

Yazılar:

GRAFİK TASARIMCILAR MESLEK KURULUŞU

Tipografinin geleceği

Petr van Blokland
designobserver.com
Çeviri: Ayşe Dağistanlı

Tipografi yazı karakteri tasarım ve düzeninden çok daha fazlasıdır. Toplumun temel değerlerini; basılı bilgiyi, özgür ve demokratik söylemi etkiler. Tipografinin gücü sayesinde bu makale bir argüman ve karşı-argüman oyunu haline gelmiştir.

Yeni medya teknolojileri kabul görmüş tipografik iletişim kavramımızı sorgulamaktadır. On beşinci yüzyılda Gutenberg'in hareketli tipo baskı yöntemini icadından beri, tipografik iletişim köklü değişimleri bugün olduğu kadar hiç yaşamamıştır. Tipografi zanaatı bir yol ayrımına gelmiş bulunmaktadır. Sayısallaşmanın ve yeni medyanın tipografi zanaatını temellerinden oynattığı bu dönemde tipografi önemli bir rol oynamaya devam edebilir mi? Gelecekte hangi yönler doğru gelişmesi beklenebilir?

The Triumph of Typography (Tipografinin Zaferi) adlı kitapta yirmi bir uluslararası uzman büyüleyici analiz ve örneklerle tipografi ve iletişim alanındaki kendi uzmanlıklarını paylaşıyor. Kitap sadece bugünün tipograflarını nelerin uyarıp ilham verdiği üzerinde durmakla kalmıyor, aynı zamanda tipografi dünyasındaki yeni gelişmelerin ayrıntılarına da giriyor.

Petr van Blokland'ın yazısı, kitabın yeni medya tartışmalarında tipografinin rolüne odaklanan "Tipografi Alanında Yeni Gelişmeler" başlıklı ikinci bölümü hakkındadır.

Tipografinin sayısallaştırılması genellikle bir dönüm noktası olarak görülür. Ben farklı bir yaklaşım seçtim: tipografinin temel değerlerini muhafaza etmeyi, yaşanan devrimin hararetiyle bu değerleri gözden kaçırmamamız gerektiğini savunuyorum.

Tipografi ve yeni medya üzerine tartışmalar; öncelikle

olan en büyük desteği sağlayacak tipografik tasarıma ihtiyaç vardır.

Sistem olarak tipografi

Birçok tasarımcı tipografinin tam olarak ne olduğunu farkında değildir. "Responsive web" sitelerinin (okuyucunun kullandığı araca göre boyutları değişebilen sayfalar kullanan siteler), dergi makalelerinin değişik tasarımları gibi birçok durumda, tipografik sonuç tasarımcısının kendi işiyle ilgisiz olabilir. Sonuç olarak, tasarımcıya doğrudan geri bildirim ulaşmaz. Tasarımcı şartları, ayrıntıları ve süreci tasarlar, ama olası tüm uç sonuçları görmesi mümkün değildir. Örneğin üretim düzeyi yüksek büyük ölçekli tasarım projelerinde bu böyledir; projeler öyle karmaşıktır ki bazı kısımları tasarımcının uzmanlık alanının dışında kalır. Burada tipografiden bir sistem olarak bahsedilmektedir. Tasarımcının tüm detaylar hakkında önceden bilgi sahibi olmadan, tasarımların gelecekte nasıl görüneceğini tahmin etmesi gerekmektedir. Tasarım, her ürünün ayrı ayrı görünümünü değil, toplam tasarımın şartlarını belirlemelidir.

Tipografinin geleceği tartışmalarında, genellikle okuma günlerinin sayılı olduğu

söylemlerini duyarız. Bir resmin binden fazla kelimeye eşdeğer olduğu iddia edilir. Ama resimsel olarak göstermenin henüz mümkün olmadığı şeyleri açıklamak için metin gereklidir. Tarih boyunca, hayatımızın her yönünü piktogramlarla tasvir etmek için pek çok girişimler olmuştur. Oysa resimlerde doğru iletmenin imkânsız olduğu, "kavram," "imkânsız" veya "doğru" gibi özellikle fiziksel olmayan nesne veya eylemlere atıfta bulunan birçok kavram vardır. Bu gibi durumlarda, görüntünün doğru yorumlanması tamamen bağlama dayanır. Bir gazetede başlıkları rastgele değişik tokuş yapın, yepyeni resimsel bir anlam dünyası ortaya çıkar. Biz burada anlam taşıyıcısı olarak tipografinin özünden bahsediyoruz.

Temel tipografik değerler

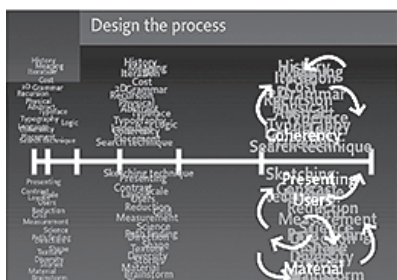
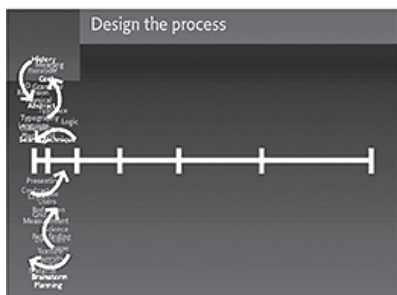
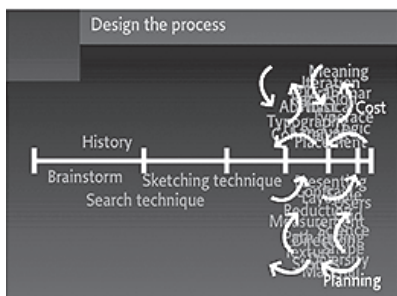
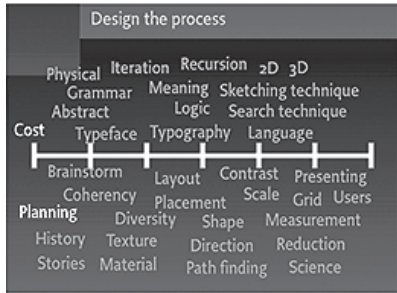
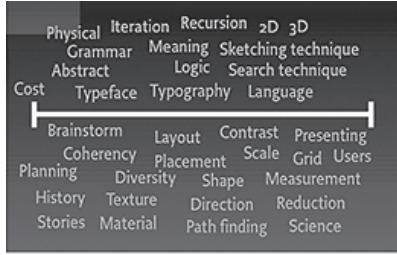
Gerrit Noordzij'e göre, tipografi "prefabrike harflerle yazı yazmaktır". O harflerin dizgi makinelerine satır satır veya matrisler/harf kalıpları halinde dizildiği ve Linotype şeklinde (bütün dizgi satırını dizen satır döküm makinesi) kurşun kalıplara döküm yapıldığı dönemlerden söz etmekte. Tipografi tarihine bakınca her şeyin nereden geldiğini açıkça görebiliriz:

İnteraktif medyanın ortaya çıkması ile sayfa formatları artık sabit olmaktan çıkmış bulunmaktadır. Bir okuyucu tabletini yatay veya dikey olarak kullanabilir, bir pencere etkileşimli ölçeklendirilebilir veya farklı medya için farklı ekran formatları olabilir. Tasarımcı sayfaının ne kadar geniş olacağını bilemez, bu nedenle optimal bir tasarım her boyuta uyum sağlaması mümkün olmalıdır. Bu teknik, 2011 yılında "duyarlı düzen" (responsive layout) olarak adlandırılan aracı kullanmaktadır. Düzen bilgisi sayfaının koduna monte edilir. Ekranın boyutu (tableti çevirerek veya bir pencereyi büyütüp küçültürük) değiştirildiğinde, sayfa gerekli yeni düzeni hesaplayabilir. Bu da tamamen farklı bir tasarım sürecine yol açar. Artık tasarımcının, statik düzenlerden çok storyboardlar halinde düşünmesi gerekir. Storyboardlar, masaüstü bilgisayarlardan tabletlere, oradan mobil uygulamalara doğru büyüten küçüğe doğru işleyen bir dizi içerir. Tipografik bir sistemi tasarlamak için, tasarımcı hem araçlara hem de malzemelere aşina olmalıdır. Temel sorunlar nelerdir? Tipografinin uygulanacağı yüzeyler nelerdir? Hangi koşullar altında okunacaktır? Ve dizayn onu hayata geçirecek olanlara nasıl iletilecektir? İşte burada tipografinin temel değerleri ile karşı karşıya kalırız. Çünkü, puntunun dibini biraz derince eşelemeye başladığımızda, olağanüstü karmaşık bölgelere ulaşırsınız.



punto büyüklüğü (harf takımında harfin yüksekliği ne olursa olsun) döküm harf takımının ölçülebilir

Hemen hemen her grafik tasarım sürecinin parçası olan tipografi (1), tasarımcı için özel bir ikilem yaratır: maliyetler ve planlama önceden saptanmalıdır, ama iş bitmeden bilinmeleri zordur. Sürecin bütünlüğünü denetlemek zor olduğu için, genellikle zaman doğrusal olarak bölümlere ayrılır (2). Ancak tanımı gereği bu çözüm mümkün değildir. Süreç hassasiyetle tahmin edilebilir olsa bu sefer de gerçekte bir tasarım çalışması değil ama bir üretim işi olur. İşin aldığı zaman ne olursa olsun projenin gerektirdiği çalışmanın hemen hemen tamamı son haftada yapılır (3). Yani, çözümler ilgili en çok deneyim işin sonuna birikir, ancak çalışma süresinde ortaya çıkan şeyler ışığında yapısal düzeltmeler yapmak için artık zaman kalmamıştır. Bu nedenle, süreci ters çevirmek ve tüm süreç boyunca bir skala modeliyle hareket etmek daha iyidir (4). Tabir caizse, bir saatlik taslak aşaması bir hafta süren bir taslak aşamasından nispeten daha fazla şey üretir. Bu döngülerin, her seferinde daha da artan detay ve odaklanma ile, birkaç kez tekrarlanması sayesinde tasarım kararlarının sonuçları erken bir aşamada tespit edilebilir (5). Her aşamada da geçici bir son sunum işe yarar.



yükseklidir; *leading*, ya da satır aralığı, satır aralarına eklenen beyaz alandır; harflerin şekli, okuyucuya optik açıdan hepsi aynı boyda görünecek şekildedir. Bir sistem olarak tipografi; temel prensipleri, tipografi ve baskı teknolojisinin tarihinde bulunan değerleri ifade eder.

Punto büyüklüğü

Bir filmde veya kâğıda basılmış bir yazıda gördüğünüz bir harfin boyunu ölçerek, orijinal punto büyüklüğünü anlamak imkânsızdır: *kurşun ölçümü* artık kullanılmıyor. “*Punto büyüklüğü*”nün en iyi tanımı, harfin üst ve alt çıkıntılarının biraz üstüne ve biraz altına geçen mesafe olarak yapılabilir. Öyle ki; bir satırdaki alt çıkıntılar bir sonraki satırın üst çıkıntılarına yaklaşmalı ama değmemelidir. Bu oldukça muğlaktır ve asıl görülen şeyi yansıtmada başarılı değildir. Bir metinde, harfin *x-yüksekligi* orijinal kurşun kalıbın yüksekliğinden daha önemlidir. Ama sorun, *x-yüksekliginin*, üst ve alt çıkıntılarının birbirlerine dokunmamaları için gerekli minimum çizgi aralığı hakkında hiçbir bilgi vermemesindedir. Hele metnin tamamı büyük harfle yazılmış bir yazıda *x-yüksekligi* ortada olmadığı için iş daha da karışmaktadır. Rastgele herhangi bir yazı karakterindeki “12 punto” seçiminin metnin okunabilirliği hakkında bir şeyler gösterebilir olduğu karışıktır. Her şey yazılımin ölçü birimi olarak ne kullandığına bağlıdır: nokta, piksel veya milimetre. Yani punto büyüklüğü göreceli bir ölçümdür, ancak sadece aynı yazı karakterinin farklı boyutlarını karşılaştırırken kullanılmalıdır.

Satır aralığı

Sıra metnin satırları arasındaki mesafeye geldiğinde de benzer şekilde belirsizlikler vardır, zamanla farklı kavramların geliştirilmiş olduğunu görürüz: *leading* ve satır aralığı. Sorun hiç kimsenin bu kavramların tam olarak neye işaret ettiğini bilmemesidir.

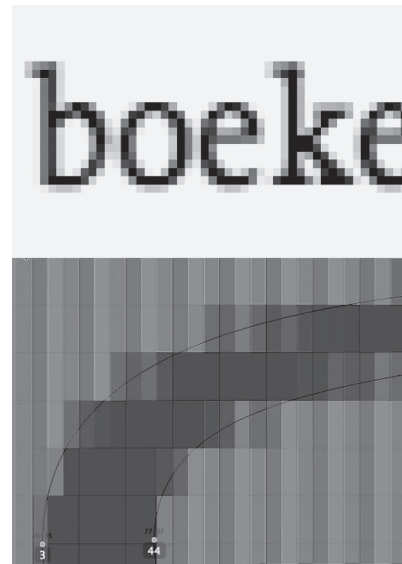
Eskiden kullanılan “*leading*” terimi, kurşun hatlarının arasına boşluk ekleme uygulamasından gelir. Yani eğer bir metin 12/13 denen puntoya sahipse karakterin boyu 12 puntodur, 1 puntoluk da boşluk (*leading*) var demektir. Bu punto büyüklüğüne yapılan eklentiyle ilgilidir, bir satırdan diğeri arasındaki gerçek mesafeden söz edilmemektedir. Satırlar arasındaki optik mesafeyi büyük ölçüde, üst ve alt çıkıntılarının uzunluğu, büyük harflerin yüksekliği ve *x-yüksekligi* belirler. Ölçüm birimi (*Didot noktaları*

veya *pika* – 12 puntoluk matbaa harfi) hakkında net bir karar yoktur. Dijital uygulamalarda “*em*” ya da “*rem*” boyu giderek daha fazla kullanılıyor, bu da satır aralığını anında boya göre ayarlıyor. Bu açıdan bakıldığında, diğer sistemlerde dikey ölçümler milimetrelerle ifade edilirken, herkesin körü körüne satır aralığının noktalarla ölçüldüğü InDesign uygulama yöntemini izlemesi çok dikkat çekicidir. Bu durumda kaçınılmaz olarak, bir sayfadaki resimsel sabit öğeler metnin yüksekliği ile her zaman uyumlu olmayabiliyor. Teknik bilgi ve ustalık eksikliğinden, çoğu tipografi hâlâ elle yapılıyor ve herhangi bir tipografik sisteme göre tasarlanmıyor.

Yazı karakteri

Yazı karakteri seçimi, turnaklı veya turnaksız seçiminde sezgisel bir tercihin ötesinde bilgi birikimi gerektirir. On binlerce yazı karakteri vardır, ancak seçim kriterleri dikkatlice incelendiğinde önümüzde bir avuç dolusu seçenek kalır. Konuyu tüm yönleriyle tartışmak yazımızın kapsamının çok ötesine taşar. Burada; gövde metni veya başlıklarda kullanılan karakterler ya da bunların çeşitli uygulamaları; üst çıkıntılar, alt çıkıntılar, büyük harfler veya *x-yüksekligi* arasındaki mesafenin göreceli oranı; gerçek italik, ekranda küçük harf ya da bir sembol kullanılması – bunların

Ekran büyütüldüğünde renkli piksellerin nereden geldiğini anlamak için harflerin ekranda nasıl görüntülediğini bilmek önemlidir (1). Renkler gerçekte mevcut değildir: onlar “alt-piksel”ler (subpixels) sayesinde elde edilir. Bir harfin kenarlarındaki bir piksele belirli bir rengi (solda kırmızı ve sağda mavi) vererek, yatay çözünürlüğü üç katı kadar arttırmak mümkündür. Ama bu sadece bir ekran pikseli için olasıdır ve sadece dikey ve dikdörtgen kırmızı-yeşil-mavi alt-piksellerle çalışır (2). Apple Retina Display’inde durum farklıdır, çünkü metin hem yatay hem de dikey olarak görüntülenebilir. Tasarım sürecinde tipografi tasarımcısı, yazı karakteri seçiminin yanı sıra bunun da farkında olmalıdır.



AVIAVIAVIAVIAV AVIAVIAVIAVIAV

Bir harfteki kalın ve ince vurgular arasında kayda değer bir fark varsa, biz bunun yüksek kontrastlı bir yazıtipi olduğunu söyleriz. Örneğin, V harfini ele alalım. Soldaki çizgi çok kalındır, sağ taraftaki son derece incedir, sonuç olarak harf asimetrik ve sağ taraf zor görülür. Sağ taraftaki çizginin varlığını optik olarak vurgulamak için, üst kenarı genellikle yatay bir çizgi, bir turnakla kapatılır. Bu da yüksek kontrastlı harflerin çoğunlukla turnaklı olduğunun bir işaretidir, çünkü onlar olmadan yazı karakteri düzensiz olacaktır ve harfleri ayırt etmek zorlaşacaktır.

hiçbiri burada ele alınmayacaktır. Bunun yerine, kendimi aşağıdaki ana noktalarla sınırlayacağım.

Ağırlıklar ve genişlikler

Kaç tane ağırlık ve genişlik vardır ve nasıl dağılırlar? Çizimler nasıl yapılmıştır? Onlar “ustalardan” mı (çizim setlerinin yapımı için önemlidir) alınmıştır? En uç noktalar ayrı ayrı mı çizilmiştir; öyle ki, örneğin çok koyu ve yoğunlaşmış, *bold* bir “\$” işareti söz konusuysa, dikey çizgi en aşağıya kadar inmemekte ve iç formlar yok mu olmaktadır? Peki en yaygın olarak kullanılan orta ağırlıkları ne halledir?

Kontrast

Bir yazıtipindeki kontrast önemli bir husustur. Bir harfteki kalınlık-inceciklik dağılımı sayfadaki diğer elementlerle arasındaki görsel ilişkiyi güçlendirebilir. Tertip, geniş uç kalem kullanıldığında olduğu gibi asimetrik midir, yoksa ince uçlu kalem kullanıldığında olduğu gibi simetrik midir? Bir başka yön harfin en ince ve en kalın kısımları arasındaki orandır. Fark büyük olduğu takdirde, harfteki kontrast çok büyüktür ve küçük boyutlarda kullanılamaz. Genellikle yüksek kontrasta sahip harfler turnaklıdır. Bunun tersi de doğrudur. Kalınlık ve inceliğin arasındaki farkın az olduğu yazıtipi genellikle turnaksız olur. Düşük kontrastlı turnaklı harfler bulmak, hele gövde metin söz konusuysa, nadirdir. Yani turnaklı veya turnaksız harf seçiminin sonuçları vardır. Yazıtipi kontrastındaki farklılığın kullanılan yazı karakterindeki etkisi, ekranda çok küçük bir metin veya bir ışık kutusu söz konusu olması gibi, bazı aşırı durumlarda kendisini hemen gösterir. Açıkça önce harfte istenilen kontrast tespit edilmelidir ve turnaklı veya turnaksız yazıtipi seçimi bu karara dayalı olmalıdır.

Sembol setinin bütünlüğü

Bir yazıtipi seçiminde sembollerin – *gliflerin* – skalası ve çeşitliliği de çok önemlidir. Değişik dillerin uygulamasında – *ev stillerinde olduğu gibi* – o dilin tüm

Cijfers 4321234 CIJFERS 4321234 Cijfers 4321234 CIJFERS 4321234

Tipografide sıra sayılara geldiğinde, yazıtiplerinin karşılanması gereken o kadar çeşitli koşulları vardır ki, bazı tasarımcılar birkaç farklı rakam serisi kullanır. Burada da, mevcut ağırlıklar sorusu gündeme gelir: bir tablodaki bir sayı kalın yazılarak vurgulanmış ise, sütunlarda kalan diğer sayıların düzgünce sayılmaları için hizalanmaları gerekir. Bu – ağırlıkları ne olursa olsun – tüm sayıların aynı genişliğe sahip olması gerektiği anlamına gelir (bu durumda kalın rakamlar birbirine çok yakın, ince olanlar birbirinden çok uzak olacaktır); ama bu sefer de karakterin ağırlığına göre optimum aralık hususu ile çelişki ortaya çıkar. Ayrıca 1 rakamı diğerleri ile aynı genişlikte olacağı için, 4321234 gibi bir sayının ortasında bir delik olmasını istemeyiz. Bu sorun metinlerde oluşmaz: çünkü harf olsun, sayı olsun, her formun ihtiyacı kadar genişlik ve boşluk mevcuttur. Metinlerde kullanılan bu tür sayılar “eski tarz” diye adlandırılır.

sembolleri ve aksanları mevcut olmalıdır. Bu, her yazı karakteri için geçerli değildir. Özellikle rakamlar özel ilgiyi hak eder. Sistem tipografisi, uygulamalarına bağlı olarak farklı rakam dizileri gerektirmektedir. Eğer bir fontta rakamlar büyük harflerle aynı yüksekliğe sahipse, genellikle öyle niyet edilmiş olmasa bile fazladan dikkat çeker. Rakamların “eski tarz” kullanımları, bir metindeki sayısal formlar ve harfler arasında istenen orantıyı sağlar. Ayrıca, 32123 gibi sayıların ortalarında bir delik olmasını da engeller. Eşit genişlikli “titling rakamlar” (büyük harflerle aynı boyda olan) tablolara sayılar eklemek için kullanılmaktadır. *Titling* rakamların aynı görsel yükseklik ve taban hattı olması örneğin 56 sayısının eğimli görünmesini engeller.

Harf aralığı ve kerning

Bir yazıtipindeki beyaz boşluklar siyahlardan daha bile önemli olabilir. Okunabilirlik ve harf tanınmasıyla ilgili çalışmaların çoğunun sadece siyahlara bakmasına karşın, beyaz boşluk son derece önemlidir. Beyaz boşluğun (*espasın*) tutarlılığını belirleyen üç faktör vardır:

- Önce her harfe özgü olan – sol ve sağdaki – beyaz boşluk;
- İkincisi, harf tasarımcılarının harf çiftleri için uyguladığı optik düzeltmeden – kerning – kaynaklanan beyaz boşluk (AV ve VA çift harfleri optik düzeltme gerektirirken, AA ve VV daha fazla yakınlaşamaz);
- Son olarak, tüm metin aralığına eklenen beyaz boşluk (örneğin, küçük boy bir metinde +4 kullanmak gibi)

Sorun, birçok tasarımcının bu düzeltici (*korektif*) sayının ölçü birimi nedir bilmiyor olmasıdır. Adobe serisinde bu 1/1000 EM’dir, Quark XPress’te başka bir şeydir. Bu değer genellikle uygulamaya, puntoya veya yazıtipine göre el yordamıyla belirlenir.

Satır uzunluğu

Bir metindeki satır uzunluğunun sınırı en önemli yazım değerlerine göre belirlenir. Belirleyici faktörler bir satırdaki karakter sayısı ve sözcük aralarındaki boşluk sayısıdır. Bir metin bir yana yaslıysa ve sözcük arası boşluk daha az ise, o zaman beyazı bölmek için daha az yer vardır. Yani dar sütunlar geniş sütunlara göre daha fazla boşluğa sahip olma eğilimindedir. Metnin dili de önemlidir. Almanca bir metinde İngilizce bir metne kıyasla ortalama olarak daha uzun kelimeler ve daha az sayıda boşluk bulunur. Kelimelerin bölünme şekli de önemlidir. Bir satırdaki optimum karakter sayısı 60’la 80 arasındadır, ancak satır uzunluğu, yazıtipinin genişliğine, harflerin ortalama sıklığına ve kullanılan yazıtipinin boyutuna bakarak saptanır.

Son olarak: Düzen

Karmaşıklık açısından bir metnin düzeni tipografik değerlerin uygulanmasının ötesine geçer. Bir sayfadaki çeşitli unsurların olası düzenlenme biçimleri sonsuzdur. Tasarımcıların, benzer çözümleri tek bir seçenek olarak dikkate alarak olanakları sınırlı sayıya indirmeleri mümkündür. Ayrıntıları kontrol etme her tasarımcının ustalaşması gereken bir husustur, aksi takdirde “büyük resmi” algılayıp tasarlaması mümkün olmayacaktır. Her düzenin kendine özgün bir hiyerarşisi bulunur. Okuyucunun ilk başta görmesi gereken unsurlar vardır, bazıları ise arka düzeyde kalır. Sayfanın görsel grameri ve elementlerin grafik tutarlılığı içeriğin yapılanmasına katkıda bulunur. Tasarımcı bilinçli olarak bu yoldan sapsa bile, sonuçta yine görsel bir hiyerarşi vardır. Ancak bu durumda, okuyucunun içeriği nasıl yorumlayacağını doğru kestirmek daha zordur.

Kısacası: büyük ve karmaşık tasarım projelerinde tipografiyi bir sistem olarak kullanmak için, tipografi tasarımcısı, hep birlikte tipografinin temel değerlerini oluşturan alet ve malzemeleri derinlemesine tanımalıdır. Bunlar, temel sosyal ve teknolojik değişimlere rağmen uzun bir geleneğe sahip olup bugün hâlâ geçerliliğini koruyan ana değerler, kurallar ve temel tipografik ilkelerdir. ●

ETKİLEŞİM Paylaşılan meslek

James Pannafino
Print, Şubat 2015

Çeviri: Aslı Mertan

Etkileşimli iş hakkında öğrendiğiniz her şey tasarım dünyasından mı geliyor? Öyleyse kafanızı masanızdan kaldırmamanın zamanı geldi.

Bir sosyal bilimler üniversitesinde etkileşimli tasarım profesörü olarak, sanat ve tasarım disiplinlerinin dışından çalışma arkadaşlarım olduğu için kendimi şanslı görüyorum. Birçok üniversitede olduğu gibi olağan şüpheliler burada da mevcut: uygulamalı mühendislik fakülteleri, İngilizce, iletişim, psikoloji ve diğerleri. Çalışma arkadaşlarım da benim gibi kullanıcı deneyimi, arayüz tasarımı, hareket tasarımı ve kullanıcı merkezli tasarım üzerine dersler veriyor ama bunu kendi disiplinlerinin perspektifinden yapıyorlar.

Birçok iş ve çalışma alanının etkileşimli tasarımla kesiştikleri noktalar var. Bu kesişimlerden çok şey öğrenmek mümkün. İşte interaktif tasarımla alışveriş halinde olan dört önemli alan ve bunlardan öğrenebileceğimiz.

Endüstriyel tasarım

Son yıllarda kullanıcı-deneyimi tasarımı, web tasarımı alanında elverişli bir kariyer yolu olarak önem kazanıyor. Fakat kullanıcı deneyiminin arkasındaki düşünce yeni değil. Endüstriyel tasarımcılar bir süredir kullanıcı deneyimini incelemekteler. *The Design of Everyday Things* (Gündelik Şeylerin Tasarımı) kitabının yazarı Don Norman endüstriyel ve ürün tasarımının kuralları ve teorisi üzerine kapsamlı yazılar yazdı. Evrensel kavramlardan bir tanesi “güçü yetebilirlik” düşüncesi.

Kapı kollarının tasarımı fiziki dünyadan klasik bir örnektir: Bir kapıdaki dikey kollar kullanıcıya kapıyı çekmek için gücünün yeteceğini işaret eder. Halbuki daha uzun bir kapı kolu kullanıcıya kapıyı açmak için iki eliyle itmesini işaret eder.

Web tasarımcıları düz bir ekran için tasarım yapmaya odaklansalar ve endüstriyel tasarımcıların sahip olduğu fiziki ortama sahip olmasalar da gücü yetebilirlik fikri yine de geçerlidir. Örneğin bir düğmenin şekli ve boyutları belli bir eyleme

işaret edebilir. Estetik tarz yerine, kullanıcıya sürece angaje olma becerisini neyin kazandıracığına odaklanmak, kullanıcı etkileşimini başarıyla kurmak için daha etkili bir yöntemdir.

Endüstriyel tasarımcılar yeni ürünler geliştirirken ağırlık, zaman, malzeme, maliyet ve işlev gibi kısıtlamalarla karşılaşılıyorlar ve bu etkenler yaklaşımlarını değiştirebiliyor. Grafik tasarımda bizler, malzemeleri ya da kâğıdı, mürekkep maliyetini ya da ürünlerin teslim ağırlığını yönetmekle uğraşabiliriz. Geleneksel bir tasarımcı kariyerinde web ve deneyim tabanlı tasarım dünyasına geçiş yaptığı zaman, yeni bir teknolojiyi bütünüyle öğrenmenin getirdiği bir sıkıntı yaşayabilir. Odak noktası, yeni kurallar ve sınırlamalar olmalıdır. Bir web tasarımcısının dosya çeşitleri, mevcut cihazların maliyeti ve dosya aktarım kapasitesi gibi malzemeleri göz önünde bulundurması gerekebilir. Tasarım içinde kısıtlamalar her zaman mevcuttur fakat bunlar tasarımcının yaratıcılığını asla engellememelidir.

Çizgi romanlar

Batı kültüründe geleneksel olarak bir sayfayı “Z” şeklinde bir yol izleyerek okuruz. Gözün hareketi sayfa boyunca soldan sağa ve yukarıdan aşağıya doğrudur. Çizgi roman ve grafik roman sanatçıları pano konumu ve kesişme, Gestalt gruplandırma teorisi gibi tasarım prensiplerini kullanarak okuyucuya ardışık bir hikâyeyi takip etme ve gözü “Z” yolunun dışına çekme noktasında yardımcı olmaya çalışırlar. Kullanılabilirlik uzmanı ve *Don’t Make Me Think* (Beni Düşündürme) kitabının yazarı Steve Krug, web sayfalarını kitap gibi okumadığımızı, taradığımızı söylüyor. Çizgi roman sayfa yönlendirmelerinin özelliklerini web sayfası tasarımına uygulayarak, kullanıcıların sayfadaki anahtar eylem çağrılarını daha kolay bulmalarına yardımcı olabiliriz.

Bir çizgi roman sanatçısının tek tek her görüntüyü iletme için kullandığı ince unsurlar kullanıcı arayüzü tasarımına da uygulanabilir. Orijinal Apple işletim sistemindeki birçok ikonu tasarlayan ünlü ikon/ arayüz tasarımcısı Susan Kare, çizgi roman teorisini Scott McCloud’un *Understanding Comics: The Invisible Art* (Çizgi Romanları Anlamak: Görünmez Sanat) kitabını okuduğunda, tasarladığı ikon simgelerin neden başarılı olduklarını anladığını söylüyor.

Kare, 2014 EG konferansında, dinleyicilere “Çok fazla detay olduğunda ve bir şey gerçekçi görüldüğünde, bir başka kişi (ya da şey) gibi görünür” dedi. “Detayları

devreden çıkardığınızda, şeyler daha evrensel bir boyut kazanır.” *Understanding Comics* kitabının, çizgi romanların değeri üzerine bir çalışma olması amaçlansa da, web ve etkileşim tasarımı derslerinde öğrencilerin arayüz tasarımını anlamalarına yardımcı olmak için sıklıkla kullanılıyor.

Kullanıcı deneyimi tasarımcıları bir senaryoyu “storyboard” yöntemiyle gösterdikleri zaman görsel bir hikâye anlatıyorlar. Panoların bir çizgi roman kadar detaylı yorumlanması gerekmesede, açılı konumlandırılmalarının ve mesafelerin anlamlı olması gerekiyor. *Panel Discussions: Design in Sequential Art Storytelling* (Pano Tartışmaları: Sekanslı Hikâye Resimlemesinde Tasarımın Rolü) kitabının yazarı Durwin Talon, pano resimleme terminolojisini bölümlere ayırıyor. Pano açıları alçak açı, göz seviyesi ya da yüksek açı olarak ayrılabilir; pano mesafeleri ise uzak veya orta mesafe ya da yakın çekim olarak ayrılabilir. Farklı birleşimler çeşitli sonuçlar doğurabilirler. Örneğin bir uzak mesafe, yüksek açılı pano sahneyi kurmaya yardımcı olabilir. Göz hizasında, orta mesafe bir kare kişisel bir konuşmayı yansıtmak için daha uygun olabilir. Bir UX tasarımcısı için her bir panodaki perspektifin ve bakış açısının arkasındaki düşüncüyü anlamak kullanıcı senaryosu hikâye anlatımının gelişimini besleyecektir.

İletişim

İletişim disiplini konuşma, gazetecilik ve halkla ilişkiler konularında hem sözel, hem de sözel olmayan (yazılı) biçimleri

kullanmasıyla bilinir. İletişimde kullanılan ince ayarlı metinler, web tasarımı alanında güçlü bir unsur yerleşmeye başlayan içerik stratejisine dönüştürülmüştür. Yine de deneyim-tabanlı etkileşimler geliştirirken, tasarımcılar için önemli bir öğrenme fırsatı olarak temel iletişim teorisinden daha uzaklara bakmamıza gerek yok.

Ünlü iletişim teorisyeni Marshall McLuhan “sıcak” ve “soğuk” medya tabirlerini icat etti. Bu sayede bir kullanıcının bir şeye katılım oranı tahmin edilebiliyor. Sıcak medya çok fazla uyaran içeriyor. Hikâyeye angaje olmak için daha az çaba harcanması gereken film tabanlı senaryolar gibi. Soğuk medya tabanlı deneyimlerde ise (örneğin çizgi roman okuyan bir kişi) okurun içeriğe angaje olmak için daha fazla enerji harcaması gerekiyor. Tasarımcının bir marka ya da tasarım teması üzerinde çalışırken ve farklı platformlar için çok yönlü çözümler üretirken, sıcak ve soğuk medyaya vâkıf olması, ne kadar angajman kurulması gerektiğini paydaşlarına açıklama noktasında ona yardımcı olabilir.

Sıcak ve soğuk medyada olduğu gibi, Claude Elwood Shannon ve Warren Weaver’ın iletişim modeli web ve deneyim tasarımı süreçlerini açıklıyor. Bu model, bir mesajın kaynaktan (gönderici) hedefe (alıcı) iletiği sistemi parçalara bölüyor. Model şu adımları izliyor:

Bilgi Kaynağı (zihindeki fikir)
> *Mesajın Gönderimi* > *Kodlayıcı Verici (beyinden ağıza)* > *Sinyal Gönderimi* > *Parazit Kaynağı* > *Sinyal Alınıyor* > *Alıcı Sinyali Çözümü* > *Mesaj Alınıyor* > *Hedef Mesajı Alıyor*

Bu model bir mesajın, nihai sonucun yorumlanmasını (az ya da çok) etkileyebilecek kaç iletişim seviyesinden ve parazitten geçtiğini gösteriyor. Bu model başlangıçta telefonların sinyal kapasitesini anlamak amacıyla üretilmiş olsa da, kişiler arası iletişimin temelini oluşturmaya devam ediyor ve bu gibi interaktif teorilerin disiplinlerarası nasıl kullanımına önemli bir örnek oluşturuyor.

Psikoloji

Kullanıcı merkezli tasarımda kullanıcıların tercihlerini nasıl ve neden yaptıklarını bilmek, bir deneyim çerçevesinde kendilerine nasıl yön belirlediklerini anlamak açısından önemlidir. Bilişsel psikoloji insan muhakemesini ve hafızasını, bizi karar vermeye nelerin sevk ettiğini ya da nelerin bir şeye dikkatimizi çektiğini araştırmaya bolca zaman ve emek harcamıştır.

Profesör ve istatistikçi Edward Tufte’nin bilgi tasarımı üzerine yazıları, basılı malzeme tasarımcılarının veri görselleştirmelerinde aşırı bilgi yüklemesi sorunuyla başa çıkmalarına yardımcı oldu. Aşırı bilgi yüklemesi fikri yeni olmamakla birlikte, konu ödev-temelli seçimler yapmak olduğunda, bilişsel yük teorisiyle kuvvetle ilişkilenebilir. Bilişsel yük teorisi, işleyen belleğin gerçekleştirebileceği görev sayısına göre barındırabileceği yeni içerik miktarıdır. Web siteleri, mobil cihazlar ve diğer arayüzleri kullanmak kullanıcıların çoklu ödevler yapmalarını gerektirdiği için, tasarımcılar gezinme unsurlarını, sadece estetik değerlerinden ötürü değil, kullanıcıyı çok fazla bilgiye boğmamak için de kısıtlamak isteyebilirler. Böylece kullanıcının yerine getirmesi gereken ödevlerden vazgeçmemesini sağlamaya çalışırlar. Teorik olarak, bir ödev işleyen bellekten uzun dönem hafızaya aktarılabilirse, çok daha süratle erişilebilir olur ve kullanıcıyı şaşkına çevirmeden, daha fazla ödev sunulabilir.

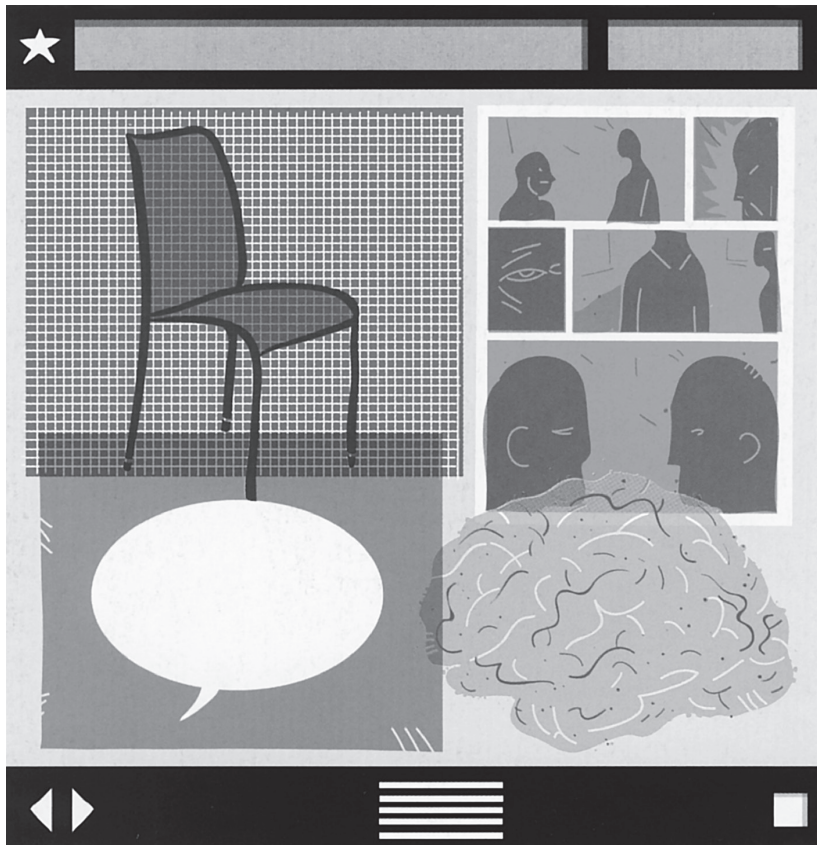
Etkileşim tasarımcıları kullanıcının bir bağlantıya tıklamasını ya da bir eylem çağrısına karşılık vermesini istediklerinde, bilim insanı BJ Fogg’un araştırmasına bakabilirler. Fogg’un davranış modeli, davranışsal değişimi neyin tetiklediğini anlamamıza yardımcı olabilir. Fiziki dünyadaki ihtiyaçları ve arzuları düşünün: geceleyin acıyorsanız (motivasyon) ve kurabiye kavanozuna yakınsanız (beceri) kurabiye yiyebilirsiniz. Bu teori, deneyim tasarımcılarının

başarılı kullanıcı-merkezli tasarım çözümleri üretmelerine yardımcı olabilir. Eğer bir tasarımcı bir ürün bağlantısını (beceri) kullanıcının ilgi alanındaki bir web sayfasına (motivasyon) yerleştirebilirse, bu başarılı bir tetik işlevi görebilir.

Kabilemizin dışından öğrenmek

Başarılı yazar Seth Godin birbirleriyle bağlantılı insanları kabileler şeklinde gruplara ayırmak fikriyle ünlüdür. Web’in doğuşuyla birlikte coğrafi engeller artık insan etkileşimleri için engel teşkil etmiyorlar. Tasarımın sahası büyüyüp geliştikçe etkileştikimiz insanlar ve gruplar da büyüyüp gelişmelidir. Demek oluyor ki ister endüstriyel tasarımın tarihi, ister çizgi romanların hikâye anlatımı dinamikleri, iletişimin dili ya da psikolojinin daha derin idraki olsun, biz tasarımcıların deneyim ve etkileşim tabanlı projelerimize katabileceğimiz bir şey her zaman var. ●

James Pannafino Millersville Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesinde doçent. Print ve HOW için yazıyor ve Interdisciplinary Interaction Design (Disiplinlerarası Etkileşim Tasarımı) kitabının yazarı.



YAZILAR

Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu Derneği adına sahibi
Umut Södük
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