



İnternet Programcılığı

(BTP203)

Yazar:
Yrd.Doç.Dr. Hayrettin Evirgen



SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
Adapazarı Meslek Yüksekokulu

Bu ders içeriğinin basım, yayım ve satış hakları
Sakarya Üniversitesi'ne aittir.

"Uzaktan Öğretim" tekniğine uygun olarak hazırlanan bu ders içeriğinin
bütün hakları saklıdır.

İlgili kuruluştan izin almadan ders içeriğinin tümü ya da
bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kayıt
veya başka şekillerde çoğaltılamaz,
basılamaz ve dağıtılamaz.

Copyright © 2005 by Sakarya University

All rights reserved
No part of this course content may be reproduced
or stored in a retrieval system, or transmitted
in any form or by any means mechanical, electronic,
photocopy, magnetic, tape or otherwise, without
permission in writing from the University.

Sürüm 1

Sakarya..... 2005

Web Tasarım İlkeleri

Bu Haftanın Hedefi:

Web sitesi hazırlayabilmek için gerekli temel programlama bilgisinin verileceği bu derste İnternet ve özellikle de web kavramının içinde bulundurduğu teknolojiler ile bu teknolojilere teorik ve pratik yaklaşımlar incelenecektir. Öncelikle web tasarım ilkelerinden başlanarak tasarım, renk, tipografi gibi işin sanatsal altyapısı verilecek, daha sonra HTML'in doğuşu, gelişimi, kullanılan yardımcı programlar ve temel doküman yapısına değinildikten sonra HTML komutlarına giriş yapılacaktır. 5 hafta sürecek olan HTML konularından sonra HTML ile birlikte kullanılan teknolojilere geçilerek sırasıyla DHTML, CSS ve Javascript konularında temel bilgiler verilecektir. Son 5 haftada ise dinamik web sayfaları için kullanılabilecek teknolojilerden yaygın bir tanesi olan Active Server Pages (ASP) işlenecektir. Temel özellikler ve kurulum gibi bilgilerle başlayacak olan ASP bölümü; programlama yapısı, komutlar ve nesnelerle devam ederek veritabanı işlemleri ile son bulacaktır.

Bu Haftanın Materyalleri

Bu haftaki dersimizde kullanacağımız bir materyal bulunmamaktadır.

Kullanılan semboller



Animasyon



Soru



Veritabanı
Bağlantılı Soru



Simülasyon



Püf Noktası

Web Tasarım İlkeleri / Web Tasarım İlkeleri

Amaç ve Kapsam

Bu hafta öncelikle web tasarımı ilkeleri üzerinde durarak tasarım felsefesinin gerek sanatsal, gerekse teknik dayanaklarını anlamaya çalışacağız. Bunları, web tasarımında öncelikli ilkeler, renk bilgisi, tipografi sanatı ve tasarım ipuçları olarak özetleyebiliriz. Bu haftaki dersimizde edineceğiniz bilgilerle, gerek dolaştığınız web sitelerine, gerekse gerçek yaşamda gördüğünüz nesnelere tasarım açısından yaklaşarak farklı bir gözle bakacağınızı düşünüyoruz.

Web tasarım ilkeleri, bir web sitesi tasarımı ve organizasyonu yapılırken üzerinde önemle durulması gereken kimilerine "ayrıntı" olarak görünebilecek fakat oldukça önemli bir konudur. Profesyonel tasarımcılar başarılı web siteleri geliştirmek için de-facto denilen yazılı olmayan bu kurallara mümkün olduğunca bağlı kalmaya çalışırlar. Siz de bu mesleğin profesyoneli olacağınıza göre bu kuralları bilmeniz ve elden geldiğince uygulamaya özen göstermeniz gerekir. Peki nedir bu ilkeler? Şimdi sırasıyla inceleyelim.

Öncelikli İlkeler

Araştırmalar kullanıcıların beklentilerinin şu yönlerde olduğunu göstermiştir:

1. Hız, hız ve daha fazla hız
2. Sade ve tutarlı sayfalar
3. Rahat kullanılabilirlik
4. İçerik: "Content is the King"
5. Her tarayıcıyla (browser) uyumluluk

1. Hız beklentisi

Birçok kullanıcı istediği sayfaların hızlı yüklenmesini ve gösterilmesini önşart olarak koşmaktadır. Bu sorunun başlıca sebepleri şunlardır:

Ortalama bir Web sayfasının toplam boyunun %90'ından fazlası resim bilgisinden oluşmaktadır. Bu nedenle, resimlerin mutlaka dikkatlice kullanılması gerekmektedir.

Resimlerin daha küçük yer tutması için, dosya tipini doğru seçmek önemlidir. Çizim, grafik, keskin köşeli vb resimler için GIF veya PNG, fotografik görüntüler, yumuşak geçişli resimler için JPG tavsiye

edilir. Bu seçimden sonra, Web için özelleşmiş resim düzenleyicilerini (Adobe Photoshop 7, deBabelizer, ImageReady,.. vb) kullanarak resimlerinizi eniyileştirin (optimize). Resimleri kullanırken bunlar dışında aşağıdaki konulara da özen gösterilmelidir:

- Bütün sayfalarınızda tekrarlayan dolaşma çubuklarınızı (ileri, geri, ana sayfa, e-posta,... vb) resim olarak oluşturun, çünkü resimler kullanıcı tarafında önbelleklenebilir (caching).
- Resimlerin WIDTH ve HEIGHT özelliklerini mutlaka belirtin. Bu, tarayıcının sayfayı daha hızlı yerleştirmesini sağlar. Aksi halde sayfanızın görüntüsü resimler yüklendikçe değişecektir ki bu da istenmeyen bir durumdur.
- Sevdiğiniz yazıtiplerini (font) sayfaya resim olarak yerleştirmeye çalışmayın, standart fontlara alışı. Doğru kullanıldığında bu fontlarla da oldukça güzel görüntüler elde edebilirsiniz.
- "Tekrarlayan" büyük resimlerin sadece küçük alanları değişiyorsa, resmi parçalayın ve sadece değişen kısımların yüklemesini sağlayın.
- Özellikle dolaşma çubuklarınızı mümkünse tek parça halinde hazırlayıp, bir IMAGEMAP oluşturun, çünkü tek bir dosya, hem ayrı ayrı resimlerin toplamından daha küçük bir boyda olacaktır, hem de her resim için ayrı bir bağlantı kurulmayacaktır. Ancak bu durumda IMAGEMAP'inizde (HTML 4.0'da izin verilen) ALT parametresini kullanın.
- Bir kural olmamasına karşın, de-facto olarak iyi tasarımcılar sayfalarında 10'dan fazla resim kullanmamaya çalışırlar. Bu, hız için çok önemlidir. Ayrıca bu işe yeni başlayanların sandıklarının aksine sade tasarımlar karmaşık olanlara göre daha başarılıdır.

Tabloların çok seviyeli, içiçe gömülmesi

Tablolar her ne kadar yerleşimi kolaylaştırırsa da, içiçe yerleştirildiklerinde tarayıcılar zorlanmaktadır.

- Tabloları çok seviyeli bir biçimde içiçe gömmeyin, aksi takdirde, tarayıcı sayfayı ancak bütün sayfa indikten sonra görüntüleyebilir. Temel olarak 3'den fazla tabloyu içiçe gömmemeye çalışın.
- Tabloların WIDTH özelliğini mutlaka belirtin. Bu tarayıcının sayfayı daha hızlı yerleştirmesini sağlar.
- Mümkün olduğu kadar az ROWSPAN ve COLSPAN kullanmaya çalışın.
- Basit yerleştirme işleri için PRE ya da CODE etiketlerini (tag) kullanın.
- Bütün sayfayı bir tek tabloya gömmek yerine tablonuzu sayfa yüklendikçe görüntülenebilecek şekilde küçük yatay parçalara ayırın. Bu, kullanıcıda sayfa hızlı yükleniyor hissini arttıracaktır, ve öyle de olacaktır.

Standart dışı yazıtiplerinin resimlerle kullanılmaya çalışılması

İçeriğin erişilebilirliği, içerik kadar önemlidir.

- Standart yazıtiplerine (font) bağlı kalmaya çalışın. Mümkünse, graceful degradation kullanarak alternatifleri de verin. Örneğin "Arial, Helvetica, sans-serif" örneği, önce Arial'ı (Windows standardı), sonra Helvetica'yı (Mac ve UNIX standardı), en sonda serif'siz soysal (generic; sistemce bir karşılığı bulunan) bir font'u kullanabilmenizi sağlar.

- Yazıtipleriyle yaptığınız, "ilginç olduğunu düşündüğünüz" efektleri mümkünse Yığıtlamalı Biçem Kağıtları (Cascading Style Sheets - CSS) kullanarak gerçekleştirin. CSS, aslında çok ilginç efektlere izin vermektedir.

Sayfa içi elemanların sayısının çok olması

Bir sayfa için ne kadar çok farklı dosya yükleniyorsa, sayfa o kadar yavaş yüklenecektir, hepsinin toplamının yüklenmesinden bile yavaş!

- Bir tarayıcı, sayfa içinde karşılaştığı her dosya için web sunucusuyla tekrar tekrar iletişime geçer. Dolayısıyla, sayfaya bağladığınız dosya sayısı fazlaysa, dosyalar ne kadar küçük olurlarsa olsunlar, yükleme hızı düşecektir. Resimler de buna dahildir.
- Tarayıcının önbelleğini (cache) mümkün olduğu kadar çok kullanmak için, sayfa içi elemanlarınızı (logo, grafik dolaşma çubukları, resimler, CSS tanım dosyaları vb) tekrar tekrar kullanmaya özen gösterin.

Resim, film, ses vb elemanların kullanıcının isteği dışında yüklenmeye başlaması

Kullanıcıları uyarmadan, büyük resimler, fon müzikleri, filmler vb elemanlar yükletmeye çalışmayın.

- Maalesef, birçok web sitesi, kullanıcıyı hiç uyarmadan, fon müzikleri gibi kullanıcının siteyi dolaşmasını kolaylaştırmaktan çok zorlaştıran, sayfanın yüklenmesini yavaşlatan, hatta bazen en kötüsü, tarayıcısını çökerten eklentiler kullanmaktadır. Kullanıcının böyle bir siteye, ihtiyacı olsa bile, tekrar gelme olasılığı çok düşüktür.
- Kullanıcıyı, büyük boyutlu resimler (örneğin, bir resim galerisi), filmler (örneğin, bir konferansın çekimleri) ya da ses dosyalarının (örneğin, bir röportaj) bulunduğu sayfalara girmeden önce mutlaka uyarın.
- Kullanıcıların daha da memnun kalacakları bir özellik, onlara farklı hızlar için farklı çözünürlük ya da kalitede sürümlerin sunulmasıdır. Dolayısıyla, kullanıcı bant genişliğine uygun olan sayfayı seçebilecek ve daha az vakit kaybedecektir.

Yüzeyde tasarımcının işini kolaylaştıran görsel web sayfası düzenleyicileri, altta standart dışı ve gereksiz HTML kodu üretmektedir.

- Sayfalarınızda tekrar eden aynı CSS ve JavaScript tanımlamalarını kullanıyorsanız, bunları harici dosyalarda tutup, sayfalardan bağ vererek yükletin. Ortalama tanımlamalarınızın 500 karakter olduğunu varsayarsak, yükleme işlemi 33600 modemi olan bir kullanıcının 1 saniyeden fazlasını alır.
- Genel olarak, bir efekt ne kadar sıradışı görünüyorsa, onun için üretilen kod da o kadar şişkin olacaktır.
- Bu tip sıradışı efektleri kolayca oluşturabilen düzenleyiciler, sayfaları kendilerine has HTML, JavaScript, Java vb kodlarıyla doldurmakta ve uyumluluğu düşürmektedirler.
- En sık karşılaşılan durumlardan biri, görsel düzenleyicilerin gereksiz HTML etiketleri üretmeleridir.

Örneğin:

Gereksiz kod:

Gereksiz kod:

 ... cümle
bitmiştir. <FONT
SIZE="-1">

 Yeni
cümle ...

Yeterli kod:

Yeterli kod:

 ...
cümle bitmiştir.

Yeni cümle ...

2. Sadelik

Günlerce, haftalarca uğraştıktan sonra sade ve basit bir site hazırladıysanız, işinizi doğru yapmışsınızdır. Sadelik için şunlara dikkat etmelisiniz:

- Kullanıcılara alışık olduklarını verin
- Mesaja yoğunlaşın, ilgiyi gereksiz elemanlarla dağıtmayın
- "Less is more": uzun sayfalarınızı bölün ve basitleştirin
- Sayfalarınız birbirleriyle tutarlı görünsün
- Dolaşma çubuklarını tahmin edilebilir yerlerde ve tahmin edilebilir simgelerle kullanın

Kullanıcı alışkanlıkları

Kullanıcıların çoğu, yeni özellikleri öğrenmek için vakit harcamak yerine, basitçe onları yok sayarlar.

- Büyük sitelerin ve diğer ortamların kullandıkları ortak yönlere bakın. Unutmayın ki, akademik ya da kar amacı gütmeyen siteleri kullanan kişiler, ticari siteleri de ziyaret etmektedir ve edindikleri alışkanlıkları sitenize de taşırlar. "Farklı" akademik kimliğiniz, sitenizin kötü olmasını hiçbir nedenle haklı çıkarmaz.
- Birçok ortam, ör. basılı yayın, siyah üstüne beyaz yazı kullanmaktadır. Mümkünse buna bağlı kalın. Sitenizde alışılmadık renkler kullanmak kullanıcıyı zorlayacaktır.
- Aynı nedenle, ziyaret edilmemiş ve edilmiş bağların renklerini tahmin edilebilir şekilde ayarlayın.
Örneğin çok bilinen mavi / mor ikilisi, ya da bu sayfalardaki açık mavi / koyu mavi gibi...
- Kurumunuz dışından kullanıcıların sitenizi nasıl kullandığını gözleyin ve sıkça tekrarladıklarını not edin.
- Kullanıcıyı size uymaya zorlamayın, sitenizi kullanıcıya (ve diğer başarılı sitelere) uydurmaya çalışın.

Herşeyin vurgulandığı bir yerde hiçbir şey vurgulanamaz.

- Öncelikle, animated GIF, reklam benzeri resimler, afişler (banner), kayan yazılardan ve BLINK 'den kesinlikle uzak durun.
- Otomatik olarak yeni tarayıcı pencereleri açmaktan kaçının. Birçok kullanıcı, açıldıkları anda bu pencereleri kapatma alışkanlığını çoktan edinmiştir. Sayfadan çıkıldığı anda yeni bir sayfa açmaktansa kesinlikle uzak durun.
- Sadece gerektiği kadar resim kullanın. Mutlaka resim kullanmak istiyor ya da zorundaysanız, resimlerin renklerini yakınlaştırmaya çalışın.

- Son çıkan efektleri hemen kendi sitenize de eklemeye çalışmayın. Nasıl olsa birçok amatör bunu zaten yapacaktır (biz bunlara genel olarak "pavyon sayfası" yorumunu yapıyoruz :)).
- İşlevsel olması gereken sayfa elemanlarını işlevsel bırakın. Alacalı bir bullet (nokta) ya da ruler (cetvel) resmi kullanmaya çalışmayın.

"Less is more": Daha az, daha çoktur

Mesajınızı az ve öz şekilde sunmaya özen gösterin. Bilgiye rahat ulaşabilen kullanıcı, sitenizi daha çok ziyaret edecektir.

- Vermek istediğiniz mesajı sayfanın üstlerine yerleştirin.
- Uzun tabloları, raporları ya da arşivleri, parçalara bölün ve kullanıcıya listeyi sunun. Böylece, kullanıcı, sadece görmek istediği bölümü yükleyebilecektir. Ancak, her zaman listeye bir referans verin, kullanıcıların sitenize nereden gireceği hiç belli olmaz.
- Birçok insanın web üzerinde, gerçek hayattan daha da az okuduğu düşünülürse, bilgiyi parçalamak gerekir. Eğer kullanıcının ilgisini çekebilmişseniz, zaten kalan sayfaları da ziyaret edecektir.
- Ayrıca, web kullanıcılarının bir sayfada kalma süreleri 1 dakikayı aşmamaktadır. Bilgiyi bu sürede erişilebilir hale getirmeniz gerekir. Bilmem okumuş olduğunuz bu sayfa belirttiğim özelliklere sahip mi? :)

Tutarlı görünüm

Yamalı, tutarsız bir görünüm, kullanıcıyı sizin amatör, sunduğunuz bilginin de yararsız olduğunu düşünmeye itecektir.

- Birçok web sayfası düzenleyicide bulunan şablonlama özelliklerinden faydalanın. Site tasarımında yukarıdan aşağı bir yol da izlediğiniz takdirde mutlaka tutarlı bir siteniz olacaktır.
- Kullandığınız renkleri, başlık ve paragraf yazılarının büyüklüklerini, resimleri,.. vb bütün site tarafından paylaşılan elemanları site genelinde ortak ve uyumlu yapmaya çalışın. CSS, JavaScript,... vb tanımlamalarını da site genelinde ortak tutun.
- Bir kurumun farklı birimleri kendi sitelerini kendileri hazırlıyor olabilir, ancak kurumun webmaster'ının (web yöneticisi) görevi, ortak bir şema oluşturmak ve bunları sayfa hazırlayıcılara benimsetmektir.

Dolaşma çubukları

Çubuklarınızdaki simgelere etiket vermek zorunda kalıyorsanız, simgeleriniz başarılı değil demektir.

- Genel olarak sayfaların en üstünde resimli bir dolaşma çubuğu, en altındaysa düz metin bir çubuk bulunur. Bu, birçok kullanıcının alışkın olduğu bir şemadır.
- Resimli olan dolaşma çubuğuna, etiket vermeden, sınamadan geçirin. Eğer kullanıcılar, simgelerin (örneğin ana sayfa, önceki sayfa, yazdır, .. vb) gideceği yeri tahmin edebiliyorlarsa, simgeleriniz başarılıdır. Eğer anlaşılmıyorlarsa, yeni bir tasarım yapın.
- Dolaşma için kullanılabilecek araçları, kesinlikle, sayfanın her yerine dağıtmayın. Bu araçları birbirlerine yakın yerlerde tutmaya çalışın.

- Sağ taraf, dolaşma çubukları için alışık olunmamasına karşın, kullanıcıların diğer beklentileri (baskıda, içeriğin tamamının çıkması; sayfa yüklenir yüklenmez, içeriğe konsantre olunması vb) çubuğun sağda olmasını öngörmektedir.

Siteler kullanılmak için hazırlanır.

- Hedef kitlenizi baştan belirleyin
- Okunurluk içeriğe engel olmamalıdır
- Tipografi (yazıtipi sanatı) yazıların arayüzüdür
- Önemli servisleri erişilebilir kılın
- Özelleştirilmiş hata mesajları yardımcınızdır
- Sayfaların bastırılabilceğini ve diske kaydedilebileceğini unutmayın

Hedef kitlesi

Tasarım ve içerik organizasyonu en baştan yapılmalıdır.

- Hedef kitlenizdeki kullanıcıların profilini, beklentilerini, bağlantı hızlarını,.. vb mümkünse uzaktan gözlemleyerek, gerekirse de anketlerle, öğrenmeden yeni bir tasarıma başlamayın. Gözlem metodu, kullanıcıların "verdikleri" cevaplarda daha dürüst olmalarını sağlar.
- Ender olarak, grafik, ses sanatçıları ya da çokluortam sunucusu,.. vb hazırlamanız durumunda, kullanıcılardan beklentileriniz (bant genişliği, kurulu eklentiler) yüksek olabilir. Bu durumda bile, gerekenden fazla bant genişliği ve sayfa elemanı kullanmayın.
- Sitenizde neler bulunduğunu ve bunun kullanıcıya ne yararlar getireceğini belirtin.

Okunurluk

Birçok kullanıcı sayfayı önce tarar, sonra okur.

- Sayfalarınızı gözle taramaya uygun hazırlayın. Başlıkları ve yazıyı düzenli tutmaya çalışın.
- Bir satırda 70-100 karakterden fazla kullanmamaya çalışın. Kitaplar ve gazeteler bu fikri yüzyıllardır kullanmaktadır. Sayfanın genişliğine göre uzadıkça uzayan satırlar, okunurluğu çok düşürecektir. Bunun için tabloları kullanabilirsiniz.
- Yazı ve fon için zıt renkler kullanın. En çok tercih edilen ikili genel olarak beyaz üzerine siyahtır. Renklerin RGB kodlarına bakarak zıtlıklarını (contrast) ayarlayabilirsiniz. Örneğin #FFFFCC üzerine #000099 iyi bir zıtlık oluşturacaktır.

#000099

- Sayfa fonu için resim kullanıyorsanız, sayfanın fon rengini yine de belirtin ve fon resmine yakın bir renk seçin. Bazı kullanıcılar resimleri otomatik yükletmemektedir. Örneğin, siyah fon resmi üzerine beyaz yazı kullanıyorsanız, bu tip bir kullanıcının tarayıcısında beyaz üzerine beyaz yazı gibi itici bir sonuç yaratabilirsiniz.
- Her rengin insanlar üzerinde bıraktığı etki farklıdır. Vermek istediğiniz mesaj ne ise ona uygun renkleri seçmelisiniz. "Renklerin dili" konusunu daha sonra ayrıntılı bir biçimde işleyeceğiz.

Tipografi

Doğru yazıtiplerinin seçimi, içeriğin sunumunu kolaylaştıracaktır.

- Başlık ve paragraflar için değişimli (alternating) yazıtipleri kullanın, örneğin başlıklar için serif bir yazıtipi (Times New Roman, Times vb), paragraflar için de sans-serif bir yazıtipi (Arial, Helvetica vb) iyi olabilir, ya da tam tersi.
- Genel olarak, "HEPSİ BÜYÜK" ve "Sadece İlk Harfleri Büyük" başlıklar, cümleler kullanmaktan kaçının. Bu gözün gereksiz yere hareketine yol açacağı için gözü yoracaktır.
- Karakter setini belirtirken bazı düzenleyicilerin (Frontpage vb) kullandığı Windows-1254 karakter seti yerine, ISO 8859-9 kullanın. Win1254 seti standartlar içinde yoktur ve UNIX ve Mac makinelerde Türkçe yazıtipleri olan kullanıcılarda bile sorun çıkarmaktadır. ISO seti, belli başlı bütün tarayıcılarca desteklenmektedir.

Tipografi konusunu gelecek hafta daha ayrıntılı işleyeceğiz.

Servislerin erişilebilirliği

Servislerinizi kolay erişilebilir kılmazsanız, onları sunmanızın da anlamı olmaz.

- Yardım, arama, site haritası vb servisler kişisel ev sayfaları dışında her sitede bulunmalıdır.
- En çok kullanılan servis ve sayfalarınızı (örneğin harita, arama vb) her yerden erişilebilir yapın. Unutmayın her ziyaretçiniz ana sayfanızdan gelmeyebilir.
- Sayfalarınızın adreslerini değiştirmemeye çalışın. Değiştirmek zorunda kalırsanız, yeni sayfanın adresini içeren bir sayfayı eski yerde bırakın.
- Arama, harita, yardım,.. gibi adresleri
<http://www.sakarya.edu.tr/aup/>
<http://www.dergi.sakarya.edu.tr/sayi57/>
<http://www.sks.sakarya.edu.tr/etkinlik/>

şeklinde kolay hatırlanabilecek adreslerde sabitleyin.

Özelleştirilmiş hata mesajları

Kullanıcıya hatanın olası nedenlerini açıklamaya çalışın. Gerekirse, akıllı sistemler kurun.

- Kullanıcıya, "404 file not found" gibi sevimsiz bir hata vermek yerine, sayfanın adresi değişmişse yeni yerini bildiren, ya da otomatik olarak gitmeye çalıştığı adresi kestiren uygulamalar geliştirin.
- Eğer belli adreslere erişimi yasakladıysanız ya da site kullanıcının şifresini kabul etmiyorsa, neden yasaklandığını veya yeni şifre almak için kime başvurulacağını hata mesajında belirtin.

Çevrimdışı siteler

Sayfalarınızı disklerine kaydeden ya da bastıran kullanıcılara yardımcı olun.

- Sayfalarınızın, diyelim ki en altında, sayfanın kendisinin ya da bağlı olduğu sayfanın URL'i (web adresi) bulunsun. Böylece, sayfanın asıl adresi hem baskıda, hem de diskteki kopyalarında görünecektir.
- Mümkünse, sayfa içinde verdiğiniz referansları, sayfanın en altında, açık URL'leriyle birlikte tekrarlayın.
- Sayfalarınızın son değişiklik tarihini belirtin. Bazen saati ve dakikayı bile belirtmenizde fayda olabilir.
- Sayfalarınızın ya baskıda da iyi görüldüğünden emin olun ya da yazıcı-dostu sürümleri olsun. Bunun için CGI vb programlar yazılması gerekebilir.
- A4 kağıda bastırılan bir sayfa için güvenli bölge 535 x 295 pixel'dir. Bu sınırın dışına taşmamaya çalışın.

4. İçerik

Birçok kullanıcı ve tasarımcının ortak görüşü: "Content is the king" - İçerik kraldır.

- Yazmayı bitirince, sözcük sayısını yarıya düşürmeye çalışın
- Gazeteciliğin altın kuralı: "Kim, ne, ne zaman ve nerede"
- Mikroîçeriği kullanmayı öğrenin
- Eski sayfalarınızı çöpe atmayın, arşivleyin
- Kullandığınız terminolojiyi açıklaştırın
- Sayfa içindeki bağları en az seviyede tutmaya çalışın

Yarısı yeter

İnternet üzerinde bilgi zaten yeteri kadar çoktur. Önemli olan kimin bunu daha hızlı sağlayabileceğidir.

- Bilginin aşırı dozda olması, eksik bilgi kadar yararsızdır.
- İçeriği hazırladıktan sonra, konuya uzak birinden yazıyı incelemesini rica edin. Gerekirse, ifadelerinizi basitleştirin.
- Paragraf başına bir fikir den fazlasını sunmayın. İlk birkaç cümlede sıkılan okuyucu, diğer paragrafa atarsa, bütün fikri kaçırmamalıdır.
- Proje, rapor, ödev, ders kapsamı, ürünler, kütüphanedeki kitaplar,.. vb her tür listeyi önce basit haliyle, gerekirse detayları da görülebilecek şekilde hazırlayın.
- Her tür yazı için önce bir taslak çerçeveyle işe başlayın. Mantık zinciri yanlış kurulursa, yazdığınız herşey çöpe atılacaktır.
- Uzun cümlelerden kaçının. Hem sizin dilbilimi hatası yapmanız, hem de kullanıcının cümlelerin sonuna geldiğinde başını unutması kaçınılmaz olur.

"Kim, ne, ne zaman, nerede"

Gazetecilerin yüzyıldır işlerine yarayan bu prensip, sizinkine niye yaramasın?

- Sayfalarınız bu soruların -en azından uygulanabilir olan- hepsine cevap vermelidir. Kim sorusuna sayfa yazarı, ne sorusuna anlattığınız konu, ne zaman sorusuna kavramın zaman çerçevesini, nerede sorusuna da yan olayları veya ortamı vererek işe başlayabilirsiniz.
- Hedef kitlesinin sorabileceği soruları önceden kestirmeye çalışın. Daha soru sorulmadan cevaplarınız hazır olsun.

Mikroiçerik

Kullanıcının ilgisini çekmek için çok ince bir çizgimiz var.

- Başlıklar, bağlar (link) ve sayfa başlığı (title) kullanıcının sayfayı taraması sırasında ilk göze çarpan maddelerdir. Bunların kötü seçimi, kullanıcının sayfayı taramayı bile bitirmemesine neden olabilir.
- 3-4 kelimede vermek istediğiniz mesajı vermeye çalışın. Daha fazlası ya da azı iş görmeyecektir.
- Yanıltıcı ve klişeleşmiş kelimelerden kaçının. Konu satırında \$\$\$, XXX, Büyük fırsat vb geçen e-postaların hemen silinmesi gibi, kullanıcı da hemen Geri tuşuna basabilir.
- "... için tıklayınız ..." kalıbından vazgeçiniz. Bağlı cümle içinde kullandığınız en yakın sözcük grubundan veriniz.
- Bölüm başlıklarınızın arama motorları tarafından kullanılabileceğini, bağlarınızın masaüstüne sürüklenebileceğini, sayfa başlığınızın da "Bookmark" edilebileceğini unutmayın. Siz ne seçerseniz, kullanıcı onu görecektir.

Yanlış	Doğrusu
Renkler	Doğru renklerin seçimindeki ilkeler
...iyi bir örneğini görmek için buraya tıklayınız...	... iyi bir örnek
İstediğin dosya	99 kütüphane kullanım raporu

Çöpe atmayın, arşivleyin

Niçin eski dosyalarınızı çöpe atıp sunduğunuz kaynakları azaltasınız? Yeniden değerlendirin.

- Sitenizde yeriniz varsa, yazışmaların, tartışma listelerinin, yazılımın farklı sürümlerinin,.. vb bir arşivini sitenizde tutun. Bu kaynaklar tekrar işe yarayabilir.
- Sitenize yeni bilgi eklediğiniz zaman bunu eski dosyaların üzerinde oynamak yerine, yeni dosyalar yaratarak ekleyin. Bunun istisnaları, gazete ve tv gibi

medyaların ana sayfaları, ya da sürekli değişen istatistikler olabilir. Ancak, bu gibi durumların dışında, bırakın sayfalarınıza dışarıdan verilen bağlar sizin lehinize çalışsın.

- Arşiviniz yoksa, arama motorlarından sitenize gelenler, aradıkları kelimenin sayfada hiç geçmediğini farkettiler anda hayal kırıklığına uğrarlar.

Terminolojinizi verin

Türkçe'deki karşılıkları benimsenmemiş kelimeler, ya da anlaşılabilir kısaltmaları (acronyms) açıklaştırm.

- Yeni teknolojiler hakkında özgün dili dışında yazılan metinlerin genel sorunu, terminolojinin o dile tam olarak aktarılmamış olmasıdır. Kullanıcıyı içeriği anlamak yerine acronym'leri çözmeye zorlamayın.
- Eğer bu tip bir kısaltma ya da terim ilk defa kullanacaksanız, bir sözlüğe, diğer kaynaklarda nasıl kullanıldığına bakın. İyi bir karşılık bulabilirseniz onu kullanın.
- Sayfa içinde diğer bir dilde kelime kullanmak zorunda kalırsanız onu farklı bir yazı tipiyle yazın ve mümkünse anlamının öğrenilebileceği bir bağ verin. Ayrıca, kısaltmaların ilk geçtikleri yerde, açık hallerinin yazılması da tavsiye edilir. Örneğin: Metin Tip Tanımlaması (Document Type Definition - DTD) gibi...
- Terminolojinin kapsamı, hedef kitleniz tarafından belirlenir. Eğer web sayfaları hazırlamaktan bahsediyorsanız, HTML'i açmanız gerekir, ancak (web üzerinden) E-ticaret'ten bahsediyorsanız, artık HTML gibi en temel kavramlar yerine, veri tabanlarını veya 3-katmanlı yapıları açıklamanız daha uygun olacak.

Bağlarınız sade ve az olsun

Sayfalar taranırken göze ilk çarpan elemanlardan biri hiperbağ (hyperlink)'dir.

- Metin içinde birbirine yakın yerlerde bağ kullanmaktan kaçının. Bu kullanıcıda bilgi taşıması ve kararsızlık yaratabilir. Aynı cümle içindeyse, farklı yerlere bağlar vermektan özellikle kaçın.
- Bunun bir istisnası, standartlar (ISO vb) gibi sık miktarda çapraz-bağa gereksinim duyan metinler olabilir.
- Bağlarınızı anlamlı kelimelerden veriniz. Bu şekilde kullanıcı cümlenin tamamını bile okumasa gitmek istediği yeri kestirecektir. Örneğin

BESYO sınavını kazananların listesini görmek için buraya tıklayınız

yerine

BESYO sınavını kazanan öğrencilerin listesi

5. Uyumluluk

En çok kullanılan tarayıcı bile %60'ı aşamıyorsa, onu zorladığınız anda, kalan %40'a hiç ulaşamazsınız.

- Kullanıcılarda bir özelliğin ya da tarayıcının (browser) olduğunu varsaymayın

- "Bu site şu programla ve şu çözünürlükte gezilebilir"den vazgeçin
- Metin-tabanlı tarayıcıları unutmayın

Belli özellikleri şart koşturmak

Başarılı siteler, önce servislerinin kalitesiyle başarı kazanmışlardır.

- Herkesde JavaScript'in, Java'nın, CSS'in, frame'lerin aktif olduğunu, ya da resimleri otomatik yüklediğini varsaymayın. Birçok kullanıcının tarayıcısı ya bunları hiç desteklemeyebilir, ya da hız kazanmak için bu özellikleri kapatmış olabilirler.
- Kullanıcıda aktif olması gereken bu özelliklerden birisi kapalıysa, siteniz graceful degradation kullanarak, yine de iyi görünmelidir. Bu, tembel site yöneticilerinin görmek istemedikleri kör noktalarıdır. Örneğin bu sayfalar CSS ve tablo kullanmaktadır, ancak CSS desteklemeyen ya da metin tabanlı tarayıcılarda da görülebilecek şekilde hazırlanmıştır. Örneğin:
Internet Explorer 3.0 görüntüsü (kısıtlı CSS desteği)
Lynx 2.8rel.2 görüntüsü (metin tabanlı, tablo desteği yok)
W3m/beta-991203 görüntüsü (metin tabanlı, tablo desteği var)
- Özellikle dolaşma çubukları için bu tip teknolojilere bağımlı olmamaya çalışın. Kullanıcıda bu özellikler yok ya da kapalıysa, sitenize girmesine rağmen, daha ilerilere gidemeyecektir.
- Herkesin frame'leri sevdiğini düşünmeyin. Bazı kullanıcılar hızlarından dolayı metin tabanlı tarayıcılar kullanmaktadır ve frame'leri hiç göremezler. Ayrıca, frame'ler baskı almayı ve kullanıcının bookmark etmesini zorlaştırırlar. Bu şekilde kullanıcıyı siteye girdiği anda reddetmiş olursunuz. Site yöneticisi açınsa, frame'lerin yönetimi son derece zor ve hep hata payı bulunan bir görevdir.

İyi bir site tarayıcıdan bağımsızdır

İyi bir radyo programını dinlemek için özel marka bir radyoya ihtiyacımız yok. Niye web siteleri farklı olsun?

- Bir web sitesi, görünümünden önce içerik ve kullanılabilirliğe yoğunlaşmalıdır. İyi görünmek arkasından gelecektir.
- "Bu site en iyi şu tarayıcı ve bu çözünürlükte izlenir" kullanıcıları taraf tutmaya, web tasarımcılarını da tembelliğe itmektir.
- Bu tasarımcılar, yeterince farklı işletim sistemi, tarayıcı ve çözünürlüklerde sınamadıkları sayfalarını, sonuç olarak klişeleşen "en iyi şu..." cümlesiyle aklamak isterler.
- Sınama işlemi, prototipler üzerinde yapılmalı, siteye doğru sayfa yerleşimi, teknoloji vb. efektler seçildikten sonra devam edilmelidir.
- Farklı firmaların farklı tarayıcıları birbirine eşitlenene ve bütün kullanıcılar kabul edilebilir bir tarayıcıya geçene kadar, tasarımlarınızda "eskiyle idare edin".

Metin-tabanlı tarayıcılar

Engelli, uzman ya da hız tutkunu kullanıcıları ihmal etmeyin.

- Engelli kişiler, web sayfalarını bir okuyucu aracılığıyla gezdikleri için, sayfalarındaki elemanların akışını dağıtmamaya çalışın. Bu yine birçok tasarımcının ihmal ettiği ama zamanla kendisini zaten zorlamaya başlayacak bir konudur.

- Benzer şekilde, metin tabanlı tarayıcılarda resimlerin kendisi yerine ALT parametresiyle verilen açıklamaları görülür. Cetveller (rulers) için "---", kurşunlar (bullets) için "***", diğer tip resimler için resmin ne olduğu belirtilmelidir. Yerleşim için kullanılan 1 pixel'lik resimleriniz varsa bunlar için de "" kullanabilirsiniz.
- Tablo, frame, resim, çokluortam vb kullanımında, tercihinizi yapmadan önce metin-tabanlı tarayıcıları ve sizin kullanmadığınız "o diğer" tarayıcıyı düşünün. Bu, dengeli bir karar vermenize yolaçacaktır.

Sonuç

Bu sayfalar, web tasarımının ancak belli bir bölümünü anlatabilmiştir. Web tasarımı, çokboyutlu düşünülmesi gereken, önceden planlaması gereken bir alandır; uzmanlık ve tecrübe ister.

- "Web tasarımı, çoklu disiplin gerektiren, profesyonelce yaklaşılması gereken bir alandır ve kolay kullanılan ilk görsel düzenleyiciyi açıp sayfa yazmak kadar da kolay değildir.
- Birçok tasarımcının ilk düşündüğü, sayfaların nasıl görüneceğidir. Halbuki ilk sorun, içlerinde ne ve ne kadar bilgi olacağı, kim için hazırlandığı ve Internet'e başka bir sayfa katmanızın gerçekten anlamlı olup olmayacağıdır.

* "Web tasarımında öncelikli ilkeler" konusundaki içeriğe katkılardan dolayı Cüneyt YILMAZ'a (ULAKBİM) teşekkürler.

Tipografi, Renk Uyumu ve Tasarım İpuçları

İnternet'te İçerik

İnternet, içerik ve özellikleriyle özgür bir iletişim ortamıdır. Kullanımı kolaydır, ekonomiktir, yer/alan ve zaman olarak oldukça esnektir. Diğer iletişim kanallarına göre hedeflenen kitleye ulaşmada daha başarılıdır. Her istenilen konu istenildiği biçimde sunulabilir, paylaşılabilir.

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

Bilgi tasarımının önemi giderek artmaktadır. İyi bir planlama ise her tasarımın temel koşuludur. Amaca uygun olarak derlenmiş bir bilgi, doğru düzenlenir, iyi sınıflandırılır ve etkili şekilde sunulursa alıcısı tarafından kolayca algılanır. Düzensiz yerleştirilen yazı ve görüntü, öğeleri algılamayı, iletişimi güçleştirir ve yanlış anlaşılmalara neden olur. Yazı ve görüntüler arası görsel denge iyi kurulmalıdır. Renkler, biçimler ve bunların yerleşimi dengeli olmalı, ilgi çekmelidir. Göz, bilgi

akışına göre zorlanmadan sayfadaki hareketi takip edebilmelidir. Unutulmamalıdır ki, yazı, iletişimsel anlamını kaybettiği an amacından da uzaklaşmış olur.

Tipografi

Yazı karakterlerinin iki boyutlu bir yüzeye yerleştirilmesi sanatına - tasarımına "tipografi" denir. Tipografi, yazının mantık sınırlarını zorlamasını sağlar, dikkati diri tutar, insan ruhunu okşar, çileden çıkarır, heyecan verir. Bu nedenle tasarımcının sloganı; "basit, etkin ve derin" olmalıdır. Web sayfaları, kolay kullanımı ve algılanırlığı ile "basit/yalın", verimli ve yararlı bilgileriyle "etkin", tüm sorulara vereceği yanıtlarla ve yaratacağı heyecanla "derin" olmalıdır.

Özenle hazırlanmış giriş sayfaları web sitesini başarılı yapmaz. Tüm sayfalar özenle hazırlanmalı ve ortak bir dil taşınmalıdır. Sayfalar arası bütünlüğü bozmamak için seçilen yazı karakteri, renk ve biçimlerde süreklilik şarttır.

İnternet üzerinde okunaksız yazı örneklerine sıkça rastlanmaktadır. Özellikle temel tasarım prensiplerini bilmeyenlerin hazırladığı web sayfalarında daha sık rastladığımız okunma sorunu yaratan bazı etkenler vardır. 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.

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

Yazı karakterinin çeşitliliği, gereksinmeye göre olmalıdır. Eğer sayfa büyük, metin uzun ve farklı vurgular gerekiyorsa yazıda çeşitliliğin olması, zenginlik ve renklilik getirir. Çok fazla yazı karakteri daima risktir. Her karakter farklı mesajlar ileteceğinden okuyucunun kafasını karıştırabilir. Script fontlar, el yazısı görünümüyle samimi ve sempatiktirler. Fakat büyük harf (majüskül) yazılmış Kaligrafik ve Gothic yazılar zor okunurlar. Dekoratif yazılar ise, çok süslü yapılarıyla oldukça okunaksızdırlar. Geneva, Helvetica, Arial ve Times gibi ekran fontları daha okunaklıdır.

KALİGRAFİK majüs **GOTHIC MAJÜSKÜL**
kaligrafik minüskül **gothic minüskül**

Kaligrafik ve Gothic fontların büyük harfleriyle yazılan sözcük zor okunur.

Yazının yapısı, vurguyu belirler.

İtalik fontlar, tekdüzedir, gösterişsizdir, değişik yapısıyla anlatımı güçlendirir, daha samimi bir iletişim kurar. Fakat deforme olmaya çok uygundur. Uzun metinlerin italik yazılması, yazıyı zayıf gösterir, harflerin birbirinden ayrılması zordur. Okunurluk sorunu göz önünde tutularak olabildiğince az kullanılmalıdır.

Uzun metinlerin bold yazılması ya da tümünün büyük harflerden oluşması da görünüşü sevimsiz kılar. Sözcükler, kaba bir dikdörtgen biçimde gözükürler. Küçük harfler, kuyrukları ve bacaklarıyla büyük harflerden daha ayrımlı yapı gösterirler ki bu da onları daha okunur yapar. Büyük harfler, daha çok yer kapladığından, aynı alanda gözün daha fazla tarama yapmasına neden olurlar.

Yazının sola blok olması, harf aralarının daha düzgün olmasını, daha az kesme işaretinin yer almasını sağlar. Beyaz nehirlerin oluşmasını önler. Özellikle dar sütunlarda idealdir. Sağa ya da ortadan blok yazılarda takip sorunu yaşanabilir.

Renk Uyumu

Renk; tanımlayıcılığı, ayırt ediciliği, yön göstericiliği ve vurgulayıcılığı ile web sayfalarının en önemli öğelerinden biridir. Okuyucuyu etkiler, ilgiyi diri tutar. Siyah-beyaza göre %40 daha fazla dikkat çeker. Bilgi, renk sayesinde daha etkili sunulabilir. Örneğin başlığı metinden ayırmak, bir mesaja dikkat çekmek, bilgi gruplarını birbirinden ayırmak, akışı sağlamak gibi pek çok işlev renkle yerine getirilebilir.



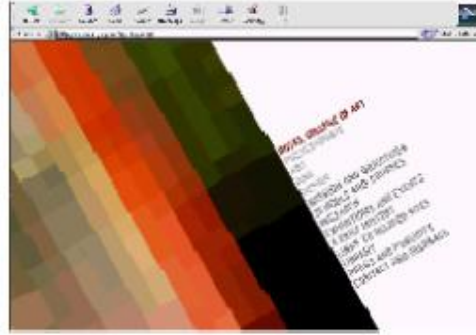
Yazıda renk vurguyu artırır.



Koyu zemindeki açık renk yazı, kontrastlık yaratır.

Koyu renkli zeminler üzerinde açık renkli yazılar tercih edilmelidir. Daha ışıklı olması nedeniyle koyu zemin üzerindeki yazılar, özellikle de serifsizler daha iyi görünürler. Okunurluk açısından harf ve zemin arasında en az %70 ton farkının gerekli olduğu da unutulmalıdır. Zemin 100 değer ise harf 30 değerden fazla olmamalıdır. Tersi için de aynı şey geçerlidir.

Şekil, ton ve renk uyumunda ve bunların konumlarında farklılıklar yapmak, sayfaya enerji verir. Örneğin yatay pozisyon yerine belirli bir eğimdeki yerleştirmeler görsel kontrastlıklar yaratır. Kontrastlık, tasarımın temel prensiplerinden biridir. Bir sözcüğün ya da deyim in yüksek ya da alçak sesli çıkmasını sağlar. Layoutta (düzenlemede) vurgu için öğeler arası güçlü kontrastlıklar gerekir. Boyutta, biçimde, konumda, ağırlık ve renkte resmin mi yoksa yazının mı dominant (güçlü) olacağı önceden belirlenmelidir. Her şeyde vurguyu aynı yapmak, monoton bir sonuç yaratır.



Karışık doku ve biçimlerin olduğu bir zeminde yazının okunurluğu azdır. Açık, konturlu ya da gölgeli bir yazı böyle durumlarda etkiyi artırır. Koyu zeminde açık, açık zeminde koyu yazı; kontrastlık (zıtlık) yaratması nedeniyle daha kolay algılanır.

Renklerin Dili

Kırmızı	İştah açar (Dünyadaki gıda firmalarının hepsinin logosunun kırmızı olduğunu farkedeceksiniz).
Yeşil	Vejeteryanlığı temsil eder. Yeşil güven verir (banka logoları).
Siyah	Gücü ve tutkuyu temsil eder. Hırsın da bir ifadesidir (makam arabaları).
Mavi	Kanın akışını yavaşlatır (mavi boncuk) sakın diye nitelenebilir.
Lacivert	Sonsuzluğu, otoriteyi ve verimliliği çağırıştırır (banka logoları).
Yeşil ve Mavi	Sağlamlığın ifadesidir.
Turuncu	Dikkat çeker ve kalabalık görünür.
Gri	Diplomatik ve ağır bir renktir, hareketsizliği, yavaşlığı, ve ciddiyeti temsil eder (silahlı kuvveti).
Bronz	Negatif bir etki yapar. Tepki almak istediğinizde işe yarar (içki reklamları).
Sarı	Geçiciliğin ve dikkati çekiciliğin ifadesidir (taksiler).
	İstikrarı, devamlılığı ve temizliği simgeler.
Kahverengi	Yavaş hareket ve durağanlık (hiç bir fast food restoranında kahverengine rastlanmaz. Çabuk Y Çabuk gidin!) aynı zamanda teklifsiz, rahat bir renk olarak kabul edilir. Karşınızdakiler kendiliğinden resmiyetten uzak daha rahat hissetmesini ve açılmasını sağlar (gazeteciler).
Pembe	Uzlaştırıcı ve yoğun (tezgahtarlar).

Tasarımda İpuçları

Yazının fazla daraltılmış (condensed) olması, harflerin birleşmesine, iç boşluklarının zayıflamasına neden olur. Fazla genişletilmesi (expanded) ise her bakışta okunan sözcük sayısını düşürecek, okuma süreci uzayacaktır.

Web sayfalarındaki en önemli sorunlardan biri yazı satırlarının uzunluğudur. Basılı yayınlarda olduğu gibi satır arası ayarlama yapılamaz. Fakat satır uzunluğu istenildiği gibi düzenlenebilir. Satır uzunluğu, tek sütunlu metin gruplarında 8-12 sözcüğü, birden fazla sütunlu metinlerde 6-7 sözcüğü geçmemelidir. Satırlar çok kısa ise göz hareketi sıkça kesilir; çok uzun olunca da, gözün alt satır başına geçmesi, doğru tarama yapması zorlaşır, satır atlar ya da aynı satırı tekrar okur. 70 harf ve boşluktan uzun bir satır, okumadaki sürekliliği engeller. Rahat okuma için ise bir satırdaki harf ve boşluk sayısı 40 civarında olmalıdır. Bu da ortalama 6 sözcüğe karşılıktır. Satırlar arasındaki beyaz boşluk, sözcükler arasındaki boşluktan fazla olmalıdır. Satırlar arası boşluğun aşırı olması metnin leke etkisini, kontrastlığını azaltır, daha yumuşak görünümlü yapar.



Web sayfasında yazı ve görüntüyü gösteren boşluktur. Fazla boşluk, dinlendirir, rahat algılama sağlar. Az boşluk ise karışıklık ve karmaşa yaratır, algılamayı güçleştirir. Yazı alanına çok yaklaşmış görüntü öğeleri, hem yazının hem kendinin algılanmasını zorlaştırır. Okuyucunun dikkatini dağıtır. Yazı ile görüntü arasında en az 4 mm. boşluk olması gerekir. Yazı ve resim alanları ile kenar boşlukları önceden saptanmalıdır. Resimlerin, metni ikiye bölmesi zorluyorsa, tümceyi değil, paragrafı bölmesi tercih edilmelidir.

Basiti karmaşık hale sokmak hiç de zor değildir. Bunların çok sayıda örneğini görmek mümkündür. Önemli olan karmaşığı basitleştirmektir. Yalın, anlaşılır bir tasarımın geleceğe kalma şansı daha yüksektir. Her şeyde olduğu gibi bu konuda da araştırma ve deneme yapmak bir zorunluluktur. Yaratıcılığın sonu yoktur. Daha iyiyi ve güzeli bulmak en büyük hedefimiz olmalıdır. Öyle değil mi?



Gereksiz çerçeve ve zemin rengi karmaşa yaratır.

* "Tipografi ve İnternet'te Kirlilik" konusundaki içeriğe katkılarından dolayı Hasip PEKTAŞ'a (Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü Öğretim Üyesi) teşekkürler.

Haftanın Çalışma Soruları

1. Microsoft Word programında CV'nizi yazarak "Dosya" menüsünden "Farklı Kaydet" seçeneği ile "Web sayfası olarak" kaydedin. Bu dosyayı tarayıcınızda açıp kaynağına bakınız. İçerisine gömülen gereksiz kodları inceleyiniz.
2. En iyi tanıdığınız yerli ya da yabancı 5 bankayı, 5 içecek firmasını, 5 fast food restoranı ve 5 bisküvi/çikolata üretici firmayı bir kenara yazarak karşılarna logolarında kullandıkları ağırlıklı renkleri yazınız. Neden logolarında o renkleri seçmiş olabileceklerini düşününüz.
3. Daha önce beğenerek gezdiğiniz siteleri tekrar gezerek bu derste öğrendiğiniz bilgileri de dikkate alarak yeniden inceleyip yorumlayınız. Belki "keşke şurası şöyle yapılmış olsaydı daha iyi olurdu" şeklinde yorum bile yapmaya başlayabilirsiniz, ne dersiniz? :)



- Burada verdiğimiz çalışma soruları sizin uygulama yaparak kendini geliştirmeniz açısından önemlidir.
- Yukarıda verilen soruların çözümlerini yapmaya çalışınız. Cevapları dersin hocasına göndermeyiniz.
- Bu haftanın içeriğini yorumlayıp İnternet üzerinde de araştırma yaptığınız halde çözümü bulamadıysanız dersin hocasına mail atarak yardım alabilirsiniz.