

Yazılar:

GRAFİK TASARIMCILAR MESLEK KURULUŞU

Sanal gerçeklikte Bauhaus deneyimi

Patrick Rössler
Novum, Haziran 2019
Çeviri: Ayşe Dağıstanlı

Bu yıl Bauhaus'un 100. yıl dönümünü kutlamak için düzenlenen etkinliklerde çok belirgin bir eğilim görülmüyordu: izleyici, üç boyutlu medya uygulamaları aracılığıyla sergilerle etkileşim içine girmeye, yeni keşifler yaparak eylemin bir parçası olmaya ve farklı bir deneyim boyutu yaşamaya davet ediliyordu. Bunun için kullanılan sanal gerçeklik ortamları (virtual reality, kısaca VR), 360° videolar ve artırılmış gerçeklik (augmented

reality, AR) uygulamaları gibi teknolojiler beraberlerinde doğal olarak grafik tasarım için zorluklar da getiriyordu. Çünkü bu bilgisayar destekli simülasyonları oluşturmak, bilgisayar uzmanları ile bilgi tasarımcıları arasında yakın işbirliğini gerektiriyordu. Bauhaus 2019 serimizin üçüncü bölümünde, yüzüncü yıl dönümünde yer alan ve bu teknolojilere dayalı sunum öğeleri için olası uygulama alanlarını gösteren beş örneği mercek altına aldık.

“Das Totale Tanz Theater” (Toplam Dans Tiyatrosu) gösterisini izleme şansını yakalayanlar gerçek bir şölen yaşadı: Berlin'deki Bauhaus 2019 Yılı Açılış Festivali'nin ana cazibesi, VR uygulamalarının içerdiği potansiyelin ve aslında bu teknolojinin boyutunun etkileyici bir sunumuydu. Ziyaretçileri 15 dakika boyunca farklı bir dünyaya taşıyan bu gösteri gerçekten muhteşemdi. Ne yazık ki, sıkı organizasyona rağmen sadece önceden kayıt

yaptıran az sayıda kişi bu gösteriyi izleme şansına sahip oldu. Geri kalan ziyaretçiler ise geri çevrildi.

Etkileşimli Medya Kurumu (Interactive Media Foundation), ZDF ve Arte televizyon kanallarının iş birliğiyle teknoloji ve sanatın sınırlarını zorlayan bir VR dünyası tasarladı. Alman Federal Kültür Vakfı tarafından güçlü bir şekilde desteklenen ve Oskar Schlemmer'in Bauhaus sahne deneyimlerinden esinlenen bu etkinlikte izleyiciye, en yeni dijital teknolojiyle dans, *skenografi* (bir tiyatro sahnesinde atmosfer yaratma) ve ses tasarımını birleştiren sihirli bir karışım sunuldu. Bu gösteride, gözlemci VR gözlükleri takarak üç düzeye yayılan dev bir sahne setine girer. İzleyici kendisine eşlik eden bir dans avatırı ile birlikte ve VR gözlükleri aracılığıyla kendini devasa bir sahnede bulur. İzleyicinin yaptığı seçimler ve etkileşimleri olayların akışını belirli bir düzeyde değiştirebilir.

360° kontrol edilebilir bir müzik videosu içeren bu projenin bir kısmını www.arte.tv/bauhaus100 adresinde izleyebilirsiniz. Festival sırasında ise seyirciler VR gözlükleri kullanarak projeyi çeşitli istasyonlarda, arka fonda solistleri Blixa Bargeld ile Einstürzende Neubauten grubunun müziği eşliğinde izledi. Bu deneyimle ilgili tek sorun Das Totale Tanz Theater'ı sanal ortamda aynı anda sadece dört kişinin izleyebiliyor olmasıydı. Yine de programlama açısından bu oldukça başarılıydı; çünkü her katılımcı kendi alanlarındaki diğer izleyicileri de görebiliyordu. Bu deneyim için bekleme listeleri her sabah hızlı bir şekilde doldu. 360° videonun azaltılmış versiyonu da sanal alanda görüntünün bütünüyle izlenmesine izin veriyordu ve – eylemin etkileşimli olarak kontrol edilememesine rağmen – yine de sadece bir teselli ödülü olmaktan öte bir deneyimdi. Hem VR kurulumunda hem de videoda, dansçıların gerçeği andıran görüntüleri ve onları çevreleyen büyük ölçüde soyut sahne tasarımı, deneyimin cazibesini oldukça artırıyordu.

Televizyon kanallarının desteği olmadan neredeyse mümkün olmayan böyle karmaşık ve pahalı bir yerleştirme elbette ki bir istisnaydı; ancak bauhaus100 etkinlikleri arasında başka akıllı ve etkileyici VR teknolojisi uygulamaları da yer aldı. Frankfurt Modern'deki sergiyi ziyaret edenleri de benzer iki gösteri bekliyordu: birinci gösteride boşlukta yüzen portreler ilişki ağlarını temsil ediyordu. Portrelerin çevresinde bulunan kitap, lamba vs. gibi sembolik nesnelere



“Das Neue Frankfurt” hareketine bağlı olan kişilerin ağlarının etkileşimli görselleştirilmesi (Museum Angewandte Kunst, Frankfurt, 2019).



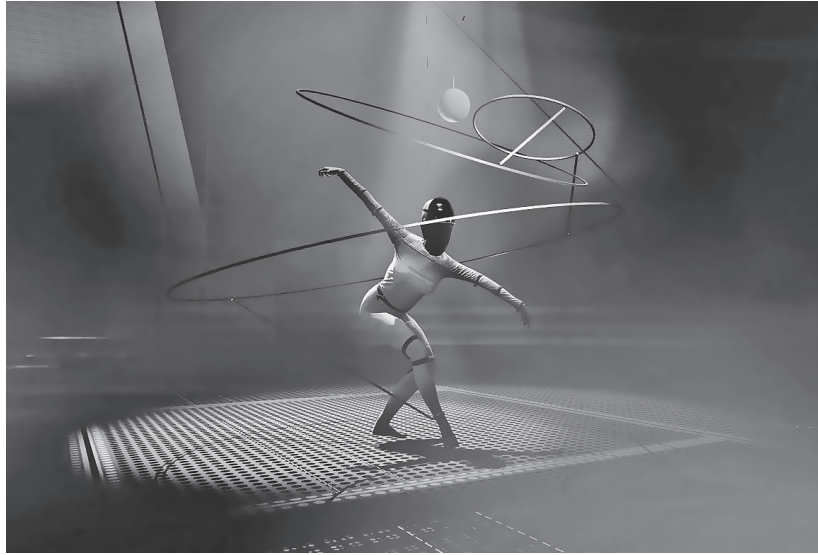
Özel sunumda Frankfurt Mutfağı “Die neue Wohnung und ihr Innenausbau” (bahar fuarı 1927) (sergi kataloğundaki reproduksiyonlar, Peter Noever baskısı, Die Frankfurter Küche, Viyana 1992).



Frankfurt Mutfak örnekleri ile etkileşimli 360° video için sergi kurulumu (Museum Angewandte Kunst, Frankfurt, 2019).

dokunulduğunda aynı alanda aktif bulunan gruplar bir araya geliyordu. Sanal olarak her portreye dokunarak ek bilgi, ses ve görüntü elde etmek mümkün oluyordu. Gösteride bilgi tasarımına yeni bir soluk getirme amacıyla “boşluk” veya “alan” algısı daha oyunbaz bir şekilde kullanılmıştı. Bunlardan en kayda değer olanı “Yeni Frankfurt” ticari grafik tasarımcıları üzerine kurulan sanal örnekti. Aynı sergideki ikinci gösteride ise izleyiciler kendilerini ünlü Frankfurt mutfağında buldular. Sergi binasına atfen fiziksel olarak basit bir tel kafes vardı ve 360° bir video sadece tarihi iç mekânları

Sanal Gerçeklik Ortamı “Total Dance Theatre”, Mekânın İzlenimleri (Açılış Festivali Bauhaus100, Berlin © Interactive Media Foundation 2019).





Alanın sanal olarak yeniden yapılandırılması “Wohin geht die fotografische Entwicklung?” (1929; Kassel Güzel Sanatlar Akademisi tarafından yapılmış 2019 VR uygulaması) (sergi kataloğu “Bauhaus und die Fotografie”, © Lennert Raesch).

canlandırmakla kalmıyor, daha sonra etkileşimli bir şekilde izleyicilere Frankfurt evlerinde hâlâ kurulu olan mutfakların mevcut durumuna göz atma olanağı da tanıyordu.

Tarihi mekânı görselleştirmek açısından daha da ileri giden bir diğer etkinlik ise Düsseldorf’taki “Bauhaus und die Fotografie” (Bauhaus ve Fotoğraf) sergisinde gerçekleşti. Bu, 1929’da gerçekleşen efsanevi Werkbund’un

(Alman sanatçılar, mimarlar ve sanayicilerden oluşan bir grup) “Film und Foto” (Film ve Fotoğraf) adlı sergisinden bir odanın sanal bir canlandırmasını içeriyordu. Bauhaus sanatçısı László Moholy Nagy, günümüzde yaklaşık 300 resim içeren büyük bir salonun küratörlüğünü yaparak: “Fotoğrafın gelişimi nereye gidiyor?” sorusuna cevap arıyordu. Yoğun çalışmalar sonucu ortaya çıkan bu canlandırma da serginin VR gözlükleriyle

görülebilir orijinal düzenlemesini sunmaktaydı. Pek çok ziyaretçi için kuşkusuz ışınlanarak uzayda dolaşmaya alışmak biraz zaman alıyor olabilir, ancak hareket alanı kısıtlı olsa da izleyicilerin bundan 100 yıl öncesini

1931’deki sergi salonunun VR uygulamasında yeniden canlandırmasından bir bölüm (proje “Bauhaus, VR ile tanıyor” © ve Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Erfurt, 2019) © Lennert Raesch, Kai-Uwe Hemken, Ute Famulla.



Alman İnşaat İşçileri Sendikaları sergisinin tarihi odası (Berlin 1931; fotoğraf: Walter Christaller © The Wolfsonian Florida, Herbert Bayer Collection).



deneyimleme şansını bulması bu gösteriye ayrı bir boyut kazandırıyordu. Benzer şekilde, Dresden, Albertina’daki “Zukunftsräume” sergisinde, tarihi sergi salonlarının sanal canlandırmaları sunuldu.

Berlin’de 1931 yılında gerçekleşen Alman İnşaat Sergisindeki İnşaat İşçileri Sendikaları Salonunun sanal gerçeklik ile canlandırılması zamanda yolculuk duygusunu daha da vurgulamıştır. Eski Bauhaus üyeleri Walter Gropius, Herbert Bayer ve László Moholy-Nagy, aralarında gerçekleştirdikleri işbirliği sayesinde büyük boyutlu fotoğrafları, görüntü istatistiklerini ve etkileşimli unsurları kullanarak bilgi tasarımında yeni standartlar getirmişlerdi. Erfurt Üniversitesi ile aynı şehirdeki Uygulamalı Bilimler Üniversitesi arasındaki işbirliğiyle ve Thüringen Eyaleti’nin desteği sayesinde tasarımdaki bu dönüm noktası da günümüzde ziyaretçiler için tekrar erişilebilir hale gelmiştir. Yaklaşık 80 adet iyi korunmuş siyah-beyaz belge fotoğrafı sayesinde, bireysel bölmeleri olan muazzam salon yeniden inşa edilebilmiştir ve bireysel etkileşimli unsurlar tekrar harekete geçebilir hale gelmiştir. Bu kurulum, Leipzig Deutsches Buch- und Schrift Müzesindeki Jan Tschichold sergisinde ve “Bilder magazin der Zeit” sergilerine eşlik eden programlarda kullanılmıştır. ●

Patrick Rössler Bu yazı, muhabirimizin 2019 Bauhaus yüzüncü yılı için hazırladığı makale serisinin 3. bölümüdür ve kendisi de birkaç serginin küratörlüğünü yapmıştır. Patrick Rössler her iki ayda bir, yıl dönümü programının tasarıma odaklanan önemli yönlerini bildirmektedir. Sunulan tüm projeler hakkında daha fazla bilgi yıl dönümü resmi web sitesinde bulunabilir (www.bauhaus100.de). Ağustos ayının konusu: “Bauhaus evler inşa ediyor: Weimar, Dessau ve Berlin’deki yeni müzeler”. patrick.roessler@uni-erfurt.de

Monospaced (sabit genişlikli) fontlar

Allan Haley

www.commmarts.com

Çeviri: Ayşe Dağıstanlı

Hoş görünmek sabit genişlikli yazı karakterlerinin hiçbir zaman derdi olmamıştır. Aklı başında ayakkabılar gibi, onlar da öncelikle faydalı ve sağlam olmak üzere yapılmışlardı. İlk önce eski daktilolarda ortaya çıktılar; hani şu, bir piyano ile mutfak masası arasında bir yerlerde kalmış gibi görünen makineler. Tasarımlar hep sabit genişlikliydi, çünkü daktilonun şaryosu bir tuşa her basıldığında kâğıdı hep aynı mesafede ileri alırdı ve hangi harfin seçildiği önemli değildi.

Daktilo on dokuzuncu yüzyılın ikinci bölümünde kendini ofislerde ve evlerde göstermeye başladıktan kısa bir süre sonra, yazıtipi üretim firmaları ve yazıtipi döküm makineleri, daktilolarda kullanılan yazıtipilerinin kopyalarını sunmaya başladı. *American Type Founders Company*’nin (Amerikan Yazıtipi Üretim Şirketi) 1923’te çıkardığı numune kataloğunda değişik tasarım ve boyutta sürüyle yazıtipi yer alıyordu. Linotype kendi daktiloları için bir düzine yazıtipi üretti, onu Monotype, Intertype ve hemen hemen tüm diğer metal yazıtipi sağlayıcıları izledi ve daktilolarda kullanılmak üzere bir sürü yeni yazıtipi çıkardılar. Daktilo yazıtipleri çok popüler hale geldi çünkü standart basılı reklamlarda eksik olan doğrudan ve birebir iletişim olanağını doğurmuşlardı. *American Type Founders Company*’nin yaptığı bir reklama göre, “Birçok yayıncı, belirli türden reklamlarda başka hiçbir şeyin, bir daktilo yazıtipinin kullanılmasından daha etkili olamayacağına inanıyordu.”

1950’lerin başında, Howard Kettler’in IBM’in daktilolarında kullanılmak üzere çizdiği klasik daktilo yazıtipi Courier piyasaya çıktı. Hikâyesi şöyledir: yazıtipine önce Messenger adı verilmişti; fakat daha sonra düşününce, “bir mektup sadece sıradan bir haberci olabilir, ya da onur, prestij ve istikrar fikri uyandıran bir kurye (Courier) olabilir” dendi ve isim öyle kararlaştırıldı. Courier, daha sonra şirketin Selectric adlı elektrikli daktilo serisine uyarlanmıştır. Bu seride gayri resmi olarak “golf topu” olarak adlandırılan değiştirilebilir küresel bir yazıtipi kafası kullanılmaktaydı ve bu top sayesinde daktilo kullanıcılarının önüne daha birçok yazıtipi seçeneğinin yolu açılmıştır.

Sabit genişlikli yazıtiplerinin iki çeşidi vardır: okuyucuları aşına bir dostluk hissi uyandıran bir metne davet eden daktilo yazıtipi benzeri tasarımlar ve sert kenarlı askeri bir kişiliği olanlar.

1960’larda Courier, senaryolardan hükümet belgelerine kadar yazılı her şey için başvuru yazıtipi tasarımı haline gelmişti. Yazıtipini her yerde hazır ve nazır diye tanımlamak çok yanlış olmaz. Bu ve diğer birçok daktilo yazıtipi 1970’lerde dizgi teknolojisine kolayca taşındı ve 1980’lere gelindiğinde artık Courier, kişisel bilgisayarlarda bulunan bir avuç yazıtipinden biriydi.

Courier, karakterlerin biçimlerini ve sabit genişlikli boşlukları bir araya getirmede oldukça iyi bir iş çıkarırken, Century Schoolbook Monospaced ve Monaco gibi sabit genişlikli diğer tasarımlar sanki boya kalemi ve cetvelle çizilmiş gibidir. İyi bir sabit genişlikli yazıtipi çizmek öyle kolay bir şey değildir. Sabit genişlikli yazıtipleriyle ilgili belirgin sorunlar, orantılı boşlukların ve bundan dolayı sabit boşlukları doldurmaya ya da sabitlemeye çalışan biçimsiz karakterlerin yokluğudur. Okuyucuların harfleri çözmesi zor olmasa da, aralarındaki düzensiz alanlar okuma sürecini büyük ölçüde etkiler.

Sabit genişlikli yazıtiplerinin iki çeşidi vardır: okuyucuları aşına bir dostluk hissi uyandıran bir metne davet eden daktilo yazıtipi benzeri tasarımlar ve sert kenarlı askeri bir kişiliği olanlar. Kendini sabit genişlikli tasarımlara benzeten orantılı aralıklara sahip yazıtipleri de bulunmaktadır.

1997 yılında piyasaya sürülen Cachet, ikinci gruba dahildir. Tasarımcı Dave Farey’e göre,

“Cachet, sabit genişlikli olmayan sabit genişlikli bir yazıtipidir.” Farey’in amacı, sabit genişlikli ve geometrik olarak hassas karakter vuruşlarıyla yapılandırılmış gibi görünen bir yazıtipi oluşturmaktır; ancak Cachet, sabit bir harf genişliği ile sınırlı yazıtiplerine göre daha okunaklı ve samimi görünüşlüdür.

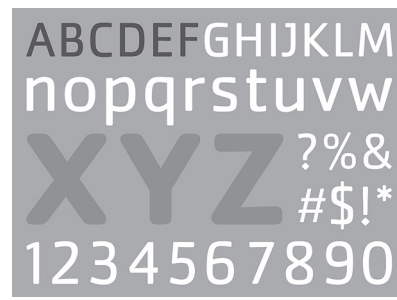
Farey, çizgilerin uçlarının yuvarlağını hafifçe açarak, eğrileri neredeyse eliptik yaparak ve m ve p gibi karakterlerin omuzlarına kaligrafik bir fiske atarak hedefine ulaşmıştı. Cachet’ye ölçülü bir organik hava veren de bu inceliklerdir.

ITC American Typewriter, sabit genişlikli görünüm arkasına gizlenmiş bir başka orantılı genişlikli yazıtipidir. Joel Kaden ve Tony Stan tarafından çizilmiş ve 1974 yılında, daktilonun icadının 100. yıl dönümünde piyasaya sürülmüştür – ki o sıralarda daktilolar hâlâ evlerde ve iş yerlerinde kullanılmaktaydı.

O zamanlar, reklamcıların aynı 20. yüzyılın başlarında daktilo yazıtiplerini tercih ettikleri gibi, reklam tasarımlarında metal ve dizgi daktilo yazıtipleri sık kullanılıyordu.

International Typeface Corporation (ITC) farklı bir şey yapmak istedi. Kaden ve Stan’e verilen tasarım özetinde, onlardan bir daktilo yazıtipinin karakteristik görüntüsüne sahip olan ama daktilo yazıtiplerindeki kusurların bulunmadığı bir yazıtipi oluşturmaları isteniyordu. Sonuçta, okuyucuları ekran boyutlarındaki sayfalara davet eden yumuşak ve samimi, ama diğer taraftan da hem metin yazılarında hem de etkileşimli ortamlarda bir metin yazıtipi olarak kusursuz iş gören bir tasarım ortaya çıkmıştı. Bugün, ITC American Typewriter cep telefonlarında bile hâlâ görülebilir.

Daha sonra, kabaca yapılmış gibi görünen tasarımları taklit etmek üzere hazırlanmış olan veya sanki daktilo şeridinin mürekkebinin lekesi üstünde kalmış, yükseltilmiş gibi görünen yüzlerce yazıtipi çıktı. Bu tasarımlar kendilerine,



Dave Farey’in görünüşte sabit genişlikli yazıtipi Cachet’nin (solda), damla terminaller gibi ince detayları onun için övünç kaynağıdır. Viktor Nübel’in FF Attribute’ünün (sağda) sabit genişlikli ve minimalizmi, ona teknik bir yapı verir.

1990’ların dağınık tipografisinde hoş bir yer edindi – grafiti, flanel gömlekler ve Pearl Jam, ve daktilo yazıtiplerinin tam yerini bulduğu dopdolu bir on yıl.

1913 Underwood daktilosundaki karakterlerle yazılmış gibi duran 1913 Typewriter tasarımından, kirli görümlü Uncle Typewriter’a ve Chandler 42 ailesinin sekiz stiline kadar, sahte daktilo yazıtipi tasarımları herkesin sinirlerinin gergin olduğu bir dönemde, günün aranan fontları haline gelmişti. Pank rock bodrumlarından fırlamış gibiydiler ve alternatif müzik CD’lerinden afişlere, video oyunlarından dergilere kadar her şey için kullanılır olmuşlardı. Sonunda da toplumun tercihi haline geldiler. Ama bu olduğunda, daktilo yazıtipleri özelliklerini artık kaybetmişti. Onları ortaya çıkaran makineler gibi, üstleri tozlandı ve kısa bir süre sonra da unutuldular – aralarından sadece birkaç daktilo yazıtipi türünün klasikleri haline geldi.

FF Trixie tipik bir örnek sayılacak daktilo yazıtipidir. Aslen 1991’de piyasaya sürülen Erik van Blokland’ın bu tasarımı eşsiz özelliklerle doludur. FontShop sitesinde şöyle tanıtılmaktadır: “FF Trixie dünyanın en çok kullanılan daktilo tarzı yazıtipidir. Ve 1991’den beri, daktilo yazıtipi ailesinin otantik daktilo yazıtipi olarak hizmet etmiştir. Onun büyük X harfi, muhtemelen tüm FontFont arşivindeki en ünlü harftir. Meşhur The X-Files TV dizisinin logosunda, başlıklarında ve kredilerde kullanılmıştır.”

FF Trixie’deki karakterler, kusurlarından çok zevk alır gibidirler. Yükseklik, dönüşler ve temel uyum açısından farklılıklar gösterirler. FF Trixie Rough, daha çok büyük boyutlarda kullanılmak üzere tasarlanmıştır ve pürüzlü kenarları, lekeleri ve düzensizlikleri daha ayrıntılı gösterir. 2008’de piyasaya sürülen FF Trixie HD serisi, “OpenType teknolojisinin tüm avantajlarından faydalanmaktadır.” Her karakter için yedi alternatif vardır, “her bir glif kendi ağırlık ve pürüzlülük çeşitliliğine sahiptir.” OpenType ayrıca, gerçek bir daktilo sayfası



görüntüsünü sağlamak amacıyla değişkenlerin rastgele ayarlanmasını sağlamıştır. FontShop’a göre, “Karakterler hem ekran üzerinde hem de baskıda hiperrealistik çözünürlükte görünür.” Ancak bu ayrıntıların bedeli yüksektir: bu yazıtipleri iş görmek için, Moore Yasasına meydan okuyan bir işlem gücüne ihtiyaç duymaktadır.

Sabit genişlikli yazıtipi ailesine yapılan yeni eklemeler, sert kenarlı ve endüstriyel dayanıklılığı olan tasarımlardır. Çoğunlukla kod yazmak için çizildikleri için, öyle tanıdık komşu yazıtipi sitelerinde göremezsiniz. Adaptive Code Regular, Akkurat Mono, Monospace 821 BT ve Ti92Pluspc gibi isimleri vardır. Bununla birlikte, birkaç tanesini tipografik grupların içinde bulmak mümkündür. Kod yazmak için geliştirilmiş olsalar da, zamanla font sağlayıcılarının ticari ürünlerinin bir parçası haline gelmişlerdir.

Bu yeni versiyonlar kendilerine yeni bir kişilik edindiler. “Retro” ve “arkadaş canlısı” olmak, yerini sade tekno bir duruş ile değiştirdi. Viktor Nübel’in FF Attribute böyle bir tasarımıdır. Diğer tüm sabit genişlikli yazıtiplerinde olduğu gibi, kod yazmak için uygundur. Ama Nübel bununla yetinmemişti. Süper bir sabit genişlikli aile oluşturmak için, her biri italik tamamlayıcısına sahip, açıktan koyuya doğru yedi ağırlıkta bir paket çizdi. Onun bu tasarımı sabit genişliğin minimalizmini yeni zirvelere taşıdı: fontların her biri 1400’den fazla glife sahiptir. Adyge’den Zulu’ya kadar, aralarında 100’den fazla dil olmak üzere, her dili kapsayabilecek kadar büyük bir karakter seti içermektedir. Başlıklar, afişler ve pankartların yanı sıra, teknoloji ürünlerini markalaştırma çalışmaları ve web siteleri gibi pek çok alan FF Attribute’in yalın dümen tekerinde kendine bir yer bulabilir. FF Attribute Text, sabit genişlikli sürümünün adıdır. Cachet gibi, sabit genişlikli görünür, ancak orantılı karakterlere ve boşluklara sahiptir.

Popüler orantısız tasarımların sabit genişlikli sürümleri olan yazıtipleri de bulunur. Hem Arial hem de Helvetica’nın sabit genişlikli kardeşleri vardır. Aynı şey, Univers ve Copperplate Gothic

Howard Bud Kettler’in IBM’in daktilolarında kullanılmak üzere orijinal olarak çizdiği sabit genişlikli köşe turnaklı bir yazıtipi olan Courier, nostaljik bir çağrışım yapıyor.





Erik van Blokland'ın OpenType teknolojisinin yardımıyla tasarladığı FF Trixie Rough'ı (üstte) daha da fazla detay zenginliğine sahiptir. Bu yüzden daha büyük boyutlarda FF Trixie'nin pürüzlülüğü ve gerçek yazıtipi hissi kaybolmadan kullanılabilir. Joel Kadenand Tony Stan'ın ITC American Typewriter'ının (altta) aralıkları orantılıdır, bu da öykündüğü daktilo yazıtiplerine göre okumayı daha kolay hale getirir.

için de geçerlidir. ITC Souvenir'in bile sabit genişlikli sürümü vardır. ITC Souvenir, ITC'nin 1980'lerin başlarında IBM ve Xerox gibi firmalara, tipografik yazıtiplerinin değerinin geleneksel daktilo tasarımlarının üzerinde olduğunu göstermek için elektronik daktilolar için yazıtipleri yaratmasının sonucunda oluşmuştur. Her ne kadar sabit genişlikli yazıtipleri, hem sevilen hem de sevilmeyen roman kahramanı Willy Loman gibi olabilseler de – nostaljiyi körüklemenin, huzursuzluk ve kural koymanın ötesinde bir amaca hizmet ederler. Blackletter tasarımları ve resmi yazılar gibi, bunlar da tipografik spektrumun bir parçasıdır ve her tasarımcının bilgisayarının sabit diskinde en az bir tane bulunmalıdır. ●

Allan Haley, yazıtipi, yazıtipi teknolojisi, font ve tipografik iletişim alanlarında uzman bir hikâyeci ve danışmandır. On beş yıl boyunca Monotype'da sözcük ve harf yönetmenliği yaptı, altı kitabı ve yüzlerce makalesi vardır. Type Directors Club'ın (Yazıtipi Direktörleri Kulübü) eski başkanı ve International Typeface Corporation'ın (Uluslararası Yazıtipi Kurumu) eski başkan yardımcısıydı.

Etkileyiciler için yeni bir dönem

Creative Review,
Ağustos/Eylül 2019
Çeviri: Ayşe Dağistanlı

Etkileşimli pazarlama, şeffaflık ve hesap verebilirlik eksikliği belasıyla uzun zamandır uğraşmaktadır. Acaba, endüstri sonunda büyümeye başlamış olabilir mi?

Etkileşimli pazarlama için zor bir yıl geçirdiğimizi söylemek çok yanlış olmaz. İlk olarak, Keith Weed 2018'de Cannes Lions'da yaptığı konuşmada, sistemin “bozulduğunu” iddia etti ve markaları sahtekârlığa ve sahte müdahaleye karşı korumak için daha iyi önlemler alınması çağrısında bulundu. İkincisi, Netflix Fyre Festivali adlı bir belgesel yaptı. Belgesel, reklamda iddia edilen tanının düzeyinde olmayan ürünleri tanıtmak için etkileyicilere para ödendiğinde, işlerin nasıl sarpa sarabileceğini gösteriyordu. Buna, para karşılığı yapılan paylaşımların özgünlüğü ve değeri konusunda artan şüphecilik eklenince endüstrinin son zamanlarda eleştirilere maruz kalması hiç de şaşırtıcı değil.

Ama görünüşe göre işler iyiye doğru gider gibi. Etkileşimli pazarlama ajansı The Fifth şirketinden Oliver Lewis, “Önümüzde hâlâ daha uzun bir yol var, ancak ilerleme kaydetmiş görünüyoruz” diyor. Lewis'in belirttiği gibi, markaların bir etkileyicinin kitlesini doğrulamalarına izin veren CreatorIQ and Q83 gibi yeni platformların ortaya çıkmasının yanı sıra, paralı ortaklıklar hakkında yapılan daha katı düzenlemeler,

etkileyicileri sorumlu bir şekilde hareket etmeye zorladı.

Lewis, piyasada hâlâ bir takım dolandırıcılar olsa da, yetenekler arasında, marka ortaklarıyla veri paylaşma ve açık ve dürüst olma ihtiyacı konusunda artan bir farkındalık olduğuna inanıyor. “Muhtemelen önümüzdeki birkaç yıl içinde etkileşimli pazarlama dünyasında bunların bir bölümü hayatta kalmayı sürdürecektir ve bunların arasında başarılı olanlar daha profesyonelce davranmaya ve düzenlemelere uymaya istekli olanlar olacaktır.”

Peki bütün bunlar ortaklıkların geleceği için ne anlama geliyor? Lewis, uzun vadeli işbirliklere odaklanmanın artmasına şahit olacağımızı ve markaların etkileyicilerle daha yaratıcı ve anlamlı şekillerde çalışmak isteyeceğini düşünüyor.

Moda perakendecisi Missguided, bir süredir, aralarında yara izleri ve albinizm de dahil olmak üzere çeşitli cilt rahatsızlıkları olan altı etkileyicinin yer aldığı #InYourOwnSkin (#KendiDerinİçinde) kampanyası ile insanın bedenine güven duymasını teşvik etmekteydi. Lewis'e göre, “Missguided, bir akım yakaladı ve önemli hikâyeler anlatmak için belirli yeteneklerle çalıştı. Bu hem markaya hem de yeteneğe faydalı oldu, çünkü arada iki taraflı bir ilişki vardı ve sadece kıyafet satmaya çalışmanın ötesinde bir mesaj içeriyordu. Etkileşimli pazarlamanın güçlü olduğu yer de burası.”

Tanışma ve arkadaşlık uygulaması Tinder'ın #singlenotsorry (#üzgündeğilbekâr) kampanyasında; dış mekân ve dijital reklamlarda yer alan bu yetenekli etkileyicilerle, markalar için sosyal medyanın ötesine uzanan kampanyalar oluşturmak üzere nasıl çalışabileceğini gösterdi. “Sanırım bu endüstrinin nereye gittiğine bir örnek” diye ekliyor Lewis. “Doğru etkileyiciyi yakalarsanız, pazarlama sosyal medya ile sınırlı kalmak zorunda değildir.”

Endüstrinin hâlâ sorunları olabilir, ama belki de etkileşimli pazarlamada, marka ve yeteneklerin daha iyi bir çalışma yönüne doğru ilerlediği bir dönüm noktasına ulaştık. Lewis, “Müşteriler, yeteneklerle çalışmayı ve zaman içinde daha kaliteli yaratıcılık, tutarlılık ve uzun dönemli planlamaya dayalı bir savunma mekanizması oluşturmayı gerçekten istiyorlar” diyor. “Bence yaratıcılığa ve markaların hikâyelerini anlatmaya yardımcı olacak yetenekler arayışı önem kazanıyor.” ●

Oliver Lewis ile yaptığımız röportajımızı [bit.ly/ brands-and-influencers](https://bit.ly/brands-and-influencers) linkinde bulabilirsiniz. The Fifth, endüstriyi profesyonelleşme misyonunu üstlenmiş bir etkileşimli pazarlama ajansıdır; fifth.co

İngiltere merkezli etkileyiciler Hannah Louise F Florence Given (resimde görülen), Eman Kellam ve Magnus Ronning'i tanıtan, Wieden + Kennedy tarafından oluşturulmuş olan Tinder'ın #singlenotsorry (#üzgündeğilbekâr) kampanyasından bir görsel.



YAZILAR

Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu

Derneği adına sahibi

Onur Gökalp

Tasarım

Bülent Erkmən

Sorumlu Yayın Yönetmeni ve

Tasarım Devamlılığı

Osman Tülü

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