

Yazılar:

GRAFİK TASARIMCILAR MESLEK KURULUŞU

FDA gıda etiketinin yeniden tasarlamasında üç yıllık süreç Dünyayı siyaset belirler

Mark Wilson

www.fastcodesign.com

Çeviri: Ayşe Dağistanlı

FDA'nın Mayıs ayında Michelle Obama tarafından ortaya atılan yeni Gıda Bilgilendirme etiketi, ilk bakışta 1994'ten bu yana kullanılan çok fazla farklı değil. Kalori bilgileri daha büyük ve kalın yazılmış. Porsiyon bilgilerinin boyutları biraz daha net. Ancak ilk defa, gıda üreticilerinin, işlenmiş gıdalarda en sağlıksız katkı maddelerinden birine şeffaflık getirmeleri, yani ilave şeker miktarını belirtmeleri gerekiyor.

Ancak yenisinin yine de büyük ölçüde hepimizin bildiği eski etikete benzediğini – FDA'nın yenilemek için üzerinde üç yıl sarf ettiğini – ve bu etiketi baştan beri kimsenin anlamadığını düşünürsek bunun şaşırtıcı olduğunu

Orijinal.

Nutrition Facts

Serving Size 2/3 cup (55g)
Servings Per Container About 8

Amount Per Serving
Calories 230
Calories from Fat 72

		% Daily Value*
Total Fat	8g	12%
Saturated Fat	1g	5%
Trans Fat	0g	
Cholesterol	0mg	0%
Sodium	160mg	7%
Total Carbohydrate	37g	12%
Dietary Fiber	4g	16%
Sugars	1g	
Protein	3g	

Vitamin A	10%
Vitamin C	8%
Calcium	20%
Iron	45%

* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily value may be higher or lower depending on your calorie needs.

	Calories:	2,000	2,500
Total Fat	Less than	65g	80g
Sat Fat	Less than	20g	25g
Cholesterol	Less than	300mg	300mg
Sodium	Less than	2,400mg	2,400mg
Total Carbohydrate	Less than	300g	375g
Dietary Fiber		25g	30g

söyleyebiliriz. Obezite, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki en büyük halk sağlığı sorunlarından biridir. Araştırmalarsa daha basit etiketlerle karşılaştırıldığında, eski Gıda Bilgilendirme etiketinin insanları sağlıklı seçimler yapmaya teşvik etmede zaten "nispeten etkisiz" olduğunu gösteriyor. Acaba FDA neden ortaya daha radikal bir tasarım çıkarmadı?

Halen, bağımsız bir şirket olarak projeyi yönetmiş olan Siegel+Gale'de sanat yönetmenliği yapan Kevin Grady'ye göre, iyi bir tasarımcının neden bunu şöyle ya da böyle yapmadık, diye söyleyeceği çok şey olabilir. "Ne yazık ki, olay bu kadar basit değil," diyor Grady.

Gerçekten de, yeni FDA etiketine bakınca dünyayı siyasetin belirlediğinde neler olacağını açıkça görmek mümkün.

Siyaset

FDA için iş yapmak, üç grubun incelemesine maruz kalmak anlamına geliyor: FDA'nın kendisi, halk ve tabii ki, büyük miktarlarda doymuş yağları maskeleyen belirsiz porsiyon boyutlarına sahip eski etiketlerden fayda sağlayan, güçlü gıda lobicileri. Grady, "Bu (proje) yıllardır devam ediyordu, etikette yer alan her şeyin gösterilme şeklindeki ince ayrıntılar hep

2014.

Nutrition Facts

8 servings per container
Serving size 2/3 cup (55g)

Amount per 2/3 cup
Calories 230

% DV*	
12%	Total Fat 8g
5%	Saturated Fat 1g
	Trans Fat 0g
0%	Cholesterol 0mg
7%	Sodium 160mg
12%	Total Carbs 37g
14%	Dietary Fiber 4g
	Sugars 1g
	Added Sugars 0g
	Protein 3g

10%	Vitamin D 2mcg
20%	Calcium 260mg
45%	Iron 8mg
5%	Potassium 235mg

* Footnote on Daily Values (DV) and calories reference to be inserted here.

tartışma ve irdeleme konusu oluyordu," diyor.

Maruz kalınan inceleme büyük ölçüde tasarımı ilgilidir. FDA'nın, politikalarına ve gıda etiketlemesine ilişkin yapacağı değişiklikleri halka (ki bu gıda endüstrisini içerir) duyurması gerekmektedir. Sonra halktan gelecek şikâyetler ve yorumlar için birkaç ay beklerler. Daha sonra da, saçma sebeplerle, bir şekilde FDA bu yorumların her birini okur. Tasarımın son aşamasında, bunları listelediklerini ve en popüler eleştirilere yanıt verdiklerini görebilirsiniz – ancak bunların FDA'nın karar süreci hakkında konuyu fazla bir açıklığa kavuşturduğu sanılmamalıdır.

İşe yarayana dokunma

FDA'nın tütün karşıtlığına ilişkin kampanyasını geliştirmesinin ardından, üç yıl önce çalışmaya davet edilip projeye imza attığında Grady'ye, standart etiketin baştan aşağı gözden geçirilmesi için FDA tarafından açık kart verilmişti. Tabii ki günlük temel yağ önerileri gibi aynı temel bilgileri içermesi gerekiyordu, ancak Grady etiketin hayal ettiği herhangi bir şekilde sunulabileceğini düşünmüştü. Yeni yazıtları. Renkler. İnfografikler. Bütün kartlar masadaydı.

Ancak Grady, kısa sürede gıda etiketinin bağlamının çok önemli olduğunu anladı. Etiketlerin bulunduğu ambalajlar zaten parlak görüntülerle kaplıdır. Bu nedenle gıda etiketlerindeki zorunlu bilgilerde, ürünün cazip görüntüleriyle rekabet edecek görseller kullanmaya kalkmak anlamsız bir mücadele olacaktı. Netlik için ideal bir yazıtı olan ve bir önceki etikette kullanılan Helvetica'yı tutmak mantıklıydı.

Grady, "Birçok şeyi gözden geçirdik. Sonunda ikonik orijinal etiketin işe yaradığını gördük," diyor. FDA'ya göre, etiket tüketici tarafından inanılmaz bir tanınma özelliğine sahipti ve tüketiciler gerektiğini zaten biliyorlardı. Bu veriler, hem odak grup testleri sonucunda – FDA'nın etiket üzerinde gerçekleştirdiğini söylediği tek test – ve halktan gelen geri bildirimlerden elde edilmiş bilgilerdi. "Ben de buna oldukça yakın kalmayı, ancak bilgilerin bir büyütece gerek olmadan okunmasını sağlayacak biçimde ve gözün doğal olarak takip edebileceği görsel bir hiyerarşi içinde kullanmayı önerdim."

İşe yarayanı değiştirmek

Bu hiyerarşinin tepesinde kalori yer alıyordu. FDA, kalorinin en önemli

Nutrition Facts

8 servings per container
Serving size 2/3 cup (55g)

Amount per serving
Calories 230

	% Daily Value*
Total Fat	8g 10%
Saturated Fat	1g 5%
Trans Fat	0g
Cholesterol	0mg 0%
Sodium	160mg 7%
Total Carbohydrate	37g 13%
Dietary Fiber	4g 14%
Total Sugars	12g
Includes 10g Added Sugars	20%
Protein	3g
Vitamin D	2mcg 10%
Calcium	260mg 20%
Iron	8mg 45%
Potassium	235mg 6%

* The % Daily Value (DV) tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2,000 calories a day is used for general nutrition advice.

2014.

bilgilerden biri olduğuna karar vermişti, bu yüzden Grady onu mümkün olan en iri puntoda yaptı.

"Halkın neredeyse üçte ikisini obezlerin ve aşırı şişmanların oluşturduğu biliniyor. Halk sağlığı konusunda çalışan bir ajans olarak bu hep aklımızda tuttuğumuz şeylerden biriydi. En çok vurgulamak istediğimiz şey kalori ve porsiyonların boyutuydu. FDA'nın Gıda ve Veteriner Hekimliği kıdemli danışmanı Claudine Kavanaugh, "Ne yerseniz yiyeceğiniz aşırı kalori her zaman kilo almaya sebep olur," diye belirtiyor. "Orijinal etikete bakarsanız kalorinin, genelde etiketin geri kalanında olduğu gibi, gerçekten küçük puntuyla yazıldığını görürsünüz. Biz daha çok dikkat çekmesini istedik."

Estetik açısından bakınca, kalori kelimesi biraz tuhaf görünüyordu, ancak Grady, tasarımın bu "abartılı" halinden memnun. Çünkü böylece, bir sözcüğü bu şekilde daha belirgin hale getirmek, yoğun alışveriş süresi boyunca istenen dikkati çekmesini sağlama açısından amaca uygun. Grady, "Benim için bir şeylerin nasıl görüldüğü çok önemlidir, ancak bu durumda her şey işe yararlılıkla ilgiliydi," diyor. "Süpermarkette alışveriş sırasında bebeğiniz ağlarken siz üründe kaç kalori olduğunu anlamaya çalışıyorsanız, böyle kocaman yazılınca kolaylıkla okuyabilirsiniz."

Gerektiğinde

tartışmadan kaçınmamak

Porsiyon miktarı da büyütüldü. Böylece şimdi etiketler, FDA'nın önceki çabaları sayesinde, insanların gerçekten ne kadar yediğini öncesine göre daha iyi yansıtıyor. 2014 yılında Michelle Obama'nın tanıttığı etiketin ilk taslağında Grady porsiyon miktarını aşağıya

taşıymıştı; böylece porsiyon miktarı doğrudan kalori sayısının yanında bulunuyordu. Ona kalsa bu daha netti, ama nedense bu taslak sonuç olarak kabul görmedi.

“Bu konuda bir sürü yorum vardı,” diyor Kavanaugh. “Gelen yorumların çoğu da tekrarlarla ilgiliydi. Eğer (2014’teki) etikete bakarsanız 2/3 fincan ölçüsünün alt tarafta yeniden tekrarlandığını görürsünüz.” Tekrarlamayla ilgili bu yorumların en az biri yiyecek ve içecek şirketlerini temsil eden Bakkaliye Üreticileri Birliği’nden (GMA) geldi. GMA, önerilen porsiyon miktarını sadece bir kere yazarak *etiket alanını daha iyi değerlendirmek* gerektiğini savunuyordu.

Bunun yerine, porsiyon miktarı aynı yerde kaldı ancak kalın yazıtipiyle yazıldı.

Etiketin önceki sürümünde – eğer nihai sürümünü yapmış olsaydı – bu, etiketin taksonomisinde, yani bilgilerin listelenme biçiminde yaşanan en büyük değişim olmuş olurdu. Tüm yüzdeler sağ taraf yerine sola taşınmıştı. Bu, etiketin nasıl çalıştığını zaten bilen ve sadece bir üründeki yağ veya karbonhidrat yüzdesini hızla kontrol etmek isteyen biri için zamandan tasarruf demektir. Grady’ye göre; “Bilgileri öyle sunmak alışılmadık olsa da, bana göre gözünüzle bir şey tararken bir sütun üzerinde ilerlemeye göre, bu, alanı daha zarif bir şekilde kullanmak demektir.”

FDA Gıdalar ve Veteriner Hekimliği’nin stratejik iletişim direktörü Sharon Natanblut, “Rakamları sola taşıma konusuyla 20 yıl öncesinde de uğraştık; hâlâ da mücadele ediyoruz,” diyor. Odak testleri yapıldı. Yorumlar dinlendi, (ki, bunlardan en az biri Meyve Ürünleri Birliği’nden gelen endüstri eleştirisini içeriyordu). “Bunun insanların etiketi daha etkili bir şekilde kullanabilmesine neden olacağını göstermeyi başaramadık.”

Neden daha fazla iyi fikir kullanılmıyor?

FDA gıda lobicilerinin cebinde olmasıyla ünlüdür. Bu olgu,

Grady’nin son tasarımı aşamasında önerdiği fikirleri yutan kara bir delik fikrini açıklayabilir, ya da açıklayamaz. Fakat gıda endüstrisinin önerilen değişiklikler hakkında sesini çıkarttığı bir gerçek.

Nestlé, 1,5 ila 2 porsiyon arasında değişen ambalajlardaki açıklamaların netleştirilmesine karşıydı ve bu konuda lobicilik yaptı – paket öyle küçük ki, tüketici zaten çoğunlukla ürünün tamamını yiyebilir. Fiji Su, yeni etiket kuralları göz önüne alındığında şirket sularındaki sodyum miktarını net açıklamak zorunda kalacağı için itiraz etti, çünkü eski etiketlerde bu miktarı sifıra yuvarlamaları mümkün oluyordu.

Birçok firma şeker miktarının açıklanmasına karşı çıktı. Bunların bazısını tahmin edebilirsiniz: Uluslararası İçecek Konseyi (Coca-Cola, Pepsi ve Red Bull buna dahil), General Mills, Ocean Spray, Şeker Birliği ve Snack Food Association (Atıştırılabilir Gıda Birliği). Bazıları ise aklınıza gelmeyebilir: örneğin, National Yoğurt Association (Ulusal Yoğurt Derneği). Hepimizin bildiği gibi, alt tarafındaki meyveler olmasa yoğurdun tadı bir şeye benzemez. Hatta Gerber, eklenen şeker miktarının Günlük Besin Değerinin bir yüzdesi olarak verilmemesi gerektiğini ve bunun yerine sadece gram cinsinden listelenmesi gerektiğini savunmaktaydı. (Gerber’in aslında Nestlé’ye ait olduğunu hatırlamaya değer). Bu arada Kind, FDA’nın yeterince ileri gitmediğini söyleyen az sayıda şirketten biriydi; hatta Kind, açıklık getirmek açısından, gramaj yerine bir çay kaşığı içindeki şeker miktarının listelenmesini ve suni tatlandırıcıların da daha agresif bir şekilde ifşa edilmesini talep etti. (Bu lobiciliğin de, elbette kendi çıkarları için olduğu ortadadır. Kurucusu Daniel Lubetzky geçenlerde bana, bademdeki doğal şekerin, onun Kind Bar çikolatalarındaki şekeri olduğundan daha fazla gibi gösterdiğinden şikâyet etti.)

Endüstri tarafından yapılan bütün bu yorumlarda, etiketin içeriğinden çok tasarımına ait

tepkiler bulmak gerçekte daha zor. Ama altını biraz kazırsanız onları bulursunuz. Meyve Suyu Ürünleri Derneği, FDA’nın etiketteki mühim tasarım değişikliklerinin tümüne: kalori miktarının büyük ve kalın yazıtipiyle yazılmasına, her bir besin maddesinin sol tarafında günlük değer yüzdelilerinin gösterilmesine ve kutu başına besin maddeleri gibi verileri gösteren çok sütunlu görünümlere karşı itiraz etti. Ayrıca, davalarını destekleyecek iki göz takibi çalışması sundular. Bunlardan biri, iddiaya göre, Avrupa’daki etiketlerle ilgiliydi (diğerini ise hiç bulamadık) ve davalarını desteklemek için sundukları etiket 20 yıllıktı. Bu arada General Mills, kalın ve büyük yazıtipinin “yoğun, karmaşık ve dağınık bir görsellik” yarattığını belirtti ve böyle bir görsel belirsizliğin kafa karıştırıcı olabileceğini savundu. Ancak daha sonra, yeni etiket tasarımının Yoplait adlı yoğurtlarının ambalajına sığmadığı ortaya çıkınca, bu itirazlarının inanırlığını kaybettiler!

İlerlemeye doğru adım adım

Nihai etiket önümüzdeki iki yıl içinde kullanılmaya başlayacak. Her zaman pek de şeffaf olmayan gözden geçirme sürecindeki bir ileri bir geri gidışlere rağmen, Grady hükümeti bu değişiklikleri yapmada yaşanan zorluklar yüzünden suçlamıyor. Ona göre bu, gıda endüstrisinin çok fazla itiraz ettiği anlamına geliyor. Grady, “Açıkçası, çıkarları sağlık yerine paraya dayalı olan insanlar var” diyor. “Bu tartışma konusu bile değil, bu açıkça böyle.”

Grady etikette yaptığı güncellemelerin norm haline gelmesini istemiyor. Aslında, bu büyük projenin onun için taçlandırıcı bir başarı olarak hatırlanmamasını tercih ediyor. Çünkü onun gözünde bu çalışma, büyük oranda gıda endüstrisinden doğan bir obezite epidemisi ile karşı karşıya olan bir ülkenin nihai çözümü olmamalı.

Grady sözlerini şöyle bitiriyor: “Yorumları okumak ilginç, pek çok

insan gerçekten iyi noktalara değiniyor. Neden bu değil? Neden şöyle olmasın? diye soruyorlar. Bana göre, tüm bunlar evrimin bir parçası. Bunun önümüzdeki 20 yıl boyunca bir öncekiyle aynı kalmasını beklemiyorum.” ●

Yeni okunabilirlik tasarımları Eski hileler ve yeni teknoloji

Allan Haley

www.commarts.com

Çeviri: Ayşe Dağıstanlı

Linotype’in (şimdiki adıyla Monotype) Legibility Group (Okunabilirlik Grubu) olarak bilinen klasik yazıtipleri, ideal olmayan okuma ortamlarında daha iyi okunabilirlik sağlamak üzere özel olarak yaratılmış en eski tasarımlardır. 1920’lerde ilk olarak tasarlandıklarında amaç günün gazetelerinin okunmasını kolaylaştırmaktı. Onlarca yıl sonra tasarlanan ITC Charter ve genişletilmiş ITC Officina ailesi gibi yazıtipleri, düşük çözünürlüklü yazıcılar tarafından basıldığında azami okunabilirliği sağlayacak şekilde tasarlanmıştır. 1990’ların ortalarında Tahoma ve Verdana bilgisayar ekranlarında kolay okumayı sağlamak için yaratıldı.

Apple’ın 2007’de cep telefonlarına font koyduğu andan itibaren, tasarımcılar yazıtiplerini, giyilebilir ürünlerden Internet of Things’e (Nesnelerin İnterneti) kadar her yerde kullanır oldular. Yazıtipleri, otomobillerin iç kısımlarında, avuçiçi tanılama ve biyometrik cihazlarının yanı sıra buzdolapları ve çamaşır makineleri gibi beyaz eşyaların arayüzlerinde yer almaya başladı. Sorun, alışıldık yazıtiplerinin çoğunun bu küçük ve genellikle de kolay okunabilirlik gerektiren ortamlarda başarılı olmamalarıdır. Çünkü onlar bir ekranda görüntülenmek için değil basılmak için yaratılmışlardır.

Eski yüzler, yeni zorluklar

Sadece baskı için tasarım yapıyorsanız bu durumu umursamıyor olabilirsiniz. Ancak, hemen hemen her türlü dijital projeyi üstlenmeniz söz konusuysa, metinlerdeki okunabilirlik sizin için çok temel bir sorun olabilir. Monotype İngiltere’nin yazıtipi yöneticisi ve okunabilirlik uzmanı Dr. Nadine Chahine durumu şöyle özetliyor: “Zamanımızın önemli bir bölümünü bilgisayar ekranlarına, elde taşınır ya da giyilebilir cihazlara bakarak geçirdiğimiz bir dünyada yaşıyoruz. Sürekli bilgi



bombardımanına maruz kaldığımız bu dünyada tipografinin doğru kullanılması açık ve etkili bir iletişim için son derece önemlidir.”

Günümüzde yazıtipi tasarımcıları, klasik yazıtiplerini özellikle etkileşimli tasarım için daha iyi bir duruma getirerek veya özellikle küçük ekranlar için yeni tasarımlar yaratarak okunabilirlik sorununu bir kez daha çözmeye girişiyorlar. Cihazlar için optimize edilmiş bu fontlar çeşitli isimlerle anılır ve butik font sağlayıcıların yanı sıra büyük yazıtipi firmalarından da temin edilebilir. En göze çarpanları Font Bureau'nun Reading Edge yazıtipi, Hoefler & Co.'nun Screen-Smart tasarımları ve Monotype'in eText yazıtipileridir. Okunabilirlik hedef alındığında, Font Bureau'nun başkanı David Berlow'a göre, "Amaç, bir taraftan tasarımın stilistik seçkinliğini koruyup em-kare başına dokuz piksele kadar formu bozmadan ve Verdana kadar okunabilir yazıtipi yapmaktır." Yazıtipi firmaları bu ortak hedefi paylaşmalarına rağmen, her biri soruna farklı şekilde yaklaşma yolunu seçmiştir.

Geçmişten gelen cevaplar

2002 yılında, Font Bureau'nun, St. Petersburg Florida'daki Poynter Institute for Media Studies (Poynter Medya Çalışmaları Enstitüsü) ile uzun süredir devam eden ilişkisi, bu kavramları kullanarak gazeteler için yeni "okunabilirlik" tasarımları yapmak üzere harekete geçmesini sağlamıştır. Ve şimdi firma, bunu Reading Edge yazıtipi ile tekrar yapmakta ve hedefine ulaşmak için Linotype'in geliştirdiği ilk okunabilirlik tasarımlarını araştırmakta. Berlow, "Eski tasarımcıların küçük boyutlarda kullanılmak üzere yaptıkları tasarım çalışmaları iyi araştırılmış ve belgelenmiştir" diye devam ediyor. "Metal yazıtipi tasarımcıları taban çizgisinin üzerindeki

Monotype da, eText yazıtipi için yaptığı araştırmaları tarihi dokümantasyona dayandırmış, ancak bunu kapsamlı klinik çalışmalarla da desteklemiştir. Tasarımcılar önce, Monotype'in Londra'nın 30 mil güneyindeki Salfords'da, Monotype Works'ün orijinal ofisinde mevcut geniş yazıtipi ve font geliştirme kaynaklarını kullanarak işe başladı.

alanı büyütmüş ve küçük harf yüksekliklerini arttırmıştır. Glifleri orantılı olarak daha geniştir. Harf açıklıklarını (apertures) genişletip, biraz ağırlık eklemiş ve gliflerin keskin açılarını mürekkep kapanları ilave edilmiştir.”

Öte yandan Hoefler & Co. da genel olarak kabul görmüş okunabilir tasarım ilkelerine dayanarak bunları gerçek zamanlı olarak baştan itibaren fontlarına dahil etti. Şirketin web sitesine göre, "ScreenSmart yazıtipi sadece tarayıcı için tasarlanmamıştır, onlar doğrudan tarayıcının içinde tasarlanmıştır. Onları oluşturmak için, önce kendi yazıtipi geliştirme araçlarımızı doğrudan WebKit tasarım motorunun üzerine koyduk, böylece tasarımcılarımızın yazıtipilerini, insanların okuyabileceği aynı ortamda oluşturmaları mümkün oldu.”

Monotype da, eText yazıtipi için yaptığı araştırmaları tarihi dokümantasyona dayandırmış, ancak bunu kapsamlı klinik çalışmalarla da desteklemiştir. Tasarımcılar önce, Monotype'in Londra'nın 30 mil güneyindeki

Salfords'da, Monotype Works'ün orijinal ofisinde mevcut geniş yazıtipi ve font geliştirme kaynaklarını kullanarak işe başladı. Monotype'in yaratıcı yazıtipi yöneticisi Steve Matteson, "Metal yazıtipilerinin sunduğu optik boyutlar başlangıç için harika bir noktaydı" diye hatırlıyor. "Küçük punto ana çizimler, nispeten kaba piksel ızgaralarındaki oranları ve boşlukları dikkate almak için mükemmel referans sağladı. Referans olarak Nimrod gibi gazete yazıtipilerine de başvuruldu, çünkü bunlar en düşük koşullarda ve kaba, mat ve gri tonlu kâğıtlara baskı yapmak için tasarlanmıştı." Bu ilk elden gelen bilgi Massachusetts Institute of Technology (MIT) ile yapılan klinik çalışmalarla teyit edilmiştir. Chahine, "Uzun yıllardır MIT'nin AgeLab ile birlikte yazıtipinin ve tipografinin okunabilirlik üzerindeki etkisini araştırıyoruz" diye açıklıyor. "Bu büyüleyici alanı birlikte keşfetmeye devam edebileceğimizi umuyorum.”

Ortak hedefler

Tüm yazıtipi firmalarının ulaştığı sonuçlar hemen hemen aynıdır. Küçük ekranlarda kullanım için en iyi metin yazıtipi aşağıdaki özelliklere sahiptir:

- Büyük x-yüksekliklerine sahip küçük harfler
- Açık çanaklar ve geniş açıklıklar
- Abartılı özellikler
- Çizgi kalınlıklarında orta düzeyde fark
- Tanınabilir tasarım özellikleri
- Orta ve kalın ağırlıklar arasında göze çarpıcı fark

Küçük harf x-yüksekliği, özellikle ekranlardaki kullanılabilir alanın ve piksellerin sınırlı olduğu durumlarda, tipografik seçilirlilik ve rahat okunurluk açısından önemli bir faktördür. Yazıtipi tasarımcıları okunabilirliği en iyi hale getirmek için uzun süredir büyük x-yüksekliğini benimsemiş bulunmaktadırlar.

Açık çanaklar, bir karakterin tanımlanmasına yardımcı olur ve tanıma kolaylığı üzerinde güçlü bir etkiye sahiptir. Okunabilirliğe sahip yeni tasarımlar, formların kendi içlerine doğru yakınlaştığı yerlerde daha geniş açıklıklar (aperture) kullanarak bundan büyük ölçüde yararlanıyor.

Yazıtipilerinin küçük boyutlarda ve düşük çözünürlükte kolayca tanınmasını sağlamak için önemli tasarım özellikleri abartılır.

Harflerin yüksek kontrastlı hatlara sahip olduğu durumlarda fontlar küçük ekranlarda genellikle iyi çalışmaz. Küçük ve sınırlı alanlarda, küçük boyutlarda kontrastı yaratmak için yeterli piksel yoktur. Bu stillerin okunabilir tasarımlarında, ekran kalitesini yükseltmek için ince vuruşların ağırlıkları artırılır.

Hiyerarşi yaratmaya yardımcı olmak üzere, okunabilir tasarımların çeşitli ağırlık ve oranlarında belirgin şekilde farklılık vardır. Ağırlıklar birbirine çok yakınsa, küçük boyutlarda aynı görünebilirler.

Teknoloji devreye giriyor

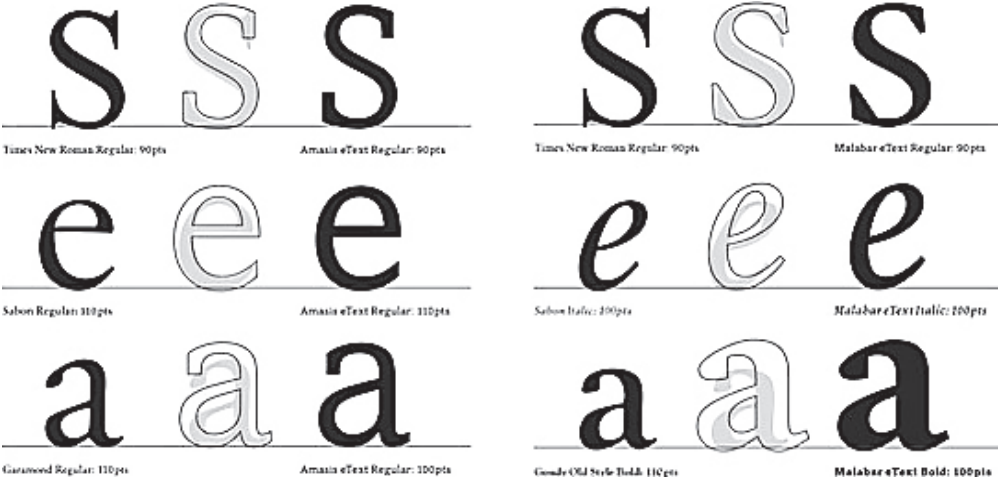
Ve bu yazıtipinin sadece tasarımıyla ilgili kısmı. Tasarımlar bir kez optimize edildikten sonra, bu yeni okunabilir yazıtipi, kapsamlı dijital ince ayarlara tabi tutulacaktır. Yazıtipi tasarımları ayarlanmış olsa bile, birçok dijital ekranın kısıtlı çözünürlüğü büyük zorluk oluşturmaya devam eder.

Font hinting, yani matematiksel talimatların kullanımı, bir yazıtipinin bilgisayarlarda istenen her puntoda formunu kaybetmeden görüntülenmesini sağlar. Bunun için matematiksel talimatlar kullanılarak yazıtipinin görüntüsü, pikselleştirilmiş bir ızgara ile aynı hizaya getirecek şekilde ayarlanır ve harflerin okunabilirliğini daha da artırabilir. Düşük ekran çözünürlüklerinde, net ve okunaklı metinler üretmek için hinting çok önemlidir. En iyi hinting elle yapılandırılır. Bu işlem elle, her bir harf ve her punto boyu için ayrı ayrı yapılır, sıkıcıdır ve çok zaman alır. Yine de, konumuz sonunda yazıtipi tasarımına gelir dayanır. Berlow, "TrueType talimatları [hinting] evrensel olarak uygulanmıyor" diye açıklamaktadır. "Her harf biçiminin altında yatan tasarım, özellikle hinting verilerini görmezden gelen Mac OS X gibi görüntüleme (rendering) ortamlarında çok önemlidir.”

Elimizde neler mevcut?

Okunabilir yeni fontların çoğu, bu yazıtipi firmalarının kütüphanelerinde mevcut yazıtipilerine dayanmaktadır. The Font Bureau, Hoefler & Co. ve Monotype şirketlerinin hepsi, kendilerine ait en popüler metin yazıtipi için optimize edilmiş bir düzine okunabilir yazıtipi ailesi sunmaktadır. The Font Bureau ve Monotype çoğu aile grubu için gösterişsiz iki ağırlık ve bir italik sunarken, Hoefler & Co. altı ağırlık ve italikten oluşan

Okunabilir yazıtipilerini tasarlama ve ince ayar işleminin örnekleri olarak Monotype'in tasarımlarından iki tanesi, Amasis (solda) ve Malabar (sağda) yer almakta. Görülebileceği gibi, tipograflar, Amasis'de daha büyük küçük x-yükseklikleri ve Malabar'da ise orta ve kalın ağırlıklar arasında belirgin kontrastları tercih etmişlerdir.



bir takım sunar. Her üç yazıtipi firmasının da yazıtipleri, çoğu Batı Avrupa ve birkaç Orta Avrupa dilini destekleyen büyük karakter kümelerine sahiptir; Monotype, Latin harfleri haricindeki alfabeleri destekleyen yazıtiplerinin tek sağlayıcısıdır. Chahine'e göre, "Monotype, Çince ve Arapça gibi karmaşık alfabeler de dahil olmak üzere pek çok Latince olmayan yazıtipine sahiptir. Örneğin, M Ying Hei ekran kullanımı için çok uygundur. Aynı stildeki diğer yazıtipleriyle karşılaştırarak test ettik ve hepsinden daha iyi sonuç verdi."

EText için mevcut yazıtiplerini değiştirmenin yanı sıra Monotype, küçük ekranların metin okunabilirliği konularını çözmek için Burlingame, Daytona ve Joanna Sans Nova ailelerini de piyasaya sürmüştür.

Konumuz hâlâ kaliteli tipografi

Günümüzün yeni nesil okunabilir yazıtipleri ile donanmış olsalar bile, tasarımcıların işleri yürütmek için çaba sarf etmesi gerekir. Matteson uyarıyor: "İnteraktif tasarımcıların, okuma güçlüğü çeken devasa bir nüfusu sıklıkla unuttuğunu gördüm. Nüfusun onda birini etkileyen disleksi, okuma gözlüklerine duyulan ihtiyaç ve dış mekânda ekran parlamasının yarattığı zorluk gibi konular göz önünde bulundurulmalıdır. Tasarımcılarla konuşurken, onlara, simgelerin, yazıların ve butonların görsel kalabalıklığını azaltmak için bol miktarda beyaz alan kullanmalarını öneririm. Ayrıca kullanıcı arayüzü hiyerarşisini oluşturmak için sınırlı sayıda yazıtipi tarzı; moda uygun bir boyuta karşı mütevazı bir punto öneririm. Frutiger, Verdana ve Open Sans gibi hümanist tarzda açık formulu yazıtipleri de önerilerim arasındadır."

Web tasarımcıları, web tabanlı güvenli sistem fontları paleti yerlerini, dinamik olarak indirilebilir fontlarla değiştirdiğinde metin okunabilirliği sorunları yaşamışlardır. Fakat şimdi, etkileşimli tasarım World Wide Web'in çok ötesine geçti. Giderek daha fazla tasarımcı, küçük ekranlı cihazlar için metinsel iletişim arayüzleri ve ekranları geliştiriyor. Yeni okunabilirlik tasarımları, grafik iletişimcilerin baskıda olduğu kadar ekranda da ümit verici metinler oluşturmalarını sağlayabilir. ●

Allan Haley, bir öykü yazarı ve yazıtipleri, yazı teknolojisi ve tipografik iletişim konusunda danışmanlık yapan bir uzmandır. Monotype'de on beş yıl boyunca kelime ve harfler yöneticisi olarak görev yapmış, altı kitap ve yüzlerce makale yazmıştır. Type Directors Club eski başkanlarından ve International Typeface Corporation'da başkan yardımcılığı yapmıştır.

Yazıtiplerinde bir kariyer

Daniel Benneworth-Gray
Creative Review,
Şubat/Mart 2020

Çeviri: Ayşe Dağistanlı

Tasarım muhabirimiz bilgisayarını dolduran sürülerle yazıtipini ele alıp geçmişe doğru bir yolculuğa çıkıyor.

Bugünün geleceğini hiç düşünmezdim, ama klasörümde çok fazla yazıtipim olduğunu fark etmiş bulunuyorum. Yıllar boyunca, *daha çok daha iyidir* diyen basit felsefeye kandım ve sürüyle yazıtipini bilgisayarına yüklemeye devam ettim ve aptalca, güzel ve bu her dem taze tipografik malzeme ambarında, harika çeşitlilikteki bu kütüphanede kendilerini düzenli biçimde yerleştirmelerini bekledim.

Tamam, aradığım şeyi bulmam asırlar sürüyor olabilir, ama tüm bu harika seçeneklere bir bakın! Ne çok seçenek var! Ancak bu oluruna bırakma yaklaşımı sonunda, bu yararlı kaynağı ve tasarım sürecinin önemli bir aşamasını korkunç ve sonu gelmeyen bir sarmala dönüştürdü. Çok uzun zaman bunu sürecin bir parçası olarak kabul ettim, bir angaryaydı ama gerekliydi.

Sonunda, yazıtipi klasörümde sıkı bir bahar temizliği yapmaya ve sürekli kullandıklarımı düzenli bir listede toplamaya karar verdim. Bazı yazıtiplerini devre dışı bırakma zamanıydı.

İlk tur yeterince kolaydı – modası geçmişlerle yararsız olanlar.

Curly'a güle güle, yakın zamanda serbest tasarımcılar sirkine katılacağıma sanmıyorum. İptal. Elveda Mistral, seninle Algarve'nin şaraphanelerinde karşılaşırız belki. İptal. İşte karşımızda, Famous Spaceships! Bir dereceye kadar ünlü olmuş uzay gemilerinden yapılmış bir yazıtipi. İptal.

Sırada bir ya da iki Rosetta Stone dışında, nasıl kullanılacağına asla bilemeyeceğim sürüyle yazıtipi var. Kurulum öncesinden kalma Asyalı veya Arapça yazıtipleri anında gidebilirler. Yani çoğu gidebilir, çünkü bilgisayarım – sinir bozucu bir şekilde – bazılarının temel sisteme ait yazıtipleri olduğunu söyleyip devre dışı bırakılmayacakları konusunda uyarıyor. Bence sadece hava atıyor.

Güvenilir atölyelerin hamal misali yük taşıyıcı çoklu versiyonları hakkında mantık yürütmek o kadar da basit değil. Garamond, Garamond Premier Pro, Adobe Garamond Pro... Aralarında favorilerim var mı? Ne yapmalıyım? Yazıtipi klasörümde Trajan Pro ve Trajan Pro 3 var da, neden Trajan Pro 2 yok? Peki tüm bu Helvetica'lara ne diyeceğiz – Helvetica Now Helvetica Neue'nun

yerini tutar mı? En azından rahatlıkla vazgeçebileceğim bir tanesi: dış macunuyla çizilmiş yazıtipi, Helderica'ya bir daha ihtiyaç duyacağım çok şüpheli.

Yapay ve tekdüze kusurlarıyla bir dizi daktilo yazıtipi – benimle dalga geçer gibi – doğru araçları kullanarak ekran dışında daha fazla yazıtipi yapmam gerektiğini hatırlatıyor. (Olivetti Valentine marka bir daktilo edinmek için eBay'e başvurma zamanı galiba.)

Yıllar boyunca bilgisayarına

yüklediğim meşhur el yazısı yazıtiplerinin çoğunda hoş olmayan marifetler bulunabilir ve bunların çoğu tembel kısayollardır. Bu arada şimdiye kadar, Jane Austen'in el yazısının ya da Kurt Cobain'in kargacık burgacık yazısının benzeri, steril ve sentetik bir yaklaşım gerektiren bir iş özeti de almadım.

Bunların hepsini ne zaman ve neden topladım acaba? Bu bana Nick Hornby'nin High Fidelity kitabındaki, plaklarını alfabetik veya kronolojik değil de, otobiyografik olarak sıralayan Rob'u hatırlattı. Belirli projeler veya geçici fanteziler nedeniyle yüklenmiş bu yazıtiplerinin her biri, kariyerimde profesyonel bir nostaljiye ve/veya utanca işaret eden bir zaman damgası sayılabilir. Bazıları gitmeli, bazıları kalmalı tabii ki, ama her birinin kendi küçük hikâyesi olduğu doğru.

Kendisini *grunge* olarak tarif eden her tür şeyi indirdiğim zamanlardan, kariyerimin ilk günlerinden kalma daha baştan sıkıntılı yazıtipleri var; örneğin, özellikle şirket yıllarımda kullanmam gereken çeşitli ağırlıklardaki Gill Sans; ilk yaptığım tasarımdan kazandığım para ile satın aldığım yazıtipi, Eames Century Modern.

Sonunda, *dingbats* ve *wingdings*'lerin yer aldığı listenin en altına doğru yol alıyorum. Bir dizi solmuş yazıtipi arkamda kalıyor, her biri farenin bir tıklaması ile geçmişe gömülüyor... Ama daha hâlâ çok fazla yazıtipi var. Galiba tekrar en baştan başlamalıyım, başka neleri temizleyebileceğime bakmalı ve yine maziye hatırlayıp anmalıyım. ●

Daniel Benneworth-Gray, York'ta yaşayan serbest bir tasarımcıdır. Bkz. Danielgray.com ve @gray

YAZILAR

Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu
Derneği adına sahibi

Onur Gökalp

Tasarım

Bülent Erkm

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