

Yazılar:

GRAFİK ERLER MESLEK KURULUŞU
Gazeteciler Sitesi, Hikaye Sokak 7/1, Esentepe 80300, İstanbul Tel. 174 15 80

Pantone Zamanı Yakalıyor

Steven Streight

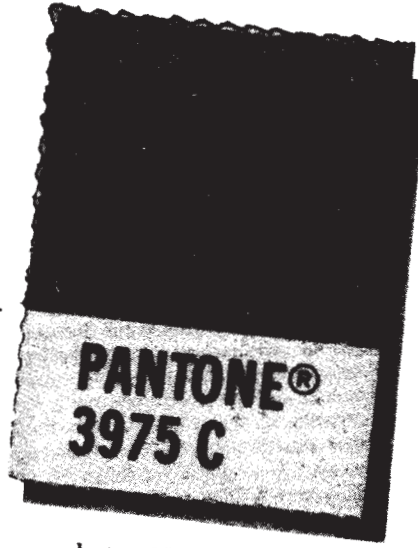
How, Mart/Nisan 1988

Çeviri: Hakan Öneş

Pantone son 25 yıldır profesyonel renk iletişimi araçları sunuyor grafik endüstrisine. Önde gelen araçlar mürekkep üreticileri ve baskıcılar için "Pantone Renk Formülü Kılavuzu", tasarımcının yırtıp pikaja yapıştırarak istediği rengi baskıcıya ulaştırdığı küçük parçalardan oluşan "Pantone Renk Belirleyicisi" ve çeşitli perde efektlerinin renk röprodüksiyonlarını sunan "Pantone Renk Çeşidi Seçicisi"dir.

1965'deki başlangıcından beri Pantone Renk Sistemi büyük bir uluslararası başarıya ulaştı. İkisi 1987'de Çin Halk Cumhuriyeti'nde açılmış olmak üzere, dünyanın yaklaşık 97 ülkesinde pek çok Pantone mürekkep üretimi ruhsatı sahibi var. Pantone, renk sisteminin tüm dünyadaki kabul ve kullanımını yansıtmak üzere yeni bir kurum sloganı buldu: "Pantone. Rengin olduğu her yerde."

Sistemin etkinlik, ekonomi ve güvenilirliği konularında değerini kanıtlamasına karşın, bu endüstri ve pazar özellikle son 10 yılda dikkat çekecek ölçüde değişti. Baskı teknolojisi, mürekkep üretimi işlemi, bilgisayar grafiği, bilgisayarla renk seçimi ve pazarın çeşitli dilimlerinin renk zevkinde çarpıcı değişiklikler ortaya çıktı. Uluslararası tasarım topluluğuna en büyük etkiyi yapan iki pazar dilimi Avrupa ve Japonya'dır. Bu iki dilim birbirinden çok farklı tasarım anlayışlarını temsil eder. Avrupa'da rengin saldırgan kullanımını -parlak renkte geniş alanların göze alıcı etkisi- üstünde duruluyor. Baskı mürekkebinin renk gücünü uzun bir zaman boyunca koruması önemli. Japonya'da ise belli bir renk ailesinin tonları arasında incelikli gölgeler vurgulanıyor. Japon tasarımcılar pek çok solgun yeşil ve soğuk mavi ve hayli de saf kırmızı kullanıyorlar. Japon stili, daha koyu bir renkle çevrelenmiş parlak renk patlamaları içeren işler orta-



ya koyuyor.

Birleşik Devletler'deki tasarımcılara yenilikler için şimdiye dek hep Avrupa kaynaklık etmiştir ama bugün Uzak Doğu hızla artan bir etki yaymakta.

Pantone teknoloji ve akımlardaki yeniliklerden geri kalmamak için renk sisteminin kalitesini yükseltme ve seçenekleri genişletme kararı aldı. Sonuç yeni "747 X Renk Sistemi" oldu. Bu, sistemin doğuşundan beri uğradığı en kapsamlı ve radikal değişiklik. Ama bu hayli temel "tadilat"a rağmen sistemin genel biçimi ve kullanımı açısından orijinal halinden çok az sapma yapıldı.

Pantone, bu süreci, sistemi halen kullanmakta olan tasarımcıların belirttikleri ihtiyaçlar ışığında değerlendirerek başlattı.

Tasarımcıların Pantone ile ilişki kurmalarının temel araçlarından biri, Pantone'nin ürettiği her renk kataloğunun içinde yer alan "son kullanıcı yanıt kartı". Bu kartlar Pantone'ye son kullanıcı yorumları ve eleştirileri ile sürekli bir bilgi akışı sağlar.

Pantone bu yanıt kartlarında yer alan yorumları inceleyerek var olan sistemde belirli boşluklar saptadı. Bu boşlukların çoğu çağdaş Avrupa ve Japonya tasarımcılarının yaygın bir şekilde kullandıkları renklere karşı geliyor. Bu ön inceleme tamamlandıktan sonra Pantone'nin çok dikkatli ilerlemesi gerekiyordu:

"Pantone tüm renk makinasında dev bir dişliye benzer. Bu dev dişli yüzlerce başka küçük dişliye bağlıdır. Pantone bir yönde çok küçük bir hareket yaptığında diğer dişliler çok büyük hareketler

yaparlar" diyor Pantone Pazarlama ve Satış Bölümü başkan yardımcısı Jerry Giudice.

Pantone varolan sistemi kurcalamadan önce tüm revizyona rehberlik edecek üç temel hedef belirlendi.

1) Araştırma yoluyla varolan sistemin, renk çeşitleri, ton satürasyonu ve son kullanıcıların istekleri açısından yetersizlikleri saptanacak.

2) Sistemin aranan, istenilen bir rengin basılabilmesi için en etkin ve ekonomik yol olduğu kanıtlanan orijinal mantığı korunacak.

3) Baskı tesislerinde yerinde karıştırma yöntemlerinin kolaylığı açısından, renk formüllerinin basitlik ve etkinliği korunacak.

Sistemin kalitesini yükseltme süreci Pantone'nin teknik laboratuvarlarında tümüyle yeni bir dizisinin yaratılmasıyla başladı.

Bu dizi varolan sistemdeki boşluklara dayanıyordu. Daha sonra, dünyanın her yanından varolan renk kataloglarının hemen tümü toplandı, kütüphanede dosyalandı ve incelendi. Diğer katalogların ışığı altında ve Pantone mürekkep formüllerinin özellikleri doğrultusunda, yeni dizide küçük değişiklikler yapıldı. Bu yeni oluşturulan renk paleti de bir prototip kitabı olarak basıldı, yeni renklere sayısal adları verildi.

Bundan sonra Pantone tasarımcılarla görüşmelere başladı. New York'dan 250, Tokyo'dan 150 ve Avrupa'dan 150 (öncelikle İngiltere, Fransa, Almanya ve İtalya) tasarımcı ile görüşüldü. Pantone'nin varolan sistemiyle tecrübeleri hakkında görüşülen bu tasarımcılardan New York'dan 110, Tokyo'dan 75, Avrupa'dan 80 tanesinin araştırmaya dahil edilmesine karar verildi. Tasarımcılara 30 gün süreyle kullanmaları için yeni prototip kitabı verildi. Varolan, kullanabileceklerini bildikleri renkler yerine bu yeni prototipte yer alan bir rengi kullanmayı tercih ettiklerinde o renge bir X işareti koymaları istendi. Yalnızca bu yeni rengin diğerinden iyi olduğunu düşündüklerinde işaretleyeceklerdi.

30 günün sonunda Pantone'nin elinde 300 kadar prototip kitabı vardı. Onları sevindiren, kitaplarda pek çok X işaretinin olmasıydı. Ama beklemedikleri, kitapların çoğunda yeni ama şimdilik varolmayan renklerin parçalarının yarılarının kesilip alınmış olmasıydı. Bunun anlamı şuydu: Bu yeni renkler tasarımcıları o kadar heyecanlandırmıştı ki, parçaların yarılarını kesip baskıya yolluyorlar; bunların yakında çıkacak Pantone renkleri olduğunu söylüyor ve karşılaştırma yapmak istiyorlardı.

Prototip kitaplarının incelenmesi

neyin hararetle karşılandığını, neyin karşılanmadığını ortaya çıkarıyordu. Yeni renk dizisi tasarımcıların tercihleri doğrultularında rötuşlandı. Mike Garin (Teknik Servis, başkan yardımcısı), Al Dibernardo (Teknik Yönetmen) Jack Siderman (Satış, başkan yardımcısı) gibi Pantone'nin usta renk uzmanlarının başarıları açtı; paletin %95'i bu araştırmanın yardımı olmadan da doğrudu.

Özel olarak Uzak Doğu'da yapılan araştırma sonucu, Pantone sistemine bir temel renk ekledi; Pantone Menekşe. Bu, mor ve menekşe ile yeni paletten türeyen çeşitli solgun ve kirli renkler yaratımına da yol açan bir tayf ortaya çıkardı.

Bundan sonra Pantone'nin teknik laboratuvarlarında bu renkleri sinama programına geldi sıra. Bu testler, spektrofotometrik okuma (bu renklerin renk uzayında tam olarak nerede yer aldıklarını saptamak için), renk denemeleri (mürekkep formüllerini karıştırmak ve bu renklerin tutarlı bir şekilde her defasında aslına uygun olarak basılıp basılamadığını görmek için) testlerini de içeriyordu. Bu ön araştırma ve sinama bittikten sonra iş yeni renkleri varolan Pantone kataloglarına fazla bir değişiklik yapmadan monte edebilmeye kalyordu. Bu nedenle her sayfada yedi renk olan geleneksel biçim korundu. Yani renkler varolan sistemin içine "dikildi".

Varolan renkler için kullanılan üç basamaklı "kod"lar değiştirilmedi. Eski kitap 163'den 164'e geçerken yeni kitapta yeni renklerin olduğu bir sayfa eklendi ikisi arasına. Yeni renkler dört basamaklı sayılarla adlandırıldı, 1635C gibi. Örneğin bu sayı 163.5C olarak anlaşılmalı. Aradaki nokta ise mürekkep üreticilerinin formülleri bilgisayarda saklamalarını kolaylaştırılmak için kaldırılmış. 1635C adı bu rengin 163C ile 164C tam ortasına düştüğünü gösteriyor. Eski kitabın iki sayfası arasına iki ya da daha çok sayfa eklendiğinde de yeni renklere ad verilirken aynı mantık kullanılmış. Örneğin eski kitaptaki 325C ile ve 332C ile başlayan sayfaların arasında yeni kitapta üç sayfa var. Aradaki renklerin adları ise, 3252C (325C'ye 326'dan daha yakın olduğu anlamında), 3255C (325C ile 326C ortasında bir yerde olduğu anlamında) ve 3258C (332C'ye daha yakın anlamında).

Bu Pantone'ye tümüyle eski bir tayf izleyen, tümüyle yeni bir tayf sunmak yerine, tek bir renk tayfı sunma şansını sağlıyor. Dahası; bu, kullanıcılar bir renk ararken belli bir alanda gezebilecek

ve her rengi de olması gereken yerde bulmayı sürdürecekler demek. Tasarımcıların Pantone hakkındaki düşüncelerini ya da yaklaşımlarını değiştirmeleri gerekmiyor. Tek değişiklik bazı renklerin adlarının üç yerine dört basamaklı olmaları. Ürünlerinin uluslararası niteliğini vurgulamak ve sürdürmek için; Pantone, kataloglarını artık açıklayıcı bir giriş ve altı dilde basılmış bir indeksle yayınlıyor.

Pantone bu yeni yayınları piyasaya sürmeden önce tüm bilgileri Baskı Mürekkebi Üreticileri Ulusal Birliği'ne (National Association of Printing Ink Manufacturers) sundu.

Yayınları genel piyasaya sunmadan altı ay önce Pantone tüm ruhsat sahipleriyle bağlantı kurdu. Onlara birer pazarlama belgesi, yeni sayısal sistemin açıklaması, araştırmanın tarihçesi, mürekkep örnekleri, mürekkep formülleri ve sayısal adları içeren bir Pantone Formüller Kılavuzu yolladı. Bunun amacı tesislerinde gerekli değerlendirmeleri yapma fırsatı vermek ve yeni mürekkepleri karıştırırken bir sorunla karşılaşmayacaklarına emin olmalarını sağlamaktır. Mürekkep üretme ruhsat sahipleri daha sonra yeni sistem hakkındaki bu bilgileri basım pazarına aktardılar.

1987'nin Ağustos'unda tüm mürekkep üreticileri ve baskıcılar yeni 747 X R Pantone Renk Sistemi'nden haberdar ve ona aşına idiler.

Eylül 1987'de "Pantone 747 X R Renk Belirleyicisi" ve "Renk Çeşidi Seçicisi" kitapları resmen Birleşik Devletler tasarım piyasasına sunuldu.

Pantone 747 X R'in piyasaya sürülmesi geçişi mümkün olduğu kadar kolaylaştırmak amacıyla böyle gerçekleştirildi.

Pantone Renk Sistemi ile ilgili her türlü grafik malzemeyi üretmekle yükümlü ruhsat sahibi Letraset, bu yılın (1988) nisan ayında pek çok yan ürünü genişletilmiş renk dizisinde sunacak. Tasarımcıların yeni geliştirilmiş renk belirleme araçlarına uygun malzemeye gereksinimlerinin farkında olan Pantone, araştırmalarını yürütürken Letraset ile sürekli yakın ilişki içinde olmuş. Son bir not; 747 X R Pantone Sistemi Japonya'da Birleşik Devletler'den bir yıl önce piyasaya sürüldü. Tepki son derece iyiydi ve Pantone'yi Japon tasarımcıların gereksinimlerine yanıt verdiği ve dolayısıyla bütün dünyadaki tasarım topluluğunda olumlu etki yaratacağına inandırdı.

Pantone'nin şu an karşı karşıya olduğu yegâne büyük sorun ürünün yeterli arzını sağlayabilmek. Çünkü talep en çığır tahminlerini dahi aşmış durumda. ●

Müdahale Edilmiş Fotoğraf

Mandie Rickaby

Graphics World, Ocak/Şubat 1989

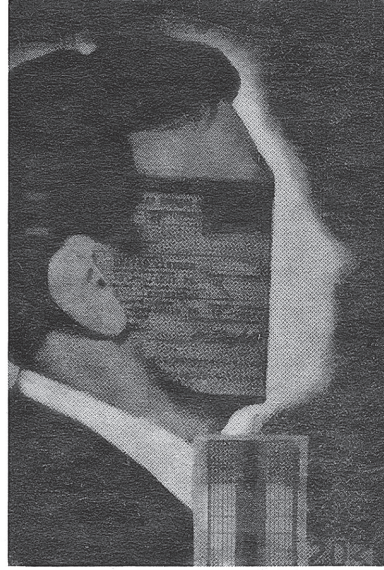
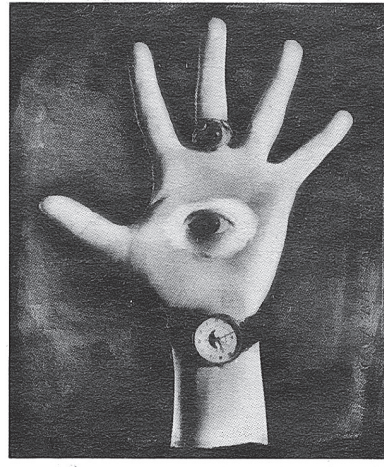
Çeviri: Hakan Öneş

Fotoğrafların çekimden sonra büyük ölçüde değiştirilebilmesi fotoğraf, illüstrasyon ve güzel sanatlarda hareketli bir kimlik karmaşasının ortaya çıkmasına neden oldu.

Sanat çığırtaçları ve satıcıları arasında "müdahale edilmiş fotoğraf" gibi bir terim kullanmak, kendinizi daha yeni terkedilmiş bir arkadaşınızla balayınızda nereye gideceğinizi tartışırken bulmak gibi bir şeydir. Kimi kelimelerin tabu olduğunu bilirsiniz ama mesajınızı iletecek başka kelimeler de bulamazsınız.

Sorunun yarısı bununla uğraşan kişilerin de gerçek bir alternatif bulamamalarından kaynaklanıyor. "Bizim yaptığımız güzel sanatlara girer" diyor bazıları. Diğerleri ise bu terimi "fazla mekanik" ya da "fazla fotoğrafik" buluyorlar. Gene de "foto-illüstrasyon" ya da "illüstratif fotoğraf" gibi terimler çok belirsiz kalıyor. Buradaki zorluk linguistik bir sorun olmaktan da öte: Yapılanı tanımlamaya çalışmak bile ikircikli çünkü.

Yapılan her ne ise "müdahale edilmiş fotoğraf" terimi yerleşti gibi. Bu terim genellikle çekimden sonra değiştirilmiş fotoğrafik görüntüler için kullanılıyor. Yani sanatçı fotoğrafı çektikten sonra bir takım karanlık oda ya da bilgisayar teknikleriyle veya guvaj, boya kalemi vs. gibi başka araçlar kullanarak görüntüye "müdahale ediyor". Bu geniş tanımın bile kimi istisnaları var ama. Örneğin Calum Colvin'in müdahale edilmiş görüntüleri, 2 boyutlu bir görüntüyü 3 boyutlu bir sete resmetmesi ve sonra bunun fotoğrafını çekmesi ile oluşuyor. Müdahale edilmiş görüntüler, fotoğraf, illüstrasyon ve güzel sanatlarla çevrelenmiş garip bir "kimsenin olmayan ülke". Notting Hill'deki The Special Photographers Gallery (Özel Fotoğrafçılar Galerisi) bu sanatçıları son iki buçuk yıldır hem güzel sanatlar çevrelerinde hem de ticarî dünyada temsil ediyor. Yöneticilerden Catherine Turner müdahale edilmiş görüntülerin en azından ne olmadıkları konusunda açık: "Bu çalışmalar bilindik Eastman sloganının -Siz düğmeye basın, gerisini biz yaparız!- antitezidir." Ama müdahale edilmiş görüntülerin yeni bir şey olmadığını da hemen vurguluyor: "Yeni olan ti-



carî dünyaya geçişleri. Müdahale edilmiş çalışmaları yapan insanlar ortaya çıkmaya başladıklarında sanat galerileri bunları almaya hazır değillerdi. Onlar da tasarım gruplarına ve reklam ajanslarına yöneldiler."

Hedeflenen pazarın gösterdiği heyecanın izlerini her yanda görebiliriz: Reklamcılıkta, moda dergilerinde, hatta kitap kapaklarının donuk dünyasında bile. Yönetici resimlerinin bir çekim sonrası "çimdiği" ile biraz neşelendirilmedikleri bir yıllık rapor düşünülemez bile artık. Parfüm firmaları ve moda evleri de potansiyelelin farkına varmakta gecikmediler. Yarı-çıplak kadınların yarıerotik resimlerine eklenen ayırdedici "overtone"lar artık bu sektörün ayrılmaz parçası oldu. Bu ilanların yer aldığı orta yolcu dergilerin çoğuya müdahale edilmiş görüntüleri editoryal sayfalarına almaya karşı duruyorlar henüz. Bunun bir istisnası sanat yönetmeni Graham Mitchener'in müdahale edilmiş görüntüleri fotoğraf ile illüstrasyon arasında bir geçiş noktası olarak kullanmasıyla grafik tasarımına belli bir tat katan Excel dergisi. Mitchener, bunu hem saf illüstrasyondan daha güçlü bir görüntü elde etmenin, hem de klasik fotoğrafta eksik olan yorumlama unsurunu katmanın bir yolu olarak görüyor. Müdahale edilmiş görüntülerin özellikle daha sıkı bir sanat yönetmenliğine gereksinimleri var mı? Mitchener her türlü "iş ver-

me"de olduğu gibi bunun da fotoğrafının kişiliğine ve istediğiniz görüntünün doğasına bağlı olduğunu söylüyor: "Eğer sanatçı heyecanına sahip biriyse ve siz ona derdini anlatırken ölçüyü kaçırmıyorsanız ortaya felaket işler çıkabiliyor."

"Burada olan kimin ne yaptığını değiştirdiğiniz. Normal olarak telefona uzanıp bir illüstratörü arayacağınız durumda onun yerine bir fotoğrafçı çağırıyorsunuz... Pek çok insan fotoğrafın kutsal dokunulmazlığına, onunla oynamamak gerektiğine inanıyor. Bu insanların söylediği ise; eğer resmi yırtmak istiyorlarsa yırtacakları, üzerine kolaj koyacakları... Çünkü gün bittiğinde ortaya çıkarmak istedikleri bir görüntü. Teknik ya da mükemmellikten ilgilanmıyorlar."

Hepsi RCA'den çıkan ve aynı stüdyoyu paylaşan Calum Colvin ve David Hiscock'un da yer aldığı üçlü grubun diğer üyesi Ewan Fraser da buna katılıyor. Müdahale edilmiş görüntülerle çalışmalarına kolej yıllarında ve "fotoğrafa duyduğu ilgiyi canlı tutabilmek için" başladığını belirten Fraser'ın bir özelliği fotoğrafa resmin ya da heykelin ikamesi olarak giren pek çok çağdaşının aksine altyapısının mühendislik olması. Fraser bu çalışmalarına destek olması için daha alışıldık, klasik işler de aldığını gizlemiyor. Bu tür klasik çalışmalar Fraser'ın müdahale edilmiş görüntülerle çalışmalarına bir sıçrama tahtası olmuş aslında: "Klasik fotoğrafta kaliteli işler çıkardığım belli bir noktaya gelmişim ama oradan sonra ne yapacaksınız ki? Bulduğum yol o çok kaliteli görüntülerin kalitesini biraz düşürmek oldu; öyle başladım. Müdahale edilmiş görüntüler beni çok daha fazla heyecanlandırıyor, eğlendiriyor. Çünkü çok daha meydan okuyucu. Kendim için bir şeyler yaptığımda böyle çalışıyorum." Buna karşılık grafik sanatçısı/illüstratör Andrej Klimowski klasik fotoğrafı bir amaç olarak değil, her zaman yalnızca bir belgeleme aracı olarak kullanmış. Fotoğrafa St. Martin's'de güzel sanatlar ve heykel eğitimi görürken başlayan Klimowski 70'lerin başından beri ürettiği müdahale edilmiş görüntülerin yanısıra çizgileriyle de tanınıyor. İki farklı türde çalışmanın tematik olarak birbirini tamamladığına inanıyor ama saf illüstrasyonun yerine fotoğraf kullanarak elde edilebilecek etki konusunda son derece net konuşuyor: "Herşey fotoğrafik görüntü karşısında hissettiğim bir büyülenmeyle ilgili" diyor. "Çizim ya da resimden daha yarı-satıcı bir etki yapan bir tür meşafesi var. Belgesel ve kurgusal olanın garip bir karışımı. Oysa re-

sim yalnızca kurgusal.” Klimowski gibilerin uzunca bir süredir müdahale edilmiş görüntüler üretmelerine karşın bu türün ticarî dünyaya girişi ancak yakın zamanlarda gerçekleşti. David Hiscock, örneğin, on yıldır bu tür çalışmalar yaptığını söylüyor ama şimdiki ajanı Sandee Ashton’un da belirttiği gibi üç yıl öncesine kadar onu ticarî olarak temsil edecek kimse bulmakta güçlük çekiyordu: “İnsanlar yaptıklarına dokunmaya korkuyorlardı,” diye anımsıyor Ashton: “bense müthiş olduklarını düşündüm ve var gücümle denemeye karar verdim.”

“Altı ay kadar tek bir iş bile alamadık. David gün geçtikçe büzü-lüyor, ben gün geçtikçe daha çok üzülüyordum. Derken küçük bir tasarım şirketi bize küçük bir iş verdi ve oradan devam ettik.” The Special Photographers Company’dan Catherine Turner da benzer bir öğrenme süreci gözlemlemiş. Memnun bir ifadeyle “müdahale edilmiş görüntüler bugün artık çok gözde” diyor. “Galeriler açısından bakıldığında; sanatçı baskının üzerinde bir şekilde oynadığında, o eser tek olma yoluna giriyor, illüstrasyon ve sanata daha çok yaklaşıyor- insanlar onu aldıklarında tek olacağını düşünüyorlar. Galeriler için iyi bir şey bu. Çünkü ‘sanat olarak fotoğraf’ bunlar.”

Bu türden bir başarı da kendi sorunlarını getiriyor elbette. “Baktığım kitaplarda gördüklerimin %50’sinin sırf yapılmış olmak için yapıldıkları çok açık,” diyor Catherine Turner. “Arkasında ‘işte şurasını biraz kazırım, burasını azıcık boyarım, olur’ diye düşünen birinin olduğu o kadar belli ki... Tamamıyla sahte, hiç bir duygu yatmıyor altında.”

David Hiscock da bu salgın olgusundan söz ediyor. “Birisi bu türden bir hareket başlattı mı hemen üstüne atlıyorlar” diyor. Bu nedenle bu türden makalelere karşı biraz tedbirli davranıyor Hiscock. “İntihalcilerle” aynı kefeye konmaktan korkuyor çünkü: “Ben bu tür çalışmaları on yıldır yapıyorum ve yaptıklarımın bütün bunlardan bağımsız olduklarını düşünüyorum.” Hepsinden kötüsü, en üzüldüğü şeyi ise, şu anda öğretim üyeliği yaptığı Royal College’da öğrencilerin portfolio’larına baktığında gördüğü yeni teknikler ve fikirler yaratmak yerine, taklit etmenin dar sınırları içinde kalan çalışmalar olduğunu söylüyor.

Catherine Turner da bu konuda onunla hemfikir: “Eğer bir tekniğin birisi için doğal olmadığını ben görebiliyorsa, herkes görebilir. Yalnızca gerçekten iyi sanatçı olanlar hayatta kalacaklardır.” ●

Faksı Tanımak

Caryl Holland

Graphics World, Mayıs/Haziran 1988

Çeviri: Hakan Öneş

Faks makineleri geleceğin ofislerini bugüne taşıyorlar. Bu makale hayli geniş seçenekler içinden doğru makinenayı seçebilmek için bir rehber olmayı amaçlıyor.

Faks makinalarının iki yıl içinde fotokopi makinaları kadar yaygın hale gelecekleri tahmin ediliyor. Teleks makinalarını ise şimdiden geçmiş durumdalar. Bir faks mesajının yollandığı ya da alındığını anlamamanın ya da kanıtlamanın olanaksız olmasına karşın faksın sağladığı iletişim süratini sunamayanların iş kaybedecekleri günler hiç uzak görünmüyor.

Faks nasıl çalışır?

Faksimile makinaları orijinal kopyanın bir kopyasını alıp, bilgiyi elektronik olarak kodlayarak ve telefon hattından ileterek çalışıyor. Ücret, işlemin süresine göre belirleniyor ve normal telefon ücretiyle aynı.

İlk zamanlarda yalnızca aynı üreticinin makinaları birbirleriyle iletişim kurabiliyorlardı. Bu sorun, International Consultative Committee for Telephones and Telegraphy (Telefon ve Telgraf için Uluslararası Müşavirlik Komitesi) tarafından uluslararası standartların yaratılmasıyla çözüldü.

İlk standart-Grup 1-, A4 belgeleri dört ila altı dakikada ileten en yavaş makinalar içindi ki, bu makinalar bugün artık kullanılmıyor. Biraz daha hızlı olan Grup2 de-ki A4 bir orijinali iki ila üç dakikada iletiyorlar- yerini Grup3’ün almasıyla yavaş yavaş yok olmakta. Grup3 modelleri gene A4 bir sayfayı bir dakika ya da daha kısa bir sürede kopya kalitesini de yükselten dijital tarama tekniğiyle iletmekte.

Grup3’ün A4 bir sayfayı ikinci sınıf bir postayla yollamaktan daha ucuz bir hale getirdiği söyleniyor. ICCTT yakın bir zamanda Grup4 makinaları da onayladı. Bu modellerin bir sayfayı üç saniye civarında iletmeleri bekleniyor. Ama bu makinalar 1992 yılına kadar yaygın olarak kullanılmayacaklar, çünkü dijital telefon hatları üzerinde işliyorlar ve kamu telefon ağının o zamana dek tamamen dijital olması beklenmiyor.

“Grup3 makinaların hepsi Grup2 modellerle konuşamıyorlar ve ortalıktaki az sayıda Grup4 modeller de Grup3 modellerle iletişim kuramıyorlar. Bu sorun gene de çok önemli değil çünkü şu anda kullanılan terminallerin

%96’sı Grup3 modeller ve bu durumun Grup4 modeller ciddi miktarlarda kullanılmaya başlanana kadar değişeceği bekleniyor.

Gene de şu notu vermeliyiz ki; sizin makinanız ne kadar iyi olursa olsun iletilen kopyanın kalitesi ve alınma süresi yollayan değil mesajı alan cihazın kalitesine bağlı. Bu da siz çok iyi durumda bir belge de yollasanız, alıcı makina daha az sofistike bir modelse alınan kopyanın kalitesi o kadar iyi olmayabilir demek. Ayrıca alacağınız cihazın özelliklerinden hangilerinin yalnızca aynı üreticinin modelleriyle iletişim sırasında işlediğini de soruşturun.

Ne aranmalı?

O zaman nereye gitmelisiniz ve bir faks alırken neler aramalısınız? Karşınızdaki bayi konusunda şunu bilin ki; servis kalitesi önünüze konan model çeşitliliğinden daha önemli olabilir. Faks makinalarının yılda ortalama dört kez mühendis tarafından ziyaret edilmesi gerektiği saptanmış çünkü. Bayilerin çoğu, aynı üreticinin olmaya da bilen pek çok çeşit sunabiliyorlar. Faks ile ilgilendiğinizde hesabınızı iyi yapın ve satın almak, kiralamak, ya da özel koşullarla anlaşmak seçeneklerinden birinde karar kılarken faksın çok hızlı değişen bir teknoloji olduğunu aklınızdan çıkarmayın. Fotokopi bayileriyle aynı sistemle çalışan kimisi kuruluşlar var; yani aleti ne kadar zaman kullanırsanız o kadar para ödüyorsunuz.

Aranacak özellikleri genellikle nelerin yollanacağı ya da alınacağı belirlemeli. Olağan iş yazışmalarından çok sanatsal işler ya da dizgi söz konusu ise en önemli nokta kopyanın aslına uygunluğu. Belgelerin ebatları da bir unsur olabilir. A3 ebatını iki A4’e bölebilen bir model olmakla beraber şu anda alınabilen en büyük ebat B4. Normal olarak A3 ebatını tarayabilen modeller, orijinali diğer taraftan röprodüksiyonuna olanak sağlamak için otomatik olarak normal ebata indiriyorlar.

Gözönüne alınması gereken önemli noktalardan diğerleri, kötü ve ayrıntılı kopyaları okuyabilecek düzeyi ve fotoğraflarla ilgili durumlarda önem kazanan makinanın kaç gri tonu üretebildiği olabilir. Bütün Grup3 modeller standart (mm.’de 3.85 çizgi) ve daha iyi (mm.’de 7.7. çizgi) okuma düzeyine sahip. Bazı modeller ise en üstün düzeyde (mm.’de 15.4 çizgi) okuma yapabiliyorlar. Bu son özellik yalnızca aynı üreticinin modelleri arasında konuşulurken geçerli ve akıldaki tutulması gereken son bir nokta daha var: Okuma kalitesi yükseldikçe tarama süresi de artıyor ki bu da

faks çekmenin daha pahalıya gelmesi anlamını taşıyor.

Yarımtan özelliği nedeniyle makinalar ya 8 ya da 16 gri tonunun röprodüksiyonunu yapabiliyorlar. Burada cihazın metin ve fotoğraflar arasında ayırım yapıp yapamadığını öğrenmeniz lazım. Çünkü eğer yapamıyorsa bu özellik kullanıldığında yazılar belirsiz olacaktır.

Ekstra özellikler:

Genellikle ihtiyaç duyacağınız işlemlere bağlı olarak çoğu vazgeçilebilir olan pek çok ekstra özellik de sunuyor faks makinaları. Hatta bunların bazıları gerçekten kullanılmaları ve fayda sağlamaları için değil, dikkat çekip göz boyamaları ve satışları arttırmaları için tasarlanmış gibiler. Ne olursa olsun, işte neler bulunabileceği konusunda bir fikir vermeleri için bazı temel özellikler:

► Ebat: Eğer yer sorunuz varsa, bir A4 kağıt kadar yer kaplayan örnekler var.

► Farklı orijinalerin, örneğin artboard, kitap, hatta üç boyutlu nesnelerin fakslanabilmesi için dönen tarama sistemine karşın düz yataklı sistem. Ama burada “besleme” elle yapılmalı.

► Belli sayıda orijinali otomatik olarak arka arkaya fakslama.

► Orijinalin küçültülmesi ya da büyütülmesi: Bir faks makinası gerektiğinde az miktarda işler için fotokopi makinası olarak da kullanılabilir.

► Otomatik arama: Belli sayıda sık aranan numaraya tek tuşa basarak faks geçilebilir.

► Hem faks hem de normal telefon numaralarını hafızada tutabilme yeteneği.

► İletim işareti: Orijinalerin üzerine iletimin gerçekleştirildiğine dair işaret koyar.

► İletim sırasında bir sorun çıkarsa alarm verir. Hattın kalitesini iletime başlamadan önce kontrol edebilir.

► İletimin süresini kısaltmak ve böylece ücretini düşürmek için boş satırları atlar.

► Programlandığında ucuz tarifi bekleyerek ofis kapandıktan sonra kendi kendine faks çekebilir.

► Pek çok farklı yere fakslanacak bilgiyi depolar.

► Önemli ve gizli iletimler için kişisel bir parola aracılığıyla faks çeker.

► Bir mesaj alırken kağıdı biterse, bilgiyi depolayabilir.

► Değişik ebatlarda kağıt ruloları.

► Bilgisayar bağlantıları sayesinde gerçek bir kopya yaratmadan faks geçebilir.

► Alınan mesajın üstünde tarih, saat ve aranan numara yazar.

► Normal print’den daha iyi sonuç verdiği söylenen lazer print.

► Özellikle grafiklerde daha iyi

sonuç veren normal kağıtla çalışın modelleri vardır.

► Otomatik kesme: Gelen sayfaları kendiliğinden keser.

Faksınızı nasıl kullanacaksınız?

Haberi yaymadan faks almanızın bir faydası yok tabii. Öncelikle kaydınızı yaptırmanız lazım.

Numaranızı cihazınızın üzerine tüm kodlarıyla beraber yazın.

Numaranın telefon değil faks numarası olduğunun anlaşılmasına dikkat edin ve hemen adresin altına yazmayın ki ilk göze çarpan numara olsun.

Diğer işe yarayabilecek ipuçları:

Makinayı ilk kurduğunuzda karıştıran kopyanın kalitesini görmek için yakında bir yere faks çekin. Yolladığınız mesajın ilk sayfasına toplam kaç sayfa yolladığınızı yazın ve her sayfayı numaralayın. Böylece mesajın sonlarında bir sorun çıkarsa karşı taraf bunu farkedebilir. Yollayacağınız orijinalin ebadı küçükse ya da buruşuk veya yırtıksa bir fotokopisini yollamak daha iyi olabilir. Her halde tüm zımba ve ataşları çıkarırsınız.

Son olarak da faks terminalleri için çeşitli kalitede kağıtlar olduğunu, ne kadar öderseniz o kadar kalitesini alacağınızı hatırlatalım. İyi bir alışveriş için biraz bakınmak da her zaman iyidir tabii. ●

Kağıt Üstüne

Lex McColl

Graphics World, Mayıs/Haziran 1989

Çeviri: Hakan Öneş

Kağıt maliyetlerinin giderek arttığı günümüzde, doğru kağıdı seçmek ve doğru bütçeyi ayırmak büyük önem taşıyor.

1988 yılında Britanya kağıt endüstrisi bu ülkede kağıt üretimi başlangıcının 500. yılını kutladı. Son yıllarda bu endüstride verimlilik sağlıklı bir oranda artarken edinilen kâr da en iyimser beklentilerin dahi üzerine tırmandı.

Kağıt maliyetlerinin niye bunca sık ve ürkütücü oranlarda yükseldiğini kendimize sormanın zamanı geldi. Çünkü son beş yıl içinde kuşe kağıt fiyatları en az on kez artı ve her artış % 6-8 dolaylarındaydı. Kağıt fabrikaları bunu tüm dünyada kağıt hamuru ve diğer hammadde fiyatlarının artışına bağlıyorlar. Sebep buyusa, o zaman kağıt hamuru fabrikaları, verimlilik bunca artarken ve hamur yapımında artık-kağıdın tekrar kullanımı bu kadar yaygınlaşırken bu aşırı artışları nasıl açıklayabilirler? Ürün ya da hizmetlerini pazarla-

mak isteyen kuruluşların, büyük miktarlarda kağıt kullanımı gerektiren grafik tasarım kullanmadan önce tereddüt edecekleri, iki kez düşünecekleri ve belki de başka medyalar kullanmaya yönelebilecekleri yolunda ciddi bir tehlike söz konusu bugün. En iyimser bakışla, tanık olunan; kullanılan kağıtların kalitesinde bir düşüş olduğudur ki bu da grafik tasarımın kalitesinin düşmesi sonucunu doğurur yalnızca. Tasarım zinciri ancak en zayıf halka bugünlerde genellikle kağıt olmaktadır.

Bununla birlikte, kimi yüksek miktarlarda kağıt kullanan birimlerin bu genel gidişe karşı durarak kullandıkları kağıdın kalitesini sürdürdükleri hatta arttırdıkları yolunda kimi cesaret verici işaretler de göze çarpıyor. **The Independent**'in cumartesi günleri verdiği ek bunun en iyi örneklerinden biri. Daha düşük kalitede bir kağıtla bu kadar yüksek bir röprodüksiyon düzeyi tutturmayı umamazlardı kuşkusuz. **Crabtree and Evelyn**, ambalajlarıyla çizdiği yüksek kalite ve doğallık imajını çok iyi grafik tasarıma ve -tabii ki- yüksek kalite kağıda borçlu. **Next** rehberinde kullanılan kağıt da ortalama postayla sipariş kataloğundan bir-iki gömlek üstün kesinlikle.

Bu üç örnekte de daha yüksek kalite kağıt kullanımı toplam üretim maliyeti üzerinde önemli etki yapmış olsa gerek. Ama üreticiler ürünlerinin tanıtımı ve promosyonu için daha yüksek kalite kağıt kullanmanın önemini kavramışlar belli ki.

Yükselen maliyetleri gözönünde bulundurmakta haklı da olsa, grafik tasarım endüstrisi kağıdın maliyetini belli bir çerçeve içinde değerlendirmelidir. Tipik bir kurum broşürünü düşünelim ve tüm maliyetlere bir göz atalım: Tasarım ücreti, metin yazımı, dizgi, pikaj, fotoğraf, ilüstrasyon, orijinal çekimi, baskı ve kağıt. Kağıdın toplam maliyet içindeki payı genellikle çok küçük olacaktır. Sıradan bir kağıt ile en yüksek kalitede kağıt arasındaki fiyat farkı ancak %20-25'dir ve daha önemlisi, son tahlilde ortalama kalite bir kağıttansa en iyi kalite kağıt kullanmak toplam maliyeti yalnızca %4-8 (belki daha bile az) yükseltir. Bu da memnun bir müşteri, memnun bir tasarımcı, memnun bir fotoğrafçı ve tabii memnun bir kağıt tüccarı için küçük bir fiyattır.

Bu nedenlerden dolayı, kağıt seçimi ve gereken bütçenin saptanması, tüm grafik tasarım projelerinde mümkün olan en erken aşamada ele alınmalıdır. Yüksek kalite bir kağıdın kullanımının orta kalite kağıt kullanmaktan

daha ekonomik olabileceği durumların sayısı şaşılacak kadar çoktur. Daha iyi kalite kağıt üreten firmalar sayfanın ebatında ve ağırlığında çok geniş seçenekler sunarken orta kalite kağıt üreticileri genellikle SRA1 ve SRA2 ebatlarında ve kısıtlı sayıda ağırlık seçenekleri sunabiliyorlar. Geniş ebat seçenekleri alışılmadık bir ebat kullanıldığında kağıt israfını ve büyük ihtimalle kimi matbaa aşamalarını azaltarak belli bir maliyet düşüşü sağlayabilir. Standart "A" ebadı sayfalar kullanılan ama sayfa sayısının SRA1 ve SRA2 ebadı kullanmaya uygun olmadığı durumlarda da yüksek kalite kağıt daha ekonomik olabilir.

Kağıt seçerken dikkat edilmesi gereken başka konular da vardır: kağıdın ağırlığı, opaklığı, gren yönü, yüzey dayanıklılığı, boyut kesinliği, sertliği ve uygulanacak metod.

Kağıdın ağırlığını ve opaklığını ele alalım örneğin. 150 gsm sanat kağıdının ağırlığı ve opaklığı orta karar olan 170 gsm kuşe kağıdına göre ya daha iyidir ya da aynı ayardadır. Piyasanın en üst düzeyinde gren yönü için alternatifler bulunur ki bunlar baskıda kağıdın gerilmesini azaltarak daha düzgün katlanmasını sağlar.

Yüzey özellikleri kağıt cinsleri kadar çeşitlidir. Son zamanlarda trikromi ve 4 renk röprodüksiyonu için ince tram kullanımı arttı. Bu durumda yüksek kalite kuşe kağıdı şarttır; çünkü ince tramda tam rengin röprodüksiyonunda en önemli unsur fazla grenin önlenilmesidir ki bunu sağlayan özellikler bu tür kağıtta bulunur. Önemli özellikleri yüzey düzgünlüğü, bütünlüğü ve kaplamada kullanılan minerallerin kalitesidir.

Birinci hamur kağıtlarda ise aslına tam sadık bir imaj istenmemiş bile olsa tam renk röprodüksiyonu alınabilir. Örneğin suluboya bir resim röprodüksiyonu birinci hamur kağıtta daha iyidir.

Yüzey dayanıklılığı baskı sırasında kağıdın yüzeyinin olduğu gibi kalma özelliğidir. Kuşe, ve birinci hamur kağıtlar için de geçerlidir. Matbacının en büyük düşmanlarından biri "hickie" (argoda; kaba öpüşle bırakılan iz-çev.) denilen, kopup baskı battaniyesine yapışan kağıt parçasıdır. Bu, hareli bir renk lekeli oluşturur. Üstelik, yıllık raporda yönetim kurulu başkanının suratına yapışıp utanç verici bir su toplama lekeli gibi durması tehlikesi vardır. İnce tram baskılarında, gren fazlalığını önlemek için çoğunlukla daha sert mürekkep kullanılır. Gren fazlalığında "hickie" tehlikesi daha fazladır.

Boyut kesinliği ancak büyük ve hafif kağıt kullanıldığında sorun

olur. Böyle bir sayfa çok-renk baskısından geçerken, her basım ünitesinde biraz gerilmeye meyillidir. Bu gerilme oranı da basılmış kağıdın arka tarafında sık sık abartılıdır. Bunun sonucunda baskıda çok hata olabilir. Bazı baskı aletleri buna önlem alacak biçimde yapılmışsa da bu hâlâ tedbirli olunması gereken bir konudur.

Eğer bitmiş parça yine bir nedenle baskıdan geçirilecekse kağıdın sertliği çok önemlidir. Bankalar ve kredi kartı şirketleri bu alandaki başlıca müşterilerdir. Örnekleri, otomatik veznelerdeki notlar, çek ve kredi kartlarıdır. Bunlar tabii çok özel uygulamalardır ama sertlik baskı alanlarında da çok önemli bir unsurdur. Temiz ve iyi basılmış antetli kağıt otorite gösterebilir. Karton, dosya ve cüzdanlarda istenmeyen buruşuklara karşı sert kağıt kullanılır.

Her kağıdın alıcıya ilettiği dokunulabilir ve görsel bir mesaj vardır. Bu sessiz, otoriter bir fısıltıdan, yüksek sesli bir haykırıya kadar çok farklı bir mesaj olabilir. Grafikerlerin kullanabileceği kağıt cinsi hiç şimdiki kadar çeşitli olmamıştı.

Hafif renklendirilmiş kuşe kağıtlar, mat, parlak ya da ipekten yapılmış kağıtlar, değişik cila ve renklerle bitirilmiş, desenli kağıtlar ve kırtasiye kağıtları var piyasada. Bunlar tasarımcının, kağıdı daha rahat ve yeni şeyler deneyerek kullanmasını sağlıyor. Kağıt satıcıları da tasarım endüstrisine servislerini ilerletmiş durumdadılar. Çoğu, tasarımcılar için hazırlanmış örneklerin ve dosyaların yan faydalarını anlamışlar, ve pek çoğu örnek sayfa ve örnek model servisi veriyorlar. Bu da tasarımcının müşteriye daha etkili bir prezentasyon yapmasını sağlıyor. Kağıt fabrikalarının yeni malzeme denemesinde ve yapımında, tasarımcıların fikirlerini göz önünde bulundurmaları da çok cesaret verici. Eminim bu ilerde daha da sık olacak.

"Yeşil" bir notla bitirelim. Britanya, Avrupa'da kağıt yapımında artık-kağıdın tekrar kullanımını en az kullananlardan. Her yıl, her kadın, erkek ve çocuk 320 pounddan fazla kağıt kullanırken -ki bu Galler'deki bir ormana eşittir- hükümetin, akılcı bir artık-kağıt toplama programı hazırlanması konusunda harekete geçmesi için yeterli ekonomik ve ekolojik sebep vardır. ●

YAZILAR

Grafikerler Meslek Kuruluşu

Derneği adına sahibi

Yurdaer Altıntaş

Sorumlu Yayın Yönetmeni

Bülent Erkmén

Uygulama: Asu Orhan

Ayda bir yayımlanır, para ile satılmaz.

Tüm hakları saklıdır.

Basıldığı yer: MATAŞ