The World Wide Web. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3(1), JCMC311.
- Karaduman, M. (2003). İnternet ve Gazetecilik. Yeni İletişim Teknolojileri.
- Karaduman, M. ve Akbulutgiller, B. (2018). İnternet gazeteciliği ve Haber Söylemi: Reina Saldırısı Haberlerinin Çözümlemesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(3), 12-26.
- Keş, Y. (2009). Elektronik Yayıncılık ve Web Tasarım (Vol. 8). Hiperlink Eğit. İlet. Yay. San. Tic. ve Ltd. Sti.
- Kın, R. E. (2007). Tasarımda Doku Kavramı ve İşlevselliği Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Kırık, A. M. ve Büyükaşan, A. (2013). *Sosyal Medya Araştırmaları: Çizgi Kitabevi*.
- Kuşay, Y. (2010). Sosyal Medyanın Gücü ve Uygulama Örnekleri, In *İkinci Medya Çağında İnternet* , İstanbul: Alfa, 2010, pp.61-92.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I. ve Kelly, K. (2008). *New Media: A critical introduction*: Routledge.
- Lodhia, S. (2006). The World Wide Web and Its Potential For Corporate Environmental Communication.
- Manovich, L. (2002). *The Language of New Media*: MIT press.
- McMillan, S. J. (2009). The Challenge of Applying Content Analysis to The World Wide Web. *The Content Analysis Reader*, 60-67.
- Mitchelstein, E. ve Boczkowski, P. J. (2009). Between Tradition and Change: A Review of Recent Research on Online News Production. *Journalism*, 10(5), 562-586.
- Muhammet , V. (2020). Dijital Reklam Tasarımının Yapısında Basitlik ve Karmaşıklık. *Ortadoğu Araştırmaları Dergisi*, 5(53), 473-516. .
- Narin, B. (2017). Gazetecilik 2.0-İnternet Gazeteciliğinde Hipermetinsellik. *Ankara: Gece Kitaplığı*.
- Omari, M. Ayadat, Y. (2015). Bilgi ve İletişim Teknolojisi Uzmanları Açısından Yermuk Üniversitesi Web Sitesinde Web Tasarım Standartlarının Bulunma Derecesi ,Yermuk Üniversitesi.
- Onursoy, S. (2013). Gazetelerde Görsel Tasarım Yanlılığı . *Selçuk İletişim* , 3 (4) , 142-151 .
- Patel, P. ve Cassou, D. (2015). Enabling High-Level Application Development For The Internet of Things. *Journal of Systems and Software*, 103, 62-84.

Patrişal, S. (2012). Eğitici tasarım. Obeikan Yayıncılık .

Polat , S, (2020), “Yeni Medya Ortamlarında Grafik Tasarım”, Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi,Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Şen, E. (2018). Tasarım İlke ve Öğelerinin Minyatürde Kullanımı. İdil Sanat ve Dil Dergisi, 7(46), 775-781.

Soukup, C. (2006). Computer-Mediated Communication As A Virtual Third Place: Building Oldenburg’s Great Good Places on The World Wide Web. *New Media & Society*, 8(3), 421-440.

Sundar, S. S. ve Limperos, A. M. (2013). Uses and Grats 2.0: New Gratifications For New Media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), 504-525.

Tanyeri, T. (2004). Fen Bilgisi Öğretmenlerinin Web Tabanlı Öğretime İlişkin Görüşlerinin Belirlenmesi -İlköğretim 8. Sınıf Fen Bilgisi Dersi ‘Maddedeki Değişim ve Enerji’ Ünitesinin Gagne’nin Öğretim Modeline Göre Web Tabanlı Öğretimi- . Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.

Van Aelst, P. ve Walgrave, S. (2004). New Media, New Movements? *The Role of the Internet in Shaping the ‘Anti-globalization’ Movement, Cyberprotest, Routledge, London*, 87-108.

Yüksel, E. (2010). *Medya ve habercilik*: Konya, Çizgi Kitabevi.