

5 Tipps für Best Practices für Typografie

Dies war mein erstes Jahr auf der Typographics 2018. Die Typographics 2018 ist eine Konferenz für Typografie-Enthusiasten auf der ganzen Welt, die in der Cooper Union stattfindet. Es gab Diskussionsteilnehmer aus San Francisco, Berlin, Buenos Aires und Japan; Es fühlte sich wirklich wie eine wirklich internationale Erfahrung an. Ich hatte die Gelegenheit, sowohl am Konferenz- als auch am TypeLab-Teil von Typographics teilzunehmen. Hier sind ein paar Highlights aus den Panels/Breakout-Sessions, die mir sehr gefallen haben: 1. Emojis = Bilder + Charakter (Jennifer Daniel, Google Emoji) Emojis sind Bilder, die auf verschiedenen Geräten unterschiedliche Bedeutungen haben können. Jennifer gab ein Beispiel …

Dies war mein erstes Jahr auf der Typographics 2018. Die Typographics 2018 ist eine Konferenz für Typografie-Enthusiasten auf der ganzen Welt, die in der Cooper Union stattfindet. Es gab Diskussionsteilnehmer aus San Francisco, Berlin, Buenos Aires und Japan; Es fühlte sich wirklich wie eine wirklich internationale Erfahrung an. Ich hatte die Gelegenheit, sowohl am Konferenz- als auch am TypeLab-Teil von Typographics teilzunehmen. Hier sind ein paar Highlights aus den Panels/Breakout-Sessions, die mir sehr gefallen haben:

1. Emojis = Bilder + Charakter (Jennifer Daniel, Google Emoji) Emojis sind Bilder, die auf verschiedenen Geräten unterschiedliche Bedeutungen haben können. Jennifer gab ein Beispiel dafür, wie das „Knödel“-Emoji auf verschiedenen Chat-Plattformen unterschiedlich aussieht – jede Kultur hat einen Knödel!

Ich fand eine interessante Spannung in dieser Aussage – Emojis sollten eine konsistente Benutzererfahrung (über Plattformen

hinweg) bieten und dennoch auf ihre Benutzer zugeschnitten sein.

2. Der allgegenwärtige Typ kann zu Verwirrung beim Benutzer führen (Herr Keedy)

Mr. Keedy hat Keedy Sans, eine beliebte Schriftart in den 90er Jahren, entwickelt. Die Schrift galt 10 Jahre später als „uncool“ und wurde überall verwendet. Keedy sans wird auf Make-up-Verpackungen für Teenager-Mädchen sowie in Weinbars verwendet. Dies könnte aufgrund des fehlenden Brandings zu einer schlechten Benutzererfahrung für die Menschen führen. Letztes Jahr hat Mr. Keedy seine Schriftart aktualisiert, um eine bessere Anpassung zu ermöglichen und es Keedy-Fans zu ermöglichen, die Schriftart für interessante visuelle Effekte zu überlagern.

3. Braille ist eine Form der Typografie (Ellen Lupton, Cooper Hewitt)

Ellen sprach darüber, wie blinde Menschen Braille auf einzigartige Weise lesen, indem sie sie über ihren Körper halten. Sie demonstrierte auch die Erfahrung einer blinden Person beim Ansehen von Musikvideos, indem sie das Voice-Over für Barrierefreiheit zeigte.

4. Marke hält Inhalt mit Design zusammen (Gale Bichler, NYTimes)

Gale stellte fest, wie sich die New York Times (NYT) selbst als eine Publikation gebrandmarkt hat, die mit vielen Schriftarten experimentiert. NYT kann mit verschiedenen Typen und massiven Schriftarten als Illustration herumspielen. Wenn jemand eine Seite vom Boden aufhebt, kann er aufgrund des Brandings normalerweise erkennen, dass es von der New York Times ist.

5. Die Auswahl von Schriftarten ist wie Eis essen. (Veronika Burian und Jose Scaglione, zusammen tippen)

Achten Sie beim Kombinieren von Schriftarten auf mechanische und organische Haptik. Veronika und Jose sprachen darüber, wie Menschen humanistische Schriften mögen, mit einem Hauch von Kalligraphenhand. Idealerweise sollten Sie eine ausgewogene Schriftart finden, die eine gemeinsame Sprache hat.

Das übergreifende Thema ist, dass Typografie breit gefächert und medienübergreifend ist. Visuelle Sprachen umfassen Symbole, Blindenschrift und Audiountertitel. Die Herausforderung besteht nun darin, die besten Erfahrungen für diese neuen Sprachformen zu gestalten.

-

Dieser Artikel entspringt einer Idee, gefunden irgendwo auf der Welt in einem internationalen Artikel. Übersetzt und neu verfasst.

Details

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de