

Yazılar:

GRAFİK TASARIMCILAR MESLEK KURULUŞU

Ayakta kalma gücü

Michael Evamy

Creative Review, Eylül 2013

Çeviri: Aslı Mertan

Tasarım ajansı Lippincott bu yıl 70 yaşına bastı ve logo tasarımlarının bir çoğu da aynı şekilde uzun ömürlü olduklarını ispatladılar.

Don Draper bu toplantıda mevcut değil ama varlığıyla buraya tam oturacağı kesin. Ceplerinde mendilleri ve son derece muntazam bağlanmış kravatlarıyla, iki dirhem bir çekirdek giyinmiş bir grup centilmen masanın başında yeni ambalaj tasarımlarından oluşan bir seçkiyi sunan (veya değerlendiren) olabildiğine zarif, sarışın bir kadını dikkatle dinliyorlar. Görünürde bir sigara veya içi viski dolu bir termos gözükmüyor. Tarih 1950'ler. Mekân ise kurgu ürünü Sterling Cooper'ın fazla uzağında değil: Lippincott & Margulies tasarım şirketinin Manhattan'da bulunan ofis binası.

2013 yılı, resmin tam ortasında gördüğümüz, kalın çerçeveli gözlük takan adamın kurduğu şirketin 70. yıldönümünü işaretliyor. Gordon Lippincott ambalaj ve ürün tasarımı stüdyosunu 1943'te, ABD'de savaş sonrası gerçekleşen tüketim

patlamasından rant sağlamak için kurmuş. Bir yıl sonra, resimde solunda oturan iç mekân tasarımcısı Walter Margulies yanına katılmış. Şirketin ortaya çıkardığı iş yelpazesi mürekkep şişelerinden, ilaç ambalajlarına, deniz uçaklarından, otel dekorasyonlarına, dünya fuarı pavyonlarından, 1948 model klasik Tucker Sedan otomobile kadar uzanıyor.

Ama Lippincott & Margulies'in tasarım dünyasında ölümsüzlüğe ulaşması kurumsal kimlik alanında mümkün oldu. Hatta "kurumsal kimlik" terimi bir işletmenin kendi bireyselliğini ifade edebileceği tüm araçları kapsamak üzere Lippincott tarafından üretilmişti. Bu terim hayatta kaldı, Lippincott'un şirketi hayatta kaldı (ve halen onun adını taşıyor) ve yarattığı kimliklerden şaşırtıcı bir miktar da hayatta kaldı.

Hatta yalnızca hayatta kalmakla kalmadı – serpildi ve gelişti. L & M'nin 1970'lerin sonlarına kadar ortaya koyduğu tasarımların zamansal çizgisi marka alanında adeta bir şöretler kaldırımı. Coca-Cola dalgası. Campbell'in imzası ve çorba konservesi. Duracell'in bakır tepesi. Chrysler'in beş köşeli yıldızı. Goldman Sachs, Betty Crocker, General Mills ve American Express logoları – hâlâ kullandılar – ve ayrıca Amtrak, Con Edison, Hertz, Xerox ve (benim kişisel favorim) RCA Records logoları.

Peki o halde bu şirket okyanusun bu kıyısında neden daha iyi tanınmıyor? Şirketin zirvede olduğu günleri hatırlayan birkaç insan İngiltere'de halen var, ama



Gordon Lippincott, ortada (gözlüklü), Walter Margulies (solunda) ile birlikte bir sunuma katılıyor. New York merkezli tasarım şirketleri Lippincott & Margulies'in 1943 yılında kuruluşundan birkaç yıl sonra.

“Lippincott & Margulies'nin 1970'lerin sonlarına kadar ortaya koyduğu tasarımların zamansal çizgisi marka alanında adeta bir şöretler kaldırımı.”

Oliver Wyman yönetim danışmanlık şirketine satılması hizmetlerine yeni bir hava, bir iş danışmanlığı omurgası kazandırdı ki, bu da onu tekrar global danışmanlık şirketleriyle rekabet içine soktu. Son iki yıl içinde eBay ve Starbucks için yaptığı yeni vitrin çalışmaları Lippincott'a taptaze bir tanınırlık sağladı. Bugün şirket “sarmal tasarım”, “duygusallık” ve “sohbet odaklılık” gibi noktaları da kapsayan, çevreleyici bir marka deneyiminden bahsediyor.

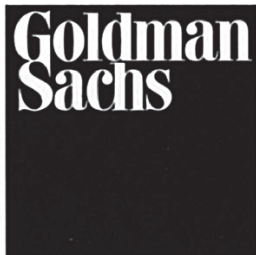
2003 yılında Londra'da bir ofis açtılar ve Lee Coomber, Wolff Olins'den ayrılarak yaratıcı yönetmen olarak aralarına katıldı. Coomber, Lippincott mirasının ve buna karşın günümüzün büyük kurumsal marka tasarımını niteleyen “inanılmaz yavanlıktaki işler”in de bilincinde. Coomber'a göre, logo müşteriler için bir “çapa”, bir markaya ifade özgürlüğü kazandırıyor; ve örneğin Starbucks şubelerinin münferit farklarını sergilemelerini mümkün kılıyor. “Tüm kanıtlar şunu gösteriyor ki, insanlar bir markanın otantiklik odağı olarak güçlü bir işarete ihtiyaç duyuyorlar. Ancak daha büyük kurumlar o kadar çok sayıda sanayi içinde faaliyet gösteriyorlar ki, bir odağı olan semboller yaratmak çok zor... Şirketlerin faaliyetlerinin merkezinde kimlik vardır. Şirketin kendisi kadar zengin olmalıdır. Eğer değilse, bu o şirketle ilgili bir duruma işaret eder.” ●

Michael Evamy

LOGO ve Logotype'ın yazarıdır.

Bkz: evamy.co.uk, @evamy

Üst soldan saat yönünde: Lippincott'un bugün hâlâ kullanımda olan kimlik tasarımlarından bazıları: Coca-Cola (1967'de yeniden tasarlandı), Chrysler (1962, 2007'de yeniden diriltildi), Goldman Sachs (1970), American Express (1972), Betty Crocker (1954), eBay (2012'de yeniden tasarlandı), Campbell's (1963) ve Duracell (1963). Bkz: lippincott.com



Yazıtipi lekeleri

Ayı mı, kelebek mi, çikolata kremalı bisküvi mi?

Natalia Ilyin

Communication Arts,
Ocak/Şubat 2013

Çeviren: **Ashlı Mertan**

Beni tanıyan hiç kimse benim yazıtipi anlayışımı, bir yazıtipi uzmanınıninkiyle karıştırmayacaktır. Bir keresinde başarılı ve alanında önde gelen bir yazıtipi tasarımcısını, son yaptığı çalışmalardan birini AIGA için tasarladığım bir kartpostalda farklı boyutlarda birbirlerine karıştırarak kullandığım için çileden çıkarmıştım. Bence canlı ve şen şakrak bir görüntüydü elde ettiğim. Ama tasarımcı o kadar öfkelenmişti ki, beni aradı ve telefonun öbür ucunda, hiç sesini çıkarmadan öylece oturdu. Ta ki benim sinirlerim bozulup, telefonu kapatana kadar.

Dolayısıyla yazıtipiyle tasarım yapmanın benim en doğal uzmanlık alanlarımdan biri olduğunu kesinlikle söyleyemeyiz. Bir yazıtipi tasarımını “iyi” yapan şeyin ne olduğunu anlamak da bana uzak bir durum. O güzelim Idlewild fontunu bu kadar güzel yapanın ne olduğunu size söyleyemem. Ya da Caslon fontunun modern üslupla yapılmış bir yeniden çizimini, çalıştığım eğitim kurumundaki yazıtipi hocaları gibi 50 adım öteden tanıyamam. Ancak hayatta bir çok şeyde olduğu gibi, yazıtipini mantık düzeyinde anlamak, onu sevmek için şart olmayabilir.

Ve ben gerçekten de seviyorum. Henüz dört yaşındayken, en sevdiğim kitap olan, Howard Pyle’in *Robin Hood’un Neşeli Maceraları*’ndaki tüm harflerin kontürlerinin üzerinden mürekkepli kalemle geçmişim. Meğerse bu kitap 1916 tarihli bir orijinal basımmış. Annem tüm bilgeliğini takınarak, bu gerçeği bana sakın bir ses tonuyla açıklamakla yetinmişti. Anlaşılan tipografik boyutta aldığım dersin böyle kasıtsız bir yıkıma değeceğine inanıyordu. Maalesef, Pyle’ı bu şekilde karman çorman etmek yazıtipi kullanımı konusundaki doğal becerimi ilerletmeye yaramadı.

Dolayısıyla kendimi asla bir yazıtipi hocası olarak şekillendirmedim. Ama adına tasarım lisans programı denilen o tuhaf dünyada, sesleri biraz fazla

çıkan öğrenciler son zamanlarda “eski ekol”, “Zen tarzı” bir yazıtipi sınıfı açılması için patırtı çıkarmaya başladılar. Yani insanların “elleriyle bir şeyler yaptıkları” bir sınıf. Ve hakiki yazıtipi öğretmenleri yazıtipi tasarımı öğretmekle meşgul oldukları için, kendimi bu dersi vermeye gönüllü olur vaziyette buldum.

Yazıtipiyle aram çok iyi olmayabilir, ama bunun sorumlusu o harikulade yazıtipi öğretmenlerim değildir. Sonuçta onların kullandıkları yöntemleri hatırlayıp, kendi yapamadığım şeyleri öğretebilir duruma geldim. Lütfen bu noktada öğretmenlik yapanlarla ilgili o eski, tatsız özdeyişleri hatırlatmayalım.

Böylece bir sömestre boyunca bu öğrencileri eski, acı verici yöntemlere maruz bıraktım. Herkese üzerinde pratik yapabilecekleri birer yazıtipi verildi. *Trace* ile üzerinden geçerek kopyaladılar. *Plaka* ile boyadılar. İş görsel harf aralığı oluşturmaya gelince, gözyaşı döktüler. Ofisin bir köşesine hep beraber sıkışıp, yedi buçuk santimetrelik bir “P” harfiyle, karşı duvarda asılı bir “E” harfi arasındaki ufakık farkları gözlerini kısıarak seçmeye çalıştılar. Tuhaftır ki, bütün bu çalışmalar boyunca neşeli bir keyif halinde kalmayı başardılar. Sonradan bunun iki tahta çubuk kullanarak ateş yakmayı öğrenen ya da nihayet Raku yöntemiyle seramik pişirme sanatında ustalık kazanan insanlarda görebileceğiniz türden bir keyif olduğunu anladım. Dizüstü bilgisayarlardan öncesini hatırlamayan bir kuşağa ait bu öğrenciler için, yazıtipinin üzerinden geçerek kopyalama (tracing) işleminde beceri kazanmak, içinde su kaynatacak bir kabınız dahi olmadan vahşi doğada mahsur kalmakla eşdeğer.

Bütün bu “tracing” ve “tempera” çalışması bir gün tesadüfen içeri giren hakiki bir yazıtipi hocasını kahkahalara boğdu. Ancak bu hoca sonradan bir kaç kere daha geldi. Bir keresinde okul günlerinden kalma bir *stylus* kalem teklif etmek için, birkaç kere de sadece işler nasıl gidiyor görmek için. Geneline bakıldığında, başarılı bir dersti. Ve bu dersi verirken, ben bir şeyin farkına vardım. Bu yazıyı yazmamın sebebi de odur.

İlk önce her öğrenciye bir yazıtipi stili verdim. Eski tüfeklerden bir seçkiydi: Bodoni, ITC Garamond, Caslon gibi. Bunları verdim çünkü şu anda popüler değiller ve öğrenciler de bunlara, örneğin Interstate’e oldukları kadar, aşına değiller.

İlk başta, öğrencilerin bu yazıtiplerinde benim görmediğim şeyleri gördüklerini, bir yazıtipinin karakterine benim yüklediğim şeyler yüklediklerini fark ettim. Önce bunu onların yazıtipi tarihiyle ilgili

fazla bir şey bilmemelerine bağladım. Ama sonra kafamda bir ampul yandı ve anladım ki tarihsel bağlamdaki masum cehaletleri onların farklı yazıtiplerine kişisel anlamlar yansıtmalarına yol açıyordu. Onlar için yazıtipi bir Rorschach testindeki mürekkep lekelerinin yerini alıyordu.

Ben yazıtipi kullanımında bir deha olmayabilirim ama eğer bildiğim bir şey varsa, o da Rorschach testidir. Yılların kişisel deneyimleri bu konuda beni uzman yaptı. Bu testi o kadar çok yaptım ki, bir testten diğerine, verdiğim cevapları hatırlayabiliyorum. İlki bir kelebek, sonraki bir ayı, ondan sonraki iki insan gibi duruyor – sonra yeniden, aynı bir iki üç. Dolayısıyla bu konudaki uzmanlığımı hatırdı tutarak, izin verirsiniz Rorschach testiyle ilgili birkaç ayrıntının üstünden geçeyim.

Bu ismi bir çizgi roman karakteriyle özleştiriyor olabilirsiniz ama aslında orijinal “Rorschach”, bir “kişilik testi”dir ve Hermann Rorschach tarafından özellikle şizofreni teşhisinde kullanılmak üzere yaratılmıştır. Diğer psikiyatristler onun bu fikrini beğenip, on adet mürekkep lekesini bir tür genel kişilik testinde kullanmaya başladıklarında, Rorschach bundan rahatsız olmuş ve bunu bırakmalarını istemiş. Ama bırakmamışlar. İnsan kendi fikirlerinin üretkenliğini kontrol edemiyor: isterseniz bu konuyu Robert Oppenheimer’a sorun.

Böylece bütün bu Plaka ve Tracing işlemlerinin ortasında, daha önce de söylediğim gibi, anladım ki yazıtipi tarihine dair çok az şey bilen, ya da hiçbir şey bilmeyen öğrenciler, ellerindeki yazıtiplerine kişisel anlamlar yüklüyorlardı. Bunun sonucunda çok ilginç bazı yorumlamalar oluyor, hatta olay psikolojik bir egzersize dönüşüyordu. Bu konudan hiç bahsetmemeyi daha uygun gördüm.

Benim için, Bodoni ilk “modern” yazıtiplerinden biridir ve aynı zamanda bana 1960’ları ve Alexey Brodovitch’i hatırlatır. Ama üzerine araştırma yapmadan önce, bu yazıtipinin geçmişteki kullanımlarıyla ilgili bir şey bilmeyen bir öğrenci, onu bazı anormallikleri yüzünden sevmeye başlıyordu. Küçük “g”sinin kuyruğundaki tuhaf negatif boşluğu, kalınları ve inceleri arasındaki devasa farkı, küçük boyutlarının ekranda okunmasını imkânsız kılan parlıtısını seviyordu.

Bodoni’nin ekrana kolayca tercüme edilemiyor oluşu bu öğrenciyi mutlu ediyordu. Sömestre ilerledikçe, bazı kişisel iniş çıkışlarını ve kazandığı zaferleri yazıtipine yansıttı belirgin hale geldi. Anlaşıldı ki bu öğrencinin kendisi de

geleneksel modlara uyum sağlamak konusunda rahat değildi ve okuldaki son yıllarında kendi kişisel “parlıtısı” ile barışmıştı.

Bütün öğrenciler yazıtiplerine kişisel anlamlar yüklüyorlardı. Bu anlamlar yalnızca kişisel değil, aynı zamanda kültürel de. Goudy Oldstyle benim hep görmeye alıştığım Sanat ve Zanaat hareketinden bir parça değil, “bana çikolata kremalı bisküvi sandviçlerini hatırlatan eriyik kenar çizgileriyle hoş ve sevimli bir yazıtipi” olmuştu. Helvetica ise “Tobias Frere-Jones’un Jonathan Hoefler’a tüm konuşmayı yapması için izin verdiği o film”i çağırıyordu.

Bu durum bana yazıtipi seçiminin kültürel bağlamda bir Rorschach testi olduğunu düşündürdü. Belki de su soğutucusundaki bütün o Papyrus veya Comic Sans ile yazılmış tabelaların bir sebebi vardı. Belki de o sebep ortalama bir insanın yazıtipi konusundaki bilgisizliğiyle değil, insanlık faktörünü “elle çizilmiş” bir fonta yansıtmasıyla ilgiliydi. Yoksa Comic Sans açık ofis bölmelerinin, plastik halıların ve floresan ışıkların düz çizgili ortamlarında sıkışıp kalmış birinin insan olmanın otantik deneyimine duyduğu hasretin bir sonucu muydu?

Rorschach testleri “belirtkenlerden” oluşan bir sistem içinde skorlanır. Bu belirtkenler deneyimsel-algısal tavırları temsil eden faktörlerdir ve psikoloğa veya psikiyatriste bir öznenin dünyayı nasıl algıladığını anlaması için yardımcı olurlar. Rorschach’ın kendisi bunu anlamak için yalnızca form, renk ve hareket kullanıyordu. Daha sonra, tuhaftır ki, gölgeleme de bir belirtken olarak kullanılmaya başlandı çünkü birisi mürekkep lekelerini basarken, işi yüzüne gözüne bulaştırmıştı. Bir de derler ki, fonksiyon formdan doğmaz.

Inge Druckery, Tuft’e’nin kitapları için font seçerken, seçtiği yazıtiplerinde sükûnet ve düzene dair ne gibi hikâyeler görüyor? Bunlar kültürel ya da ideolojik çağrışımlar mı, yoksa kişisel yansıtma mı? Ian Lynam, Cooper Screeners’ı tasarladığında, kullandığı manşetler onun o zamanki dünya görüşüne dair ne söylüyorlardı? Bunu formdan, renkten, hareketten veya gölgelerden anlamamız mümkün mü? Testin sonuçlarını doğru okuyabilir miyiz?

Yazıtipiyle, onu yatanlar ve kullanım alanlarıyla ilgili tekrar tekrar anlatmayı seçtiğimiz hikâyelerin hepsi tasarımcılar için üzerinde bir tarih inşa edebilecekleri kaynaştırıcı bir platform sağlıyor. Ama insanların yazıtiplerinde gördükleri anlamların – seçimlerini nasıl yaptıklarının – tarih veya uygunluktan çok, izleyicinin kendi yansıtmalarıyla ilgisi olabilir. ●

Paragraf işaretinin kökeni

www.smithsonianmag.com
Çeviren: Aslı Mertan



Bizler Design Decoded çalışanları olarak, gündelik hayatın içine nüfuz etmiş işaretleri, sembolleri ve kodları araştırmaya bayılırız. Neredeyse her zaman, her yerde mevcut olan bu ikonlar ve ideogramlar derhal tanımlanabiliyorlar ve muğlak bir şekilde de olsa anlamları çözülebiliyor. Ama tam anlamları yalnızca uzmanlık bilgisine sahip birkaç kişi tarafından biliniyor ve kökenleri de çoğu zaman tarihin yaprakları arasında kaybolmuş oluyor. Yazılım mühendisi ve yazar Keith Houston da bu gibi sembollerin hayranlarından.

“Şüpheli Karakterler:

Noktalamaların, Sembollerin ve Diğer Tipografik İşaretlerin Gizli Hayatı” adlı kitabında, isimden de anlaşılacağı üzere, noktalamaların, sembollerin ve diğer tipografik işaretlerin gizli hayatlarına eğiliyor. Bunların çoğuna aşinayız. Örneğin “tırnak imleri” veya @ sembolü gibi. Ancak bazıları da var ki kullanım alanları çok daha dar. Örneğin *interrobang* (ünlem ve soru işaretinin üst üste bindirilmesiyle oluşur) ve *manicule* (bir şeye işaret etmek için kullanılan küçük el sembolü). Tipografinin bilinmeyen yönlerine dair bu inceleme bütün kitaba ilham vermiş olan tek bir sembolle açılıyor. Katolik Kilisesi’nin yükselişinden matbaanın icadına kadar insanlık tarihinin en önemli

¶ Inter litteras & elemēta hoc inter est ¶ ¶ elemēta p̄prie dicuntur ip̄a pronuntiationes. ¶ Litteræ vero sunt notæ: & signa elementorū. i. pronuntiationum ¶ Abusiue tamen & elementa plitteris: & litteræ pro elementis vocātur ¶ Litteræ accidunt tria nomen, figura & potestas. ¶ Nomen litteræ est quo littera nominatur. vt a. b. ¶ Figura litteræ est qua littera depingitur. ¶ potestas litteræ est ip̄a pnuntiation quæ valet. ¶ Litterarum aliæ sunt vocales aliæ sunt cōsonantes. ¶ Vocalis est littera quæ p se vocem p̄ficit &

MS 1500 civarında yaygın olarak kullanıldığı biçimiyle paragraf işaretinin görülebileceği Villanova, Rudimenta Grammaticæ adlı eserin bir sayfasından (görüntü: Wikimedia commons).

olaylarıyla bağlantılı bir sembol: paragraf işareti. Bu kadar mütevazı ve ender kullanılan bir işaret olan bu sembolün şaşırtıcı derecede karmaşık bir tarihçesi var. Hatta Houston’un yazdığı gibi, paragraf işaretinin gelişimi “modern yazının evrim süreciyle iç içe geçmiştir”.

Yazının tarihini size en başından başlayarak anlatmak yerine, direkt MS 600 yılına, yani basitçe konu, konuşmacı veya şiir kıtasının değişimlerini işaretlemek için kullanılan “paragraf”ların kâtipler tarafından geliştirilen bir yığın sembolle ifade edildiği zamanlara atlayalım. Bu dönemde istikrarsızlık hâkimdi. Kimileri, daktilo edilmiş bir web güncesi makalesinde kolayca tercüme edilemeyecek, tanıdık olmayan semboller kullanıyor; kimileriye tek bir tire kadar basit bir işaret kullanmayı tercih ediyorlardı. Bazılarıysa Latince’de “baş” anlamına gelen *caput* kelimesinin ilk harfi olan K’yı kullanıyorlardı. Diller değişir, kelimelerin yazılışı değişir. Dolayısıyla 12. yüzyıla gelindiğinde, kâtipler K’yı bırakıp, onun yerine *capitulum*’un (küçük baş) baş harfi C’yı kullanmaya ve metinleri *capitula* denilen bölümlere ayırmaya başlamışlardı. Sol anahtarı sembolü gibi, paragraf işareti de el yazısının tabiatında olan istikrarsızlıklar sonucunda evrildi. Daha çok kullanılmaya başlandıkça, (yazıyı bölümlere ayırma konusundaki son dönem eğilimlerle uyumlu bir biçimde) C daha dikey bir çizgiye ve daha

da ayrıntılı süslemelere kavuştu. En sonunda da bu yazının üstünde görülen karaktere dönüştü.

Peki bir zamanlar her metnin elzem ve pek de süslü bir parçası olan paragraf işareti, editörlerin müsveddelerin üzerine çiziktirdiği veya kelime işlem programlarının arka planına itilen görünmez bir karakter haline geldi. Houston’un yazdığı gibi, “Tipografik bir intihar gerçekleştirdi”. Orta Çağ’ın son dönem yazı pratiğinde, kâtipler bir metni elle kopya eder ve metinlerin çeşitli bölümlerini farklı renkte yazma konusunda uzman olan hattatlar, çoğu zaman parlak kırmızı mürekkep kullanarak, gösterişli bir üslupla çizdikleri paragraf işaretlerini yerleştirirlerdi. Kâtipler bu süslemeler için metin içerisinde özellikle yer bırakırlardı. Ancak bazen en becerikli hattat bile işi yetiştiremez, beyaz boşluklarla dolu sayfalar bırakırdı. Emile Zola’nın yazdığı gibi: “Kişisel üslup günlük teslim tarihlerinin korkunç baskısıyla geliştirilir.” Anlaşılan yazılı sözün kendisi de aynı şekilde geliştirilebiliyor. Matbaanın icadıyla bu sorun daha da akut bir hale geldi. Eski baskı kitaplar elle çizilmiş vurgulu metin parçalarını ve her bölümün başında paragraf işareti için bırakılan boşlukları kaldıracabilecek bir formda tasarlanırlardı. Matbu yazıya olan talep ve de üretim arttıkça, hattatlar işleri yetiştirememeye başladılar ve paragraf işareti terkedildi. Ama boşluklar oldukları gibi kaldılar. ●

Although usually only seen in the scrawled red pen of an editor, the the-pilcrow has enjoyed something of a renaissance thanks to modern word processors, which often use the symbol as a button to reveal hidden characters, as seen in this paragraph, which was typed with the pilcrow button (re: “show invisible characters”) engaged, thereby giving the text the appearance of some early medieval manuscript. Here’s the invisible pilcrow revealed: ¶

Genelde yalnızca bir editörün kırmızı kalemli çiziktirmelerinde görülse de, paragraf işareti modern kelime işlemciler sayesinde bir tür rönesans yaşadı. Bu kelime işlemciler çoğu zaman bu sembolü gizlenmiş karakterleri açığa çıkartacak bir düğme olarak kullanıyorlar. Paragraf işareti devreye sokularak (ref: “görünmeyen karakterleri göster”) bu paragrafta görüldüğü gibi. Bu uygulama metne, Orta Çağ’a ait bir el yazması görünümü kazandırıyor. İşte karşınızda görünmeyen paragraf işareti.

Britanya için yeni bir logo

Creative Review, Şubat 2014
Çeviri: Aslı Mertan

Made in Britain – yani Britanya’da yapılmış – ürünleri vurgulamak için *The Partners*’ın tasarladığı yeni logo esnekliği açısından övgü alırken, hizalanmamış harfler ve aşağıya işaret eden oklar tasarımcılar arasında görüş farklılıkları doğurdu.

2011 yılında Liverpool’da bulunan ocak imalatçısı Stoves’un yürüttüğü bir ankete katılan yetişkinlerin yüzde 67’si Britanya’da imal edilmiş ürünlerde resmi bir marka işareti görmek istediklerini söylediler. Firma böyle bir markanın tasarımı için öğrenciler arası bir yarışma düzenledi

The Partners’ın *Made in Britain* için tasarladığı yeni logo Union bayrağının çeyrek çemberini temel alıyor ve bu kadran bir ok işlevi görmek üzere çevrilebiliyor. Marka ismi sembolün üzerinde veya yanında, bir veya iki satır üzerinde yerleştirilebiliyor.



ve başka firmaları Birleşik Krallık'ta imal edilmiş bütün ürünlerde bu sembolü kullanmaya davet etti.

Made in Britain geçen yıl Aralık ayında bağımsız bir organizasyon olarak yeniden faaliyete geçti. Geçen ay The Partners'ın Londra stüdyosunda tasarlanmış yeni bir logo – Union bayrağının çeyrek çemberini temel alan ve değişikliklere rahat uyum sağlayan bir sembol – lanse edildi.

Yeni logo esnekliği açısından bir hayli övgü aldı: Çeyrek çember hem tek başına, hem de marka adıyla birlikte kullanılabilirdi ve üzerinde rotasyon uygulanıp, yukarı ya da aşağıya işaret eden bir ok olarak kullanılabilirdi. Metin bir veya iki satıra yerleştirilebiliyor, sembolün üstünde, yanında veya altında durabiliyordu. Ayrıca sabit bir renk şeması da yoktu yani markalar The Partners'ın önerisi olan kırmızı, beyaz ve gri-maviyi kullanabilirler ya da kendilerine ait marka ve ürün renklerini tercih edebilirlerdi.

Birçok kişi marka işaretinin güçlü, sade ve modern bir tasarım olduğu konusunda hemfikir oldu (ki bu The Partners'ın başarmak istediği bir şeydi, ve bunun için yazıtipi seçiminde Gill Sans'a göre daha çağdaş bir alternatif olan FS Emeric kullanılmıştı). Ama Partners'ın "in" ve "Britain" kelimelerindeki "i" harflerini hizalamama kararı tartışmalara yol açtı, ve hatta bazıları bu seçimin marka işaretini hepten bozduğunu iddia ettiler.

CR dergisine verdiği bir röportajda, tasarım yönetmeni Kevin Lan özellikle marka işareti küçük ölçekli kullanıldığı zamanlarda harflerin okunaklılıklarını desteklemek için, onların bilerek hizalandırılmadığını söyledi. "Harfleri sıra yapıp, bir satıra dizmenin bir anlamı yok, özellikle küçük boyuttalarsa. Ya "I" harfleri tek bir çizgi gibi görünüyor, ya da kelimeler bölünüyor ve MADE IN BRITA IN ya da MADEIN/ BRITAIN gibi bir şey ortaya çıkıyor," diye açıkladı.

Lan'ın da işaret ettiği gibi, logonun bir dizi çeşitli ürün ve malzeme üzerinde işlev görmesi gerekiyordu. Hizalandırılmış harflerin marka ismini uygunsuz parçalara ayıracağı bir kesim tarafından kabul edildi. Karakter aralıkları konusunda özellikle titizlik gösterenler yazıtipini iki satır yerine bir satırda da kullanabiliyordu. Fakat tasarıma karşı doğan güçlü tepki tasarımcıların ayrıntılar konusunda ne kadar tutkulu olabileceğini göstermiş oldu. Aşağı işaret eden oklar konusunda da kaygılar dile getirildi. Ancak Lan'ın açıkladığı üzere, bu ok üzerinde rotasyon uygulanabiliyordu ve ürünler veya metinlerde yön belirten işaretlemeler kullanıldığında işe yarayabilirdi. ●

DIN-NORM 1450

DIN sayesinde daha iyi okumak

Röportaj: **Christina Moosmann**
Novum 10.2013
Çeviri: **Beril Tülü**

Evrensel ulaşım için tasarım yapanlar sadece mimarlar ya da şehir planlamacıları değil: tipograflar da bu duruma uymaya başladı. Bu yıl tasarımın ve yazıtiplerinin kamu alanlarında kullanımı ile ilgili yeni bir DIN standardı çıktı (1450:2013-04, Lettering – Legibility). İlk defa, demografik değişiklikler ve görme engelli kişiler resmi olarak konuya dahil edildi; yeni standart, görsel uyarılar üzerindeki yazıları ve bakanlıklarla kamu kurumlarının basılı materyallerinin tasarımı hakkında düzenlemeler getirdi. Yeni DIN standartlarına uygun ilk yazıtipi Monotype'in Neue Frutiger'iydi; bu sebeple Yazıtipi Yöneticisi (Type Director) Akira Kobayashi ile Neue Frutiger 1450'nin okunaklılığı ve tasarımı üzerine bir sohbet gerçekleştirdik.



Yeni DIN standardı uyarlamasında neden Neue Frutiger seçildi?

Bir süre önce Bay Frutiger ile görüştüğümüzde, ona yeni bir standardın hazırlandığından bahsettik. Çok mutlu oldu ve kendisinin Neue Frutiger yazıtipi ailesinin, bu standartlara göre uyarlanacak yazıtiplerinden biri olmasını teklif etti.

Bunun üstesinden nasıl geldiniz?

Amacımız, görme engelli kişilerin bazı karakterleri daha kolay ayırt edebilmelerini sağlayacak şekilde Neue Frutiger'de değişiklikler yapmaktır.

Örneğin, orijinal Neue Frutiger'de hem büyük harf "I" hem küçük harf "i" sadece birer dikey çizimdi ve görme engelli insanlar tarafından okunmaya çalışıldıklarında hatalara neden olabiliyordu. Aynı sorun, büyük harf "O" ile rakamsal "0"ın yan yana gelmesiyle de oluşabiliyordu. Birleşik Devletler'de, rakamsal 1, genelde foot serif şeklinde yazılır ki rakam 7 ile karışmasın. Bu sebeple, rakam 1'e de farklı bir şekil verdik.

Orijinal Frutiger'in bütünlüğünü bozmamak için bütün bu örneklerde değişikliğe giderken aşırı dikkatli davrandık.

DIN 1450'nin yeni yazıtipleri üzerinde ciddi bir etkisi olması bekleniyor mu?

Rakam 1'de foot serif kullanımı ya da küçük harf "i"nin ayağına kuyruk eklemek gibi bazı noktalarda gerçekten yeni yazıtiplerini etkileyebilir. Vialog (2002) buna iyi bir örnek. Ama zaten DIN standartlarının büyük bir kısmı tasarımcıların bildiği ve uygulamaya çalıştığı noktalar.

Tasarımcıların, ulaşılabilirlik ve okunaklılığa öncelik veren bir yazıtipi üretirken nelere dikkat etmesi gerekir?

"Harfler, işlerini fark edilmeden yapmalı." Bu söz Adrian Frutiger'e ait. Başka bir şekilde söyleyecek olursak: bir şey işlevini yerine getirmediğinde nasıl hemen fark ediliyorsa yerine uygun seçilmeyen bir yazıtipi de aynı şekilde hemen göze çarpar. Mesela, 19. yüzyıldan esinlenerek yapılan Grotesque yazıtipinin kapalı (closed letter form) harfleri vardı. Ancak harflendirmede kapalı şekiller kullanıldığında, kelimeler ve yer adları çok belli olmuyor. Oysaki; havaalanları, istasyonlar ve otoyollar gibi kamu alanlarında tabelalar, kenardan ya da aşağıdan bile iyi okunmalı ve hızlıca anlaşılmalı.

İyi tasarım net ve işlevsel olmalı ve içeriğe rehberlik etmelidir. Harfler görme engellilerin bile okuyabileceği şekilde, uygun boyutta ve çizgilerden yeterli uzaklıkta olmalı.

Kamu alanlarında etrafınıza bakarsanız doğru işaretlendirmelerin basit, kıvrımsız açık harflerle yazıldığını görürsünüz. İyi okunaklılığın gerekliliği; orta çizgi kalınlığı ve orta harf esnası ile her karakterin birbirinden kolay ayırt edilebilmesidir. Ve bu, özünde, DIN 1450'nin önerdiği şeyin kendisidir. ●

YAZILAR

Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu
Derneği adına sahibi

Umut Südüak

Tasarım

Bülent Erkmen

Sorumlu Yayın Yönetmeni ve

Tasarım Devamlılığı

Osman Tülü

Katkıda Bulunanlar: İlhan Bilge,

Turgut Erentürk, Tugay Erentürk

Grafik Uygulama: Tipograf

Baskı: A4 Ofset

Ayda bir yayımlanır, para ile satılmaz.

Tüm hakları saklıdır.

Grafik Tasarımcılar

Meslek Kuruluşu Derneği

Ortaklar Caddesi Bahçeler Sokağı 17/4

Mecidiyeköy 34394 İstanbul

Tel: (0212) 267 27 58

Faks: (0212) 267 27 59

info@gmk.org.tr www.gmk.org.tr