

**T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ**



**DENEYSEL TİPOGRAFİNİN
GÖRSEL İLETİŞİME ETKİSİ**

Çağlar OKUR

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Eskişehir, 2003

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

124597

T 124597

DENEYSEL TİPOGRAFINİN GÖRSEL İLETİŞİME ETKİSİ

Çağlar OKUR

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Eskişehir, 2003

DENEYSEL TİPOGRAFINİN GÖRSEL İLETİŞİME ETKİSİ

Çağlar OKUR

**Y.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Grafik Anasanat Dalı

120582

Danışman: Yrd.Doç.Sevim SELAMET

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Eylül 2003

YÜKSEK LİSANS TEZ ÖZÜ

DENEYSEL TİPOGRAFINİN GÖRSEL İLETİŞİME ETKİSİ

Çağlar OKUR

Grafik Ana Sanat Dalı

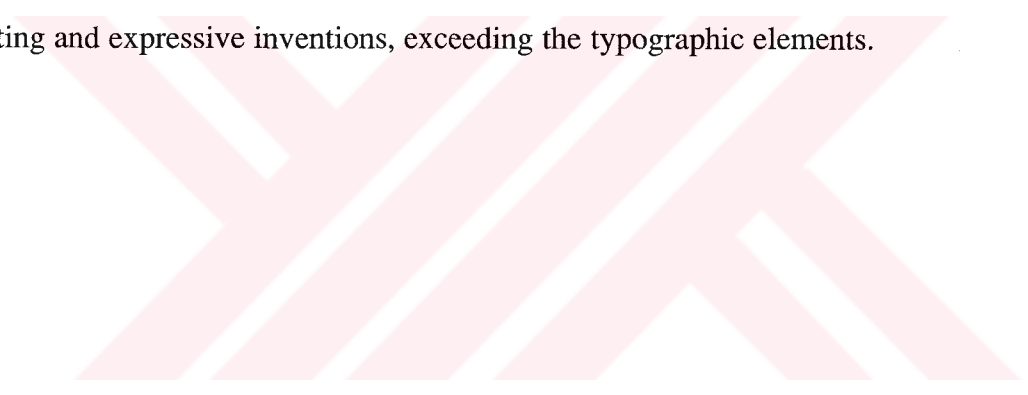
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eylül 2003

Danışman: Yrd.Doç.Sevim Selamet

Teknolojinin gelişimine paralel olarak hızlı iletişime duyulan ihtiyaç beraberinde mümkün olduğu kadar kolay anlaşılır bir ifade tarzına olan talebi arttırmıştır. Artık eski tarz tipografi kuralları günümüzde tasarımcının karşısına çıkan güncel tasarım problemlerini çözümlemede yetersiz kalmaktadır. Harflerle iletişimin amacı, bir mesajı veya fikri en etkili bir biçimde tek başlarına ya da diğer grafik öğelerle birlikte kullanarak aktarmaktır. Bu yüzden, tipografik kuralların geçerlilikleri sorgulanmalı ve onların ötesine geçilebilmelidir. Bunu yaparken kelime ve imaj arasındaki ilişkiler araştırılarak, görsel iletişimin sınırlarının genişlemesi sağlanabilir. Bu yöntemle yapılan denemeler, tasarımcıların tipografik araçların ötesinde, öğretici, şaşırtıcı ve eğlendirici keşifler yapmasını sağlar.

ABSTRACT

The need for easy and quick communication has brought the demand of a clear expression manner, parallel to the progress in technology. Since then, the old manner of typographic principles have been inadequate to analyze and solve the contemporary design problems that the designers face with. The aim of the communication through the letters is to forward a message or an idea by the most effective way, used individually or together with the graphic elements. By the same token the typographic principles need to be demolished and interrogated to make a further progress. Meanwhile, the abundance of visual communication can be expanded, investigating the relations between words and images. The experiments done by this method ensure the designers to receive surprising, exciting and expressive inventions, exceeding the typographic elements.

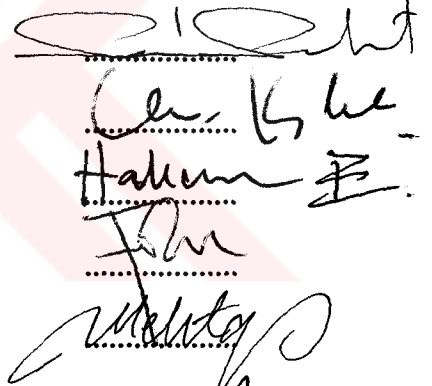


JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

çağlar OKUR'un "Deneyisel Tipografinin Görsel İletişime Etkisi" Bir Araştırma başlıklı tezi **21 Ekim 2003** tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca, **Grafik** Anasanat Dalında, yüksek lisans tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

Üye (Tez Danışmanı) : Yrd.Doç.Sevim SELAMET
Üye : Prof.Dr.Levend KILIÇ
Üye : Doç.Dr.Hakan ERTEP
Üye : Doç.T.Fikret UÇAR
Üye : Yrd.Doç.Mehtap UYGUNGÖZ

İmza



Prof.Dr.Nurhan AYDIN
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü



ÖZGEÇMİŞ

Çağlar OKUR

Grafik Bölümü–Yüksek Lisans

Eğitim

Lisans 2000	Bilkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi,Grafik Bölümü
Lise 1994	T.E.D. Ankara Koleji Vakfı

İş

2001	Araştırma Görevlisi, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi
------	--

Katıldığı Sergiler

2002	“Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Öğretim Üyeleri Karma Sergisi” Sabancı Kültür Merkezi–ADANA
2002	“16. İş Sağlığı ve Güvenliği Haftası” Afiş Sergisi–ANKARA
2002	“1. Uluslararası Kore Poster Bienali,” Seongnam City–KORE
2003	“22 Mart Dünya Su Günü” Afiş Sergisi–ANKARA
2003	“Uluslararası Marmara Üniversitesi Öğrenci Trienali”–İSTANBUL
2003	“Yılsonu Öğrenci Sergisi”–ESKİŞEHİR

Kişisel Bilgiler

Doğum Yeri ve Tarihi: Konya, 4 Ekim 1976 • Cinsiyet: Erkek • Yabancı Dil: İngilizce

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ÖZ	ii
ABSTRACT	iii
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI	iv
ÖZGEÇMİŞ	v
ŞEKİLLER LİSTESİ	ix
 1. GİRİŞ	 1
1.1. Problem	1
1.2. Amaç	2
1.3. Önem	3
1.4. Varsayımlar	4
1.5. Sınırlılıklar	4
1.6. Tanımlar	5
1.7. Yöntem	8
 2. BULGULAR VE YORUM	 9
2.1. Giriş	9
2.2. İletişim nedir	10
2.3. Görsel iletişim nedir	12
2.3.1. Piktogramlar	14
2.3.2. İdeogramlar	15
2.3.3. Fonogramlar	16
2.4. Görsel iletişim aracı olarak tipografi	17
2.4.1. İmge olarak tipografi	22
2.4.2.1. Eugene Ionesco'nun yazdığı "Kel Şarkıcı" adlı tiyatro oyunu için Robert Massin'in tasarladığı kitap üzerine bir yorum	32
2.5. Deneysel tipografi ve teknikleri	36
2.5.1. Düzeysel tipografi	37
2.5.1.1. Perspektif ve tipografi	37
2.5.1.2. Tipografide şeffaflık ve üst üste binme	39
2.5.1.3. Tipografik yüzeyleri eğmek ve bükme	40
2.5.2. El yazısı ve tipografi	40
2.5.3. Kolaj ve tipografi	45
2.5.4. Üç boyutlu tipografi	48
2.6. Tipografik kurallar ve ötesi	52

2.6.1.	Kural 1: Metin dizgisinde en uygun okunurluk için klasik, zaman içerisinde denenmiş ve güvenilirliği kanıtlanmış yazı karakterleri seçilmelidir.	54
2.6.1.1.	Kuralın ötesi	55
2.6.2.	Kural 2: Aynı anda birbirinden farklı bir çok yazı karakteri bir arada kullanılmamalıdır.	59
2.6.2.1.	Kuralın ötesi	59
2.6.3.	Kural 3: Tamamen büyük harflerle dizilen yazılar okunurluğu güçleştirir. Bu yüzden en uygun okunurluk için büyük ve küçük harfler beraber kullanılmalıdır.....	64
2.6.3.1.	Kuralın ötesi	65
2.6.3.1.1.	Harf büyüklüğü	65
2.6.3.1.2.	Satır arası boşluğu.....	66
2.6.3.1.3.	Harf ve kelime arası boşluğu	66
2.6.3.1.4.	Yazı karakteri seçimi	67
2.6.4.	Kural 4: Aynı anda çok farklı yazı büyüklüğü ve kalınlığı kullanmaktan kaçınılmalıdır.....	69
2.6.4.1.	Kuralın ötesi	69
2.6.5.	Kural 5: En uygun okunurluk için orta ağırlıkta ve normal genişlikte yazı karakterleri kullanılmalıdır. Aşırı kalın veya aşırı ince yazı biçimlerinin kullanımından kaçınılmalıdır.....	72
2.6.5.1.	Yazı ailesi	72
2.6.5.2.	Kuralın ötesi	73
2.6.6.	Kural 6: Yazı karakterini deformasyona uğratmak onun okunurluğunu zedeler. Bu yüzden yazı karakterlerinin yapısal özellikleri değiştirilmemelidir.....	75
2.6.6.1.	Kuralın ötesi	75
2.6.7.	Kural 7: Metin dizgisinde, düzenli ve kesintisiz bir doku elde edebilmek için, tutarlı biçimde harf ve kelime boşluğu kullanılmalıdır. Ayrıca gözün bir satırdan diğer satıra geçmesini sağlayacak satır boşluk düzeni kullanılmalıdır.....	79
2.6.7.1.	Harf boşluğu	79
2.6.7.2.	Kelime boşluğu	79
2.6.7.3.	Satır boşluğu.....	80
2.6.7.4.	Kuralın ötesi	81
2.6.8.	Kural 8: Metin dizgisinde okunurluk için en uygun satır uzunluğu kullanılmalıdır.	84
2.6.8.1.	Kuralın ötesi	84

2.6.9. Kural 9: En uygun okunurluk için, soldan blok–sağdan serbest harf dizgisi düzenlemesi kullanılmalıdır. Ayrıca tutarlı ve ritmik bir serbest kenar için çabalanmalıdır	89
2.6.9.1. Temel bloklama methodları	89
2.6.9.2. Kuralın ötesi	91
2.6.10. Kural 10: Paragrafları belirtmede içerlek veya satır boşlukları paragrafın bütünlüğünü ve görsel tutarlılığını bozmadan kullanılmalıdır	97
2.6.10.1. Kuralın ötesi	97
2.6.11. Kural 11: Metin dizgisi içerisinde bazı kelimeler veya kelime grupları vurgulanacaksa, bu nazikçe ve yazının akışını bozmadan yapılmalıdır.	100
2.6.11.1. Kuralın ötesi	100
2.6.12. Kural 12: Harfler ve kelimeler her zaman taban çizgisine hizalanmalıdırlar.....	103
2.6.12.1. Kuralın ötesi	103
2.6.13. Kural 13: Eğer zemin dokusu kalabalıksa harflerin okunurluğu zedelenebilir; bu yüzden bu tür zeminler üzerine yazı yerleştirmekten kaçınılmalıdır.....	106
2.6.13.1. Kuralın ötesi	107
3. SONUÇ	111
4. UYGULAMALAR.....	113
KAYNAKÇA.....	117

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: İletişim sürecini anlatan “Boğa Gözü Modeli.”.....	11
Şekil 2: Hayvan ayak izlerini gösteren şekil	12
Şekil 3: Trafik işaretleri.....	13
Şekil 4: İmge bağlantılı işaretlerin ilk örnekleri (solda “öküz” sağda “ev”).....	14
Şekil 5: Avustralya Sivil Havacılık Kurumu piktogramları.....	14
Şekil 6: Kurukafa simgesi	15
Şekil 7: Zeytin dalı taşıyan güvercin simgesi	15
Şekil 8: Üstten başlayarak sırayla Fenike, Yunan ve Roma alfabeleri.....	17
Şekil 9: Gutenberg incilinden bir sayfa.....	18
Şekil 10: Tipo baskı yönetimini gösteren çizim.....	19
Şekil 11: Yazı karakterleri ve ayakkabılar arasındaki bağlantıyı gösteren şekil	21
Şekil 12: “New York Quadtypographers’ın” yaptırdığı illüstrasyon.....	22
Şekil 13: Fransızca, İtalyanca, Almanca, İngilizce, Arapça yazı örnekleri	23
Şekil 14: “Eastside” tenis kulübü logosu	23
Şekil 15: “Knapp” ayakkabıları logosu	24
Şekil 16: “Routledge” yayınevi logosu	24

Şekil 17: “Backdoor” Sanat galerisi logosu	25
Şekil 18: “Ball” firması logosu	25
Şekil 19: “Le Charivari” isimli dergi kapağı.....	26
Şekil 20: “Pepsi” için tasarlanan afiş	27
Şekil 21: “Rock and Roll” başlıklı afiş	28
Şekil 22: “FDR” kitap kapağı.....	29
Şekil 23: “Made in California” başlıklı afiş.....	30
Şekil 24: “IBM” firması için tasarlanan afiş	31
Şekil 25: “Kel Soprano” başlıklı kitap kapağı	32
Şekil 26: “Kel Soprano” başlıklı kitabın içinden sayfalar	33
Şekil 27: “Kel Soprano” başlıklı kitabın içinden sayfalar	34
Şekil 28: “Kel Soprano” başlıklı kitabın içinden sayfalar	34
Şekil 29: “Kel Soprano” başlıklı kitabın içinden sayfalar	35
Şekil 30: “Abstract and So Forth Modern Painting” başlıklı afiş.....	38
Şekil 31: “Jazz Ansiklopedisi” için tasarlanan kapak çalışması	39
Şekil 32: “Swimaster” logosu.....	40
Şekil 33: “Connections” başlıklı afiş.....	41

Şekil 34: “Bic” kalemleri için tasarlanan afiş	42
Şekil 35: “Amerikan Müzik Haftası” başlıklı afiş	43
Şekil 36: “Tablo–Yazı” başlıklı kompozisyon.....	43
Şekil 37: “Madness” başlıklı ilustrasyon çalışması	44
Şekil 38: “The write stuff (yazma işi)” başlıklı dergi kapağı	44
Şekil 39: “Knock de Jules Romain” başlıklı afiş.....	46
Şekil 40: “Humanity” başlıklı kompozisyon.....	47
Şekil 41: “Polish Poster” başlıklı afiş	47
Şekil 42: “AIGA” başlıklı afiş.....	48
Şekil 43: Üstte “Dimension,” altta “CBS, ABC, NBC” logoları.....	49
Şekil 44: “Sea(deniz)” başlıklı suluboya çalışması.....	50
Şekil 45: “Alphadet Spire” başlıklı 3.boyutlu çalışma.....	51
Şekil 46: “Winter Festival” başlıklı poster çalışması.....	51
Şekil 47: Okunur oranlara sahip yazı karakterleri.....	54
Şekil 48: Tür–dışı olarak kabul edilen yazı karakterleri.....	55
Şekil 49: Kural 1’in yıkılmasına bir örnek.....	57
Şekil 50: Kural 1’in yıkılmasına bir örnek.....	58

Şekil 51: Kural 1'in yıkılmasına bir örnek.....	58
Şekil 52: Birbirine benzer yazı karakterlerinin kullanıldığı paragraf	61
Şekil 53: Birbirine kontrast yazı karakterlerinin kullanıldığı paragraf	61
Şekil 54: Herbert Spencer'in sözünün yorumu	63
Şekil 55: Majiskül ve miniskül harflerin kıyıboylarını gösteren şekil.....	64
Şekil 56: Majiskül ve miniskül harflerle dizilen paragrafları gösteren şekil	65
Şekil 57: Kural 3'ün yıkılmasına bir örnek.....	66
Şekil 58: Mekanik boşluklama ile optik boşluklama	67
Şekil 59: Majiskül olarak dizilen aşırı süslü yazı karakterleri.....	67
Şekil 60: Kural 3'ün yıkılmasına bir örnek.....	68
Şekil 61: Kural 4'ün yıkılmasına bir örnek.....	71
Şekil 62: Kural 4'ün yıkılmasına bir örnek.....	71
Şekil 63: "Stone" yazı ailesi.....	72
Şekil 64: Kalın yazı karakterleriyle dizilmiş dergi sayfası	74
Şekil 65: Yazı deformasyonlarını gösteren şekil.....	76
Şekil 66: Yazı karakterlerinin deforme edildiği bir örnek	77
Şekil 67: Yazı karakterlerinin deforme edildiği bir örnek	78

Şekil 68: İdeal boşluklama ile, deneysel boşluklama.....	83
Şekil 69: Satır uzunluklarının, satır arası boşluk ile ilişkisini gösteren örnek.....	86
Şekil 70: “Nehir adı” verilen gelişigüzel boşlukları gösteren örnek.....	87
Şekil 71: Deneysel satır uzunluğunun gösterildiği bir örnek.....	88
Şekil 72: Temel Hizalama metodları.....	90
Şekil 73: Asimetrik hizalama metoduna örnek	92
Şekil 74: Kitap koruma kampanyası için tasarlanan afiş	94
Şekil 75: “Blip in the Continuum” adlı kitaptan karşılıklı sayfalar	95
Şekil 76: Asimetrik hizalama metoduna bir örnek.....	96
Şekil 77: “Zapf Dingbats” ve “Wingdings” sembol fontları.....	97
Şekil 78: Deneysel paragraf içerleğine örnek	98
Şekil 79: Alternatif paragraf içerleğine örnek.....	99
Şekil 80: Temel vurgu metodlarının gösterildiği örnek	101
Şekil 81: Deneysel vurgu metodlarının gösterildiği örnek	101
Şekil 82: Deneysel vurgu metodlarının kullanıldığı bir kompozisyon	102
Şekil 83: Deneysel vurgu metodlarının kullanıldığı bir kompozisyon	102
Şekil 84: Yazı ve taban çizgisi arasındaki ilişkiyi gösteren şekil	103

Şekil 85: “Kel Soprano” adlı kitaptan sayfalar	104
Şekil 86: “Kel Soprano” adlı kitaptan sayfalar	105
Şekil 87: Taban çizgisinden bağımsız olarak dizilen yazı	105
Şekil 88: Harf ve zemin dokusu arasındaki ilişkiyi gösteren şekil.	106
Şekil 89: Harf ve resim arasındaki ilişkiyi gösteren örnek	106
Şekil 90: Kalabalık zemin üzerine dizilen yazı.....	107
Şekil 91: Kalabalık zemin üzerine dizilen yazı.....	108
Şekil 92: Neville Brody’nin “The Death of Typography” adlı çalışması.....	109
Şekil 93: Q101 Radyosu için hazırlanan “Rock the Vote” başlıklı afiş	110
Şekil 94: Uygulama 01	113
Şekil 95: Uygulama 02	114
Şekil 96: Uygulama 03	115
Şekil 97: Uygulama 04	116

1. GİRİŞ

1.1. Problem

Endüstri devrimi, üretim tarzındaki değişimin en önemli işaretidir. Elektronik devreler ve mikro işlemcilerin bulunmasından sonra, üretim tarzında da mekanikten elektroniğe doğru bir değişim başlamıştır. Bu değişim toplumun ekonomik yapısını geliştirmekle kalmayıp, görsel iletişim araçlarının da gelişmesini sağlamıştır. Teknolojinin gelişimine paralel olarak hızlı iletişime duyulan ihtiyaç, beraberinde mümkün olduğu kadar kolay anlaşılır bir ifade tarzına olan talebi arttırmıştır.

Grafik iletişim araçlarından olan tipografide, toplumun değişen anlayışı, değerleri ve kurallarından etkilenmiştir. Özellikle masaüstü yayıncılık programlarının güncel yaşantıya girmesinden sonra, tasarımcılar veya tasarımcı olmayanlar tipografiyi katıpların ve dizgicilerin elinden alarak onu sahiplenmişlerdir. Artık tipografik elemanları dijital ortama aktarıp yapısını bozmak, buruşturmak, katmanlara ayırmak ve işlemek oldukça kolaylaşmıştır.

Bu değişimlere ve etkilere bağlı olarak okuyucuya aktarılacak istenen mesajları farketmede, kavramada ve analiz etmede yeni kriterler ortaya çıkmıştır. Yüzyıllar boyunca söz diziminde tutarlılığı, yeterliliği sağlamak, tipografik formun güzelliğini, okunurluğunu, okuturluğunu korumak ve tipografinin her zaman yazarın düşüncelerini açıkça sunmasını garanti etmek için geliştirilen tipografi kuralları, günümüzde, tasarımcının karşısına çıkan problemleri çözümlemesinde ve okuyucunun dikkatini çekip, mesajı aktarabilmesinde acaba yeterli midir?

Güncel tasarım yıllıklarına bakıldığında, ödül kazanan veya başarılı bulunan uygulamaların çoğunda, bu kuralların yıkıldığını ve böylece tipografinin amacının da okunurluk ve okuturluğun ötesinde imge ile kesişerek görsel iletişimin sınırlarını

genişletmek olduğu gözlenmektedir. Bu yüzden, güncel tasarım problemleri çözüm-
lenirken, tipografi kurallarının geçerlilikleri sorgulanarak gerektiğinde onların ötesine
geçilmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır.

1.2. Amaç

Tasarımcılar, yeni ve özgün buluşlar yaparak grafik sanatının gelişmesini sağladıkça,
tipografide gelişerek değışime uğramaya devam eder. Tipografik değışim ve denemeler
tarih boyunca eleştirilmiş ve yorumlanmıştır. Bazı tasarımcılar, değışimi ve deneysel
yaklaşımları hoş karşılarken, bazıları da klasik kurallara sadık bir tipografik yaklaşımın
yenisine tercih edilmesi gerektiğini düşünmektedir. Diğerleri ise eski ile yeni tarzın bir
arada kullanılmasının, daha çeşitli ve zengin tipografik ifade yöntemleri sağlayacağına
inanmaktadır. Sonuç olarak, konu tipografi olunca, evrensel bir tasarım çözümü yoktur.
Bu yüzden her türlü tipografik ifade biçimine açık olunmalı ve kişisel estetik anlayışlar
bu temeller üzerine oturtulmalıdır. Ümit verici bir şekilde, her yeni nesil grafik
tasarımcılar tipografinin sınırlarını genişletmeye ve yeniden tanımlamaya devam
etmektedir.

Eski anlayıştan farklı olarak günümüzde tipografi, metnin anlamını genişletecek sessiz
ve görünmez bir araç gibi görülmektedir. Görsel olarak ilgi çekici, eğlendirici, okuyu-
cuyla mücadele edici ve en iyi örnekle, eleştiriye açık bir hale gelmiştir. Bu araştırmanın
amacı da klasik tipografi kurallarının ötesine geçerken, kelime ile imaj arasındaki
ilişkileri araştırarak, görsel iletişiminin sınırlarını genişletmektir; yapılan bu araştırmalar
ve denemelerin sonucunda öğretici, şaşırtıcı ve eğlendirici keşifler yapmaktır. Kısaca bu
çalışmanın amacı deneysel tipografinin görsel iletişime olan etkisini araştırmaktır.

1.3. Önem

Günümüzde okuyucu ihtiyaç duysun veya duymasın bir çok basılı materyal ile karşı karşıya gelmektedir. Geçmişten farklı olarak günümüzde basılı materyaller kolayca çoğaltılabilmektedir. Ancak, miktar arttıkça tasarım anlayışı ve basılan materyalin formu da çağdaş okuyucunun ihtiyaçları doğrultusunda gelişmiştir. Artık günümüz okuyucusu yazıyı satır satır okumak yerine göz gezdirip, sadece konu ilgisini çekerse detaylı olarak ele almaktadır.

Indiana Üniversitesi'nden "John C.Schwitzer'in" bir araştırmasındaki şu veriler oldukça dikkat çekicidir; Amerikan Gazete Yayıncıları Birliği'nin "Daha İyi Gazete için Haber Araştırması" adlı raporunda Amerikalı Gazete Okuyucuları'nın büyük bir çoğunluğunun gazete okumaya ayırdıkları sürenin 30 dakikadan az olduğu belirtilmektedir (Becer, 1997: 12). Bu araştırma, günümüzde insanların daha az okuduklarını gösteriyor. Artık pek çok kişi basılı materyalleri okumaktan çok göz gezdirmekle yetinmektedir. Bu durum tipografinin önemini gün geçtikçe daha da artırmaktadır.

Tipografiye gösterilen önemin en açık kanıtı, kullanılan yazı karakterlerinin sayısında, geçmişe göre günümüzde bir patlama yaşanmasıdır. T-shirtlerde, bill-boardlarda, kitap kapaklarında ve hatta ekmek ambalajlarında, isimlerini merak ettiğimiz, bir çok yeni yazı karakteri kullanılmaktadır. Tipografiye gösterilen bu önem, basılı materyallerin iletişim gücünü de artırmaktadır. Artık insanlar okurken, bir dergiye göz atarken, bir ambalajı incelerken kelimelerin ve cümlelerin içerdikleri anlam kadar, görsel olarak kendilerine neyi ifade ettiğine de önem göstermektedir.

Bu gelişmelere paralel olarak tasarımcılar arasında da bir rekabet başlamıştır. Artık tasarımcı, tasarladığı materyalin diğerlerinden sıyrılıp öne çıkmasını sağlamak, okuyucunun dikkatini çekip, onunla daha iyi iletişim kurabilmek için yüzyıllardır geliştirilen tipografi kurallarının ötesinde, daha yaratıcı, yenilikçi ve orjinal sonuçlar bulma

konusunda, baskı altına girmiştir. Tipografinin yaratıcı kullanımıyla ilgili yapılan yeni buluşlardan bazıları, zamana karşı koyabilmekte, bazılarının ise modası çabucak geçmektedir. Bu durum tipografinin tarihine zenginlik katmakla kalmayıp, aynı zamanda görsel iletişimin sınırlarını genişletme ve onu yeniden tanımlama açısından önem kazanmaktadır.

1.4. Varsayımlar

Bu araştırmayı yaparken bir çok profesyonel tasarımcı tarafından “temel” olarak nitelendirilen ve bu araştırmada “Tipografik Kurallar ve Ötesi” başlığı altında ele alınan 13 tipografi kuralının doğru olduğu varsayılmaktadır.

1.5. Sınırlılıklar

Yapılan bu araştırma, deneysel tipografinin görsel iletişime olan katkısını belirlerken, uygulamayı saptarken ve yorumlarken, latin alfabesi ile ilgili olan 13 temel tipografi kuralı ve bu kuralların yaratıcı bir biçimde yıkılması ile sınırlandırılmıştır. Ayrıca görsel iletişim aracı olarak tipografi konusu seçilirken; harflerin, kelimelerin ve metinlerin görsel iletişim aracı olarak kullanılması sınırlandırıcı diğer bir etken olmuştur. Deneysel tipografi tekniklerinin örneklendirilmesinde; düzeysel tipografi, el yazısı ve tipografi, kolaj ve tipografi, üç-boyutlu tipografi başlıkları seçilmiştir. Genellikle etkileşimli ortamda, televizyon jeneriklerinde, ve internet ortamında kullanılan hareketli tipografi konusu, araştırmanın kapsamını çok genişleteceğinden ele alınmamıştır.

1.6. Tanımlar

Amblem (logo): Ürün ya da hizmet üreten kuruluşlara kimlik kazandıran, sözcük özelliği göstermeyen; soyut, nesnel görüntülerle ya da harflerle oluşturulan simgeler.

Aşağı Uzantı (descender): g, j, p, q, y gibi harflerin gövdelerinden aşağıya sarkan bölümleri.

Bold (kalın biçem): Bir düzenli–normal, yazı karakterinin daha ağır bir türevi. Vurgulama için kullanılır.

Boşluk Düzeni (espas): Harflerin, kelimelerin, cümlelerin, satırların, paragrafların, yazı içerisinde aralarına boşluk eklenerek veya çıkartılarak birbirlerine olan uzaklıklarının, yakınlıklarının ayarlanması.

Condensed (daraltılmış harf): Düzenli yazı karakterinin daha dar türevi.

Dijital Ortam (digital media): Elektronik devrelerin çift yönlülüğü ilkesine bağlı olan “0” ya da “1” sayılarıyla kodlanmış olan ortam (örnek: bilgisayar ortamı).

Em–Kare (em–square): Belirli bir yazı büyüklüğünün kare şeklindeki ölçüsüdür. Örneğin yazı 10 punto büyüklüğünde ise, bir em–kare 10 puntoya 10 punto büyüklüğünde bir alan kaplayan karedir.

Eski Stil (old style): 16. yüzyılda geliştirilen yazı tarzı.

Font: Bir yazı karakterinin bir ölçüde–sayıda (küçük ve büyük harf abece sistemi, sayıları, noktalama işaretleri, büyüklükleri, başvuru işaretleri vb.) tüm karakterlerin bütünlükte topluluğu.

Gotik–el yazısı (gothic–script): Avrupa’da ortaçağ sanatında bir elyazı üslubu.

Grid: Sayfa tasarımında kullanılacak elemanların düzenlenmesine yardımcı yatay ve dikey çizgilerdir.

Hat Yapısı (stroke): Harfin etraf çizgisi. Miniskül harflerle dizilen kelimeler aşağı ve yukarı uzantılarından dolayı daha kolay ayırt edilebilen bir hat yapısına sahiptir.

İçerlek (indentation): Vurgu yaratmak veya yazıya dekoratif bir görüntü kazandırmak için kullanılan metin dizgisinin majiskül ilk harfi. Genellikle makalelerin veya bölümlerin başlangıçlarını belli etmek için kullanılır.

Kapatılmış Alan (counter): A, B, D, O, Ö, P, Q gibi majüskül, ya da a, b, d, e, g, ğ, o, ö, p, q gibi minüskül harflerin içerisinde kalan boş alanlara “kapatılmış alan” denir.

Kıyıboyu: Kelimelerin sahip oldukları şekillere “kıyıboyu” denir. Tamamen büyük harflerle dizilmiş kelimeler dikdörtgen bir kıyıboyuna sahipken, küçük harflerle dizilen kelimeler daha girintili çıkıntılı kıyıboyuna sahiptir.

Logotype: Bir ticari marka ya da şirket belirteci olarak bir araya getirilmiş olan iki ya da daha çok harf karakteri.

Majüskül (uppercase): Bir dizgi fontunun A, B, C vb. gibi büyük harfleri.

Masaüstü Yayıncılık (desktop publishing): Bilgisayar yardımı ile masa üstünde sayfa tasarımı oluşturma ve bu oluşumun baskı öncesi aşamalarının hazırlanması süreci.

Minüskül (lowercase): Bir dizgi fontunun a, b, c vb. gibi küçük harfleri.

Nehir (river): Daha çok bloklanmış yazılarda görülen tipografi hatası. Kelimeler veya harfler arasında yukarıdan aşağıya doğru görülen düzensiz boşluklar.

Okunurluk (legibility): Yazı karakteri tasarımının okunur olup olmamasıyla ilgilidir. Bazı yazı karakterleri diğerlerinden daha okunur oranlara sahiptir. Okunurluk kavramı okuma alışkanlığına bağlı olarak kişiden kişiye değişebilir. Bazıları için serifli yazı karakterleri daha okunur, bazıları için serifsiz yazı karakterleri daha okunur olabilir.

Okuturluk (readability): Yazı karakterinin nasıl dizildiği ve sayfa üzerinde nasıl ayarlandığı, büyüklüğü, ölçüsü, sayfa kenarı boşlukları, sütun arası boşlukları, kağıt seçimi... gibi özelliklere bağlıdır. Bir başka deyişle bir sayfayı okumayı rahat kılan herşeye bağlıdır.

Piksel: Bir imgenin ekran üzerinde denetlenebilen en küçük parçası. İmgeler ekran üzerinde pixel adı verilen bu küçük noktacıklardan oluşurlar.

Punto: En küçük tipografik ölçü birimi. Harf genel-geçer ölçülerden başlayarak 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 18, 24, 30, 36, 42, 48, 60 ve 72 puntoda ölçülendirilir.

Serif (Tırnaklı): Tırnaklı yazı karakteri tasarımı. Bazı yazı karakterlerinde bulunan, harfin açılışını ve kapanışını gösteren çapraz hat uçları (tırnaklar). Sans serif ise; harfin açılışında ve kapanışında bu tür hat uçlarına sahip olmayan yazı karakteri tasarımı (tırnaksız).

Solid (Tam): Düzenlemede, satırlar arasında satır boşluklaması olmaksızın dizilen dizgiyi belirtir.

Taban Çizgisi (baseline): Yazıların üzerinde durduğu görünmez yatay çizgi.

Tireleme (hyphenation): Bir satırın sonunda bir sözcüğün bölüneceği yeri belirlemek ve bölüneceği yerin sonuna kısa çizgi (-) koymak.

Yukarı Uzantı (ascender): Harfin gövdesinden yukarıya çıkan; b, d, f, h, k, l, ve t harfindeki gibi, harflerin parçası.

1.7. Yöntem

Bu araştırma mevcut durumu saptamaya yönelik, betimsel bir çalışmadır. Genel olarak deneysel tipografinin görsel iletişime olan etkileri, varolan ve varolması gereken şekliyle açıklanmaya çalışılmıştır. Deneysel tipografi tekniklerinden bahsedilmiş ve ayrıca temel tipografi kurallarının, güncel tasarım problemlerini çözümlemedeki yeterlilikleri sorgulanmış, gerektiği yerlerde bu kuralların ötesine geçilmiş ve görsel iletişime olan etkileri saptanmaya çalışılmıştır. Bu çalışmada grafik tasarım içerisinde “Tipografi” evren olarak ele alınmıştır. Deneysel tipografinin görsel iletişime katkısının saptanması için evrene giren tüm konular ayrı ayrı taranmıştır. Varolan durumun değerlendirilmesinde ve tipografi kurallarının geçerliliklerinin sorgulanmasında, örneklemeye gidilmiştir. İlk önce bu temel olarak nitelendirilen tipografi kuralları ele alınarak, daha sonra çeşitli örneklerle bu kuralların ötesine geçilmiş ve görsel iletişime olan katkıları araştırılmıştır.

Kaynak taraması kütüphanelerden, internetten, bizzat bu konu hakkında yayınları bulunan yazarlar ile bağlantı kurularak ve bu konu hakkında açılmış olan sergiler takip edilerek yapılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen veriler doğrultusunda bir uygulama yapılmıştır. Uygulama başlığı; “Tipografik Özlü–Sözler” olmuş ve bir çok ünlü tasarımcının söylemiş olduğu özlü sözler, tipografik olarak derlenmiş ve görselleştirilerek poster tasarımları yapılmıştır. Varolan tasarım kitaplarından, yıllıklarından, tezlerden, internet sitelerinden elde edilen veriler özetlendikten sonra, geçmişteki uygulamalarla günümüzdeki uygulamalar karşılaştırılmıştır. Uygulamanın yapılma amacı, tipografinin sadece okunur ve okutur olmadığını, görsel iletişimin sınırlarını genişletmek adına yeni işlevler de üstlenebileceğini göstermektir. Bunu yaparken bir takım tipografi kurallarının ötesine geçilmiş, bunların sebepleri, fikrin çıkış noktası örneklendirilerek ekler bölümünde açıklanmıştır.

2. BULGULAR ve YORUM

2.1. Giriş

İnsanoğlu fiziksel ihtiyaçlarını karşılamak, diğer insanlarla işbirliğinde bulunmak ve onlarla bilgi ve düşüncelerini paylaşmak için iletişime ihtiyaç duyar. Bu bilgileri ve düşünceleri kaydetmek, onları saklamak veya daha kalabalık kitlelere, gelecek nesillere ulaştırabilmek için de yazıyı kullanır. Bu bölümde ele alınan başlıklarda “Daha etkili bir iletişim nasıl kurulur?” sorusuna cevap aranmıştır. Bu yüzden ilk önce iletişim kavramı ve süreci tanımlanmaya çalışılmıştır. Bunu yaparken iletişim sürecinin aşamalarından bahsedilmiş; iletişimin nerede başladığı ve nerede son bulduğu konuları sorgulanmıştır.

Sonraki aşamada görsel iletişim ve tipografinin tanımı, onların hangi noktada kesiştikleri, deneysel tipografi teknikleri örneklerle açıklanarak anlatılmıştır. Görsel iletişimin tanımı yapılırken, “görsel iletişime neden ve hangi durumlarda ihtiyaç duyduğumuz” sorgulanmıştır. Daha sonra günümüzde kullandığımız alfabe sisteminin kökeni araştırılarak, görsel iletişimdeki yeri tanımlanmaya çalışılmıştır. Bunu yaparken “piktogram”, “ideogram”, “fonogram” gibi terimlerin anlamları ortaya konulmuştur. Bu tanımlar ve örneklerden sonra tipografinin görsel iletişimdeki yeri ve önemi konusuna değinilmiştir. Bu başlık altında, ilk önce kısaca tipografinin tarihinden bahsedilmiş, daha sonra tipografinin tanımına yer verilmiştir. Tipografi teriminin nasıl anlaşıldığı, nasıl anlaşılması gerektiği, hangi alanları kapsadığı konularına değinilerek tipografi ve görsel iletişimin hangi noktalarda kesiştikleri, yani imge olarak tipografi konusu örneklerle sunulmuştur.

Deneysel Tipografi ve teknikleri başlığı altındaki bölümde ise, deneysel tipografi kısaca tanımlanmış ve deneysel olarak imge ve tipografiyi birleştiren metodlar örneklerle açıklanmaya çalışılmıştır. Sonraki bölümde ise, günümüzde kullanılan ve bir çok profesyonel tasarımcı tarafından “temel” olarak kabul edilen 13 tipografik kural ele

alınarak, daha etkili bir iletişim kurabilmek için onların ötesine nasıl geçilebileceği araştırılmıştır. Bunu yaparken ilk önce kuralın tanımı yapılmış ve daha sonra görsel iletişimin sınırlarını genişletmek amacıyla bu kuralların ötesine nasıl geçilebileceği ve sonunda tasarımcının ne elde ettiği sorgulanmıştır.

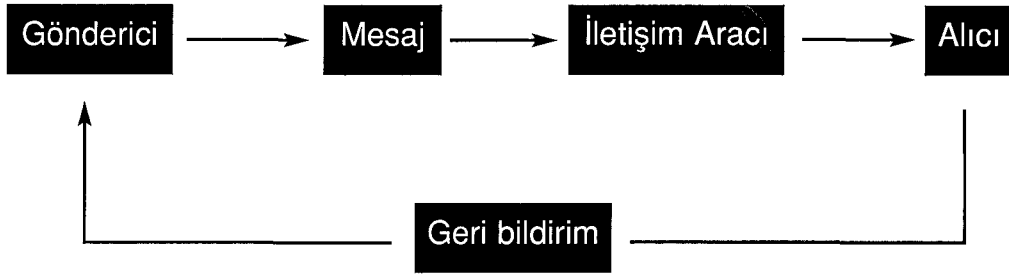
2.2. İletişim nedir

İletişim kavramı, insan yaşamının ve toplumsal–kültürel düzeninin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. İletişim kavramı, gönderici ve alıcı olarak adlandırılan iki insan ya da insan grubu/kitleleri arasında gerçekleşen bir duygu, düşünce, davranış ve bilgi alışverişi olarak da tanımlanabilir (Schramm, 1977: 12, 13).

İletişim ilişkiye dayalı bir faaliyettir. Bu ilişki her zaman yüz yüze gerçekleşmek zorunda değildir. Kitle iletişim araçları, insanlar arası iletişimi büyük uzaklıklar arasında gerçekleştirmeyi ve onları zamana karşı muhafaza etmeyi mümkün kılmıştır (Schramm, 1977: 14). İnsanlar günlük yaşamları süresince yoğun bir iletişim bombardımanı altındadır. Araştırmalara bakılırsa, bir insana her gün ortalama 1500 ilâ 1800 arasında mesaj gönderilmektedir. Ayrıca bütün bu mesajlar dikkat çekme amacına dayalı korkunç bir rekabet içindedir (Becer, 1997: 12).

Etkili bir iletişim kurmak için, iletişim sürecini iyi tanımak ve aşamalarını bilmek gerekir; Bull's Eye Model (Şekil 1–Boğa Gözü Modeli) olarak adlandırılan bu süreç beş aşamadan oluşur; gönderici, mesaj, iletişim aracı (medya), alıcı (hedef kitle), geri bildirim (feedback). İletişim sürecinin başlatıcı unsuru “göndericidir.” Göndericinin, iletişim faaliyetine başlamadan önce amacını iyi belirlemesi gerekir. Örneğin tanıtım yapmak, bir ürünü pazarlamak veya toplumu belli bir konu hakkında bilgilendirmek gibi. İletişimin amacı belirlendikten sonra, bu amacı kitlenin dikkatini çekecek ve okunmasını sağlayacak doğru sözcüklerden seçilmiş bir mesaja dönüştürme aşamasına geçilir. Sözcükler mesajı okuyucuya aktaran tipografik elemanlardır. Sözcükleri yanlış

seçilmiş bir metin, etkili bir grafik ya da tipografik tasarımla düzeltilemez. Bu yüzden mesajı oldukça açık, net ve anlaşılır sözcüklerden oluşturmak gerekir.



Şekil 1 (Schramm, 1977: 23)

Doğru mesaj oluşturulduktan sonra mesajın iletilmesinde en etkili olacak iletişim aracı seçilir (gazete, radyo, televizyon, dergi, broşür, poster gibi...). Bu mesajın, alıcı kitleye en iyi bir biçimde iletebilmesi için seçilen iletişim aracının da uygun bir biçimde hazırlanması gerekir. Bu aşamanın başarılı olması, hedef kitlenin iyi tanınmasına bağlıdır. Hedef kitlenin hobileri, fiziksel ve psikolojik özellikleri, yaşam biçimleri göz önünde bulundurularak yapılan tasarımlar, amaçlarına ulaşma konusunda daha başarılı olurlar. Bu sürecin tanımlanabilmesi için, alıcı kitlenin harekete geçirilmesi mesajın okutulması ve anlaşılması gerekir. Mesajın iletildiği okuyucu ya da izleyici kitle, bu modelde “alıcı” aşamasını oluşturur. Araştırmalara göre, ilgi alanları ve özellikleri ayrıntılı biçimde tanımlanmış alıcı kitleye göre biçimlendirilen iletişim araçları, daha fazla ilgi görmektedir. İletişim sürecinin son aşaması “geri-bildirim”dir.” Bu aşama, mesajın alıcı tarafından anlaşılıp anlaşılmadığı konusunda göndericinin bilgilendirilmesidir. Örneğin bir gazete yayıncısı, okuyucularının, gazetesini gerçekten okuyup okumadığını bilmek ister. Bu nedenle “geri bildirim” iletişim sürecinin önemli bir aşamasıdır. Bu sayede yayıncılar ve tasarımcılar iletişim kurdukları kitlenin ihtiyaçları doğrultusunda yeni stratejiler geliştirebilir.

İnsanoğlu düşünce ve bilgilerini biriktirip aktarabilen tek canlıdır. Bu özelliği ona somut şeyleri belirtebilme yetisinin yanısıra, soyut duygu ve düşünceleri de iletebilme olanağı

sağlar (Zıllıoğlu, 2000: 2). Toplumsal ilişkileri düzenleyen ve bilgi alışverişi sağlayan iletişim; görme, duyma ve dokunma duyularının yardımı ile meydana gelir. Bu araştırma açısından önemli olan ise, görme yolu ile yapılan “Görsel İletişim”dir.”

2.3. Görsel iletişim nedir

Görsel iletişim, söze gerek duymaksızın her türlü görüntülerden oluşan bilginin insanlar arasındaki alışverişi olarak tanımlanabilir. Görsel iletişimin temelini oluşturan görme yeteneği, algılamada önemli rol oynar. Görme, konuşmadan önce gelmiştir. İnsanlar konuşmayı bilmedikleri çok eski zamanlarda, yaşamlarını görsel iletişimden faydalanarak sürdürmüşlerdir. İlk insanlar yiyeceklerini aramak için hayvan izlerini takip ederken bile, görsel işaretlere bakıyorlardı (Şekil 2). Zekaları, hayvanı daha görmeden izlerden onu tanımlayabilecek düzeydeydi (Hollis, 1997: 7).

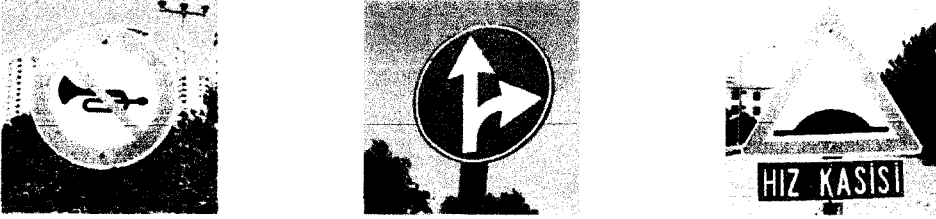


Şekil 2 (Hollis, 1994: 7)

Beş önemli duyumuzun en önemlisinden biri olan görme duyusu, aynı zamanda öğrenme aracıdır. Pek çok şeyi görerek öğreniriz; baktığımız nesne ve şekilleri tanımlar, mesajları alırız. Bu eylemin ardından onun hakkında fikir sahibi olur, mantıksal ve duygusal tepkiler gösterir ve çoğu zaman ortaya çıkan bu gelişimin ardından bir eylem meydana getiririz. Örneğin; yeni doğmuş bir bebek, konuşmayı öğrenmeden önce, çevresine bakıp tanımaya ve daha sonra da iletişim kurmaya başlar. İhtiyaçlarını veya sıkıntılarını belirtmek için ağlar; yani etrafı ile iletişim kurma ihtiyacı hisseder. Daha sonra büyüdükçe yeni şeyler görüp tanır; sözcükleri, kelimeleri ve cümleleri öğrenir (Uçar, 1991: 4).

Sözel iletişim kurmanın mümkün olmadığı yerlerde ve zamanlarda da görsel iletişimden yararlanılır. Örneğin; Hastahane, kütüphane gibi sessiz kalınması gereken yerlerde,

havaalanı, tren istasyonları, otogarlar, otoyollar gibi hızlı iletişime ihtiyaç duyulan yerlerde ve özellikle trafikte daha gelişmiş görsel iletişim sistemleri olan sembollerden yararlanılır (Şekil 3). Peki sembollerin, görsel iletişim açısından önemi ve katkısı nedir?



Şekil 3 (Becer, 1997: 198)

İletişim yöntemi ya da aracı, farklı gereksinimlere bağlı olarak değişebilir. Örneğin konuşmak bazı durumlarda yeterli olmasına karşın, genelde sınırlı bir iletişim yöntemidir. Sözlü iletişim sırasında sık sık yanlış anlamalar olmakta, düşünceler kolaylıkla unutulabilmektedir.

Bir düşünce ya da kavramın kaydedilmesi için bir grafik iletişim sisteminin kurulmuş olması gerekir. Gelişmiş ya da gelişmekte olan toplumlarda grafik imgeler önemli ve sürekli bir yere sahiptir (Becer, 1997: 28). Semboller de bu imgelerin başında gelir. Ayrıca görsel iletişim elemanları olarak semboller, belli bir dil veya söz ile sınırlandırılmadığı için, tüm insanlara hitap eder. Kısa sürede algılanabilen ve uzun süre akılda kalan simgelere geniş anlamlar yüklenebilir. Semboller, genel olarak üç gruba ayrılır; piktogramlar, ideogramlar ve fonogramlar.

Günümüzde kullanılan alfabe sistemlerindeki sembollerin kökenleri bundan binlerce yıl öncesine dayanmaktadır. Bu alfabe sistemlerinin ilk biçimleri seslerden çok nesnelerin resimlerini ya da fikirleri temsil etmekteydi. Zaman içerisinde bir noktadan itibaren insanoğlu, kendi dünyasına ait nesnelerin resimlerini yaparak görsel iletişim kurmaya başladı. Örneğin; kuşlar, insanlar, hayvanlar, çeşitli araç gereçler gibi... Bu imgeler günümüzde piktogram olarak adlandırılır.

2.3.1. Piktogramlar

Piktogramlar konu aldıkları objeyi doğrudan temsil eder. Uçak, araba, yürüyen insan figürü, telefon, mektup gibi... (Şekil 4, 5). Piktogramlar genellikle; hava alanlarında, tren istasyonlarında ya da trafikte kullanılır (Becer, 1997: 197).



Şekil 4 (Craig, 1999: 8)



Şekil 5 (Becer, 1997: 197)

Daha karmaşık düşünceleri ifade etmek için duyulan ihtiyaç, nesnelerin kavramlarla algılanabilen simgelere dönüştürülmesini sağlamıştır.

2.3.2. İdeogramlar

İdeogramlar, objeleri değil, fikirleri temsil ederler (Şekil 6, 7). Örneğin; fabrikalarda ya da elektrik trafolarının kapılarında sıkça görülen kurukafa simgesi, ona bakan kişi tarafından ölüm tehlikesi olarak algılanır. Kavram ile bağlantılı simge, imge bağlantılı simgeye oranla daha zor anlaşılır, buna karşın konu aldığı kavramı, algılanabilir formlara dönüştürdüğü için daha kolay hatırlanır (Becer, 1997: 198).



Şekil 6 (Craig, 1999: 8)



Şekil 7 (Uçar, 2002: 10)

Piktogramlardan ideogramlara doğru yaşanan bu geçiş, yazılı dilin gelişmesinde önemli bir adımdır. Ancak piktogramlara ve ideogramlara dayalı olarak geliştirilen bu sistemin zaman içerisinde önemli bir dezavantajı ortaya çıkmıştır; tasarlanan sembollerin bazıları karmaşık olmaktan öte, sayılarındaki onbinlere varan artış, onları öğrenmeyi daha da zorlaştırmakta ve yazmayı da yavaşlatmaktaydı. Bir ticaret toplumu olan fenikeliler de bu zorluğun farkına varmış ve ticari ilişkilerinde anlaşmayı daha kolay kılmak için bir alfabe sistemi geliştirmişlerdir. Bu alfabe sistemi, fikirleri veya nesneleri anlatan sembolere değil, konuşma dilindeki sesleri anlatan sembolere dayanmaktaydı (Craig, 1999: 8). Bu sistem günümüzde fonogram olarak adlandırılır.

2.3.3. Fonogramlar

Fonogramlar, sesleri simgeleyen sembollerdir ve telaffuz, dil farklılıkları gibi etkenlere bağlı olarak değişiklik gösterirler. Fonogram özelliği taşıyan her harf, bağımsız bir yapıya sahiptir. Her harfin özel bir sesi, ya da her sesin özel bir harfi simgelediği alfabe sistemleri geliştirilmiştir (Becer, 1997: 197).

Fenikelilerin yazılı olarak kaydettikleri ilk seslerden birisi “A”dır. Bu ses “öküz” anlamına gelen “aleph” kelimesinden türemiştir. Bu ses için yeni bir sembol tasarlamaktansa, o nesneyi ifade eden sembolü kullanmışlardır. Aynı işlemi “ev” anlamına gelen “beth” kelimesindeki “B” sesi için yapmışlardır. Yine bu sesi ifade etmek için yeni bir sembol tasarlamak yerine o nesneyi ifade eden sembolü kullanmışlardır. Bu süreç Fenikelilerin her sese bir sembol bulmalarına kadar sürmüştür. Bu semboller çoğu zaman oldukça yaygın olarak kullanılan nesneler veya vücudun parçaları olmuştur. Örneğin; su, kap, balık, el, göz ve ağız gibi...

Eski Yunanlılar da Fenikelilerin yarattığı alfabe sistemini biraz değiştirerek benimsemişlerdir. Yunanlılar bu sistemin ticari anlaşmalarda kolaylık sağlamasından öte onun yardımıyla pek çok bilginin de muhafaza edilebileceğinin farkına varmışlardır. Zaman içerisinde “aleph” kelimesi “alpha”ya, “beth” kelimeside “beta”ya dönüşmüştür. Bu iki harfin yan yana gelmesiyle “alfabe” kelimesi türemiştir.

Yunanlıların Fenike alfabesini değiştirerek kullanması gibi Romalılarda bu alfabeyi değiştirmiş ve geliştirmiştir. Romalılar onüç harfi (A, B, E, H, I, K, M, N, O, T, X, Y, Z) değiştirmeden kullanmış, onlara sekiz harf (C, D, G, L, P, R, S, V) değiştirerek ilave etmiş ve iki de yeni harf (F, Q) eklemişleridir. Ayrıca Romalılar Yunanlıların “alpha”, “beta” ve “gamma” gibi harflerini ifade edebilmek için günümüzde kullanılan A, B, C gibi daha basit seslere dönüştürmüşlerdir (Craig, 1999: 10). Alfabe aslında binlerce yıllık bir evrimi ifade eden ayrı ayrı sembollerden oluşmaktadır (Şekil 8).



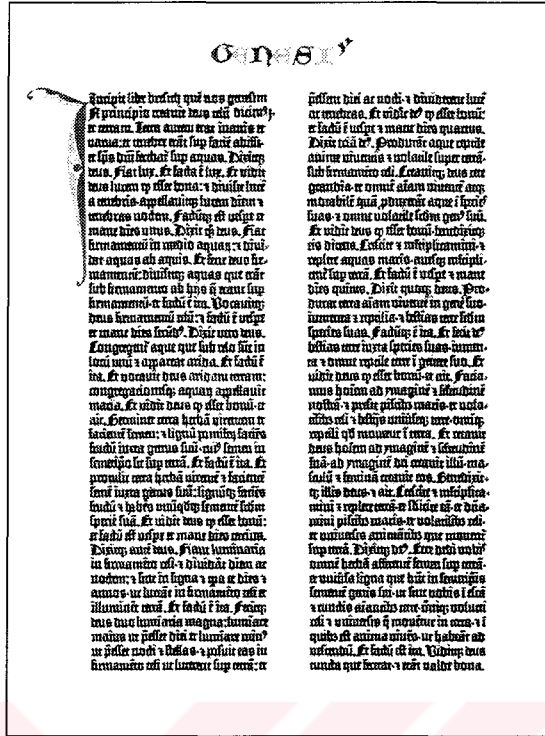
Şekil 8 (Craig, 1999: 11)

Günümüzde, insan hayatı ile iç içe olan görsel iletişimin, çevremizi algılamamız, çevremizdeki nesneleri kullanabilmemiz ve toplumsal ilişkilerimizi düzenlememiz açısından oldukça önemli bir yeri olduğunu görmekteyiz.

2.4. Görsel iletişim aracı olarak tipografi

Ortaçağ zamanında kitaplar, kâtipler tarafından büyük zahmetler gösterilerek çoğaltılır ve neredeyse bir dönüm arazi kadar değer görürlerdi. Baskı makinası icat edilene kadar, okumaya sadece zenginlerin gücü yeterken, fakirler okuma–yazmadan yoksun kalmışlardır. Bu dönemde grafik tasarım ve baskı teknolojisinde çığır açan bir buluş gerçekleştirildi; 1450 yılında, Johannes Gutenberg, metal dökümden yapılan harfleri kullanarak, bir baskı tekniği geliştirdi. Tasarladığı yazı formlarının temelleri, kâtiplerin el yazılarından modellenen Gotik–el yazısına dayanmaktaydı. Gutenberg bu tekniği kullanarak, ilk çoğaltılabilen eser olan Gutenberg İncili’ni tasarladı ve bastı (Şekil 9).

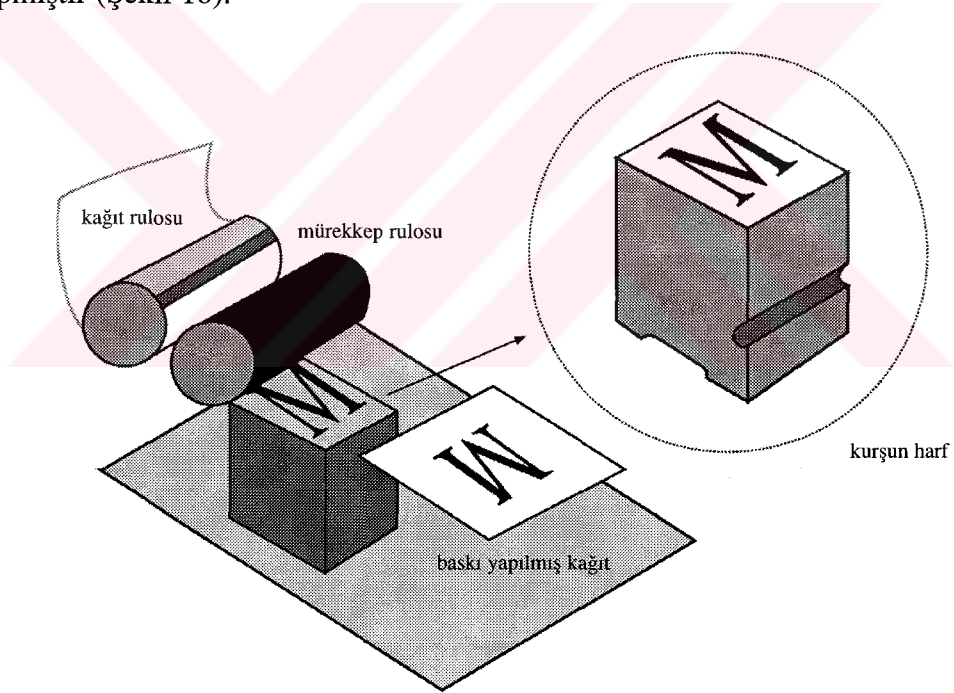
Tipo–baskı diye adlandırılan bu yöntem, kitapların baskısında bir dönüm noktası oldu ve gelecek 500 yıl boyunca kullanılacak olan baskı sisteminin de temellerini oluşturdu. 1700’lerde baskı en büyük endüstri konumuna geldi. Basılı materyaller büyük ilgi görüyordu, buna bağlı olarak okur–yazarlık oranı arttı. Okumaya olan ilginin artmasına paralel olarak, bu materyalleri görsel olarak daha çekici bir hale sokma çabaları doğdu (Toor, 1998: 15).



Şekil 9 (Clair, 1999: 49)

Baskı ustaları daha ilginç yazı karakterleri ve daha farklı baskı teknikleri geliştirmeye başladılar. Günümüzde kullanılan pek çok yazı karakteri, bu gibi tasarımcılar tarafından yaratılmıştır. Modern tipografi, 15. ve 19. yüzyıllar arasında tasarlanan bu yazı karakterlerine dayanır ve bu öncüler tarafından temellendirilmiştir. Makinalar tarafından, kurşunu eriterek harf formlarına dönüştüren “sıcak dizgi” tekniğinin bulunması, 1800’lerin sonunu bulmuştur. Bir çok bilgisayar programında kullanılan “Leading” terimi, Tipo makinalarında satır aralarını açmak için kullanılan kurşun çubuktan türetilmiştir. 1950’li yıllarda ise harfin fotoğrafik bir süreçten geçirilerek basılma sistemi geliştirilmiş ve buna da “soğuk dizgi” baskı tekniği adı verilmiştir. Bu yeni buluş “fotoğrafik harf dizgisi (phototype setting)” yavaş yavaş “sıcak dizgi” baskı tekniğinin yerini almıştır. Bunun sebebi, bu yeni tekniğin harf dizgisinde ve kullanımında daha hızlı, pratik ve etkili olmasından kaynaklanmaktadır (Toor, 1998: 16). Harfin bilgisayarlarda, elektronik olarak üretilmesi tekniği olan “Sayısal (dijital) dizgi” tekniği ise tipografide yapılan en son buluştur ve Gutenberg’den bu yana ilk defa baskı ustası olmayan tasarımcılar kontrolü ele almıştır (Williams, 1996: 12).

Bir çok sanat dalından daha evrensel niteliklere sahip olan tipografinin işlevi, okuyucu ile belirli bir amaç doğrultusunda bilgi alışverişi sağlamaktır (Becer, 1997: 185). Tipografi insanları düşüncelerini ve bilgilerini birbirlerine aktarmalarına yardımcı olan bir görsel iletişim aracıdır. Tipografi sanatı, harfleri, rakamları, yazıları, bunların stil, ölçü, ağırlık ve düzenlemeleriyle ilgili konuları kapsayan, grafik tasarımın bir alt dalıdır. Tipografi konusunda bir araştırma yaptığımızda, pek çok ansiklopedide “tipografi” kelimesinin tanımının olmadığını ve çoğunlukla “tipo–baskı” yöntemi ile eş anlamlı olarak kullanıldığını görürüz. Örneğin; “Encyclopedia International” isimli ansiklopedi, tipografinin tanımını “küçük metal harflerle yapılan baskı tekniği ve bu baskı tekniğinde kullanılan küçük metal harflerin stil, ölçü, ağırlık ve düzenlemelerinin ayarlanması...” olarak yapmıştır (Şekil 10).



Şekil 10 (Clair, 1999: 111, 113)

Tipo–baskı yöntemi günümüzde bazı matbaalarda küçük çaplı işler yapmak için hala kullanılmasına karşın, teknolojinin ve masaüstü yayıncılığın gelişimine paralel olarak artık yazı, bilgisayarlarda dijital olarak dizilmekte ve basılmaktadır. Bu yüzden tipografinin tanımını sadece “tipo–baskı” yöntemi ile sınırlandırmak, günümüz koşullarında yetersiz kalacaktır.

Günümüzde tipografiden bahsettiğimiz zaman, görsel iletişimin ve basılı bir yayının temel taşlarının birinden söz etmiş oluruz. Ancak tipografinin kullanımı artık sadece basılı yayıncılıkla sınırlı değil, televizyon, sinema, web sayfaları, elektronik posta, interaktif CD'ler, ve hatta mimari gibi, harflerle iletişimin yapıldığı pek çok ortama yayılmış durumdadır.

Yazının binyıllar önce kil tabletler üzerinde başlattığı, baskının bulunmasıyla tipografiye devrettiği yolculuğu bugün dijital ortamda tipografinin temel öğeleri olan yazı karakterleri sürdürmektedir (Selamet, 2002: 166).

Yazılı bir mesajı aktarmak için seçilen kelimeleri oluşturan harfler ve onların farklı stilleri de, okuyucunun kafasında oluşturulmak istenilen imajları ve kişilikleri imler. Örneğin, insanların giydikleri kıyafetler, iletişim kurdukları kişilere, o insanların kim olduklarını veya onların imajlarını aktarabilir. Bir toplantı için giyilen kıyafet, bir tenis maçı için giyilen kıyafetten farklıdır. Aynı şekilde yazı karakterleri de farklı kimliklere, imajlara sahiptir ve bir sayfa tasarımı için seçilen yazı karakteri o sayfanın imajını ve aktarılacak istenen mesajı değiştirebilir.

Erik Spiekermann “Stop Stealing Sheep” başlıklı kitabında, harfler ve günlük yaşantımızda kullandığımız ayakkabılar ile ilgili ilginç bir benzetme yapmıştır; genellikle kimse spor yapmak, dans etmek, dağa çıkmak ya da bir iş toplantısına gitmek için aynı ayakkabıları giymeyi tercih etmez. Her ne kadar ayağımızın şekli aynı kalsada, yukarıda bahsedilen işleri yapabilmek için farklı korumalara, desteğe ya da daha resmi görünmeye ihtiyaç duyarlar. Aynı durum yazının kullanımı içinde geçerlidir. Kelimelerin anlamları aynı kalsada farklı görevlerin üstesinden gelebilmeleri için, onlara farklı yazı karakterleri giydiririz. Yani onlara anlam yükleriz (Şekil 11).

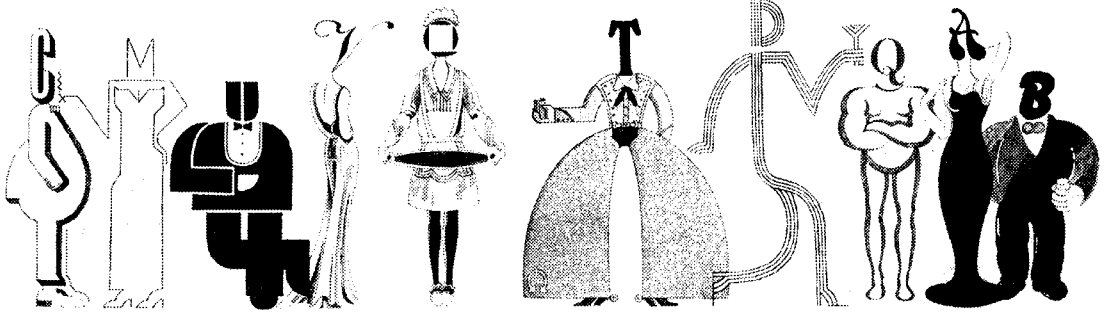
Bir harf, onun çağrışım yaratma gücü tasarımcı tarafından geliştirilip şiddetlendirilinceye kadar sadece birşeyi ifade eder: O'nun sesini (Selamet, 2003: 170).



Şekil 11 (Spiekermann, 2003: 42)

Harf ve dizgi ekipmanı üreten “New York Quadtypographers” adlı firmanın beşinci kuruluş yıldönümlerini kutlamak için yaptırdığı illüstrasyon çalışması, tipografinin görsel iletişim aracı olarak kullanılması açısından oldukça ilgi çekicidir (Şekil 12). Peter Roch ve Herb Levitt tarafından tasarlanan ve Tim Lewiss tarafından çizilen çalışmada, yazı karakterleri sanki açılışın davetli konukları gibi tasvir edilmişlerdir. Soldan başlayarak; Avrupalı sanayici Claude Graphique, sosyete köşe yazarı Lightline Gothic, sanat faaliyetleri organizatörü Futura Black, barones Excelsior Script, tanımlanamayan

hizmetçi (yüzü aynı zamanda firmanın amblemi şeklindedir), Texaslı zengin işadamı Windsor Elongated, İtalyan futurist tasarımcı Signor Modern Roman no.20, eski yüzücülerden Samantha Smoke ve kavalyesi, yedinci cadde kodomanlarından Max Balloon (Nelson, 1987: 95).

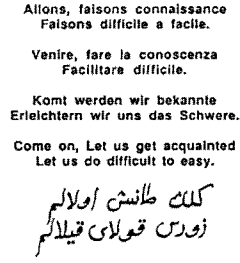


Şekil 12 (Nelson, 1987: 95)

Tipografi, bir iletişim aracı olarak, yani fikirlerin görsel mesaja dönüşümünde onlara anlam katan bir araç olarak algılanmalıdır. Harfler, okuyucunun sayfaya baktığı zaman gördüğü ilk görsel elemanlardan birisidir. Seçilen yazı karakteri, okuyucuya aktarılan mesajı ya destekler, ya da okuyucunun kafasını karıştırır. Yazı karakterleri kelimelerin gerçek anlamlarını iletme için de kullanılabilir. Ancak uygun yazı karakterleri kullanılmadığı takdirde, okuyucuya yanlış mesajlar iletilebilir.

2.4.1. İmge olarak tipografi

Görsel olarak algılanan tüm şekilleri sembol veya piktogram olarak adlandırmak yanlış olur. Örneğin salt yazı, okuyucu tarafından okunarak, beyinde kavramlara dönüşen şekillerdir. Piktogram veya sembollerden farklı olarak sesleri tanımlamada kullanılan soyut işaretlerdir. Bu işaretler biraraya gelerek kelimeleri ve cümleleri oluşturur, yazı dili ve iletişimi sağlar. Şekil 13'de yazı dili ile oluşturulmuş, değişik dillerde ama hepsi aynı anlamı içeren cümleler vardır. Biçim olarak çok farklı olmalarına karşın hepsi aynı kavramı açıklamada kullanılmıştır. Bu salt yazının diliyle, sembol dilinin farklılığını gösteren güzel bir örnektir (Uçar, 1991: 11).



Şekil 13 (Uçar, 1991: 15)

Tipografik ileti; sözel, görsel ve seslidir: Tipografik unsurlar, okundukları ve sözle yorumlandıkları sırada izlenmekte, görsel olarak algılanmakta, duyulmakta ve işitsel olarak yorumlanabilmektedir. Tipografi, bu çok yönlü yapısıyla, dinamik bir iletişim aracıdır. 20. yüzyıl başlarında yazılı sözcüklere dışavurumcu özellikler eklenmeye başlamış; Futurizm, De Stijl, Dadaizm ve Konstrüktivizm gibi akımlar tipografiyi anlam-biçim ilişkilerine dayalı bir sanat dalı haline getirmiştir (Becer, 1997: 184).

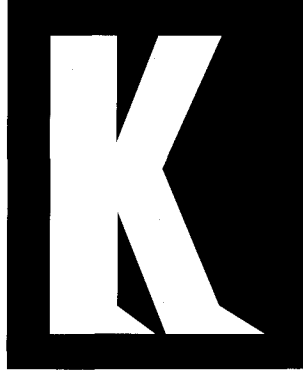
Etkili tipografi, mantık ve sezginin bileşimidir. Mantık ve sezgi arasındaki denge, görüntü ile söz arasında belirli bir denklemin kurulmasına bağlıdır. Tipografik simgeler, söz dizimsel ve anlamsal olmak üzere iki farklı boyutta varolur: Tipografik yaklaşım simgenin biçimiyle ilgili ise, sözdizimsel boyut ön plandadır. Ya da simgeye özel bir anlam yüklenerek etki yönü değiştirilebilir. Harf yapıları değiştirilerek ve geliştirilerek kelime ile aynı zamanda imaj olarak da kullanılabilir.

Örneğin, Eastside Tennis Klubü için tasarlanan logoda “S” harfinin formu bir daire ile birleştirilerek, tenis topunu anlatan ikonlara dönüştürülmüştür (Şekil 14). Geometrik olarak dairesel bir yapıya sahip olan sans serif yazı karakteri de “S” ve tenis toplarının birleşmesine yardımcı olmuştur (Meggs, 1989: 57).



Şekil 14 (Meggs, 1989: 57)

Kelime ve imajın eş zamanlı kullanımına bir başka örnek de “Knapp” ayakkabıları için yapılan amblem çalışmasıdır (Şekil 15). “K” harfinin aşağı doğru uzanan hattının ucundaki ayakkabıyı andıran köşeler hem ürünü vurgulamakta, hem de yürüyen bir insan imajı vermektedir.



Şekil 15 (Meggs, 1989: 57)

Başka bir örnek de “Routledge” isimli, insani ve sosyal bilimler üzerine profesyonel ve akademik yayınlar çıkaran bir yayınevinin amblem çalışmasıdır (Şekil 16). İlk mesaj, yani yayınevinin üzerinde çalıştığı konu olan insani bilimler kavramı yakından bakıldığında iki insan silüeti ile algılanıyor. İkinci mesaj, yani yayınevinin baş harfi olan “R” harfi biraz daha uzaktan bakıldığında algılanıyor.



Şekil 16 (McAlhole, Stuart, 1998: 80)

İnsanlararası iletişimde yazı karakterleri atomlar, kelimeler de moleküller—konuşulan ve yazılan iletişimin en küçük parçası—olarak tanımlanabilir (Meggs, 1989: 57). Grafik tasarımcılar görsel formlarını değiştirerek ve işleyerek, kelimelerin anlamlarını genişletebilir.

Diana Graham adlı grafik tasarımcının Backdoor Art Gallery (Arkakapı Sanat Galerisi) için yaptığı logo tasarımında, ilk kelime tersine çevrilmiş ve tersten okunması sağlanmıştır (Şekil 17). Böylece kelimenin içindeki anlam, kelimeye görsel olarak yüklenmeye çalışılmış; böylece anlam olarak genişletilmiştir. Ayrıca K ve R harflerinin abartılı biçimde uzatılmış bacakları da simetrik bir yapı kazandırarak logo’da bütünlüğü sağlamıştır.



Şekil 17 (Meggs, 1989: 57)

Ivan Chermayeff tarafından tasarlanan, bitki ve tohum yetiştirici bir firma olan George J. Ball’un logosunda yine bu imge–kelime arasındaki bütünleştirici etkiyi görebiliriz. Yeşil olarak basılmış olan “Ball” kelimesi (aynı zamanda firma ismi) ve miniskül “l”lerin üzerindeki kırmızı daireler, okuyucuya firmanın temel ürünleri olan yeşil saplı çiçekleri anımsatmaktadır (Şekil 18).



Şekil 18 (Meggs, 1989: 57)

Metin yazısını bir biçim veya bir şekil içine yazmak yüzyıllar boyunca bu işle uğraşanları büyülemiş ve kendine çekmiştir. 1834 yılının 27 Ocak sayılı “Le Charivari” isimli Fransız dergisi kapağında, Kral Louis Philippe’nin armuta benzeyen kafası abartılarak bir mizah unsuru olarak kullanılmıştır (Şekil 19). Bu mizah ögesinin ötesinde

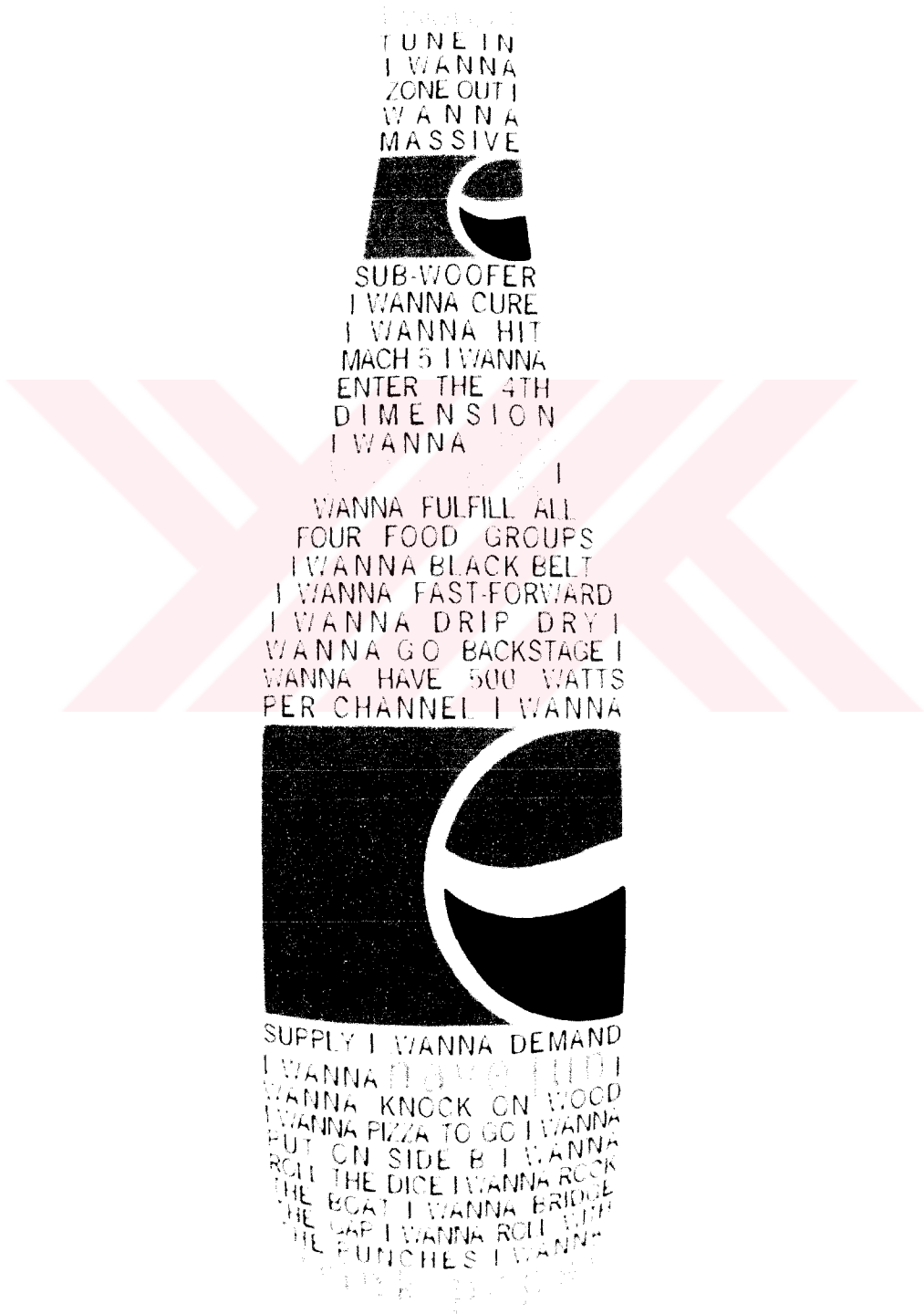
armut kelimesi Fransızca'da aynı zamanda "Mankafa" anlamına da gelmektedir. Böylece metin içerisinde anlatılan olaylar ile metin alanına verilen şekil sayesinde Kral'ın yaptığı uygulamalara bir eleştiri geliştirilmiştir.



Şekil 19 (Meggs, 1989: 59)

Günümüzde tipografinin amacı yazıyı okutmanın ötesinde, o bilgiyi okuyucuya görsel olarak da aktarmaktır. Görsel iletişim aracı olarak tipografinin amacı, kelimelerin veya cümlelerin içindeki anlamları, yazı karakterlerinin ve uygulamaların okuyucuda uyandırdığı hislerle anımsatmaktır (Williams, 1998: 169).

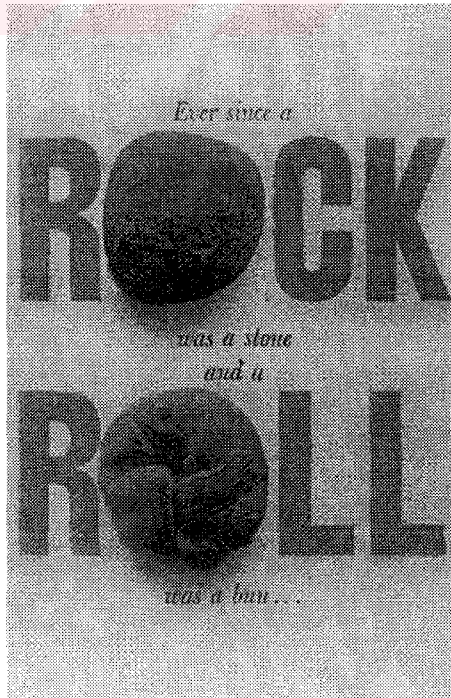
Harflerin benzetme yöntemiyle kullanılması, tasarımcılara bir seferde iki veya üç mesajı okuyuculara iletebilmelerine olanak kılmıştır. 1992 yılında tasarımcı David Carson tarafından yapılan “genç kal, eğlen, Pepsi iç” sloganlı gazoz reklamı buna güzel bir örnektir (Şekil 20).



Şekil 20 (Heller, Ilıc, 2001: 41)

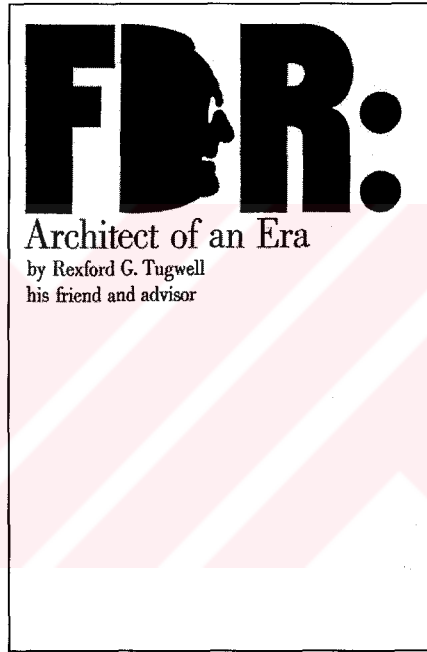
İllustrasyon, fotoğraf veya üç boyutlu form olarak tipografi, tanımlanabilir bir nesneye, bitkiye, hayvana veya kişiye benzetilebilir. Tipografi ve simgesellik biraraya getirilerek, direkt ve açık olarak algılanan görsel ve sözel anlamların yanında, mümkün olan pek çok yan anlam da ortaya çıkarılabilir. Bu birleşim tipografinin sözel iletişim kalitesine dayanmakta ve anlamı imge–bağlantılı bir tarzla genişletmektedir. Bu tür tipografinin ilk amacı, mümkün olan en kısa ve açık bir biçimde iletişim kurmaktır; yani imge–bağlantılı harfler ve kelimeler yaratmaktır. Sonuçta ortaya çıkan iş ise, belirli bir mesajı iletmenin yanısıra pek çok yan anlamı da beraberinde sunmaktadır (Elam, 1990: 107).

Herb Lubalin, yapıtlarında tipografi ve imgeleri bir iletişim aracı olarak biraraya getirmiş ve izleyiciyi düşünmeye teşvik eden ifadeler kullanmıştır (Şekil 21). “Rock and Roll” başlıklı işinde; “O” harfleri yerine taş ve ekmek formlarını kullanmıştır. Kompozisyon, izleyicinin öncelikle “Rock” ve “Roll” kelimelerini ve daha sonra bütün bir mesajı algılamasına dayanmaktadır. Böylece ilk önce algılanan “Rock” ve “Roll” kelimeleri, sonra “O” harfleri yerine konulan taş ve ekmek, ve en sonunda tüm mesaj olmuştur (“Sallanmak” bir taş olalı “yuvarlanmak” bir ekmektir).



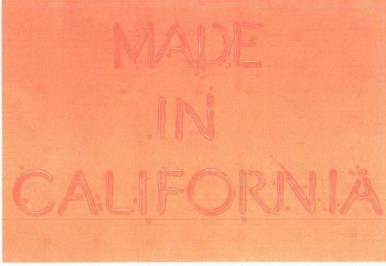
Şekil 21 (Elam, 1990: 114)

“FDR” kitap kapağı tasarımında ise Seymour Chwast, imge ve tipografiyi birarada kullanarak iletişimin gücünü arttırmayı amaçlamıştır (Şekil 22). Bu tasarım çözümü, hitap edilen izleyici kitlesinin kullanılan sembollerin anlamlarını önceden bildikleri varsayılarak üretilmiştir. “Franklin Delano Roosevelt”’in tanınmış silueti, büyük harfler “F, D, R”’in iletişim gücünü, hem görsel hem de sözel olarak arttırmıştır. Tüm mesaj büyük harf ve silüetin birarada kullanımına dayanmakta, hem yerleşim, hem de vurgu olarak ilk bakışta algılanabilmektedir. Daha özel bilgiler ise küçük ve daha ince formlarda görülmektedir.



Şekil 22 (Elam, 1990: 115)

Edward Ruscha’nın “Made in California” başlıklı tipografik kompozisyonunda, tipografi ve imgenin birarada kullanımı oldukça ilginçtir (Şekil 23). Bu kavram ağırlıklı kompozisyonun görsel gücünü anlamak için ufak, bir karşılaştırma yapmak faydalı olacaktır. Bilgisayarda düz bir biçimde dizilen “Made in California” yazısında soğuk, tutkusuz ve cansız bir ifade varken, Edward Ruscha’nın uygulamasında; izleyiciye suyu, parlak turuncu rengi ile portakalı ve güneşi anımsatan bir ifade vardır. Tipografiyi bu biçimde kullanarak izleyicinin aklında güneş, deniz ve portakallarıyla meşhur olan Kaliforniya imajı uyandırılmak istenmiştir.



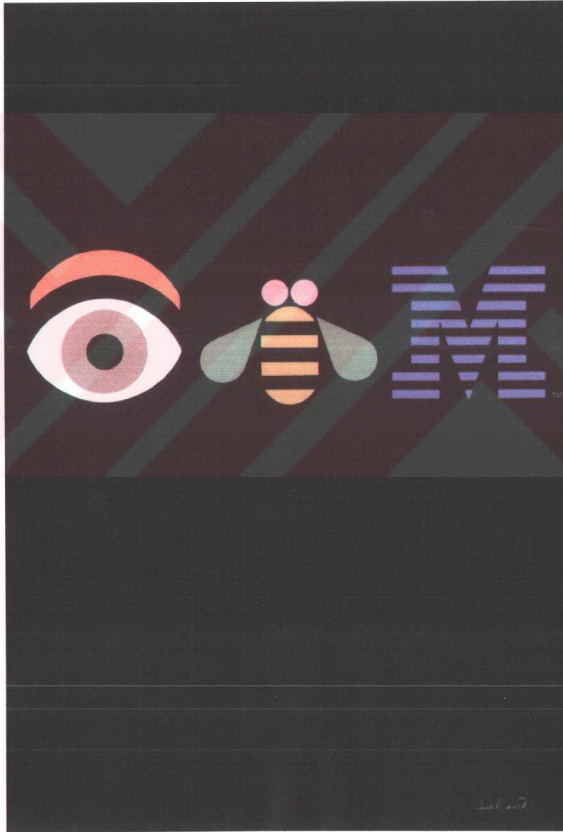
MADE IN CALIFORNIA

Şekil 23 (Elam, 1990: 117)

Paul Rand'ın dünyanın önde gelen teknoloji firmalarından biri olan IBM firması için tasarladığı poster, görsel olarak pek çok anlam içermektedir (Şekil 24). Harfin imgelemlerle birlikte düzenleniş biçimi, izleyiciye aktarılmak istenen mesajı alışılmadık bir biçimde açığa vurmaktadır. Posterde kullanılan göz imgesi; firmanın ürün ve hizmet alanındaki geleceğe bakış açısını ve yenilikçiliğini simgeler: Yenilikçilik yıllardır, IBM'i iş dünyasının önde gelen firmalarından biri yapmıştır. Bu yaratıcı ve yenilikçi sürece katılan yazarlar, tasarımcılar, mühendisler ve pazarlamacılar için bu durumun önemini abartmak oldukça zordur. Yenilikçilik insanların, eskinin içinden yeni olanı görmelerini ve zekilikle saflığı birbirinden ayırmalarını sağlar. Acayiplikle tazeliğin arasındaki farkı bilir ve basmakalıp düşünceleri reddeder. Yenilikçilik sezgiye, hayal gücüne ve keşfe can veren kan gibidir—yaratıcılığın özüdür.

Anı imgesi, iyi bir şekilde organize olmuş, endüstri alanında gelişmişliği ve çalışkanlığı simgelemektedir: IBM firmasının tasarım tarihi çok çalışmanın ve yenilikçiliğin tarihi gibidir. Yenilikçilik, liderlikle onu takip edenleri ayırır, şimdiye kadar yapılmış olanlarla asla tatmin olmaz ama gelecekte yapılacaklar için gayretli ve niyetlidir. Değişime ve değişmezliğe karşı duyarlı olmaktır. Yaratıcı ruhun itici gücüdür. Sadece doğru olana değil aynı zamanda müstesna olana odaklanır. Yenilikçilik her zaman çarpıcı bir değişimi ima etmez. Tasarım sadece beklenmeyen bir biçimde yorumlanmışa yenilikçidir. Rand, video terminallerindeki tarama çizgilerini anımsatmak için ve aynı zamanda "I, B, M"

harfleri arasında görsel bir bütünlük sağlamak için “City Medium” yazı karakterini tekrar tasarlamış ve onun üzerinde yatay çizgiler kullanmıştır. Rand, işlevsel bir tasarımın anahtarının, evrensel şekiller kullanarak, onları yenilikçi bir tarzda bütünleştirmek olduğu düşüncesindeydi. Bu posterde yenilikçi ve bir o kadar da şaşırtıcı olan ise, tasarımcının “teknoloji” gibi bir kavramı, karışık devreler veya bir takım karışık imgelerle ifade etmek yerine, oldukça geleneksel semboller kullanarak basit fakat alışılmadık bir biçimde ifade edebilmiş olmasıdır.



Şekil 24 (Heller, Ilić, 2001: 172)

2.4.2.1. Eugene Ionesco'nun yazdığı “Kel Şarkıcı” adlı tiyatro oyunu için Robert Massin'in tasarladığı kitap üzerine bir yorum

1960'larda dünya çapındaki edebiyat ve grafik tasarım çevreleri, Fransız tasarımcı Robert Massin'in “The Bald Soprano (Kel Şarkıcı)” adlı kitabında (Şekil 25) kullandığı deneysel tipografi tekniği karşısında hem şaşırılmış, hem de bundan zevkle söz etmişlerdir. Photo–type setting (fotoğrafik dizgi) tekniğinin bulunmasıyla, tasarımcılar bu tekniğin verdiği olanaklardan faydalanarak yazıyı ve imgeleri işleme olanağını bulmuşlardır. Robert Massin de bu olanakları başarılı bir biçimde kullanmıştır.



Şekil 25 (Meggs, 1998: 408)

Massin, bu kitapta, bir mizah dergisindeki resimsel düzen ile sinemadaki görsel ve ardışık akışı bir araya getirmiştir. “The Bald Soprano (Kel Şarkıcı)” adlı tiyatro oyunundaki karakterler, kitapta Henry Cohen’in yüksek kontrast içeren fotoğrafları ile temsil edilmişlerdir. Robert Massin, kendisiyle yapılan bir söyleşide, kitaptaki fotoğrafların siyah beyaz olmasının nedenini bütçe sıkıntısından kaynaklandığını söyler. Ancak imgelerin siyah beyaz olması, iki boyutlu yüzeyi daha da abartmış, oyunculara simgesel bir boyut kazandırmıştır. Oyunun içindeki yoğun tartışma ortamı, gerilim ve karışıklık Massin’in oldukça çarpıcı olan bir tipografik ifade biçimi sunmasına fırsat vermiştir.

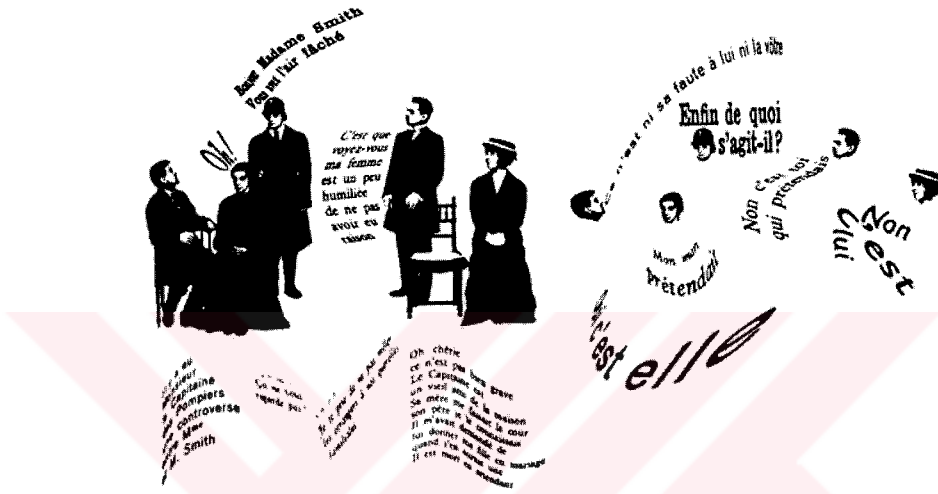
Oyundaki karakterler isimleri ile değil, yalnızca portreleri ile tanımlanmışlardır. Her oyuncunun konuşmasını ifade edebilmek için birbirinden farklı yazı karakterleri seçilmiştir. Massin kitaptaki oyuncular ve yazı karakterleri arasındaki bağı şöyle açıklar: “Oyunun ilk önce kaydını aldım, böylece sadece oyuncuların konuşmalarında kullandığı kelimeleri değil, onların ses tonlarını, şivelerini, duraklamalarını yeniden ortaya çıkarma fırsatını buldum.” Massin, her oyuncu için farklı yazı karakteri kullanmıştır. Örneğin Bay Smith’i “Plantin” ile, Bayan Smith’i “Plantin italik” ile, Bay Martin’i “Monotype Grotesque 215” ile Bayan Martin’i, bu karakterin italik versiyonu olmadığı için “Gill Sans italik” ile, İtfaiye şefini “Monotype Clarendon” ile dizmiştir. İtalik tarzdaki yazı karakterleri roman türü yazı karakterlerine oranla daha zarif ve kibar (tıpkı bir bayan sesinde olduğu gibi) bir görünüme sahip olduğu için, bayanların diyalogları bu tarzda dizilmiştir. Hizmetçiye ise diğer bayanlardan daha erkeksi bulduğu için, bir roman türü yazı karakteri olan “Cheltenham” ile dizmiştir (Şekil 26).



Şekil 26 (Meggs, 1998: 409)

Oyun içerisinde kelimeler ve cümleler farklı boyutlarda ve açılarda dizilip üst üste bindirilerek, sesin farklı tonları, yazı ile bir bütün olarak yansıtılmaya çalışılmıştır. Massin böylece oyun için grafik bir anlatım karşılığı sunmuştur (Şekil 27).

Oyundaki kelimeler ve cümleler Massin'in yorumuyla birer düşünce ve anlam ifade eden imgelere dönüştürülmüştür. Bu yorumlar sırasında yazının okunurluğundan biraz fedâkarlık edilse bile, Massin'in oyuna kazandırdığı görsel ifade biçimi, yazarın düşüncelerini ve duygularını; oyununun heyecanını, stresini, gerilimini açık olarak ortaya koymuştur. Kısaca tipografinin sahip olduğu potansiyeli genişleterek, onu sözel içeriği ifade eden bir araç olarak kullanmıştır (Şekil 29).



Şekil 29 (Meggs, 1998: 409)

Günümüzde artık bu tür efektleri bilgisayar ortamının sunduğu olanaklar ile uygulamak çok kolaydır. Ancak Massin, bu etkileri bilgisayar yardımı ile değil, Photo-type setting (fotoğrafik dizgi) tekniğinin verdiği olanaklar çerçevesinde gerçekleştirmiştir. Kendini metal harflerle sınırlandırmamış, tipografik elemanları, lastik yüzeyler (prezervatifler), üzerine serigrafi yolu ile baskı yapmış ve daha sonra bu yüzeyleri eğip bükerek, fotoğrafını çekmek yoluyla kendi zamanında benzeri olmayan figüratif bir tipografi tarzı yaratmıştır. Günümüzde yapılan pek çok araştırma, çoğu harfin %75 oranında deforme edilse bile okunurluklarını tamamen kaybetmediklerini gösterir. Burada önemli olan nokta ise bu deformasyonun çok dikkatli olarak yapılması ve harfin yapısını en iyi biçimde yansıtan ipuçlarının bırakılmasıdır (Elam, 1990: 146). Massin'in elastik yüzeyler üzerinde uyguladığı, kendine özgü bu tipografi tarzı, 1980'lerde bilgisayar teknolojisi ile daha da gelişen tasarımlara öncülük etmiştir.

2.5. Deneysel tipografi ve teknikleri

Geleneksel anlamda tipografi; makina–dizgisi harflerle yapılır ve diğer el yazısı, illüstrasyon, modelleme, kolaj gibi el ile yapılan metodları kendi dışında bırakır. Günümüzde çoğu tasarımcının, kavramlarını çizerek, fotoğrafları birleştirerek, onları çeşitli boyutlarda modelleyerek oluşturduğunu, ancak aynı bilgiyi ve tekniği tipografide uygulamadıklarını görürüz. Bu bakımdan deneysel anlamda tipografi, geleneksel anlamda tipografinin sınırlarını, ona her biçimde yaratılmış yazılı anlatım formlarını katarak genişletmekte ve ona yeni bir bakış açısı kazandırmaktadır.

Bu genişletilmiş tanım tipografik formun boşluk ve boyut kullanımının farkına varmasını ve böylece kendi başına bir imge haline dönüşmesini sağlar. Bizlere imge ve tipografi arasındaki ilişkileri araştırarak onları biraraya getirmenin mümkün olduğunu gösterir. Ünlü Amerikalı grafik tasarımcı Paul Rand, “İyi bir tasarım ve tipografi, bilgi ve ilhamın ya da bilinç ve bilinç altının, dünün ve bugünün, gerçeğin ve hayalin, çalışmanın ve oyunun, marifet ve sanatın kaynaşmasıdır.” demiştir.

Deneysel tipografinin amacı, çevremizde oldukça sık rastladığımız, tipografideki tek düzeliğe karşı mücadele vermektir. Çizilmiş ya da basılmış olsun, harf yapısına soyut bir biçim kazandırmak, kelimeleri renklere, görsel ritimlere veya şiirsel dokulara dönüştürmektir. Tipografinin bu yeniden keşfi kelimeleri birilerine sunulma gerekliliği ile sınırlandırmadan onları esnek formlara ve işaretlere dönüştürmemizi sağlar. Bilgiyi ve sezgiyi birleştirir.

Bu bölümün alt başlıklarında imge ve tipografik tasarımı birleştiren metodlar tanımlanmaya ve örneklerle açıklanmaya çalışılacaktır. Aynı zamanda fotoğraf, illüstrasyon, soyutlama, kolaj, boyut etkisi, el yazısı gibi tekniklerin nasıl kullanıldığı, imgelerin ve sözel mesajların nasıl yorumlandığı da açıklanmaya çalışılacaktır.

2.5.1. Düzeyssel tipografi

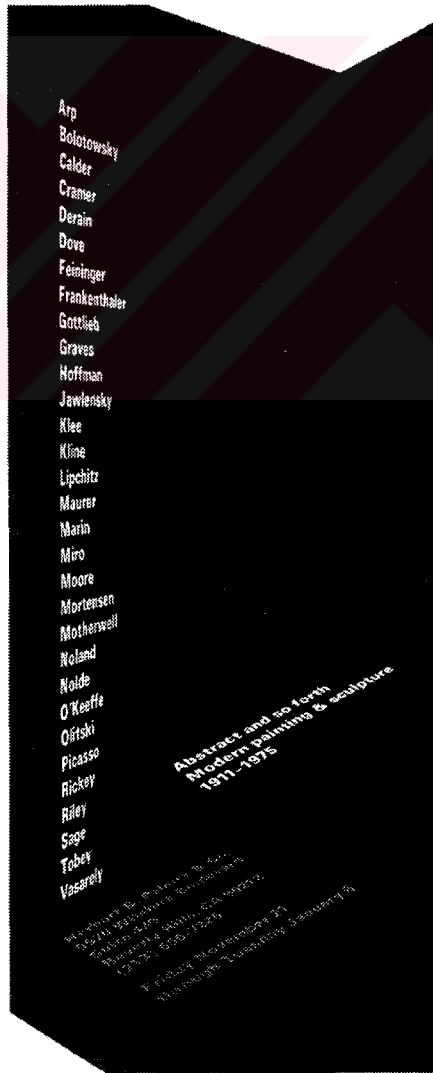
Bütün tipografik imgeler boşlukta hayali bir zemin üzerindedir. Çoğu zaman bu zemin düz ve görünmezdir; bu yazıda da olduğu gibi karşıdan görülür. Bu bölümde ele alınan düzeyssel tipografi, boşlukta üzerinde durduğu ve yerini değiştirdiği düzlem açısından daha farklıdır. Düzlemin açısı değiştikçe, eğildikçe, üstüste bindikçe veya boşlukta hareket ettikçe, tipografi de aynı şekilde hareket eder. Düzeyssel tipografi kavramı, kelimeleri sayfanın düzleminden kurtarıp onların boşlukta alan kaplamalarına ve hatta görsel anlamlar ifade etmelerine dayanır. Düzeyssel tipografinin kendisi, gerektiği kadar düz ve harflerin, kelimelerin, cümlelerin perspektiften etkilenmelerine izin verecek kadar da boyut sahibidir (Elam, 1990: 1).

Boşlukta duran tipografik elemanlar izleyiciden uzaklaştıkça küçülür ve bu elemanların kenarları izleyiciden uzaklaştıkça yakınsanır (belli bir noktada birleşirler); daha yakındaki elemanlar ise, uzaktakilerin üstünde görünürler. Düzlemler, bu anlamda boyut sahibi olsa da; üç boyutlu tipografiden farklı olarak ele alınmalıdır.

2.5.1.1. Perspektif ve tipografi

Perspektif, nesnelerin izleyiciyle olan mesafelerini, büyüklüklerini, yakınsanmalarını, şeffaflıklarını, renk ve değerlerini, detay ve dokularını düzenler. İzleyicinin düz bir kağıt üzerindeki boşluğu ve derinliği algılamasını sağlayan ve tipografiyi bu düz ortamdan kurtarıp ona derinlik veren perspektifin bu göz aldatıcı özelliğidir. Tipografik elemanlar, perspektif denemeleri için mükemmel bir konu oluşturmaktadır. Tipografi ve perspektifi deneysel olarak kullanabilmek için, kompozisyonun sınırlarını, uçsuz, bucaksız bir boşluğa açılan pencereden bakar gibi görmek gerekir. Böylece tipografik elemanlar, alışılmış düzlemlerinden koparak boşlukta alan kaplamaya ve boyut kazanmaya başlar.

Greg Thomas'ın "Abstract and So Forth Modern Painting and Sculpture (Soyut vesaire modern resim ve heykel)" başlıklı posterinde, perspektif izleyicide soyut bir boşluk hissi uyandırmak için kullanılmıştır (Şekil 30). Sanatçıların isimlerinin tipografik düzenlemesi perspektif kullanılarak boşlukta geriye itilmiş ve bir duvar yüzeyi yaratılmıştır. Taban ise, galerinin ismi ve onunla ilişkili diğer bilgiler kullanarak ima edilmiştir. Serginin isminin üzerinde durduğu görünmez yüzey tabandan biraz daha yukarıya yerleştirilerek, izleyicide bir hacim hissi uyandırılmak istenmiştir. Tipografi görsel organizasyonu ve sırayı sağlamak için soldan blok kullanılmıştır. Diğer bir küçük detay ise tavan kısmındaki küçük beyaz kesiktir. Bu da posterin formatının çevrelediği boşluğun bir göstergesidir.

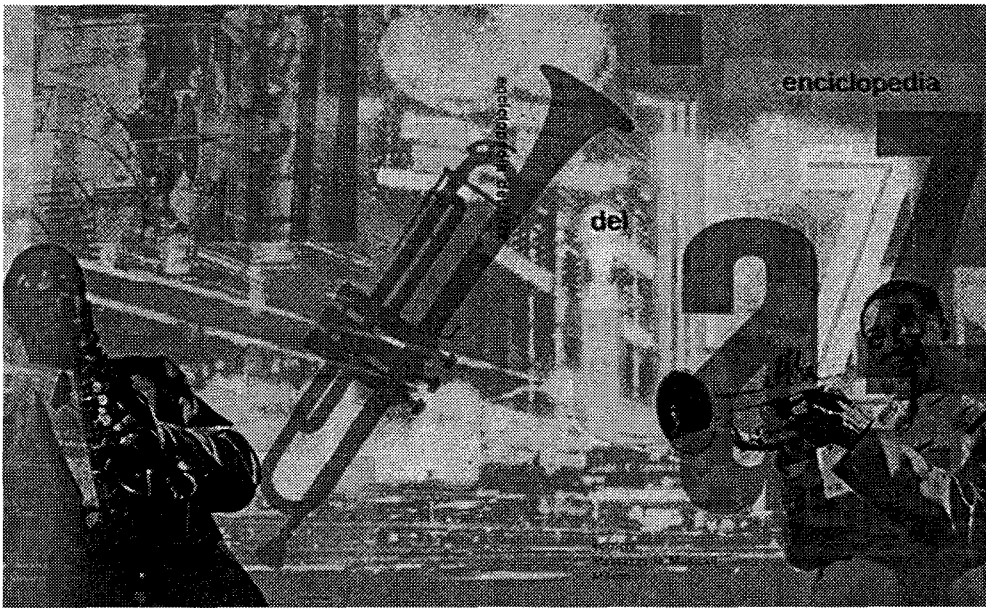


Şekil 30 (Elam, 1990: 6)

2.5.1.2. Tipografide şeffaflık ve üst üste binme

Şeffaflığın, gözü aldatıcı özelliği, renk değerlerindeki değişikliklere ve onların üst üste binme durumlarına bağlıdır. Bütün renk çeşitlerinin kullanıldığı kompozisyonlarda, renk değerleri belli belirsiz bir biçimde biraraya getirilerek farklı katmanlar oluşturulabilir. Siyah–beyaz kompozisyonlarda ise grinin tonları benzer sonuçlar elde etmek için kullanılabilir. Her iki kompozisyondaki renk değişimleri görsel kaliteyi arttırabilir. Şeffaflığın bu özelliği kullanılarak, yüzey üzerinde birden çok katman ima edilebilir. Şeffaflık, izleyicinin görsel elemanlar arasında hiyerarşi kurmasını sağlar, kompozisyonlara dinamizm katar ve hareket hissi uyandırır (Elam, 1990: 9).

Max Huber “Enciclopedia del Jazz” isimli çalışmasında, imgelerin ve harflerin şeffaflığı üzerinde çeşitli denemeler yapmıştır (Şekil 31). Şehrin gece yaşantısından bir detayı zemin olarak kullanmış, bir trompet sanatçısının imgesi , trompet , “Jazz” kelimesini oluşturan üstüste binmiş şeffaf harfler birbirleriyle çakıştırılmıştır. Böylece tek bir yüzey üzerinde birden çok katman ima etmiştir. Bu kompozisyonda dışa vurulan derinlik, karışıklık, dikkat çekicilik özellikleri, bu müzik türünün dinleyicide uyandırdığı hislerle benzerlik göstermektedir.



Şekil 31 (Elam, 1990: 9)

2.5.1.3. Tipografik yüzeyleri eğmek ve bükmek

Tipografinin üzerinde durduğu, görünmez yüzeyin bilincinde olmak, ima edilen hareketleri kavramak için oldukça önemlidir. Göz tipografik elemanları karşıdan ve tek bir yüzey üzerinde görmeye alışık olduğundan, tipografik elemanların üzerinde durduğu bu yüzeyleri eğip bükmek, görsel iletişim açısından oldukça ilginç sonuçlar doğurur. Harflerin yapısındaki eğilip bükülmeden kaynaklanan en ufak değişiklikler hemen farkedilir. Öyle ki; izleyicinin gözü, bakış açısı değişen harfleri karşı ilgi duyar (Elam, 1990: 12).

Eugene Grossman tarafından tasarlanan “Swimaster” adlı, yüzücü paletleri için tasarlanmış tipografik düzenleme; imge olarak kelimenin nasıl bir ürünün simgesi olabileceği konusunda iyi bir örnektir (Şekil 32). “Swimaster” kelimesindeki eğilip bükülmeler izleyicide suyun, yüzmenin, dalganın, ve hareketin hissini uyandırmaktadır. Böylece izleyiciye, ürünün nasıl bir ortam için tasarlandığı konusunda ipuçları vermektedir. Harflerin bazı parçaları, sanki suyun altında kalmış gibi kırılmıştır. Yine de harflerin temel yapılarıyla ilgili yeterli ipucu verildiğinden okunurluğu korunmuştur.



Şekil 32 (Elam, 1990: 14)

2.5.2. El yazısı ve tipografi

El yazısı el ile, birtakım doğrusal çizgilere ve işaretlere dayalı olarak yapılan bir tür çizimdir. Bu çizimde oluşan çizgi ve işaretler alfabenin simgelerini oluşturan ortak yapı sistemi içerisinde düzenlenmiştir. Bu çizimde oluşan çizgi ve işaretler belirli bir sırayla dizildiklerinde ise, kelimeleri ve cümleleri oluşturmaktadır. El yazısı günlük

yaşantımızda çok yaygın olarak kullanılmaktadır. Çoğu zaman bilgisayar yardımıyla dizilen tipografiden daha az resmi olan ve daha az okunaklı bir tipografi türü olarak görülür. Ayrıca, el ile yazılan yazılar, özel bir bilgi aktarmanın ötesinde, bireysel tarzı, kişisel iletişimi ve doğal yaratıcılığı da yansıttığı için tercih edilir. Örneğin; günlük yaşantımızda, sık kullandığımız imzalar, tarzımızı ve kişiliğimizi, karşımızdaki insanlara aktarmak için kullandığımız bir araçtır.

James Cross ve Steve Martin tarafından bir etkinlik için tasarlanan “Connections” başlıklı posterde, etkinliğe katılan sanatçıların portreleri ya da isimleri yerine, sadece imzaları kullanılarak, tasarımcıların kişisel tarzları hakkında izleyiciye ipucu verilmiştir (Şekil 33). Okunurluk probleminin önüne geçmek için de her imzanın altına, imza sahibinin ismi küçük puntolarda dizilmiştir. Ayrıca grid yapısının sayfada yarattığı düzeni biraz kırmak için, her bir imza kenarları yırtık olan farklı kağıtlara aktarılmış ve posterin bütünü oluşturarak küçük parçalar olarak kullanılmıştır.



Şekil 33 (Elam, 1990: 40)

Reudi Kulling tarafından “BİC” kalemli için tasarlanan posterde; izleyiciye iletilmek istenen mesaj, tükenmez kalemın tekrar eden çizgileriyle anlatılmıştır (Şekil 34). Bunun sebebi; kalem çizgilerindeki doğallık ve görsel enerjinin, bilgisayar fontlarından daha etkili bir iletişim gücünün olmasıdır. Ayrıca bu çizgiler, kalemın imgesiyle ve diğer iki tipografik elemanla (Bic amblemi ve -50) kontrast yaratarak, poster üzerinde görsel bir hiyerarşi kurulmasına yardımcı olmuştur.



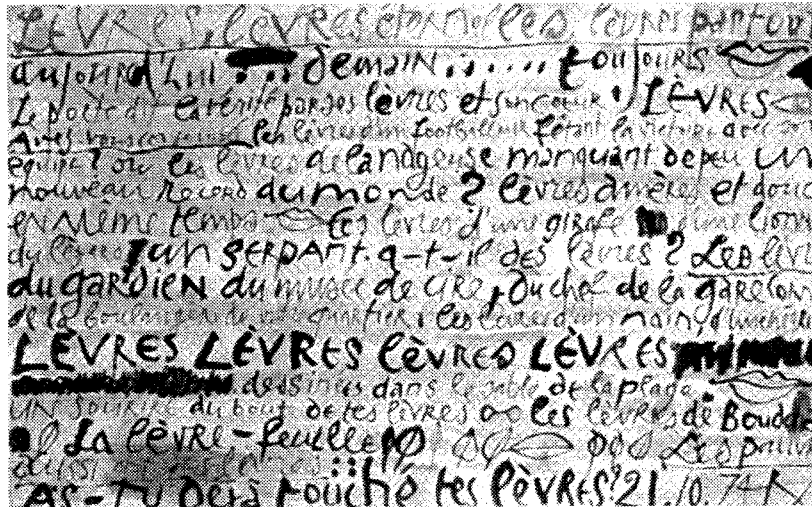
Şekil 34 (Elam, 1990: 34)

Tim Girvin’in “American Music Week” adlı poster tasarımında, Amerika’nın müzik çeşitliliği, bayrağın çizgilerine dönüştürülmüştür (Şekil 35). Amerika için bayrağı dışında hiçbirşey bu kadar sembolik değildir. Bu yüzden birinci tasarım elemanı olarak bayrak seçilmiştir. “Western, classical, gospel, country, choir” gibi müzik türleri Amerikan kültürel yapısının bir parçasıdır. Bu yüzden bayrağın içine yerleştirilen yazı dokusunda bu müzik türlerinin ismi bulunmaktadır. Bu poster tasarımında tipografinin iki farklı rolü vardır; birincisi imge ağırlıklı bir doku yaratmak, ikincisi de sözel mesaj vermektir. El yazısındaki ritim, dalgalanan bayrağın ritmine eşlik etmekte ve bir doku yaratmaktadır.



Şekil 35 (Elam, 1990: 45)

Yazının kullanımı sanatta da bir düşünceyi anlatmanın en basit ve açık yolu olarak görülmektedir. Yazının bir düşünceyi iletmesinden öte, estetik bir güzellik içermesi pek çok sanatçının eserlerinde yazıyı kullanmasına neden olmuştur. Rudolf Mumprecht adlı sanatçı da tablolarında kompozisyon aracı olarak yazıyı kullanmıştır (Şekil 36). “Tablo–yazı” başlıklı eserinde kullandığı yazının giderek soyut izlere dönüştüğü izlenebilir. Sanatçı yazıyı kullanarak resimsel bir düşünce yansıtmaya çalışmıştır (Germaner, 1997: 52).



Şekil 36 (Germaner, 1997: 52)

Tim Girvin'in tasarladığı, "Madness" başlıklı kompozisyondaki şiddet içeren grafik anlatım, el yazısının "ima edici" görsel gücünün bir örneğidir (Şekil 37). Parmakla boyama tarzı, izleyiciye bu heyecanı yansıtmaktadır. Form ve tarz olarak tam bir uyum içerisindeki örnek(şekil 38) ise şekil 37 ile çarpıcı bir kontrast içerisindedir. Harf yapıları, sayfa üzerinde serbestçe akıp gitse de yine de kontrol altındadır. Bu iki örnek, el yazısının, "gösteren" ve "imâ eden" iletişimci olarak görsel potansiyelinin açık örnekleridir.



Şekil 37 (Elam, 1990: 48)



Şekil 38 (Elam, 1990: 48)

2.5.3. Kolaj ve tipografi

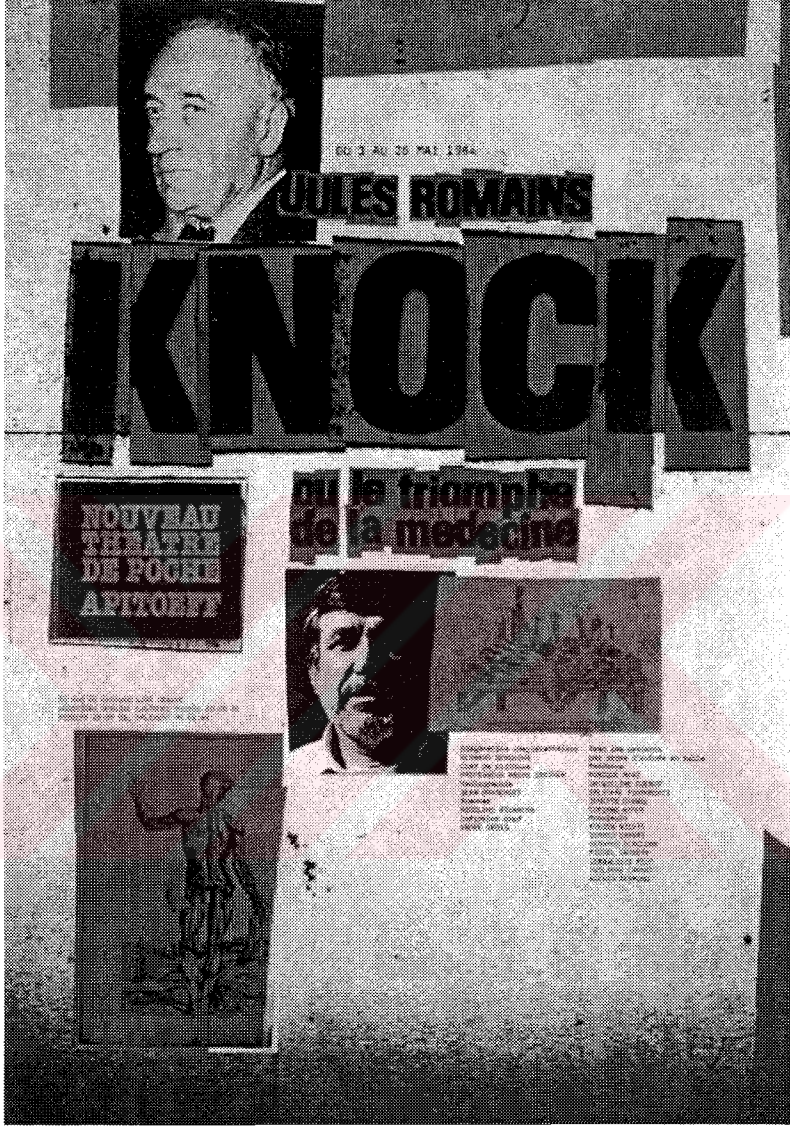
Kolaj bir kompozisyon metodu olarak tipografi yaratmanın bir yoludur. Kolaj metodu ile yapılan kompozisyonlarda birbirinden bağımsız görsel elemanlar seçilerek kesilir, yırtılır, yaratılır ve biraraya getirilir. Görsel iletişim için kullanılan tipografik kolaj da ise, aynı yöntem harfler ve kelimelerle uygulanır. Sadece bunlara ek olarak yazı karakteri, tarzı, ağırlığı, rengi, dokusu ve büyüklüğü gibi özellikler seçilerek biraraya getirilir. Bu da iletişim gücünün, kontrast, gerilim ve çakışma sayesinde daha da artmasına yarar.

Kolaj kompozisyonu ve tipografik mesajın biraraya gelmesiyle birlikte, sözel mesajın içeriğinden öte sembolik olan ve bir anlam ifade eden iletişim biçimi ortaya çıkar. Kolaj ile tasarımcının yaratıcılığı ve seçilen elemanlar arasındaki kontrast ile bilgiyi oluşturan birden çok katman bir bütün haline gelir (Elam, 1990: 53).

Tipografik elemanlar içeren; kullanılmış kağıtlar, ambalajlar, gazeteler veya dergi sayfaları, kolaj tekniği kullanılarak görsel iletişim araçlarına dönüştürülebilir. Bu tür objeler tasarımcı tarafından sözel anlamları gözardı edilerek sahip oldukları renk veya doku nedeniyle tercih edilebilir. Bunun sebebi; bu tür objelerin görsel enerjisinin bilgisayarda yaratılmış sert–hatlı yazı karakterlerinden daha fazla olmasıdır. Günümüzde birçok tasarım, bilgisayarda tutkusuzca, görsel iletişim yönleri zayıf bir biçimde tasarlanmış gibi gözükmemektedir. Öte yandan kolaj ve tipografinin beraber kullanımı, tasarımcının kişisel ifadesini, doğaçlama bir takım düşünce ve isteklerini açığa vurmak için ideal bir yöntemdir. Bu yüzden kolaj ve tipografi, grafik tasarım için hem sözel hem de görsel mesajlar iletmek için mükemmel bir araçtır.

Roger Pfund’ın “Knock de Jules Romains” başlıklı posterinde; görsel elemanları tanımlamak için kenarları sert biçimde kesilmiş kağıt parçaları kullanmıştır. Kesilerek sayfa üzerine yapıştırılmış harflerdeki bu sert tarz, sağlık sektöründeki yolsuzlukları anlatan posterin içeriğiyle uyum içindedir. Kolajın diğer elemanları, insanın kas

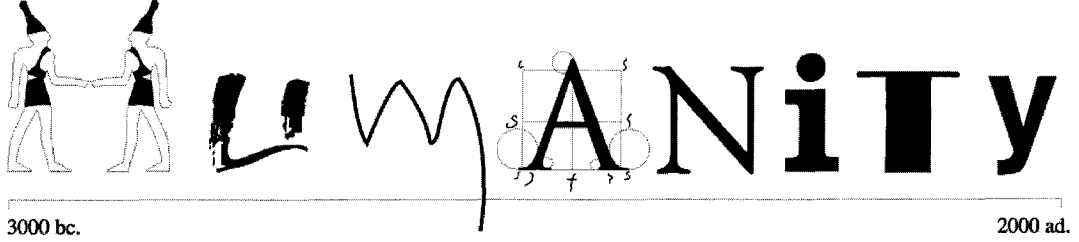
yapısının gösterildiği gravür ile ortaçağdan kalan cerrahi aletlerin olduğu, aynı sertlikte ve düzensiz kenarlara sahip imgelerden oluştuğu görülmektedir (Şekil 39).



Şekil 39 (Elam, 1990: 72)

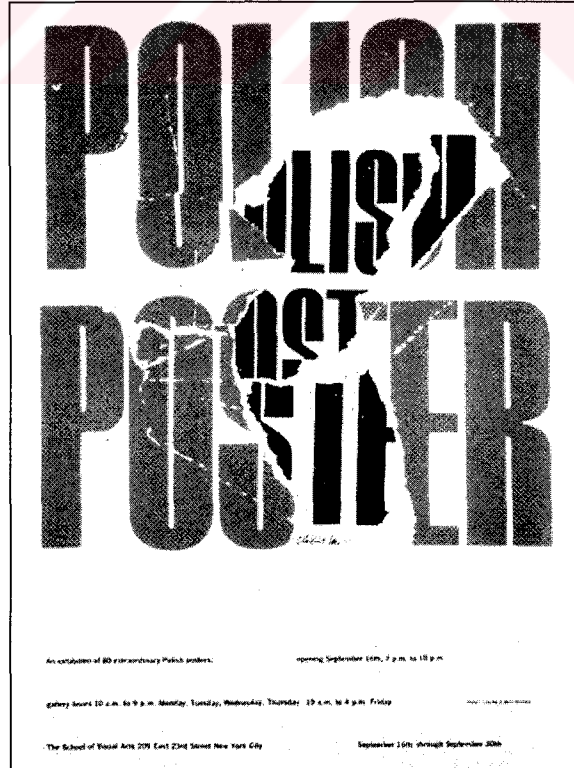
Mona Leonard tarafından tasarlanan “Humanity (İnsanlık)” başlıklı kompozisyonda, seçilip kolaj tekniği ile biraraya getirilen harfler, Mısır hiyeroglifleriyle Helvetica yazı karakteri arasındaki zamanı, görsel bir biçimde ifade etmektedir (Şekil 40). Ayrıca bu ifade, kompozisyonun altına çizilen, “3000 bc. ve 2000 ad.” çizgisiyle daha da güçlendirilmiştir. Böylece her harf birbiriyle tarihsel olarak bir ilişki içerisine sokulmuş

ve bu görsel ilişkilerin sonucunda insanlığın gelişimi ima edilmiştir. Ayrıca bu kompozisyon bilgisayar ortamında, sıradan bir biçimde dizilen herhangi bir kelimedenden daha etkileyici bir ifade biçimine sahiptir.



Şekil 40 (Elam, 1990: 76)

Aslında bir illüstrasyon sanatçısı olan Milton Glaser'ın, Polonya Afiş Sergisi için tasarladığı "Polish Poster" başlıklı çalışmasında, düşüncenin çıkış noktası; posterlerin şehir içerisindeki yerleşimleridir (Şekil 41). Kolaj formlarını yırtarak ve parçalayarak, zeminde, bulunan mesajlar açığa vurulmuştur. Kullanılan bu teknik aynı zamanda, caddelerdeki panolarda, üst üste yapıştırılan posterlere de bir gönderme yapmaktadır.



Şekil 41 (Elam, 1990: 62)

AIGA için Bruce Blackburn'ün tasarladığı posterde; boş alanı kullanılarak 4 farklı dokuyla A-I-G-A harflerini açığa vurulmuştur. Bu dokular; çapraz çizgiler, çalاکalem çizilmiş, dairesel ve suluboya gibi etkiler kullanılarak tasarlanmıştır (Şekil 42). Bunun arkasındaki fikir ise AIGA (Amerikan Grafik Sanatlar Enstitüsü)'nın profesyonel grafik tasarımcılarının biraraya gelerek oluşturduğu bir organizasyon olmasıdır. Bu tür bir organizasyonu farklı renklerle ve dokularla anlatmak; farklı tasarım anlayışına sahip birçok tasarımcıyı ima etmek içindir.

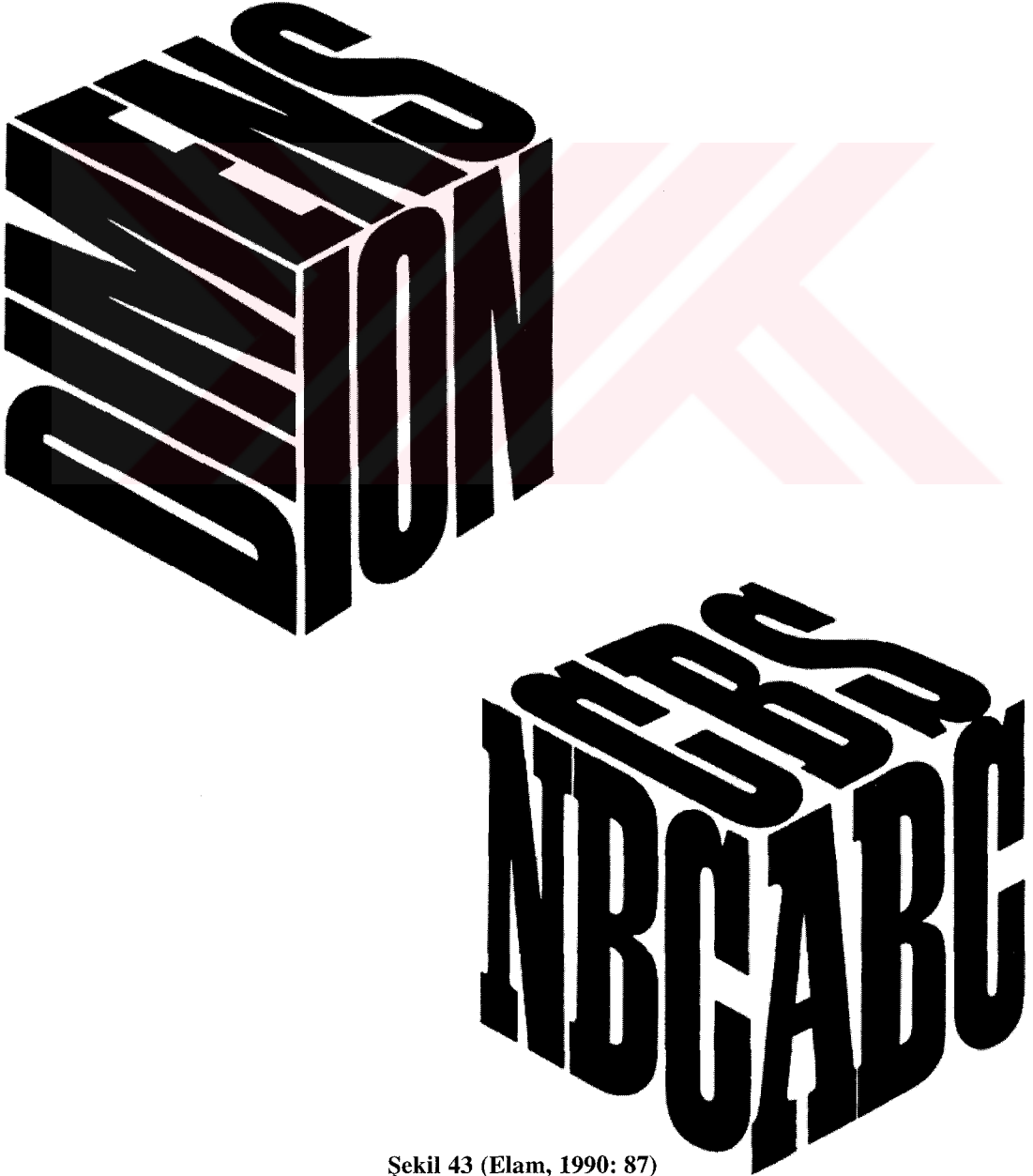


Şekil 42 (Elam, 1990: 68)

2.5.4. Üç boyutlu tipografi

Üç boyutlu tipografi, belli bir uzunluğu, genişliği ve derinliği ile tanımlanabilir bir hacme sahip tipografi türüdür. Bu hacim, tipografiyi üç boyutlu bir ortamda yaratarak ya da önerilmiş bir boyut içerisinde çizerek elde edilebilir. Her iki durumda da tipografinin görüldüğü bakış açıları vardır. Üç boyutlu tipografi, harfin ya da kelimenin bir görsel iletişim aracı olmasının yanısıra bir nesne ve hatta bir çevre içerisinde bir heykel olarak varolmasını da sağlar. Üç boyutlu tipografi, iki boyutlu bir yüzeyde, boşluğun görsel gücü, pozisyonu ve kurgusal bir çevre içerisinde diğer nesnelerle etkileşim içerisinde olma potansiyeline de sahiptir. Tipografide boyut yaratmanın belki de en ilginç yönü, iletişimin sınırlarını genişletmesinin yanısıra, aynı zamanda anlamı da genişletmesidir (Elam, 1990: 79).

Aşağıdaki örnekte, form olarak aynı ancak içerik olarak farklı iki kompozisyon görülmektedir (Şekil 43). Birincisinde “Dimension” kelimesi üç heceye bölünmüş ve bir küp hissi verecek biçimde tasarlanmıştır. Her ne kadar göz, aşağıdan yukarıya, soldan sağa, ve tekrar aşağıya hareket etmek zorunda kalsa da, kelime rahatlıkla okunabilmektedir. Sıkıştırılmış ve uzun hatlara sahip harfler, x, y, z koordinatlarını ve boyut etkisini arttırmaktadır. NBC, ABC, CBS harf gruplarının kurumsal kimliği ise diğerinden biraz daha farklı okunmaktadır. Her bir 3'lü harf grubu tek başlarına okunmakta, aynı zamanda bir bütünü oluşturan parçalar olarak algılanmaktadır(Tasarımcı: Herb Lubalin).



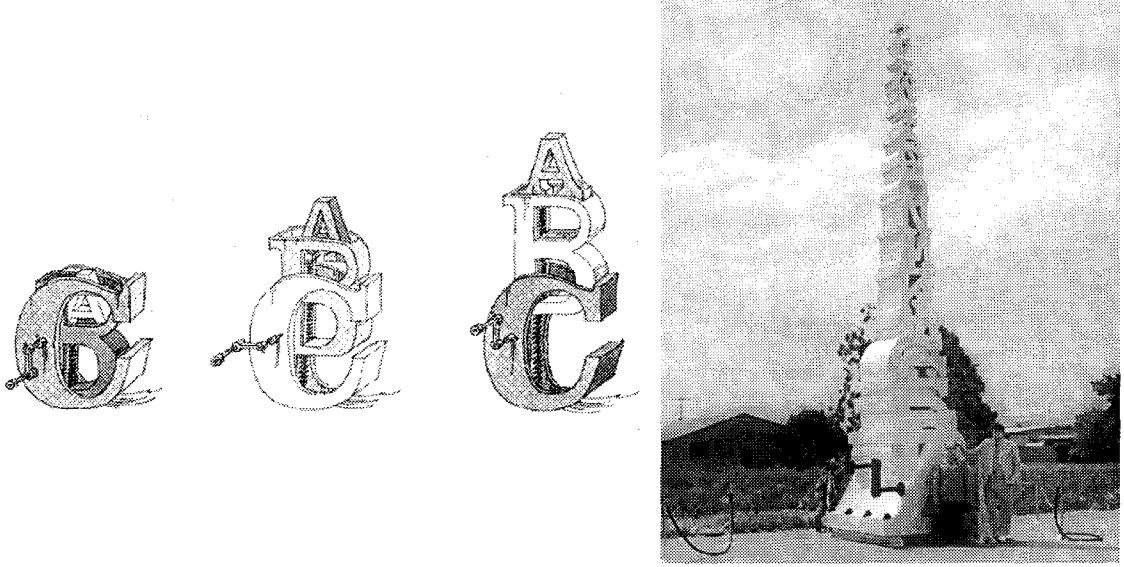
Şekil 43 (Elam, 1990: 87)

William Crutchfield'ın "Sea Watercolor" başlıklı kompozisyonu, denizi ve hareketi tek bir kelimeyle ifade etmektedir (Şekil 44). Deniz (sea) ve hareket kavramları sallanan sandalye üzerinde alışılmadık bir biçimde yerleştirilerek ima edilmektedir. İzleyiciye, sallanan sandalye ile denizdeki dalgaları anımsatan düzensiz ancak sürekli olan bir hareket kavramı çağrıştırılmaktadır.



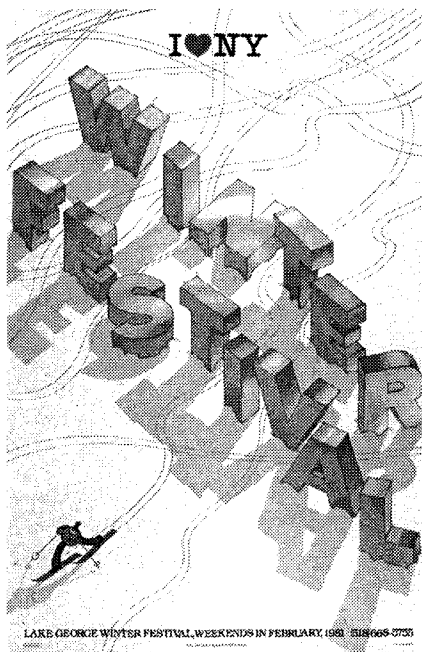
Şekil 44 (Elam, 1990: 92)

Yine William Crutchfield, "Alphabet Spire" ve "ABC Crank-up" başlıklı çalışmaları ile harflerin her zaman iki boyutlu yüzeylerde değil bazende üç boyutlu bir anıt olarak karşımıza çıkabileceğini göstermiştir (Şekil 45). Crutchfield'a göre harfler önemli birer buluştur ve bunu şöyle ifade etmektedir: "Alphabet Serisi ile yapmak istediğim, alfabeyi oluşturan harflerin aslında insanlığın en büyük buluşu olduğunu vurgulamaktır." Buluş fikri "A" harfinin altında, krikonun kolu ile simgelenmiştir. Harfler ise birbirine bağlı, ancak aynı zamanda bağımsız olarak hareket edebilen parçalar olarak inşa edilmiştir. Böylece her bir harfin aslında birbirinden etkilenecek meydana getirildiği vurgulanmak istenmiştir.



Şekil 45 (Elam, 1990:91)

Milton Glaser'ın "Winter Festival Poster" başlıklı çalışmasındaki üç boyutlu harfler, kara parçasına ait birer eleman olarak görülmektedir (Şekil 46). İzleyiciye harflerin buzdan yapıp daha sonra karlı yamaca yerleştirildiği hissi verilmiştir. Kayakçılar ise bu harfler arasında geçişler yaparak değişken kavisler çizmektedir. Bu 3-boyut etkisi, bu elemanların altına verilen gölge efektiyle daha da kuvvetlendirilmiştir. Son olarak kelimeler böyle bir ortamla bütünleştirilerek, organizasyonun adını, etkinlikleri ve festivalin coşkusunu yaşayan insanları mecazi anlamda birbirine bağlamıştır.



Şekil 46 (Elam, 1990: 96)

2.6. Tipografik kurallar ve ötesi

Ünlü tipografi ustası Hermann Zapf şöyle der; “Harf, okuyucu ile yazar arasındaki bağıdır.” Yüzyıllar boyunca; okuyucunun dikkatini çekebilmek, onu okumaya teşvik etmek, tipografik formun güzelliğini ve okunurluğunu muhafaza edebilmek ve en önemlisi de yazarın düşüncelerini net bir biçimde okuyucuya aktarabilmek için pek çok kural geliştirilmiştir.

Televizyon ve elektronik medyanın güncel yaşantıya girmesiyle halkın tipografik okur-yazarlılığı da artmıştır. Tipografinin amacı artık sadece okunur ve okutur olmaktan öte, mesajı en doğru şekilde okuyucuya aktarmak olmuştur. Günümüzde, kişisel bilgisayarlar, tasarımcıların tipografinin sınırlarını zorladıkları bir oyuncaktan öteye geçmiştir. Örneğin; artık bir harfe ya da cümleye 3 boyutlu bir görünüm kazandırmak, onu kendi ekseni etrafında döndürmek, renk vermek, üzerine ışık etkisi vermek ve o ışığın kaynağının rengini değiştirmek, kısaca onun yapısal özellikleriyle oynamak çok kolaydır (Williams, 1998: 202). “Piksel” tasarımcıyı “kurşunun” sertliğinden kurtarmış ve harfin dilini keşfetmesini ve genişletmesini sağlamıştır. Böylece geçmiş nesillerin kurallarının da ötesine geçilebilmiştir (Carter, 1998: 09).

Bu gelişmelere paralel olarak tipografi sanatında iki farklı yaklaşım ortaya çıkmıştır. Birincisi; geleneksel tipografik kurallara sadık bir yaklaşımdır. İkincisi ise; geleneksellikten öte, tamamen alternatif tipografik ifade yollarını araştıran ve böylece tipografik kurguya ve düzene yeni anlamlar kazandıran bir yaklaşımdır. Farklı tipografik problemler, farklı çözümler gerektirdiğinden, günümüzde her iki yaklaşım da geçerlidir.

Bu bölümde, bir çok profesyonel tasarımcı tarafından temel olarak nitelendirilen 13 tipografik kural ele alınacaktır. Bu kuralların hiçbiri kesin değil ve tartışmaya açıktır. Ancak onlar zaman içerisinde bir çok uygulamada denenerek tutarlılıkları ispatlanmış yol göstericilerdir. Bu kural olarak nitelendirilen yol göstericiler, yolun başında olan

tasarımcılar için oldukça faydalı olabilir. Ancak görsel iletişimin sınırlarını genişletmek adına, bazen bu kuralların ötesine geçmek de gerekebilir. Kurallara uyarak genel bir zevke hitap eden ancak çok da yaratıcı olmayan tasarımlar yapılırken, güncel tasarım yıllıklarına baktığımızda, ödül kazanan pek çok tasarımda bu kuralların bilinçli olarak yıkıldığını görürüz.

Bu nedenle bu bölümde, öncelikle; yazı karakteri seçimi, yazı karakterlerinin bir arada kullanımı, majüskül ve minüskül harfler, farklı yazı büyüklüğü ve kalınlığı, kalın ve ince yazı biçimleri, yazı karakteri deformasyonu, harf ve kelime arası boşluğu, satır uzunluğu, temel bloklama metodları, içerlek ve paragraf boşlukları, vurgulama, taban çizgisi ve zemin–harf ilişkisi gibi temel tipografik kuralların nerede başlayıp nerede bittikleri tanımlanmaya çalışılacaktır. Daha sonra görsel iletişimin sınırlarını genişletmek adına bu kuralların ötesine nasıl geçilebileceği, kural yıkılırken nelere dikkat edilmesi gerektiği bir çok tasarım yaylığından ve kitaplardan alınan örneklerle açıklanmaya çalışılacaktır.

2.6.1. Kural 1: Metin dizgisinde en uygun okunurluk için klasik, zaman içinde denenmiş ve güvenilirliği kanıtlanmış yazı karakterleri seçilmelidir.

Yazı karakteri seçimi, tipografinin ve grafik tasarımın en önemli konularından biridir. Metin yazısını okunur hale getirmek için ilk olarak; düzgün oranlara sahip, boşluk düzenleri iyi olan ve klasik yazı karakterlerinin düzenliliğini sunan; Baskerville, Bembo, Garamond, Palatino gibi serifli, Franklin Gothic, Frutiger, Gill Sans gibi serifsiz yazı karakterleri seçilmelidir (Carter, 1997: 12).

Tecrübeli tasarımcılar bu tür yazı karakterlerini tercih etmektedirler; çünkü bu tür yazı karakterleri zaman içinde çeşitli uygulamalarda (bir çok gazete ve kitaplarda olduğu gibi...) denenmiş, çok yönlü olarak kullanılmış ve okunurluk açısından kendilerini ispat etmişlerdir (Şekil 47). Okumaya en alışık olduğumuzu en rahat okuruz (Spiekermann, 2003: 39). Ayrıca bu yazı karakterlerini çeşitli etkilerle işleyerek, bir çok tipografik sorunun üstesinden gelinebilir (Carter, 1998: 10).

CASLON	GILL SANS
CLEARFACE	GOUDY
FRANKLIN GOTHIC	HELVETICA
FRUTIGER	TIMES
FUTURA	PALATINO
GARAMOND	OPTIMA

Şekil 47 (Carter, 1997: 12)

Tuhaf oranları olan, aşırı gösterişli veya düzensiz boşluklara sahip yazı karakterlerinin okunurlukları zayıftır. Bu gibi yazı karakterleri görsel olarak metin yazısının içeriğiyle uyumlu olacak bir şekilde ancak başlıklarda kullanılabilirler (Carter, 1997: 12).

2.6.1.1. Kuralın ötesi

Masaüstü yayıncılığın gelişmesiyle, pek çok yeni yazı karakteri yaratılmıştır. Gerek yapıları, gerek kullanıcıda uyandırdıkları his ile, bu yazı karakterleri geleneksel olanlara meydan okumuşlardır(Şekil 48). Onlar daha yeni fikirler, duygular ve tavırlar ifade etmektedirler. Bazen de okuyucuyu rahatsız etmekte ve onunla mücadele içine girerek, yazarın iletmek istediği mesajın bile önüne geçebilmektedir. Bu tür yazı karakterleriyle denemeler yapılırken, içerik ve mesajla olan ilişkileri iyice kavranmalıdır. Bu yazı karakterlerini çeşitli etkileşimlerle kullanarak, beklenmedik ve sürpriz sonuçlara ulaşılabilir.

Tipografik denemeler yaparken, en önemli kararlardan bir tanesi yazı karakteri seçimidir. Günümüzde kullanılan binlerce yazı karakteri arasından doğru olanı seçebilmek oldukça zordur. Hızlı yapılan çalışmalarda eğer araştırma yapmak için yeterli zaman yoksa Şekil 47'deki yazı karakterlerine güvenilebilir. Denemeler yaparken ise, bir çok farklı yazı karakteriyle örnekler çıkarılmalı, daha önce hiç kullanılmamış yazı karakterleri seçilmeli, daha önce hiç denenmemiş kombinasyonlarda bir araya getirilmelidir (Şekil 50–51).

WHERE'S Marty	Loveletter
Washout Plain	Filet
DSKAR	Wooly Bully
DEVOTION	Scrambled
<i>violation</i>	Gen x Crumble
Hack	DEVICE
Cheapsignage	Attic
Nicotine	Basketcase
Hard Tack	Eviscerate
Thickhead	Garish Monde

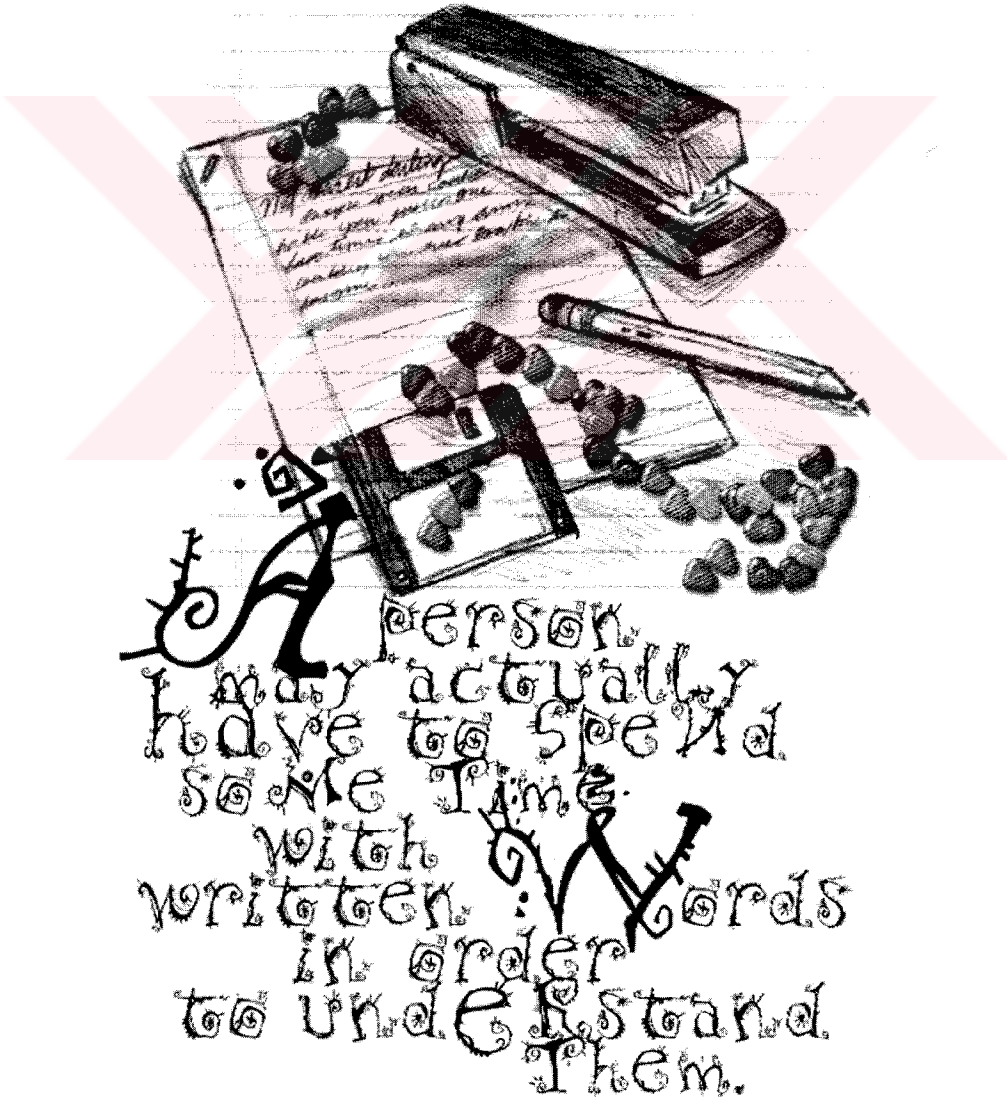
Şekil 48 (Williams, 1995: 92)

Bu tür yazı karakterleri mürekkebi azalmış bir fotokopi makinasından yüzlerce kere geçirilmişcesine, kalın ve ince hatları alışılmadık bir biçimde düzenlenmiş, bazı parçaları yok olmuş biçimlerde tasarlanmıştır. Bunlar hem serifli hem de serifsiz harflerin bir arada kullanıldığı, majüskül ve minüskül harflerin birbirleriyle karıştırıldığı, bazı harflerin kapalı alanları doldurulduğu, bazıları ise sanki bir çocuğun yaptığı çizimmiş gibi görünen biçimlerdedir. Bir çok tecrübeli tasarımcıya göre yazının amacı iletişim kurmaktır ve bu tür yazı karakterlerinin okunurlukları zayıf olduğu için, bu durum iletişimi olumsuz yönde etkilemektedir. Ancak gerçekten öyle midir? Bu tür yazı karakterleri sıradışı görünümleriyle okuyucuda çeşitli hisler uyandırmıyor mu?

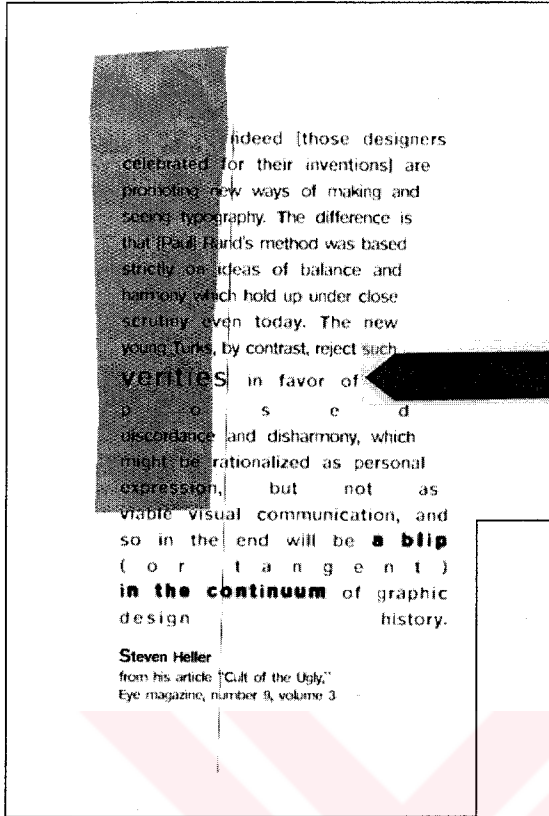
Okuturluk, iletişim sürecinin tamamlanması için gerekli olan önemli bir faktördür. Ancak iletişimden farklı bir kavramdır. Yazının okutur olması, yazının mesajı aktarabileceği anlamına gelmez. Bir tasarımcı, tarif etmek istediği kavramı, yazı karakteri seçimi ile, ya da yazıyı uygulayacağı alanda farklı biçimsel düzenlemelerle ifade edebilir. Ancak, tıpkı giyinmenin bizi sıcak tutmaktan, ya da mimarinin evlerimizin çatısını kapatmaktan öte olduğu gibi, tipografi de okunurluk ve okuturluk dışında farklı işlevlere sahiptir. Giysilerimizin, evlerimizin ve çalışma ortamlarımızın, bizim kişiliklerimizi yansıttığı gibi, yazı da duygularımızı, düşüncelerimizi ya da tarzımızı yansıtabilir. Güçlü ve uygun bir iletişim kurmak adına, geleneksel tipografi kurallarının ötesine geçiliyorsa bu yanlış mıdır?

Bir tasarım dergisi olan Palm'ın sanat yönetmeni Jashua Berger'in söylemiş olduğu gibi; "Yazılı kelimeleri anlamak için, onlar üzerinde zaman harcanmalıdır." Örneğin sevdiğimiz bir insandan aldığımız el yazısı ile yazılmış bir mektup, genellikle bilgisayarda dizilmiş olandan daha az okunur ve okuturdur. Ancak hangisini anlamak için daha çok zaman harcarız? Ya da hangisi bizim için daha özeldir? Tasarımcı Robin Williams'ın tipografik düzenlemesini yaptığı bu söz için, Font-Hous tarafından tasarlanan ve tür-dışı bir karakter olan "Fobia" kullanılmıştır. Tasarımcı, bu sözü yorum-

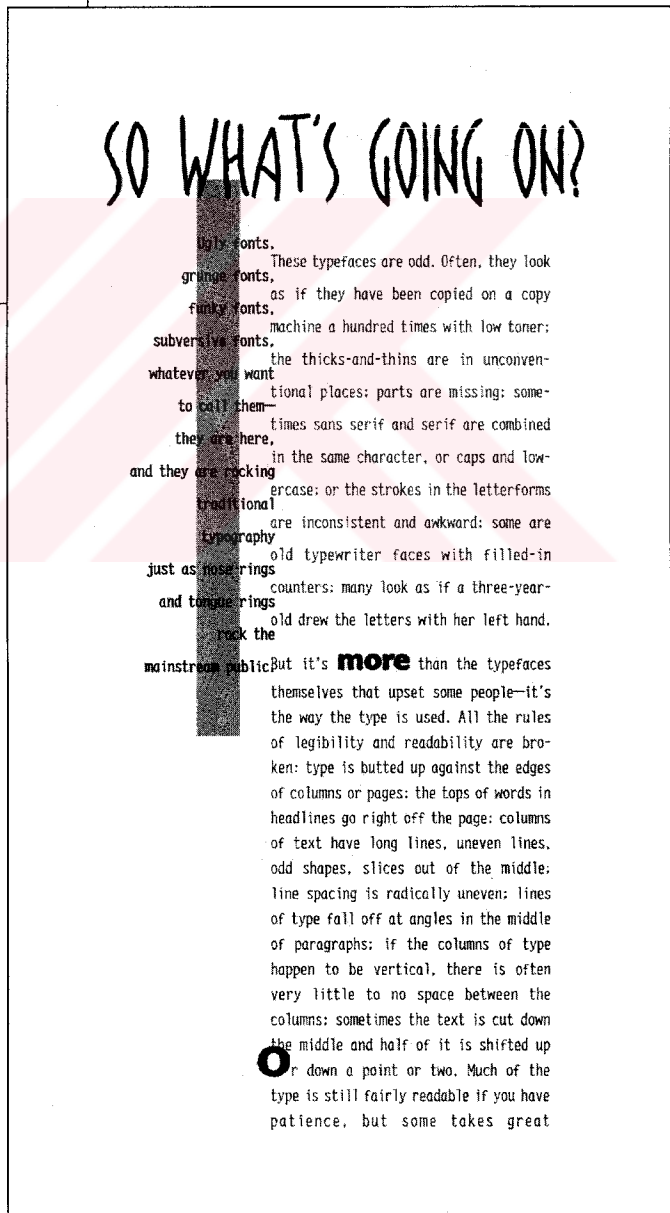
larken şekil 49'deki gibi düzenli oranlara sahip olan yazı karakterleri kullanabilirdi. Ancak okuyucuya iletmek istediği mesaja uygun olarak, daha hareketli ve sıcak görünen bu yazı karakterini seçmiş ve sözün içeriğine uygun olarak onu biraz daha zor okutur bir düzenleme ile dizmiştir. Böylece seçilen yazı karakteri, okunur ve okutur olmaktan öte, o sözün içeriğini yansıtan bir araç olarak kullanılmıştır. Yazı artık konuşulan dile ait olmaktan çıkarak, okuyucuda çeşitli duygular uyandıran bir iletişim aracına dönüşmüştür. Böylece geleneksel tipografi kurallarının ötesine geçilerek görsel iletişimin sınırları genişletilmiştir.



Şekil 49 (Williams, 1995: 77)



Şekil 50 (Williams, 1995: 51)



Şekil 51 (Williams, 1995: 51)

2.6.2. Kural 2: Aynı anda birbirinden farklı bir çok yazı karakteri birarada kullanılmamalıdır.

Farklı yazı karakterlerini bir arada kullanmanın amacı vurgu yaratmak veya yazı alanının bir bölümünü diğerlerinden ayırmaktır. Bu amaçların dışında, sayfa üzerinde birbirinden farklı bir çok yazı karakteri bilinçsizce kullanıldığında, okuyucu neyin önemli neyin önemsiz olduğunu algılamada güçlük çekecektir (Carter, 1998: 11). Günümüzde masatüsti yayıncılığın gelişimine paralel olarak pek çok yazı karakteri yaratılmıştır. Bu yazı karakterleri arasından doğru olanı seçmekde gittikçe zorlaşmaktadır. Bu noktada ortaya çıkabilecek karışıklıkları önlemek, okuyucuyu gereksiz birçok yazı karakterinin görsel etkisiyle yormaktan kaçınmak için, bir çok tipografi uzmanı herhangi bir grafik tasarım uygulamasında, aynı anda birbirinden farklı bir çok yazı karakteri kullanımının hatalı olduğunu savunmaktadır.

2.6.2.1. Kuralın ötesi

Ancak bu kural her zaman geçerli değildir. Bazı durumlarda bir yazı karakteri yeterli iken, bazen de ikiden fazla yazı karakterinin kullanılması gerekebilir. Bir tasarım uygulamasında kaç adet yazı karakteri kullanılacağına karar verirken farklı yazı karakterleri kullanım amacının, yazı grupları (başlık alt başlık ve metinde olduğu gibi...) arasında kontrast yaratmak olduğu hatırlanmalıdır (Brady, 1988: 14). Farklı yazı karakterlerinin bilinçli olarak birarada kullanılmaları, grafik tasarım uygulamalarına hem çeşitlilik katacak, hem de ilginç görünmelerini sağlayacaktır. Eğer uygulamadaki yazı çok kısa ise birden fazla yazı karakterine ihtiyaç duyulmayabilir. Ancak uygulama çok fazla yazı içeriyor ve vurgulanması gereken birden çok öge varsa, o zaman tasarımcının yorumuna bağlı olarak farklı yazı karakterleri aynı uygulamada kullanılabilir. Her yazı karakteri okuyucuda farklı duygular ve düşünceler uyandırdığı için farklı yazı karakterlerini bir araya getirirken dikkat edilmeli ve bilinçli bir tasarım

anlayışı içinde yapılmalıdır. Aksi takdirde okuyucuya aynı anda pek çok farklı mesaj gönderilecek ve okuyucunun kafası karışacaktır.

Dikkat edilmesi gereken en önemli nokta ise, birbirlerine yapısal olarak çok benzeyen yazı karakterlerinin kullanımından kaçınılmasıdır. Örneğin; Arial ile Helvetica ya da Futura ile Frutiger veya Times Roman ile Garamond gibi... Bu tür yazı karakterlerini seçmek, okuyucunun kafasında belirsizlik yaratacak ve hata olarak algılanacaktır. Farklı yazı karakterleriyle denemeler yapılacağı zaman, yeterli kontrastın elde edildiğinden emin olunmalı, onların şekillerinin, yapılarının ve dokularının aktarılacak istenen mesajla nasıl bir ilişki içerisinde olmaları gerektiği tanımlanmalıdır.

Birbirinden farklı yazı karakterlerinin bir arada kullanımı bir amaca yönelik olmalıdır. Buna, Eugene Ionescu tarafından yazılan “The Bald Soprano (Kel Soprano)” isimli müzikal oyunu tipografik olarak yorumlayan Massin’in çalışması örnek gösterilebilir. Massin, tıpkı tiyatro oyununda olduğu gibi farklı oyuncular arasında geçen diyalogları izleyiciye hissettirmek için farklı yazı karakterleri kullanmıştır. Bunun sebebi de önceki bölümlerde bahsedildiği gibi her yazı karakterinin farklı kişiliklere sahip olmasıdır. Böylece farklı yazı karakterlerinin kullanımı ile farklı oyuncuların kişilikleri arasında bir bağ kurulmuştur. Eğer bunu yapmamış olsaydı, tıpkı şekil 52’deki gibi her oyuncunun diyalogu aynı yazı karakteri ile dizilecek ve oyuncuların sesleri birbiriyle aynı gibi algılanacaktı. Ancak Massin, şekil 53’de görüldüğü gibi her oyuncu için farklı bir yazı karakteri kullanmıştır. Örneğin Bay Smith’i “Plantin” ile, Bayan Smith’i “Plantin İtalik” ile, Bay Martin’i “Monotype Grotesque 215” ile, Bayan Martin’i, bu karakterin italik versiyonu olmadığı için “Gill Sans İtalik” ile, İtfaiye şefini “Monotype Clarendon” ile dizmiştir. İtalik tarzdaki yazı karakterleri, roman türü yazı karakterlerine oranla tıpkı bir bayan sesinde olduğu gibi daha zarif bir yapıya sahip olduğu için, bayanların diyalogları bu tarzda dizilmiştir. Hizmetçiyi diğer bayanlardan daha erkeksi bulduğu için, onun diyaloglarını bir roman türü yazı karakteri olan “Cheltenham” ile dizmiştir.



Şekil 52 (<http://gmunch.home.pipeline.com/typomisc/baldsoprano.gif>)



Şekil 53 (<http://gmunch.home.pipeline.com/typomisc/baldsoprano.gif>)

Tasarımcı Robin Williams, Herbert Spencer tarafından söylenen; “Gelenek; yaratıcı bir faaliyet için hayati önem taşıyan, aktif ve canlı bir güçtür. Geleneğin, sanatçıların, mimarların, yazarların, veya bestecilerin yaratıcı faaliyetlerde bulunmaları için çok gerekli bir unsur olduğuna inanıyorum. Ancak geleneğe olan aşırı bağlılık gelenekselciliğe dönüşür ve gelenekselcilik de geleneği öldürür.” sözlerini tipografik olarak yorumlamıştır (Şekil 54).

Bu düzenlemede 4 farklı yazı karakteri kullanmıştır. Geleneksel tipografi kurallarına sadık kalınarak hazırlanan bir sayfa düzenlemesinde, bu kadar kısa bir metin için bu kadar fazla yazı karakterinin kullanılması hata olarak kabul edilir. Ancak tasarımcının bu uygulama ile vurgulamak istediği de zaten bu noktadır. Sözün ana fikri; geleneklere aşırı bir biçimde bağlı kalmanın zaman içerisinde gelenekleri yok etmesidir. Tasarımcı bunu vurgulamak için geleneksel tipografi kurallarının ötesine geçen bir düzenleme yapmıştır. Seçtiği birbirinden farklı bir çok yazı karakteri, düzenli oranlara sahip olan geleneksel yazı karakterlerinden farklıdır. Bunların kalın ve ince hatları alışılmadık bir biçimde düzenlenmiş, bazı parçaları yok olmuş, majüskül ve minüskül harfleri birbirleriyle karıştırılmıştır. Williams “tradition (gelenek)” sözünü deforme edilmiş harflerden oluşan bir yazı karakteri ile dizerek gelenekselciliğin, geleneği yok etmesini vurgulamak istemiştir. Bunun yanında tasarımcı “tradition”ı kullanılan ilk kelime olduğu için, okuyucuyu yönlendirmek amacıyla diğer harflerden daha büyük olarak dizmiştir. “And traditionalism kills tradition (gelenekselcilik de geleneği öldürür)” cümlesini, yazının kalan kısmına daha kontrast olan bir yazı karakteriyle dizerek, yazının içinde gizli olan ana fikri de ön plana çıkarmıştır. Ayrıca yazının altında bulunan bıçak imgesi ile seçilen yazı karakterinin hatları arasındaki görsel uyum da bir rastlantı değildir. Tasarımcı böylece birbirlerinden yapısal olarak farklı olan bir çok yazı karakterini, cümlelerin içeriği ile bir bütünlük sağlayacak biçimde bir araya getirmiştir. Bunu da, aralarında yeterli kontrast olan yazı karakterlerini seçerek, bilinçli bir tasarım anlayışı içerisinde yapmıştır.

a ... B ... L ... I ... P ... in the continuum

Tradition

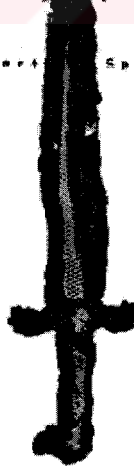
is a living, active, and
vital force in creative activity.

To the artist, the architect,
the writer or the composer,
I believe tradition is vital
to creative activity.

But excessive respect
for tradition becomes
traditionalism.

**AND TRADITIONALISM KILLS
THE TRADITION.**

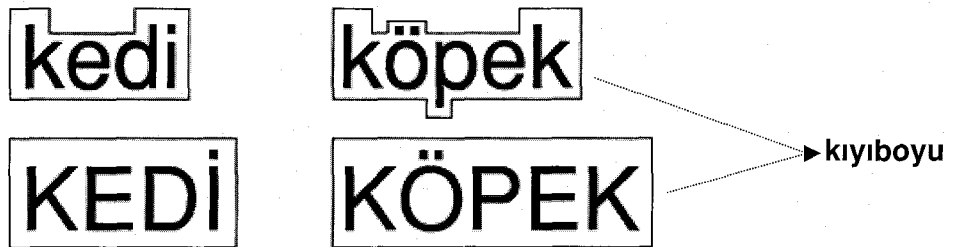
Herbert Spencer



Şekil 54 (Williams, 1990: 23)

2.6.3. Kural 3: Tamamen majüskül harflerle dizilen yazılar okunurluğu güçleştirir, bu yüzden en uygun okunurluk için, metin yazısının tamamında majüskül harfler kullanılmamalıdır.

Genellikle, majüskül harflerle dizilen yazıların daha rahat okunurluğa sahip oldukları düşünülür. Ancak majüskül harflerle dizilen yazılar en az okunurluğa sahiptir. Pek çok bilimsel çalışma, kelimelerin insan gözü tarafından sadece içerdikleri harf grupları tarafından değil aynı zamanda şekillerine göre algılandıklarını göstermiştir. Yazı karakterlerinin sahip oldukları bu şekillere “kıyıboyu” denir. Majüskül harflerle dizilen kelimeler dikdörtgen ve monoton bir kıyıboyuna sahip oldukları için, birbirlerinden ayırt edilmeleri güçleşir. Örneğin, minüskül harflerle dizilen “kedi” ve “köpek” kelimelerinin sahip oldukları aşağı ve yukarı uzantılar sayesinde geometrik şekilleri birbirlerinden farklıdır. Ancak “KEDİ” ve “KÖPEK” majüskül harflerle dizildikleri zaman geometrik şekilleri aynı olduğundan okunurlukları zayıflar(Şekil 55). Bu yüzden majüskül harflerle dizilen bir metin göz tarafından kelime grupları yerine ayrı ayrı kelimeler olarak algılanır ve okunması yorucu olur. Ancak minüskül harflerin sahip oldukları aşağı ve yukarı uzantılar sayesinde kelimeler farklı geometrik kıyıboyuna sahip olur. Bu yüzden birbirlerinden daha kolay ayırt edilebilir ve uzun metin dizgilerinde kelime grupları olarak algılanır. Bu da akıcı bir biçimde okunmalarını sağlar. Bunlara ek olarak, majüskül harflerle dizilen bir yazı, minüskül harflerle dizilen bir yazıdan daha çok alan kaplar. Yani aynı alanda minüskül harfler kullanılarak alandan tasarruf edilebilir.



Şekil 55

2.6.3.1. Kuralın ötesi

Eğer metin dizgisinde majüskül harfler kullanılacaksa, temelinde iyi bir sebep olması gerekir. Bu sebep de bir tasarım çözümü ile okunurluk problemi arasında verilmesi gereken karardır. Günümüzde kullanılan çoğu font, majüskül ve minüskül harfleri içerecek şekilde tasarlanmıştır. Majüskül ve minüskül harfler karıştırılarak daha yaratıcı ve hareketli çözümler elde edilebilir. Bunu yaparken dikkat edilmesi gereken nokta majüskül harf kullanımının özellikle seçildiğini okuyucuya hissettirmektir. Eğer yapılan tasarımda majüskül harfler yerine minüskül harfler de aynı işi görebiliyorsa, o zaman bu hata olarak algılanacaktır. Majüskül harflerle yazı yazarken dikkat edilmesi gereken 3 önemli nokta vardır:

2.6.3.1.1. Harf büyüklüğü: Majüskül harflerle dizilen yazılar, aynı puntoda minüskül harflerle dizilen yazılardan yaklaşık %35 daha fazla alan kaplamaktadır. Bu yüzden eğer metin majüskül harflerle dizilecekse, yazı büyüklüğü metin dizgisinin gerektirdiğinden yaklaşık %35 daha küçük olmalıdır (Carter, Day, Meggs, 1993: 89). Şekil 56'da görüldüğü gibi majüskül harflerle dizilmiş metin, 12 punto olan minüskül harflerin boyutuna getirilmek için 9 puntoya küçültülmüştür.

Majüskül harflerle dizilen yazılar, aynı puntoda minüskül harflerle dizilen yazılardan yaklaşık %35 daha fazla alan kaplamaktadır. Bu yüzden eğer metin majüskül harflerle dizilecekse, yazı büyüklüğü metin dizgisinin gerektirdiğinden yaklaşık %35 daha küçük olmalıdır.

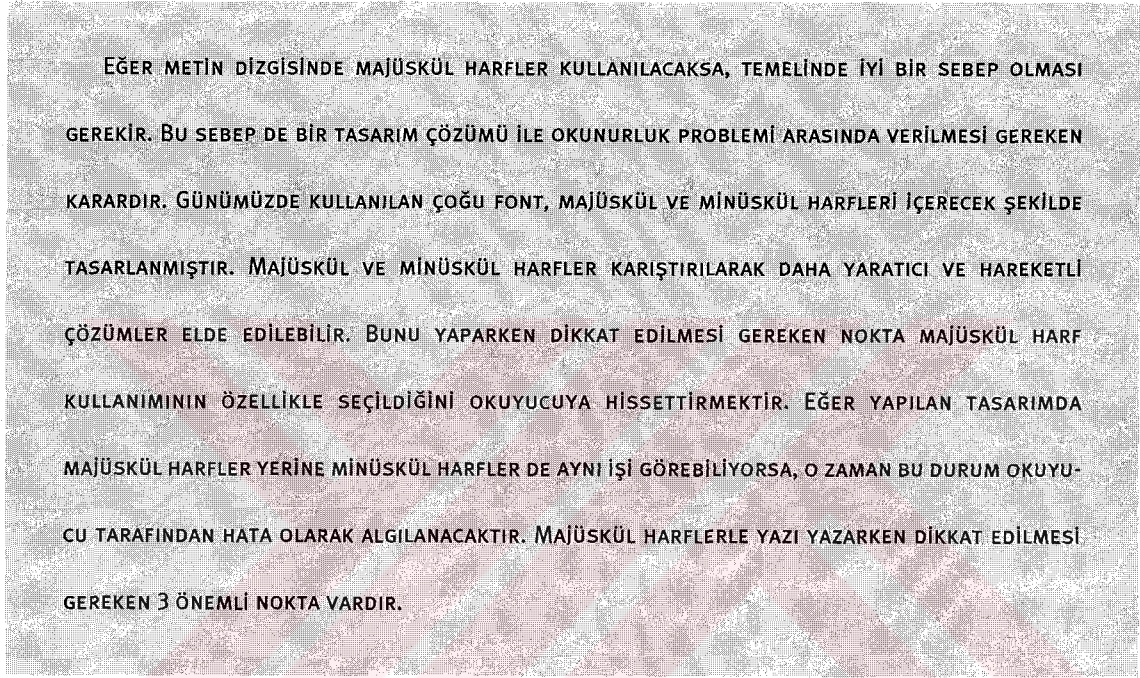
12 punto yazı büyüklüğü, 17 punto satır arası boşluğu.

MAJÜSKÜL HARFLERLE DİZİLEN YAZILAR, AYNI PUNTODA MINÜSKÜL HARFLERLE DİZİLEN YAZILARDAN YAKLAŞIK %35 DAHA FAZLA ALAN KAPLAMAKTADIR. BU YÜZDEN EĞER METİN BÜYÜK HARFLERLE DİZİLECEKSE, YAZI BÜYÜKLÜĞÜ METİN DİZGİSİNİN GEREKTİRDİĞİNDEN YAKLAŞIK %35 DAHA KÜÇÜK OLMALIDIR.

9 punto yazı büyüklüğü, 20 punto satır arası boşluğu.

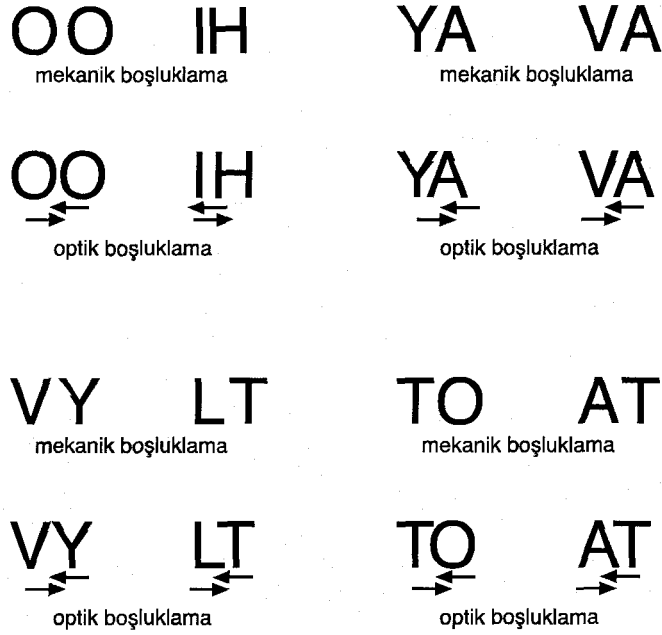
Şekil 56

2.6.3.1.2. Satır arası boşluğu: Majüskül harflerle dizilen yazılar kapladıkları alan nedeniyle daha sıkışık ve kalabalık bir görünüme sahip oldukları için satır arası boşluğu da minüskül harflerle dizilen yazılardan daha fazla olmalıdır. Böylece metin daha ferah bir görünüm kazanacaktır (Williams, 1996: 111). Şekil 57’de görüldüğü gibi satır arası boşluğuna normalden biraz daha fazla boşluk eklenerek, okuyucunun satır başlarını bulması kolaylaştırılmıştır.



Şekil 57

2.6.3.1.3. Harf ve kelime arası boşluğu: Majüskül harflerle dizilen yazıların harf arası boşluklarında düzensizlik vardır. Bu yüzden bazı harf kombinasyonları, tasarımcı tarafından tekrar düzenlenmelidir. Örneğin; dairesel hat yapısına sahip “O” gibi harfler, düz hatlara sahip “H ve I” gibi harflerden daha az boşluk isterler. Açılı ve asılı hatlara sahip “Y, L, A ve T” gibi harfler ise en az boşluk isteyen harflerdir (Şekil 58). Bir başka önemli nokta ise harf arası boşlukların düzenlenmesi kadar, kelime arası boşlukların da düzenlenmesinin gerekliliğidir. Ayrıca majüskül harflerle dizilen yazıların kelime arası boşlukları minüskül harflerle dizilen yazılardan daha geniş olmalıdır. Böylece kelimeler, rahatça algılanabilir (Craig, 1999: 120).



Şekil 58

2.6.3.1.4. Yazı karakteri seçimi: Majüskül harflerle yazı dizerken dikkat edilmesi gereken en önemli nokta ise yazı karakteri seçimidir. Aşırı süslü, dekoratif ve kaligrafik yazı karakterleri yapısal özelliklerinden dolayı; okuma güçlüğü ve espas sorunlarına neden olacaklarından tamamen majüskül harflerle dizilemezler. Bunun sebebi bu tür yazı karakterlerinin kısa kelimeler halinde minüskül olarak ya da paragraf başlarında gösterim ilk harfi olarak kullanılmak amacıyla tasarlanmış olmasıdır (Şekil 59).

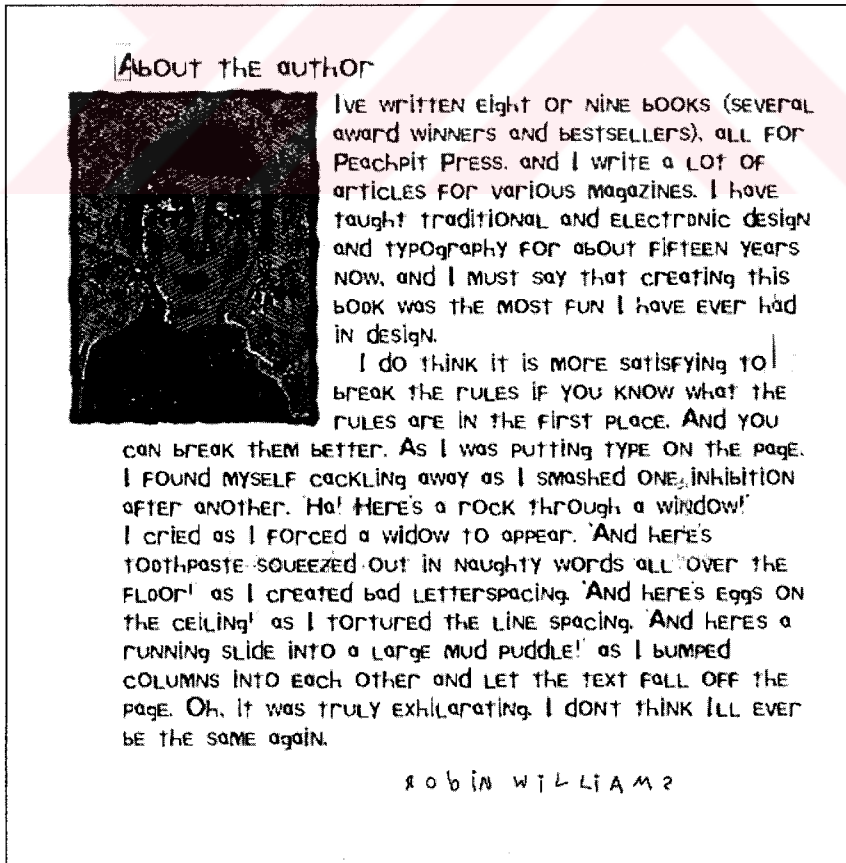
BONANZA (bonanza)
Agincoort–Türk Gothic

TEBRIKLER (tebrikler)
Vivante

LAGEER (lazer)
Duc De Berry

Şekil 59

Şekil 60'da tasarımcı Robin Williams'ın kendisi ve yazarı olduğu kitabı hakkında bilgi vermek amacıyla tasarladığı arka sayfa düzenlemesinde, hiç de alışık olunmayan bir biçimde majüskül ve minüskül harfleri karışık olarak içeren bir yazı karakteri ile karşılaşırız. Konu tipografi kurallarının yıkılması olunca, geleneksel kurallara sadık bir biçimde tasarlanmış bir karakter kullanılması, bu içeriği ifade etmek için zayıf kalabilirdi. Bu yüzden, renkli bir kişiliğe sahip olan tasarımcı, hem kişiliğini okuyucuya yansıtmak, hem de konusu tipografi kurallarının ötesine geçmek olan bu kitabın içeriğini ifade edebilmek için böyle bir yöntem kullanmayı tercih etmiştir. Çünkü temel tipografi kurallarına göre majüskül harfler sadece başlıklar için ya da metin içerisinde vurgu yaratmak için kullanılmaktadır; metin dizgisinde kullanılmaları okunurluğu olumsuz yönde etkilemektedir. Ancak tasarımcı özellikle bu yazı karakterini seçerek okuyucunun aklında, görsel olarak çeşitliliği, farklılığı ve sıradışılığı anımsatan bir his uyandırmaya çalışmıştır.



Şekil 60 (Williams, 1990: 41)

2.6.4. Kural 4: Aynı anda çok farklı yazı büyüklüğü ve kalınlığı kullanmaktan kaçınılmalıdır.

Farklı yazı büyüklükleri ve kalınlıkları, bilgiyi düzenlemek amacıyla kullanılır. İsviçreli ünlü tasarımcı Joseph Müller Brockman, bilgiyi organize etmek için tek bir yazı karakterinin iki farklı kalınlık biçimini kullanmanın en uygun yöntem olduğunu iddia eder; biri başlık, diğeri de metin dizgisi içindir. Büyüklükteki ve kalınlıktaki bu sınırlamalar, sayfa düzeninin daha işlevsel olması içindir. Bu kuralı uygularken dikkat edilmesi gereken nokta, yazı boyutları ve kalınlıkları arasında yeteri kadar kontrast sağlanmasıdır. Çünkü kontrast eksikliği bilgilerin organizasyonunda belirsizlik yaratır. Ayrıca çok fazla yazı boyutu ve kalınlığı kullanmak, sayfanın gelişigüzel tasarlandığı yanılgısına sebep olabilir (Carter, 1998: 13).

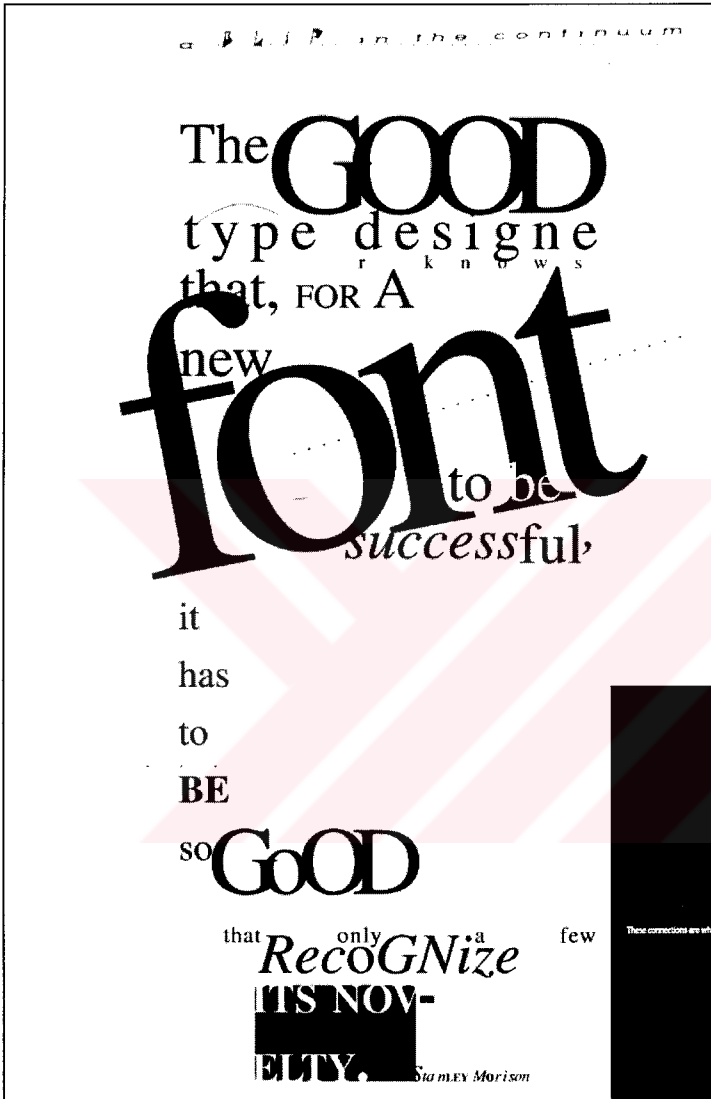
2.6.4.1. Kuralın ötesi

Büyük puntolu harflerle ilişkili olarak, küçük puntolu harfler fısıldar; aynı şekilde küçük puntolu harflerle ilişkili olarak da, büyük puntolu harfler bağırır. Büyüklük her zaman bir ilişki durumudur. Tasarımda derinlik ve mesafe hissi de, büyüklük ve küçüklük ayarlamaları ile yapılır. Büyük harfler boşlukta daha öne çıkarken, küçük harfler daha geriye itilir (Carter, 1998: 29). Vurgu yaratmanın en temel metodu, yazı karakterinin puntosunu arttırmak gibi görülebilir. Çoğu basılı materyalde okuyucu ilk önce büyük puntolu yazıları farkederek. Ancak vurgu yaratmak için başka metodlarda kullanılabilir. Örneğin; kalınlık, renk, beyaz alan, çizgiler, şekiller gibi (Brady, 1988: 26)... Tipografik denemeler yapılırken, hangi elemanların vurgulanması gerektiği belirlenmeli ve buna göre farklı büyüklükler veya kalınlıklar seçilmelidir. Ayrıca kalınlık seçimi yaparken korkak davranmamak, farklı büyüklük ve kalınlıkların özellikle kullanıldığını okuyucuya hissettirmek gerekir. Tipografik elemanlar arasında ne kadar çok kontrast olursa, o kadar etkileyici sonuçlar elde edilebilir.

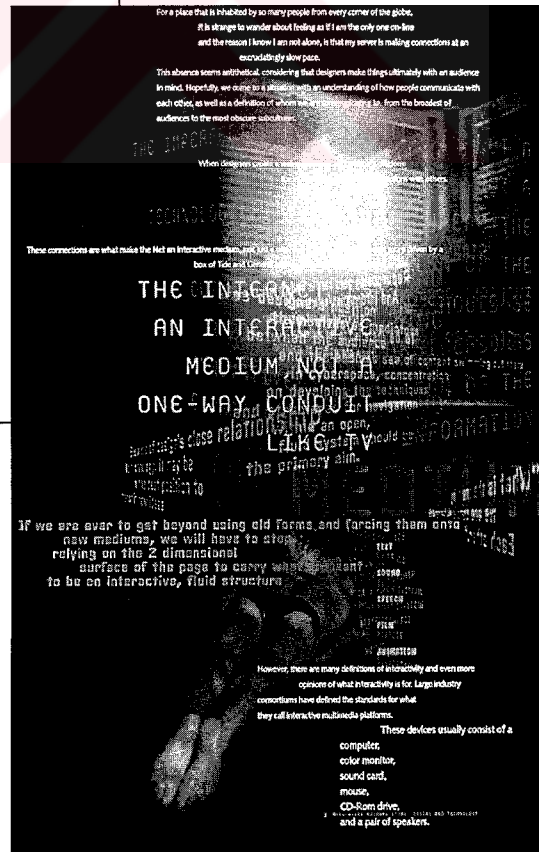
Times Roman yazı karakterinin tasarımcısı olan Herbert Spencer'in "İyi bir yazı tasarımcısı, yeni bir yazı tipinin başarılı olabilmesi için, sadece çok az kişinin onun yeniliğini farkedeceği kadar iyi olması gerektiğini bilir." sözünü tipografik olarak yorumlayan tasarımcı, aslında günümüzde çok da yeni olmayan Times Roman yazı karakterini yenilikçi bir tarzda düzenlemiştir (Şekil 61). Bunu yaparken bu yazı karakterinin farklı büyüklüklerini ve kalınlıklarını kullanmıştır. Tasarımcının buradaki amacı gazetelerde, kitaplarda ya da tez gibi kaynaklarda, geleneksel kurallara uygun bir biçimde görmeye alışık olduğumuz Times Roman yazı karakterini, daha yenilikçi bir tarzda düzenleyerek de kullanabileceğimizi, ancak onun yine de okunurluğundan ve işlevselliğinden bir şey kaybetmeyeceğini göstermektir. Tasarımcı bu düzenlemeyi rastlantısal bir biçimde yapmamıştır. Kompozisyona ilk bakıldığında farkedilen "good (iyi), font (yazı tipi), recognize (farketmek), its novelty (onun yeniliği)" gibi kelimeleri ön plana çıkararak yazının içeriği hakkında, bir ipucu vermeye çalışmıştır. Böylece yazının anlamını güçlendirmiş, ilgi yaratarak okuyucuya bunu yansıtmaya çalışmıştır.

Şekil 62'de görüldüğü gibi tasarımcı, internet üzerinden farklı düşüncelere sahip katılımcıların fikir alışverişinde bulundukları bir ortamı görsel olarak ifade etmek için, birden fazla yazı karakterinin büyüklüğünü, kalınlığını ve açısını kullanmıştır. Sayfa üzerinde sanki uçuyormuş gibi görünen bu yazılar, forum'a katılan katılımcıların birbirlerine yazdıkları mesajlardan oluşmaktadır. Yazıların içeriklerine bakıldığında, genel olarak internet ortamının tek-yönlü bir kanal olmadığı, kullanıcı ve site arasında etkileşimli olarak çalışan bir ortam olduğunun anlatıldığı görülmektedir. Ayrıca bilindiği gibi internet ortamında, herkes birbirine bu düşüncelerini eş zamanlı olarak gönderip paylaşılabilmektedir. Bu yüzden tasarımcı farklı düşüncelerin paylaşıldığı böyle bir ortamı ifade edebilmek için, farklı yazı karakterlerinin farklı büyüklüklerini ve kalınlıklarını kullanmayı tercih etmiştir. Tasarımcı farklı büyüklük ve kalınlığı sadece yazılar arasında kontrast yaratmak için değil, aynı zamanda farklı düşüncelerin seslerini

görselleştirmek için bir araç olarak kullanmıştır. Ayrıca interaktif ortamın, insanların düşüncelerini aynı anda paylaşabilecekleri bir ortam olduğunu ifade edebilmek için, yazılar birbirlerinin üstüne gelecek şekilde, bir derinlik hissi yaratarak dizilmiştir.



Şekil 61 (Williams, 1990:84)



Şekil 62 (Motif Design, 1997: 84)

2.6.5. Kural 5: En uygun okunurluk için orta ağırlıkta ve normal genişlikte yazı karakterleri kullanılmalıdır. Aşırı kalın veya aşırı ince yazı biçemlerinin kullanımından kaçınılmalıdır.

Yazı karakterleri, hatlarının kalınlıkları ile tanımlanır. Çok ince yapıdaki yazı biçemleri zeminden ayırt edilmeleri güç olduğundan, aşırı kalın yapıdaki yazı biçemlerinde ise kapatılmış alanların boyutları küçüldüğünden, okunurlukları zayıftır. Aşırı kalın ve aşırı ince yazı biçemlerinin kullanılması sahip oldukları bu dengesiz yapılar nedeniyle sakıncalıdır. Özellikle metin yazıları için normal ve book varyasyonları okunurluk için idealdir.

2.6.5.1. Yazı ailesi: Yazı ailesi, benzer görsel özelliklere sahip yazı karakterlerinin bir araya gelmeleriyle oluşur. Bir yazı ailesinin üyeleri hem birbirlerine benzer hem de görsel olarak kendilerine has kişiliklere sahiptir. Yazı ailesini oluşturan yazı karakterleri, değişik ağırlıklara ve genişliklere sahiptir. Bazı yazı aileleri pek çok üyeye sahipken, bazılarında sadece birkaç üye bulunur. Örneğin Stone yazı ailesi (Şekil 63).

Stone Sans

Regular

Regular Italic

Semibold

Semibold Italic

Bold

Bold Italic

Şekil 63 (Carter , 1997: 11)

2.6.5.2. Kuralın ötesi

Ancak farklı tasarım problemleri farklı çözümler gerektirebilir; örneğin dar yapılı sütunlara sahip bir sayfa düzeninde, yazıyı sayfaya sığdırmak için yazı karakterinin condensed (daraltılmış) versiyonunu kullanmak gerekebilir; ya da yoğun bir zemin üzerinde yazının okunmasını sağlamak için onun bold (kalın) veya ekstra bold (ekstra kalın) versiyonunu kullanmak gerekebilir.

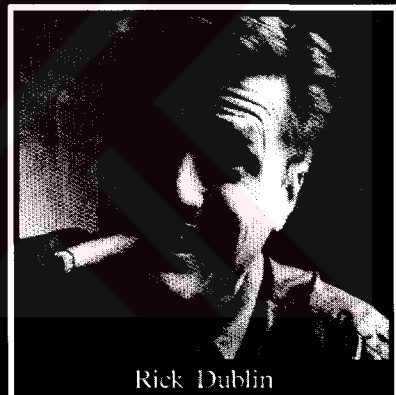
Bütün yazı karakterlerinin, harfin hat yapısından kaynaklanan bir ağırlığı vardır. İnce yapılı hatlara sahip olan yazı karakterleri, hafif ve çelimsiz gözüktürken, kalın yapılı hatlara sahip olan yazı karakterleri güçlü ve emin bir görünüme sahiptir. İnce hatlı yazı karakterlerinin açık ve ferah görünümlü “kapalı alanları” vardır. Diğer taraftan, kalın hatlı yazı karakterleri, daha kapalı ve küçük “kapalı alanlara” sahiptir. Bu sebeplerden dolayı, ince olanlar daha açık bir renge sahipken, kalın olanlar daha koyu görünürler.

Tipografik denemeler yapılırken hangi elemanların vurgulanmaları gerektiğine karar verilip, hat ağırlıkları ona göre seçilmelidir (Şekil 64). Tipografik elemanlar arasındaki ağırlık kontrastı arttıkça, görsel etkisi de o kadar artar. Aşırı kalın ve aşırı ince yazı karakterleri, normal kalınlıktaki yazı karakterlerine göre daha az okunurluğa sahiptir. Bu tür yazı karakterleri kullanırken, dikkat edilmesi gereken noktalar; ekstra kelime ve satır arası boşluğu kullanmak, aşırı kalın yazı karakterinin puntosunu biraz düşürmek, aşırı ince yazı karakterinin puntosunu biraz arttırmaktır (Williams, 1996: 40).

RICK DUBLIN

wants you to
know that this

ad for Joe Lampi was paid for by **RICK DUBLIN**. Which would explain why **RICK DUBLIN'S** name is so prominent and Joe's is so, well, um, not. But really, it only seems fair after all the things that **RICK DUBLIN** has done for his former assistant. I mean, what's his name was a nobody, a nothing, a nameless face in the crowd until the famous **RICK DUBLIN** pulled him out of that filthy soup kitchen and molded him into a photographer that **RICK DUBLIN** could be proud of. In fact, Mister I-don't-need-**RICK DUBLIN**-anymore owes such an enormous debt to that photographic genius **RICK DUBLIN** that it's pitiful. After all, who did **RICK DUBLIN** get to help him shoot those Hush Puppies ads? Right. So now the miserable little ingrate thinks he's too damn good to assist **RICK DUBLIN** anymore. He's too good to fetch **RICK DUBLIN'S** lenses, adjust **RICK DUBLIN'S** apertures, iron **RICK DUBLIN'S** shirts. Fine. Go right ahead. Twist the knife a little deeper into **RICK DUBLIN'S** back. Call Joe Lampi at (612) 332-8864.



Rick Dublin

2.6.6. Kural 6: Yazı karakterini deformasyona uğratmak onun okunurluğunu zedeler. Bu yüzden yazı karakterlerinin yapısal özellikleri değiştirilmemelidir.

Bilgisayar ortamında yazı karakterlerini aşırı biçimde daraltmak, genişletmek, yapılarını bozmak, onları konuşma dilinde kullanılan sembollerden daha farklı anlamlar ifade eden imgelere dönüştürür. Bu aynı zamanda okuyucuya yabancı ve farklı görünen görsel bir yapının oluşmasına sebep olur. Bu da, okuma sürecini olumsuz yönde etkiler. Nasıl ve neden bozulduğuna bağlı olarak, bu görüntü değişken olabilir.

2.6.6.1. Kuralın ötesi:

Günümüzde kullanılan pek çok masaüstü yayıncılık programı, harfin yapısını dikey, yatay veya başka bir biçimde ölçülendirebilme imkânına sahiptir. Harfleri bu şekilde bozmak ve çeşitli denemelerle, etkileşimlerle birbirleriyle ilişkilendirmek görsel olarak merak uyandırıcı, dikkat çekici sonuçlara ulaşılmasını sağlayabilir. Ancak tecrübesiz bir tasarımcının elinde oldukça kötü sonuçlar doğurabilir. Bu yüzden bu denemeler oldukça bilinçli bir biçimde yapılmalıdır. Her ne kadar yazı, bir mesajı harfler ve kelimeler aracılığıyla aktarsa da, bu aktarım sürecindeki sesin tonu seçilen yazı karakterine ve ona grafik olarak nasıl etki ettiğimize bağlıdır (March, 1988: 43). Örneğin; bir harfi veya harf grubunu parçalara ayırarak bozmak, görsel olarak bir kaos veya kopuk bir iletişimi ifade edebilir, veya eğilmiş, daraltılmış yazılar, bir hareketi veya bir yönü ifade edebilir. Bu şekilde birbirleriyle etkileşimli olarak kullanılan bu tarz efektler, neredeyse sonsuz deneysel sonuçlara ulaşılmasını sağlar. Tasarımcıya bu aşamada gereken, biraz yaratıcı düşünce, biraz da yazılım bilgisidir. Ayrıca bir harfi veya harf grubunu ince ince işleyerek, daha karışık ya da daha basit formlara dönüştürmek, görsel olarak vurgu yaratır ve metnin anlamını genişleterek onu yazının ötesine taşır (Şekil 65).



Şekil 65 (Tasarım: Çağlar Okur)

Şekil 66'daki çalışma Robert Massin'in "Piaf'a Hürmet" başlıklı çalışmasıdır. Massin, Edith Piaf'ın "La Foule (Kalabalık)" isimli şarkısının foto-grafik bir yorumunu yaparken, yazının elastik yüzeyler üzerine basılarak deforme edildiği bir tekniği kullanmıştır. Massin'e göre bu çalışma sahne anını ve şarkı sözlerinin içeriğini basılı sayfalara taşımaktadır. Tasarımcı, yazıyı deforme ederek, sayfanın durağanlığı içerisinde sınırlandırılmış olan şarkının canlılığını yakalamaya çalışmıştır. Massin; "Bizi sürükleyen kalabalık tarafından sürükleniyoruz, birbirimizden uzaklaşıyoruz. Savaşıyorum ve çırpınıyorum fakat sesim diğerlerinin kahkahasına boğuluyor. Ve acıdan, öfkeden ve kızgınlıktan haykırıyorum. Ve ağlıyorum. Beni sürükleyen kalabalığa yumruklarımı sıkıyorum." anlamına gelen şarkının, sözlerinin içeriği ile sözel anlamın görsel formunu birbirine bağlayan bir bütünlük kurmaya çalışmıştır. Bunu yaparken şarkıcının yüz ifadesini ve o andaki duygularını görsel olarak yazıya yüklemeye çalışmıştır. Böylece yazı, tıpkı şarkıcının ses tonundaki yükselmeler, alçalmalar, vurgular gibi sayfa üzerinde akıp giden bir görüntüye sahip olmuştur. Massin bu çalışma ile

sesin ahengini, harfleri deforme ederek canlandırmayı amaçlamıştır. Sonuçta Massin bu çalışması ile daha etkili bir iletişim kurmak adına, yazının okuturluğundan fedakarlık etmiştir, ancak bunun görsel iletişime olan katkısı göz ardı edilemez.



Şekil 66 (<http://www.angelfire.com/ny/foxrocklit/greenart.html>)

Şekil 67’de görülen örnekte tasarımcı, kelimelerin içeriğini ön plana çıkararak sözel anlamlarını ikinci plana iten bir çalışma yapmıştır. Konu olarak Avrupa’nın bölünmüş sosyal ve politik yapılarını, ve İngilizce iletişimin bozulmuş doğasını anlatan bu sayfa tasarımında, okunur harfler kullanmak yerine, “bozulma” ve “bölünme” gibi kavramları okuyucuya hissettirmek için yazıyı çeşitli biçimlerde deforme ederek onun okunurluğunu azaltmıştır. Ancak tasarımcı yine de bu deformasyonun dozunu çok fazla kaçırmamış ve okuyucunun yazının içeriğini anlamasını sağlayacak ipuçları bırakmıştır. Önceki bölümlerde de bahsedildiği gibi günümüzde yapılan pek çok araştırma, çoğu harfin %75 oranında deforme edilse bile okunurluklarını tamamen kaybetmediklerini gösterir. Burada önemli olan nokta ise bu deformasyonun dozunun iyi ayarlanması ve harfin yapısını en iyi biçimde yansıtan ipuçlarının bırakılmasıdır. Ayrıca mesajın iletilme biçimi, tasarımın görsel yapısıyla ve yazı formları arasındaki kontrast ile daha da güçlendirilmiştir. Örneğin tasarımın sağ alt köşesinde dikey olarak yazılan ve eğilerek dizilen “fear (korku)” kelimesi, yatayda bulunan yazılarla düzeysel bir kontrast içerisindedir. Sonuç olarak tasarımcı, sık kullanılan yazı karakterlerini (Garamond, Industry Sans, Missive ve Carmella) ele almış, ancak onları çeşitli biçimlerde bozulmaya uğratarak, bazı yan anlamlar içerecek biçimde çeşitli görsel imgelere dönüştürmüştür.

2.6.7. Metin dizgisinde, düzenli bir doku elde edebilmek için, tutarlı harf ve kelime boşluğu kullanılmalıdır. Ayrıca gözün bir satırdan diğer satıra rahatça geçmesini sağlayacak satır boşluk düzeni kullanılmalıdır.

Harfler kelimelere ve kelimeler de satırlara nazikçe ve doğal olarak akıp gitmelidir. Bu da kelime boşluk düzeninin, harf boşluk düzeni ile orantılı bir biçimde artması anlamına gelir. Düzensiz biçimde tasarlanmış harf ve kelime boşluk düzeni okumayı güçleştirir, okuyucunun gözleri sürekli olarak duraklar ve kelimeler arasında düzeltme yapma ihtiyacı duyar. Aşırı dar veya aşırı geniş biçimde tutulmuş kelime ve harf boşluk düzenleri okunurluğu olumsuz yönde etkiler.

2.6.7.1. Harf arası boşluğu

Uygun harf boşluk düzenini, seçilen yazı karakteri, onun ağırlığı ve kalınlığı gibi faktörler etkilemektedir. Harf boşluk düzeni, metnin açıklığını, koyuluğunu ya da dokusunu değiştirir. Tutarlı ve düzenli ayarlanmış harf boşluk düzeni okuturluğu artırır. Sıkı olarak ayarlanmış boşluk düzenlemeleri metni daha koyulaştırır ve bir satırdaki harf sayısı artar. Aynı şekilde daha gevşek ayarlanmış boşluk düzenlemeleriyle de metin daha açık bir dokuya sahip olur ve satırdaki harf sayısı azalır. Sınırlar zorlanırsa her iki durumda da okunurluk ve okuturluk azalmaktadır. Ancak bilinçli bir biçimde uygulanırlarsa sayfaya canlılık getirebilir ve okuyucuya farklı anlamlar ifade edebilir (Carter, 1997: 14).

2.6.7.2. Kelime arası boşluğu

Kelime boşluk düzeni, harf boşluk düzenine orantılı biçimde ayarlanmalıdır; böylece harfler zarif bir biçimde kelimelere ve kelimeler de satırlara dönüşebilir. Açık biçimde ayarlanmış kelime boşluk düzeni metnin dokusunu bozar ve kelimelerin birbirinden kopmalarına sebep olup, okunurluklarını zayıflatır. Sıkı biçimde ayarlanmış kelime boşluk

düzenleri ise kelimelerin birbirlerine aşırı biçimde yaklaşmalarına sebep olur. Bu durumda ise okuyucu kelimeleri birbirinden ayırt etmekte zorluk çekecek ve gözü yoracaktır (Carter, 1997: 14).

2.6.7.3. Satır arası boşluğu

Düzgün ayarlanmış bir satır boşluğu okuyucunun yazıyı okurken bir satırdan diğer satıra hiç bir aksamaya uğramadan geçmesini sağlar. Düzgün ayarlanmamış satır boşluk düzenlerinde göz, satırları birbirinden ayırt etmekte güçlük çeker. Satırlar çok geniş boşluk düzenleriyle ayarlandıkları zaman, metin birbirine paralel çizgiler olarak algılanmakta ve satırlar arasındaki geçişlerde kopukluk yaşanmaktadır. Tam tersi durumlarda, yani birbirlerine çok yakın ayarlanmış satır boşluk düzenlerinde ise göz diğer satır başını bulmakta zorlanacak ve böylece okunurluk da aksayacaktır (Carter, 1998: 13).

Satır boşluk düzeni alt satırdaki taban çizgisinden üst satırdaki taban çizgisine kadar olan alana denir ve genellikle punto cinsinden ölçülendirilmektedir. Eğer hiçbir boşluk düzeni ayarlanmamışsa, bu duruma solid (tam) denir. Örneğin yazı 10 punto ise ve satır boşluk düzeni solid olarak ayarlanmışsa, satır arası boşluğu da 10 puntodur. Satır arası boşluğunun ideal ölçüsü, yazı karakterinin ölçüsünün %20 fazlasıdır, yani 10 punto bir yazı karakterinin ideal satır arası boşluğu 12 puntodur. Ancak bu kural her zaman geçerli değildir. Aşağıdaki durumlarda satır arasının normalden daha açık veya daha kapalı olması gerekebilir.

- **Serifsiz yazı karakterleri:** Serifli yazı karakterlerinden daha büyük x-yüksekliğine sahip oldukları için daha geniş satır arası boşluk düzenine ihtiyaç duyarlar.
- **Tamamen büyük harflerle dizilmiş yazılar:** Daha çok alan kapladıkları için yine daha geniş boşluk düzenine ihtiyaç duyarlar.

- **Yüksek yukarı uzantılara sahip yazı karakterleri:** Küçük x-yüksekliğine sahip oldukları için satır arası kısılmak istenebilir ancak aynı zamanda yukarı uzantıları vurgulamak için de satır arası biraz daha açılabilir. Bu tamamen tasarımcının kendi isteğine bağlıdır.
- **Dişi olarak kullanılan yazılar:** Büyüklüğün ve kalınlığın artırılması gibi satır arasına da ekstra boşluk eklenebilir.
- **Uzun satırlar:** Okuyucunun satır başlarını daha rahat bulabilmesi için, uzun dizilen satırlarda, satır arasına ekstra boşluk eklenebilir.
- **Geniş kelime arası boşluk düzenine sahip yazılar:** Eğer yazı, geniş kelime arası boşluklarla dizilmişse satır arasına ekstra boşluk eklenebilir (Williams, 1998: 112).

Satır arası boşluk düzeni için hatırlanması gereken diğer bir önemli nokta ise; satır arası boşluğun kelime arası boşluktan daha fazla olması gerektiğidir. Eğer satır arası boşluk kelime arası boşluktan az olursa, göz satırlar üzerinde yukarıdan aşağıya doğru bir okuma yönü izleyecektir. Satır arası boşluk, düzgün olduğunda ise göz normal okuma yönünde, soldan sağa doğru nazikçe kayacaktır (Spiekermann, 2003: 135).

2.6.7.4. Kuralın ötesi

Bazen tasarımcı özel bir etki yaratmak için boşluk düzenlemelerini artırmak veya azaltmak isteyebilir. Bu yapılırken dikkat edilmesi gereken nokta okuyucuya bunun özellikle yapılmış olduğunu hissettirmektir. Eğer boşluk düzenlemeleri artırılabaksa, farkedilir biçimde arttırılmalı, azaltılacaksa farkedilir biçimde azaltılmalıdır (Williams, 1998: 112). Okunurluğun ötesinde tipografik elemanların arasındaki yakınlık ilişkisiyle oynayarak da çeşitli denemeler yapılabilir. Harfler, kelimeler, satırlar veya paragraflar birbirlerinin üstlerine gelecek şekilde boşluk düzenlemeleri ayarlanarak ya da oldukça

lemeleri ayarlanarak ya da oldukça cömert boşluk düzenlemeleri yaratılarak değişik etkiler elde edilebilir. Tipografik elemanların, üst üste gelecek biçimde yakın ayarlanmaları, okunurluğun azalmasına veya tamamen yok olmasına neden olabilir; ancak genellikle elde edilen, görsel açıdan ilgi çekici olan ve okuyucunun dikkatini çeken tipografik formlardır.

Şekil 68’de görüldüğü gibi yazı her zaman okumak ya da okutmak için değildir. Aynı zamanda tasarımcının duygularını ve izlenimlerini dışavurabilmesi için de kullanılabilir. Bazı durumlarda ideal kelime ve satır boşluğu kullanılması sayfa tasarımına oldukça durağan ve resmi bir hava verebilir. Önceki sayfalarda bahsedilen boşluk düzenlemeleri üzerinde çalışarak, daha etkileyici, dikkat çekici ve yazıyı da görsel olarak konuşturacak sonuçlara ulaşmak mümkündür. Yazı tasarımcısı Rudolf Koch tarafından söylenen; “Hayatımın pek çok döneminde, bir şarkı şarkıcı için, bir resim ressam için, bir haykırış mutlu birisi için ve iç çekmek canı sıkkın birisi için ne ise, harflerin her formunu yapmak da benim için böyle büyük bir zevktir—hayatımın en büyük mutluluğu ve mükemmel bir ifadesidir.” sözü Robin Williams tarafından yorumlanmıştır. Tasarımcı düzenli harf, kelime ve satır boşluğu kullanmak yerine böyle bir düşünceyi okuyucuya ifade edebilmek için farklı boşluk düzenlemeleri kullanmıştır. Sözün ana fikri “kendini ifade etmek” olunca, tasarımcı, genel bir beğeniye sahip olan temel tipografi kurallarına sadık kalmak yerine daha serbest ve ifade edici olan bir tarz kullanmıştır. Belki tipografi kurallarına uygun olarak dizilen yazı sözel anlamda daha rahat okunabilir; ancak bu şekilde başka bir yazı da dizilebilir ve okuyucuya görsel anlamda birşey ifade etmeyebilirdi. Önemli olan yazıyı, kullanılan sözün içeriği ile uyumlu ve görsel olarak okuyucuya birşey ifade eden bir araç olarak kullanmaktır. Ayrıca tasarımcı, cümle içerisinde bazı kelimeleri ön plana çıkartarak ilk bakışta bile cümlelerin içeriği konusunda ipucu vermeye çalışmıştır. Örneğin; “Letters (harfler), pleasure (zevk), song (şarkı), happy (mutlu) and perfect (mükemmel).”

The making of **letters** in every form is for me the purest and greatest **pleasure**, and at many stages of my life it was to me what a **song** is to the singer, a picture to the painter, a shout to the elated, or a sigh to the op-pressed—it was and is for me the most **happy and perfect** ex-pression of my life.

Rudolf Koch

the making of **LETTERS** in every
form is for me the purest
and the great-

est
PLEASURE,
and at many
stages of
my life it was to
me what a **SONG** is
to the singer, a picture to
the painter, a shout to the
elated, or a sigh to the
op - pressed—it was and is for
me the most **HAPPY AND PERFECT**
ex - pression of my life.

RUDOLF

KOCH

2.6.8. Kural 8: Metin yazısında en uygun okuturluk için en uygun satır uzunluğu kullanılmalıdır. En uygun satır uzunluğu da, o satırda kullanılan yazı karakteri alfabetinin 1.5 katı olmalıdır.

Çok uzun veya çok kısa satır uzunlukları okumayı aksatır. Satır genişliği çok uzun olduğunda, satır sonunda göz diğer satıra geçmekte güçlük çeker; çok kısa olduğu durumlarda ise yazıyı algılamaya çalışan ve sürekli yön değiştiren göz hareketlerinden dolayı okuma süreci can sıkıcı ve rahatsız edici bir durum alır. Ayrıca kısa satır uzunluğuna sahip paragraflar her iki taraftan bloklandıklarında “nehir” diye adlandırılan gelişigüzel kelime boşlukları oluşur. Kelime arası boşlukların, satır arası boşluklardan daha fazla olduğu durumlarda ise, yukarıdan aşağıya doğru farkedilen düzensiz boşluklar meydana gelir. O halde en uygun satır uzunluğuna nasıl karar verilmelidir? Pek çok tasarımcı satır uzunluğunun kullanılan yazı karakteri alfabetinin 1.5 katı olması gerektiğini savunur.

2.6.8.1. Kuralın ötesi

Ancak bu kural her zaman işe yaramamaktadır. Örneğin, bu kuralı 12 punto Garamond yazı karakteri için uyguladığımızda, bir satırın maximum 9.5 cm. olması gerekir, ancak normal satır arası boşluk düzeniyle 13 cm.’ye kadar oldukça okunaklıdır. Ayrıca bu kuralın işlememesinin diğer bir sebebi de, satır arası boşluk düzenini dikkate almamasıdır. Eğer satır uzunluğu artırılsaydı, satır arasına ekstra boşluk eklenerek gözün satır başlarını algılaması kolaylaştırılabilir (Brady, 1988: 38).

Buna ek olarak satır uzunluğu arttıkça kelime arasına ekstra boşluk verilebilir. Ayrıca dar sütunlu sayfa düzenlerinde, tasarımcı oldukça kısa satırlar kullanmak zorunda kalabilir. Bu durumda ise mümkün olan en az tirelemeyi gerektiren, geniş kelime ya da harf arası boşluk düzeni istemeyen yazı karakterleri tercih edilmelidir. Daraltılmış ve ince hatlara sahip yazı karakterleri (News Gothic, Garamond condensed, Trade Gothic veya

Triplex condensed gibi...) bu tür uygulamalar için oldukça uygundur (Brady, 1988: 24). Optimum satır uzunluğunu hesaplamanın kesin bir formülü olmasa da, normal uzunluk-taki bir satırda ortalama 65 karakter ya da 8–10 kelime bulunur. Bu ölçü aynı zamanda bir satırı her iki taraftan da bloklamanın minimum ölçüsüdür. Eğer bir satır her iki taraftan da bloklandığında “nehir” adı verilen ve yukarıdan aşağıya doğru gözlemlenen düzensiz boşluklar meydana geliyorsa o zaman satır uzunluğu optimum düzeyin altında demektir. Ayrıca satır uzunluğu şu durumlarda kısaltılabilir:

- Yazı karakteri çok büyük veya çok küçük x–yüksekliğine sahipse,
- Yazı karakteri serifsizse,
- Yazı renkli bir zemin üzerinde negatif olarak kullanılıyorsa,
- Kullanılan yazı karakteri dekoratif, italik veya script türünde ise,
- Eğer kullanılan yazı karakteri okunması güç bir yüzeyde, örneğin slayt üzerinde veya web ortamında sunuluyorsa (Williams, 1998: 38).

Satırların çok kısa olduğu durumlarda ise tasarımcı, kelimeleri anlamlı parçalar oluşturacak şekilde bölmelidir. Bunun sebebi okuyucunun kelimeleri kendi başlarına değil, biraraya geldiklerinde oluşturdukları anlamlara göre algılamasıdır (Williams, 1998: 159).

Sonuç olarak, tamamen bu kurala bağlı kalmak yerine optimum satır uzunluğuna karar verirken yazının büyüklüğü, x–yüksekliği, hat yapısı, renk, gibi faktörleri de göz önünde bulundurmakta fayda vardır (Brady, 1988: 38).

Eğer metin dizgisinde satır uzunluğu artırılırsa, aynı zamanda satır arası boşluğu da artırmak gerekir. Satır arasına ekstra boşluk eklenerek okuyucunun satır başlarını rahatça bulması sağlanabilir (Şekil 69).

←----- 9.5 cm. -----→
 abcçdefgğhijklmnoöpqrsštuüvwxyzabcçdefgğhijklm
 garamond alfabesinin 1.5 katı

Çok uzun veya çok kısa satır uzunlukları okumayı aksatır. Satır genişliği çok uzun olduğunda, satır sonunda göz diğer satıra geçmekte güçlük çeker, çok kısa olduğu durumlarda ise yazıyı algılamaya çalışan ve sürekli yön değiştiren göz hareketlerinden dolayı okuma süreci can sıkıcı ve rahatsız edici bir durum alır.

12 punto yazı büyüklüğü—14 punto satırarası boşluğu

←----- 13 cm. -----→
 abcçdefgğhijklmnoöpqrsštuüvwxyzabcçdefgğhijklmnoöpqrsštuüvwxyz
 garamond alfabesinin 2 katı

Çok uzun veya çok kısa satır uzunlukları okumayı aksatır. Satır genişliği çok uzun olduğunda, satır sonunda göz diğer satıra geçmekte güçlük çeker, çok kısa olduğu durumlarda ise yazıyı algılamaya çalışan ve sürekli yön değiştiren göz hareketlerinden dolayı okuma süreci can sıkıcı ve rahatsız edici bir durum alır.

12 punto yazı büyüklüğü—16 punto satırarası boşluğu

←----- 16 cm. -----→
 abcçdefgğhijklmnoöpqrsštuüvwxyzabcçdefgğhijklmnoöpqrsštuüvwxyzabcçdefgğhijklm
 garamond alfabesinin 2.5 katı

Çok uzun veya çok kısa satır uzunlukları okumayı aksatır. Satır genişliği çok uzun olduğunda, satır sonunda göz diğer satıra geçmekte güçlük çeker, çok kısa olduğu durumlarda ise yazıyı algılamaya çalışan ve sürekli yön değiştiren göz hareketlerinden dolayı okuma süreci can sıkıcı ve rahatsız edici bir durum alır.

12 punto yazı büyüklüğü—18 punto satırarası boşluğu

Şekil 69

Şekil 70’de görüldüğü gibi soldaki düzenlemede normal genişlikte yazı karakteri seçilmiş (garamond book) ancak satır çok kısa olduğu için metin düzensiz bir biçimde bölünmüştür. Ortadaki düzenlemede normal genişlikte bir yazı karakteri (garamond book) tercih edilmiş, her iki taraftan bloklanmış, bunun sonucu olarak da “nehir” diye adlandırılan gelişigüzel kelime boşlukları oluşmuştur. Sağdaki örnekte ise daraltılmış yapıda yazı karakteri (garamond condensed) seçilmiş ve satır sağdan serbest bırakılmıştır. Böylece hem daha kısa bir paragraf, hem de daha düzgün bir yazı dokusu elde edilmiştir.

Çok uzun veya çok kısa satır uzunlukları okumayı aksatır. Satır genişliği çok uzun olduğunda, satır sonunda göz diğer satıra geçmekte güçlük çeker, çok kısa olduğu durumlarda ise yazıyı algılamaya çalışan ve sürekli yön değiştiren göz hareketlerinden dolayı okuma süreci can sıkıcı ve rahatsız edici bir durum alır.

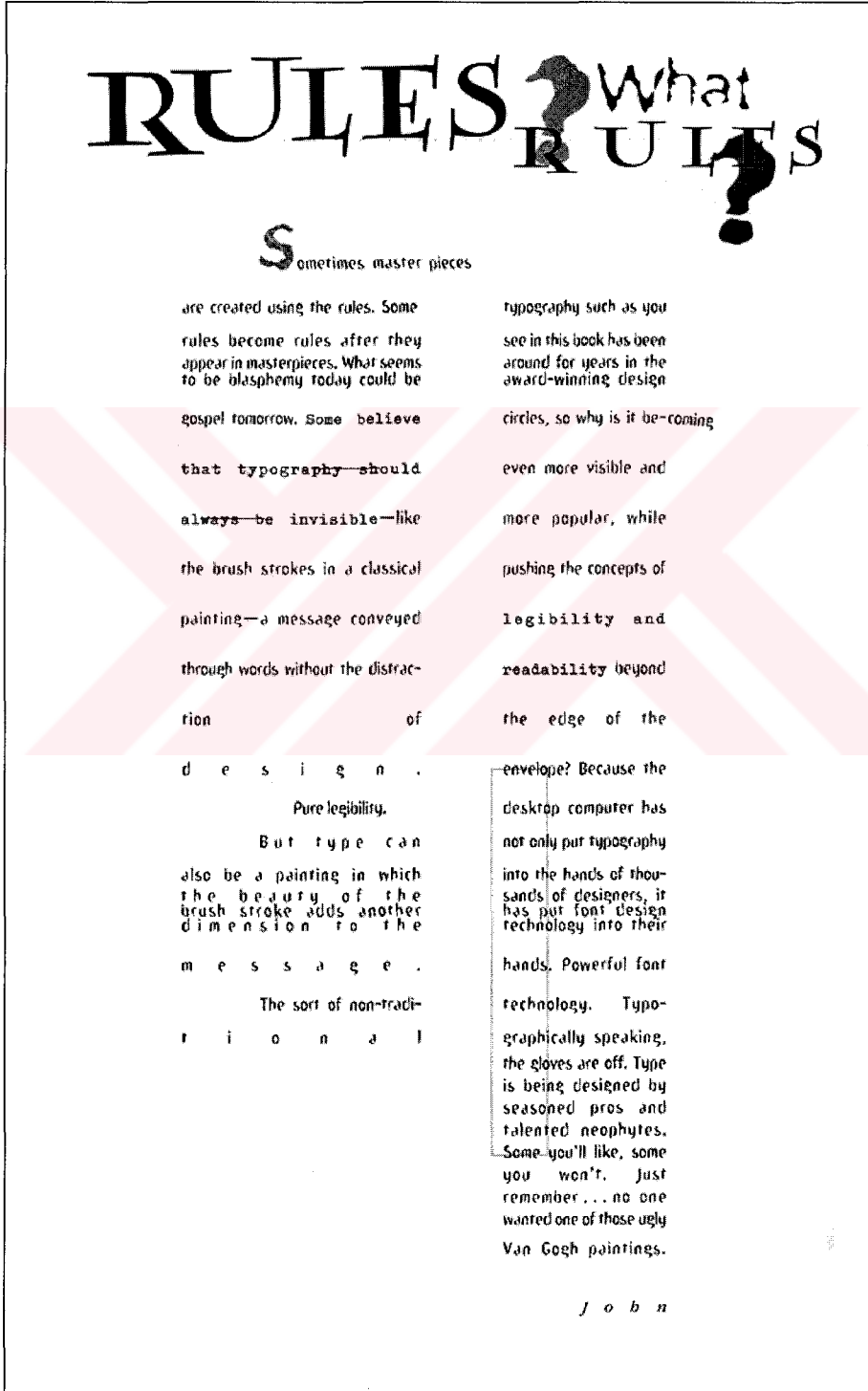
Çok uzun veya çok kısa satır uzunlukları okumayı aksatır. Satır genişliği çok uzun olduğunda, satır sonunda göz diğer satıra geçmekte güçlük çeker, çok kısa olduğu durumlarda ise yazıyı algılamaya çalışan ve sürekli yön değiştiren göz hareketlerinden dolayı okuma süreci can sıkıcı ve rahatsız edici bir durum alır.

Çok uzun veya çok kısa satır uzunlukları okumayı aksatır. Satır genişliği çok uzun olduğunda, satır sonunda göz diğer satıra geçmekte güçlük çeker, çok kısa olduğu durumlarda ise yazıyı algılamaya çalışan ve sürekli yön değiştiren göz hareketlerinden dolayı okuma süreci can sıkıcı ve rahatsız edici bir durum alır.

nehir

Şekil 70

Şekil 71’de görüldüğü gibi 65 karakter veya alfabenin 1.5 katı olma kuralı her zaman geçerli değildir. İçeriğinde tipografik kuralların sorgulandığı bu örnekte, metnin içeriğiyle görselliği arasında bir bütünlük sağlanmış, yazının sözel anlamı, tıpkı bir resim tablosunu oluşturan fırça darbeleri gibi ikinci plana itilmiştir.



Şekil 71 (Williams, 1995: 12)

2.6.9. Kural 9: En uygun okuturluk için, soldan blok–sağdan serbest harf dizgisi düzenlemesi kullanılmalıdır. Ayrıca tutarlı ve ritmik bir serbest kenar için çabalanmalıdır.

Biçimsiz ve gelişigüzel serbest kenarlar, birbirini tekrar ettiği ve çok fazla girinti çıkıntı yarattığı için gözün satır başlarını takip etmesini güçleştirir. Etkileyici ve işlevsel serbest kenarlar oluşturmanın tek amacı estetik görünüm değildir. Aynı zamanda gözün metin içerisinde nazikçe ve sürekli olarak hareketini sağlamaktır. Serbest kenarların amacı, üst satırdan alt satıra geçişte mantıksal noktalar oluşturmaktır. Bu sebeplerden dolayı serbest kenarlar gözü, mümkün olduğunca yumuşak bir geçişle alt satıra yönlendirmelidir. Ayrıca hafif konkav (dışbükey) bir şekle sahip olmalıdır. İşlevsel serbest kenarlar tutarlı ve yönlendirici bir doku oluşturmaktadır.

Metin dizgilerinde en uygun kelime ve harf boşluğu sunduğu için soldan blok-sağdan serbest hizalama metodu kullanılmalıdır. Bu tutarlı boşluk düzeninden dolayı insan gözü, hiçbir duraklamaya uğramaksızın diğer satır başına rahatlıkla geçer. Kitap, dergi veya uzun makalelerde, metin soldan bloklanıp sağdan serbest bırakılır ve satırın gride uygun biçimde sığması için tireleme kullanılır. Bu doğru bir yaklaşımdır. Ancak, soldan bloklanmış küçük gazete reklamları gibi çok kısa metin dizgilerinde tireleme yapılmasına gerek yoktur.

2.6.9.1. Temel bloklama metodları

Metin temel olarak 4 farklı methodda hizalanabilir (Şekil 72): soldan blok sağdan serbest, sağdan blok soldan serbest, sağdan ve soldan blok, sağdan ve soldan serbest, yani ortadan hizalı (Carter, 1997: 15).

Soldan blok sağdan serbest hizalama metodu, ideal harf ve kelime boşluk düzeni sağlar. Ayrıca her yeni satır farklı noktalarda bittiği için, okuyucunun diğer satır başını bulması

da kolaylaşır. Pek çok tasarımcı tarafından en okunur hizalama biçimi olarak bilinir. Sağdan blok soldan serbest hizalama metodu okuyucunun satır başlarını bulmasını güçleştiren bir metoddur. Küçük metin grupları dizmek için uygundur, ancak uzun metinler için tavsiye edilmez. Sağdan ve soldan blok hizalama metodu, eğer tasarımcı kelime ve harf boşluk düzenlerini ayarlayabilirse, oldukça okunur olabilir. Ancak bu düzenlemelerin yapılmadığı durumlarda yukarıdan aşağıya doğru uzanan ve metnin akıcılığını bozan “nehir” adı verilen biçimsiz boşlukların oluşmasına sebep olur. Pek çok masaüstü yayıncılık programı, tasarımcıların bu boşlukları ayarlamalarına olanak tanır. Ortadan hizalama metodu diğer metodlara göre daha resmi bir havaya sahiptir ve kısa metinlerde kullanıldıkları sürece okunurluk açısından çok sorun yaratmazlar. Ancak uzun metinlerin bu yöntemle dizilmesinden kaçınılmalıdır.

Soldan blok sağdan serbest hizalama metodu, ideal harf ve kelime boşluk düzeni sağlar. Ayrıca her yeni satır farklı noktalarda bittiği için, okuyucu nun diğer satır başını bulması da kolaylaşır. Pek çok tasarımcı tarafından en okunur hizalama biçimi olarak bilinir.

Sağdan blok soldan serbest hizalama metodu okuyucunun satır başlarını bulmasını güçleştiren bir methoddur. Küçük metin grupları dizmek için uygundur, ancak uzun metinler için tavsiye edilmez.

Sağdan ve soldan blok hizalama metodu, eğer tasarımcı kelime ve harf boşluk düzenlerini ayarlayabilirse, oldukça okunur olabilir. Ancak bu düzenlemelerin yapılmadığı durumlarda yukarıdan aşağıya doğru uzanan ve metnin akıcılığını bozan “nehir” adı verilen biçimsiz boşlukların oluşmasına sebep olur.

Ortadan hizalama metodu diğer metodlara göre daha resmi bir havaya sahiptir ve kısa metinlerde kullanıldıkları sürece okunurluluk açısından çok sorun yaratmazlar. Ancak uzun metinlerin bu yöntemle dizilmesinden kaçınılmalıdır.

Şekil 72

2.6.9.2. Kuralın ötesi

Ancak tasarımcı bir sayfa düzeninde her zaman bu geleneksel hizalama metodlarını kullanmak zorunda değildir. Daha deneysel yaklaşımlarda bulunmak için metin dizgisini; asimetrik, bir imgenin etrafından dolaştırarak ya da kontr çizgisinin içerisine yerleştirmek suretiyle dizebilir.

Tipografik elemanları sayfa üzerinde biraraya getirmenin 2 farklı metodu vardır; simetrik ve asimetrik. Ünlü tipografi ustası William Addison Dwiggins simetri için şöyle demiştir; “Simetri durağandır, yani sesiz, yani göze çarpmaz.” Simetrik organizasyon, sessiz, iddiasız ve resmi bir havaya sahipken, asimetrik organizasyon oldukça dinamik, görsel bir gerilim yaratır. Simetrik organizasyon merkez eksenin her iki tarafında aynı ağırlıkta tipografik elemanlardan oluşur. Asimetrik organizasyon ise enerjisini pozitif ve negatif alanların birbirleriyle etkileşimlerinden alır. Diğer bir deyişle tipografik elemanlar ve onları çevreleyen boşluk, güçlü bir kontrasta sahip uyum içindedirler.

Asimetrik hizalama metodu, tasarımcının metni mantıksal düşünce birimlerine bölmek ya da sayfaya başka anlamlar yüklemek istediği zaman kullanılabilir (Şekil 73). Çok uzun metinleri bu yöntemle dizmek okuyucuyu yorsa da genellikle sayfaya çekicilik ve hareket katar (Carter, 1997: 15). Asimetrik hizalamada, tasarımcı yazıyı doğru olduğuna inandığı biçimde hizalayabilir. Bu tasarımcıya oldukça esnek ve bireysel bir uygulama şansı tanır. Ancak bilinçsizce ve korkarak kullanıldığında, okunması güç, görsel olarak rahatsız edici bir durum alır. İzleyici bunu bir hata olarak kavrar. Bu tür problemlerle karşılaşmamak için boşluk düzenlemesine ve satırlar arasında kurulacak olan görsel dengeye dikkat etmek gerekir. Ayrıca tasarımcı satırları sözcük ve tümce anlamları, yani içerikleri gözönünde bulundurarak ayırmalıdır (Sarıkavak, 1997: 57).



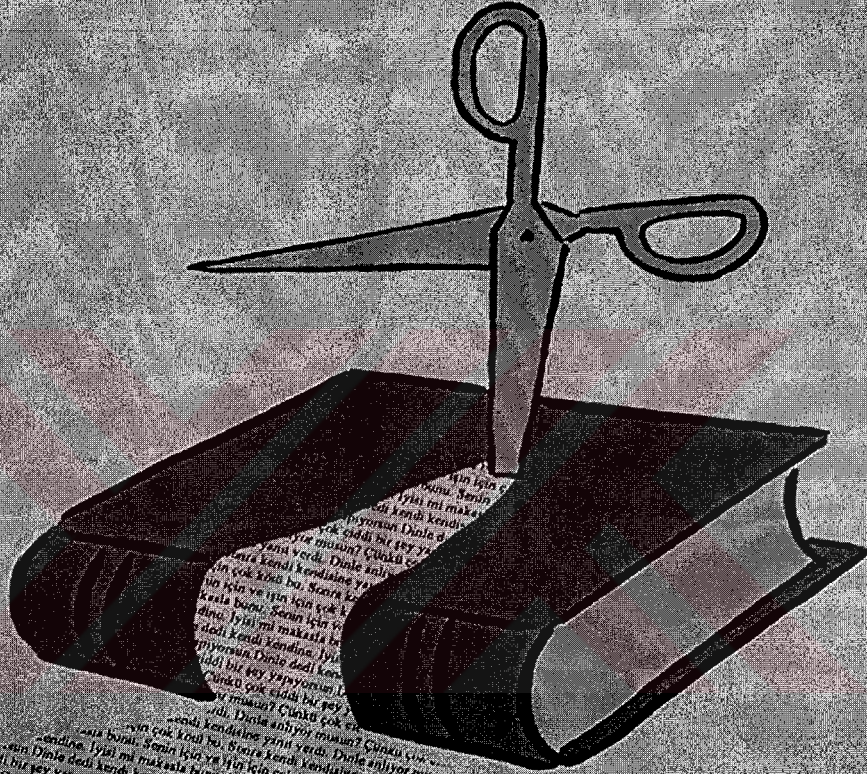
Şekil 73 (Sarıkavak, 1997: 57)

Bilgisayarın sunduğu olanaklar sayesinde tasarımcılar, metin dizgisinde pek çok deneysel yaklaşımda bulunma fırsatı bulmuşlardır. Deneme yanılma yöntemiyle eşsiz tipografi seçenekleri geliştirilebilir ve hatalara monitör üzerinde hemen müdahale etme imkanı bulunabilir. Artık yazı düz bir çizgi üzerinde dizilmek zorunda değildir. Karmaşık dokular yaratma amacıyla helezonlar, eğriler ve dalgalar üzerinde de dizilebilirler. Ya da çeşitli biçimlerin etrafından dolaştırılabilir. Yazıyı bir imgenin etrafından dolaştırmak; bir imgeyi, bir harfi veya boşluğu çevreleyen yazı olarak tanımlanabilir. Bunun tam tersi de, yazıyı tanımlanabilir bir siluetin kontr çizgisinin içerisine yerleştirmektir(Şekil 74). örneğin; top, vazo, lamba, veya herhangi bir geometrik şekil...

Hadi Altay tarafından “Kitapları koruma kampanyası” için tasarlanan posterde yazı, organik bir formun içerisine yerleştirilerek dizilmiştir. Bu çalışma ile okumanın, insanın zihinsel ve mantıksal gelişiminde ne kadar önemli bir faaliyet olduğu vurgulanmaya çalışılmıştır. Tasarımcı bu düşüncüyü okuyucuya ima etmek için, kitabın üzerine saplanan bir “makas” (burada bir şiddet unsurunu temsil etmektedir) ile bunun sonucu olarak kitaptan dökülen “kan”ı kullanmıştır. Ancak bu kan alışık olduğumuz gibi kırmızı değil, sadece harflerden oluşmaktadır. Tasarımcı bu yolla harfleri, kitabın yaşaması için gerekli olan bir unsura benzetmiş ve posterin üst kısmında yazan “Okumanın bittiği yerde şiddet başlar” sloganı ile görsel bir bütünlük kurmaya çalışmıştır. Yani harflerin sözel anlamlarını göz ardı ederek onlara yan anlamlar yüklemiştir. Yazı, bir görsel iletişim aracı olarak kullanılmış ve böylece görsel iletişimin sınırları genişletilmiştir

Eğer tasarımcı için okuturluk ikinci planda ise bu metot tercih edilebilir. Bu tarz deneysel hizalama metodlarında dikkat edilmesi gereken nokta, ister etrafından dolaştırarak olsun, ister kontr içine yerleştirme şeklinde olsun, tasarımcının her zaman yazının boşluk düzeninin kesintisiz olmasını sağlamasıdır. Bunun içinde yeterli yazı olduğundan emin olunmalıdır. Aksi takdirde yazı içinde meydana gelen düzensiz boşluklar gözü rahatsız edecek, ima edilen biçimin görsel etkisi azalacaktır.

Okumanın bittiği yerde
şiddet başlar.

[illegible]

Şekil 74 (Tasarımcı: M.Hadi Altay)

Tasarımcı kendini her zaman temel hizalama türleri ile sınırlandırmak zorunda değildir.

Şekil 75’de görüldüğü gibi metnin hem serbest kenarı hemde bloklanan kenarlarına çeşitli biçimler verilerek okuyucunun ilgisini çekecek sonuçlar elde edilebilir.

persistence, and some is totally unreadable. If you haven't seen this sort of typography yet, next time you are in a newsstand skim through magazines like *Transworld*, *Snowboarding*, *Plazm*, *Ray Gun*, *Blur*, *Subnation*, or *Bikini*.

“OH!” some people cry, “the point of type is to communicate, and I can't read this!”
“This is terrible, horrible, a travesty, useless, stupid!”

But is it?

Did that type get a reaction out of you? Did that type create an extraordinarily strong look and feel? Did that type project an image?

Readability is, of course, an extremely important factor, and nothing is ever going to destroy *all* typography to a point beyond its primary function. Don't even worry about it. But “readability” and “communication” are not the same thing. Whether text is readable or not is a different concept from whether type communicates its message.

You know very well that the message you want to convey, the attitude you want to reflect, the image you want to depict can be strengthened or weakened by your choice of typeface and how you arrange the type on the page.

But you must admit: TYPE IS ABOUT MORE THAN READABILITY—just as clothing is about more than simply keeping us warm, and architecture is about more than keeping the rain off the desk. Our clothes and our homes and offices serve to identify us, to make statements, to express a bigger picture of ourselves. Clothes and architecture communicate messages far beyond their primary functions. **Type no less.**

And if it takes a little more effort to read some of this typography, consider this comment by Joshua Berger, art

director for *Plazm* magazine: **“A person may actually have to spend some time with written words in order to understand them.”** What a wonderful concept—that we spend more time with written words. A hand-written letter from your sweetheart is less readable than a typeset one, but which would you rather spend more time with?

Any good class or book on advertising stresses creating an image that will reach your market.

If you are a very traditional designer or typographer, or if you are a solid part of mainstream America, and you look at this kind of typography and gasp in horror, you can rest assured you are probably not the market they wanted to reach anyway. **SO WHO CARES** what you think.

But grunge typography does reach its intended market very well, and isn't that the point? Isn't that strong and appropriate communication? And if it breaks the rules of traditional typography, is that anything new? Of course, some people break the rules better than others. Some designers can express an attitude exceptionally well with these experiments in type, and others don't quite get it. It's always like that.

Grunge typography is part of a bigger picture. You see, a wonderful thing has happened since the advent of desktop publishing: masses of people have become conscious of typography. Many thousands are now typophiles, enamored with letterforms, serifs, strokes, combinations of faces. No longer is type an invisible, subliminal carrier of a message. It has come to the forefront. More and more often type is being used in all **MEDIA**, not simply to form words, but as a graphic element in itself.

The potential of type has become even greater now that more people are conscious of its power. Some people are pushing the edges of this power, using type in an extraordinarily creative and, to some, heretical way. As with any extreme, it has its advocates and its antagonists. And as with anything wildly creative, positive aspects of this will filter down to the mainstream. I, for one, look forward to it with a smile.

Josh Williams

Şekil 75 (Williams, 1995: 101)

Serbest kenarların Şekil 76'daki gibi asimetrik biçimde ayarlanması, bazı durumlarda tasarımın gerektirdiği bir durumdur. Serbest kenarların örnekte kullanılan yazı karakterinin yapısına uygun olarak ayarlanması tesadüfi bir durum değildir.



Şekil 76 (Williams, 1995: 37)

2.6.10. Kural 10: Paragrafları belirtmede, içerlek veya satır boşlukları paragrafın bütünlüğünü ve görsel tutarlılığını bozmadan kullanılmalıdır.

Bir paragraf değiştiği zaman okuyucuya bunu göstermek gerekir. Paragrafları belirtmenin iki temel yolu vardır; paragraf başında boşluk (içerlek) kullanmak, ya da paragraf aralarına boşluk (satır boşluğu) vermektir. Bir paragraf başı “1 em kare” ölçüsü kadar içerden başlatılmalıdır. “1 em kare,” harfin punto ölçüsüne eşittir. Yani metin 12 punto ise “1 em kare” o metin için 12 puntodur. Diğer bir metod ise paragraf arasına boşluk vermektir. Bu boşluk da metin dizgisinde kullanılan satır boşluğu ölçüsüne, satır boşluğunun yarısı kadar daha eklenerek elde edilen ölçüye eşit olmalıdır. Yani satır boşluğunuz 14 punto ise paragraf boşluğunuz da $14+7=21$ punto olmalıdır (Williams, 1998: 113).

2.6.10.1. Kuralın ötesi

Tasarımcı bir paragraf başını belirtirken sadece bu iki metodu kullanmak zorunda mıdır? Okuyucuya paragrafın nerede başlayıp nerede bittiği gösterildiği sürece bunun bir sınırı yoktur. Örneğin; paragraf boşluğu ya da içerleği kullanmadan, sadece paragraf aralarına sembol fontlardan çeşitli süslemeler yerleştirerek, ya da grafik elemanlar kullanılarak da aynı işlev yerine getirilebilir (Williams, 1998: 159). Bunun diğer bir yolu da erken dönem basımcılarının uyguladığı yöntemdir: tüm paragrafların sağdan ve soldan tek bir sütunda bloklanması ve paragraf başlarına paragraf işareti “¶” konulmasıdır. Ancak aynı işlevi yerine getirebilecek başka semboller de kullanılabilir (Sarıkavak, 1997: 80). Şekil 77’de görüldüğü gibi “Zapf Dingbats” ya da “Wingdings” gibi sembol fontlardan yararlanılabilir.



Şekil 77

Paragrafların başlangıcını belirtmede günümüz masaüstü yayıncılık teknolojisi bizlere birçok deneme yapma fırsatı vermektedir. Örneğin paragraflar alışılmadık şekillerde dizilebilir, ya da başlangıçları alternatif yazı karakterleri ile yapılabilir, yazı büyüklüğü değiştirilebilir, renk verilebilir, çizgi ile ayrılabilir veya bu saydığımız gibi pek çok örnek bir arada kullanılabilir. Her durumda dikkat edilmesi gereken nokta okuturluk ve yaratıcılık arasındaki dengenin sağlanmasıdır. Okuturluğun göz önünde bulundurularak yapıldığı deneysel yaklaşımlar, izleyicisinde dikkatini çekecektir(Şekil 78).



Şekil 78 (Craig, 1999: 141)

Şekil 79’da tasarımcı, paragrafları belirtmek için sadece o paragrafların ilk harflerini daha belirgin hale getirmiş ve böylece vurgulama yolu ile amacına ulaşmıştır. Bunun gibi daha birçok deneme yapılabilir. Burada amaç vurgulama yaparak okuyucuya paragraf başlarını göstermektir.

As i never saw my father or
my mother, and never saw
any likeness of either of them,
my first fancies regarding
what they were like were un-
reasonably derived from
their tombstones. The shape of
the letters on my father’s gave
me an odd idea that he was a
square, stout, dark man, with
curly black hair. **F**rom the
character and turn of the
inscriptiona Iso georgiana
Wife of the above, i drew a
childish conclusion that my
mother was freckled
a n d s i c k l y .

pip, in great expectations,
by charles dickens

2.6.11. Kural 11: Metin dizgisi içinde bazı kelimeler veya kelime grupları vurgulanacaksa, bu nazikçe ve yazının akışını bozmadan yapılmalıdır.

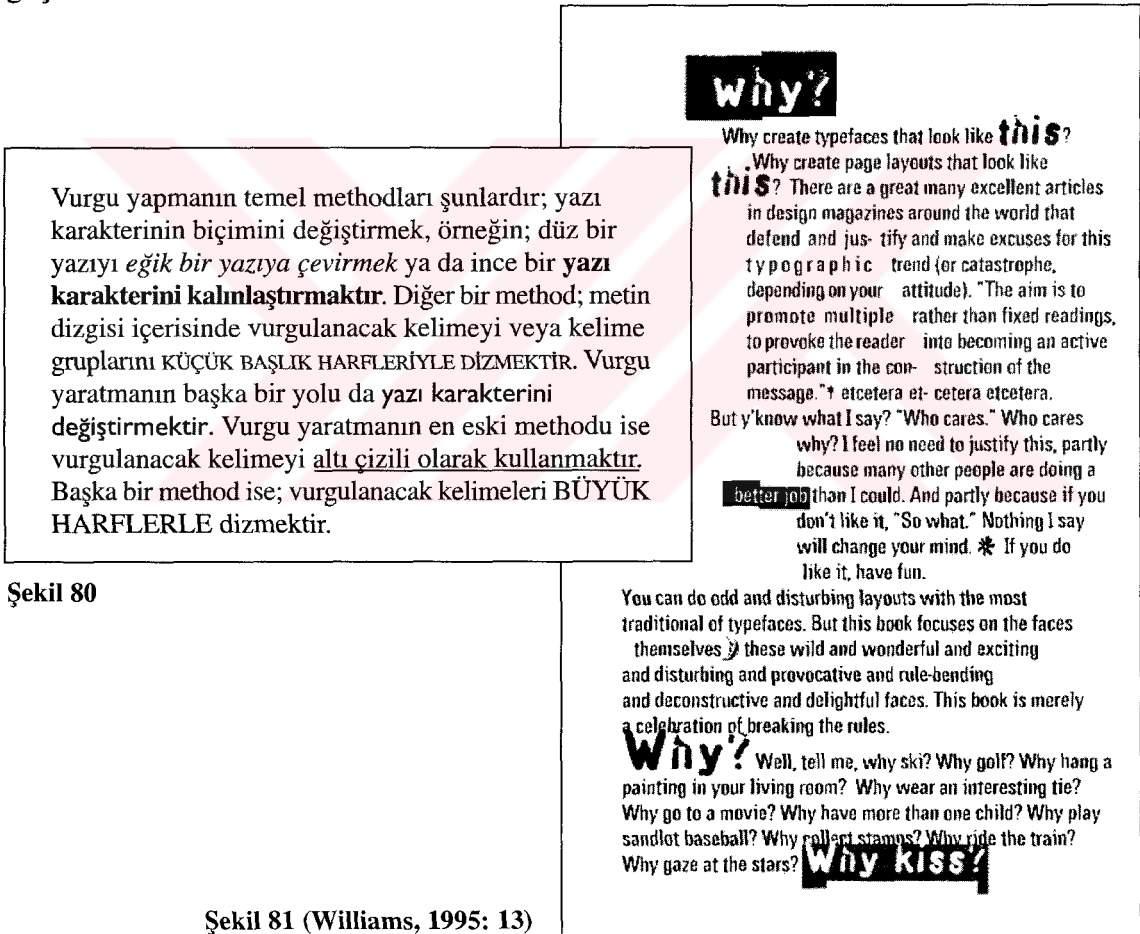
Metin içinde vurgu yaratmanın esas amacı, bazı bilgileri diğerlerinden ayırt etmektir. Vurgulama yapmak tasarımın önemli bir parçasıdır. Çünkü vurgulama yoluyla bazı sözcüklerin ya da sözcük gruplarının önemli birer düşünce içerdikleri belirtilebilir. Bu yüzden vurgunun gücü ve etkisi iyi ayarlanarak okuyucu bilgilendirilmeli ve yönlendirilmelidir. Vurgulama eksik ya da aşırı kullanıldığında yazının akışı bozulacak ve vurgu amacına ulaşamayacaktır. Temel vurgulama metodları aşağıdaki gibi sıralanıp örneklendirilebilir:

Yazı karakterinin biçimini değiştirmek, örneğin; düz bir yazıyı eğik bir yazıya çevirmek, ya da ince bir yazı karakterini kalınlaştırmak, metin dizgisi içinde vurgulanacak kelimeyi veya kelime gruplarını küçük başlık harfleriyle dizmek (ancak pek çok yazı karakteri küçük başlık harflerine sahip olmadığı için bu yöntem her zaman kullanılamamaktadır), yazı karakterini değiştirmek, örneğin; metin dizgisi eski–stil bir yazı karakteriyle dizilmişse, vurgulanacak kelime serifsiz bir yazı karakteriyle dizilerek yeterli kontrast sağlanabilir. Vurgulama yapmanın en eski metodu ise vurgulanacak kelimeyi altı çizili olarak kullanmaktır. Diğer bir metot ise; vurgulanacak kelimeleri büyük harflerle dizmektir. Ancak büyük harflerle dizilen kelimelerin sahip oldukları dikdörtgen şekillerden dolayı, okuyucu kelimeleri teker teker okumaya başlayacak, bu da okuturluğu aksatacaktır. Ayrıca büyük harfler kullanarak vurgu yaratmanın başka bir sakıncası da, metnin satır arası boşlukları bozmasıdır (Carter, 1998: 19).

2.6.11.1. Kuralın ötesi

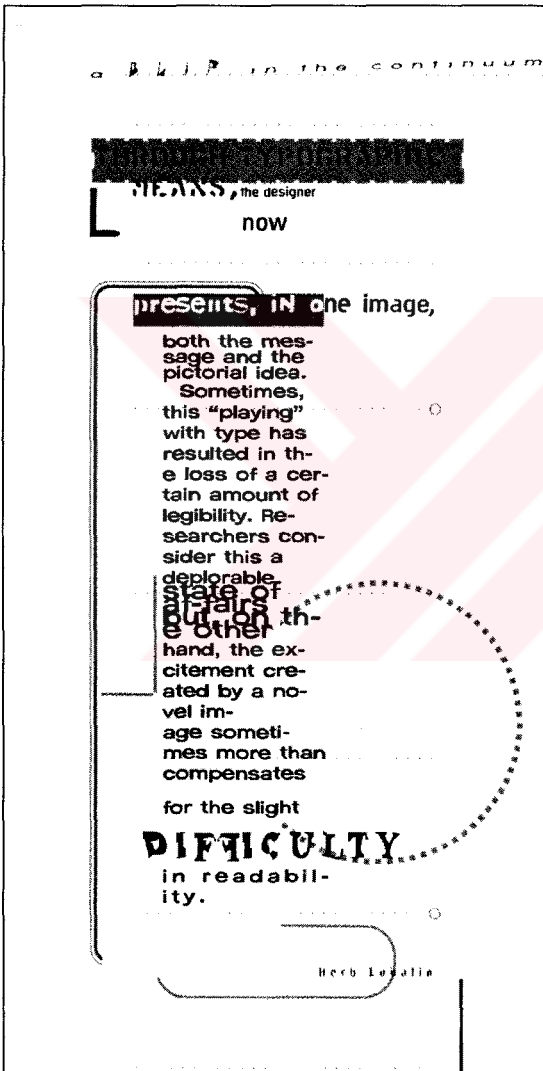
Ancak bütün bu metodların dışında farklı alternatifler deneyerek de vurgu yapılabilir. Detaylandırma metodu ile tipografik elemanlar üzerinde etkili vurgular yapılabilir. Örneğin yazı karakterlerinin kapalı alanlarının içini doldurmak ya da onları çeşitli

çeşitli şekiller içerisine almak, renk vermek, hatlarını aşağı veya yukarıya doğru uzatmak, vurgulanacak kelimeleri metnin içinden koparmak; çarpıcı, detaylandırarak vurgu yaratma metoduna örnek olarak verilebilir. Ayrıca bilinçli bir şekilde yerleştirilen çizgiler yardımıyla da düşünceler vurgulanabilir; sayfa üzerindeki tipografik elemanlar öncelik sırasına göre organize edilebilir. Sınırsız çeşitlilikteki şekiller yardımıyla tipografik alanlar imlenebilir, birbirlerinden ayrılıp vurgulanabilir. Aynı zamanda bu şekiller sayesinde tipografik elemanların içerikleri imlenebilir. Semboller tipografik kompozisyonda hem tek başlarına, hem de diğer elemanların yanında onların anlamlarını güçlendiren destek elemanları olarak kullanılabilir.

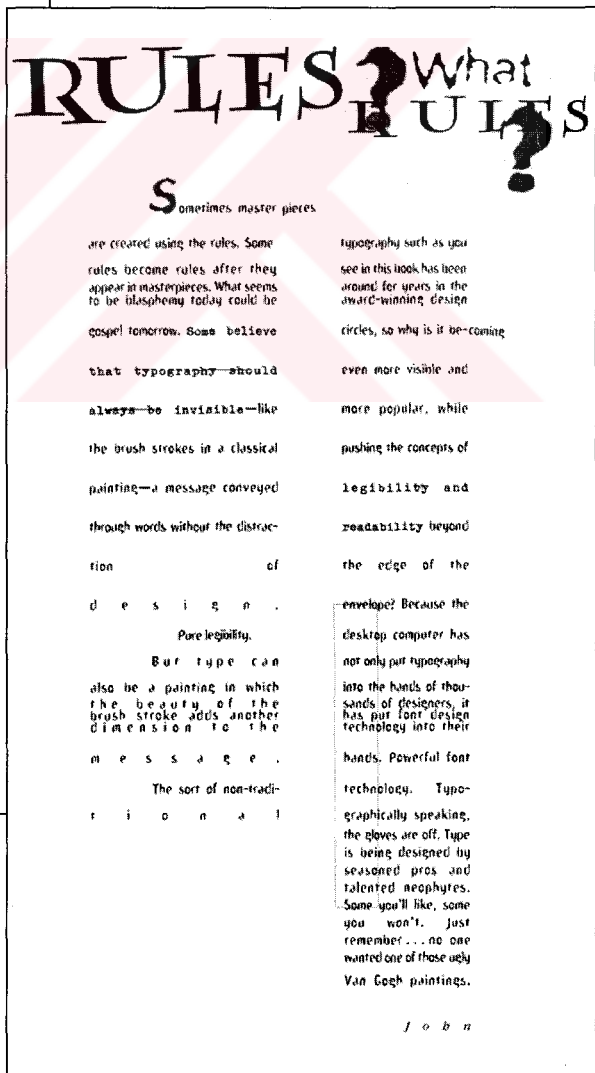


Bütün vurgu metodları aynı derecede etkili olmasa da, bazıları diğerlerinden daha basıktır (Şekil 80). Ancak her zaman bu metodlar kullanılmak zorunda değildir. Şekil 81'de görüldüğü gibi kelimeleri kutucuklar içine almak; onları karakter, tonlama, yerleşim açısından metinden farklılaştırmak da diğer metodlardır.

Ayrıca metin içinde bazı satırları birbirlerine yakınlaştırarak, bazı kelimelerin espaslarını normalden fazla biçimde açarak veya çeşitli geometrik şekiller kullanarak bazı kelime veya kelime gruplarını vurgulamak da mümkündür. Büyük harf kullanarak vurgulama yaratmak ya da kelimeleri altı çizili biçimde kullanmak, her zaman sıkıcı ve problemli değildir, aşağıdaki örneklerde görüldüğü gibi radikal ve cesur yaklaşımlarla en sıkıcı bilinen kurallar bile farklı bir boyut kazanabilir(Şekil 82, 83).



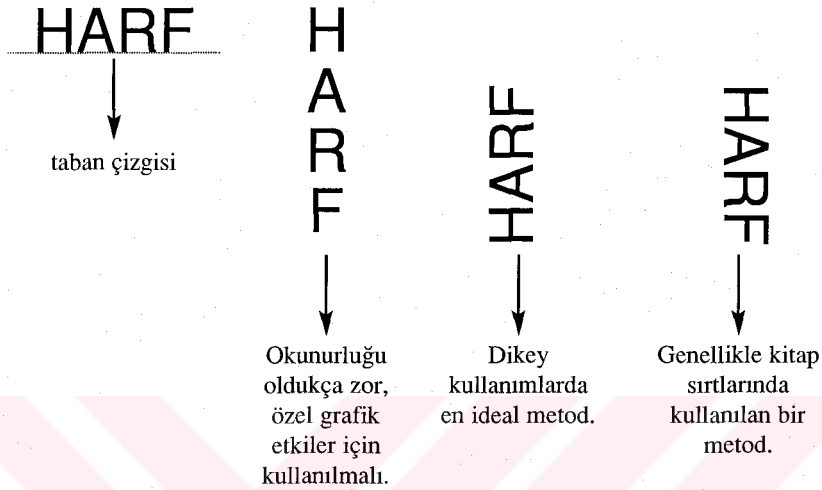
Şekil 82 (Williams, 1995: 67)



Şekil 83 (Williams, 1995: 12)

2.6.12. Kural 12: Yazı her zaman taban çizgisine hizalanmalıdır.

Taban çizgisi, harflerin üzerine oturduğu görünmez bir çizgidir ve harfler de bu çizginin üzerinde yan yana olmaları için tasarlanmışlardır (Şekil 84). Bu yönelmeden saptıkları zaman kontrolden çıkmış görünür ve okuturlukları aksar (Carter, 1998: 20).



Şekil 84

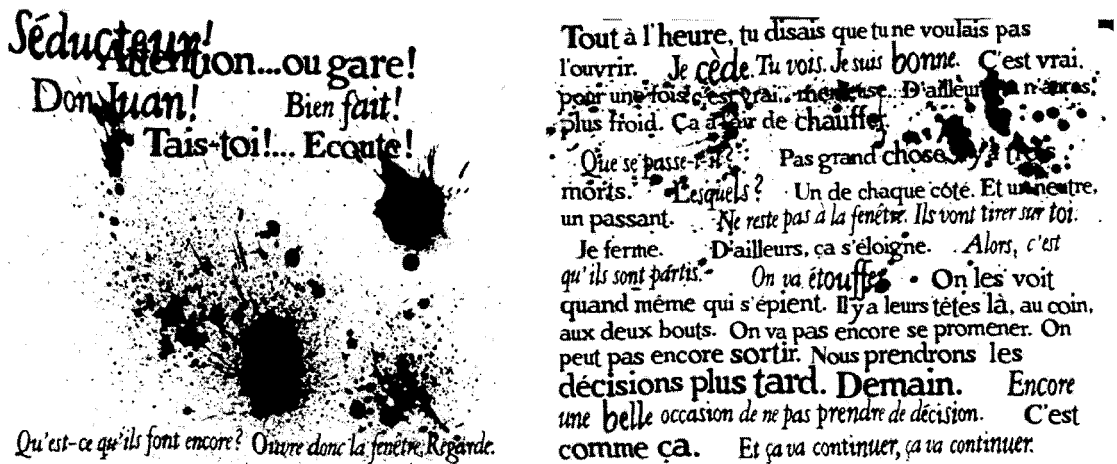
2.6.12.1. Kuralın ötesi

Sayfa üzerinde dönen harf düzenlemeleri yapmak, çok temel bir uygulama gibi görünebilir, ancak, taban çizgisinden kopartarak harflere değişik açılar vermek, onlara enerjik ve dinamik durumlar kazandırır. Dairesel alan etrafında dönen harfler(Şekil 88), okuturluğu daha zor ancak görsel olarak daha dinamik bir etkiye sahip olacaktır (Carter, 1998: 44). Dardan geniş doğru değişen açılarda harf düzenlemeleri yapmak ve farklı açılardaki tipografik elemanları birbirleriyle etkileştirmek, okuyucuda görsel olarak farklı hisler uyandırabilir (Carter, 1998: 51).

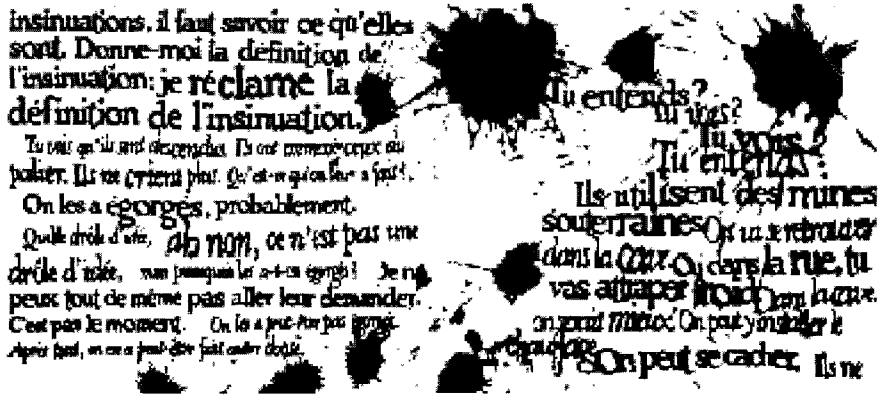
Özel grafik etkiler yaratmak için harfleri alt alta dikey olarak dizmek gerekebilir. Eğer böyle bir durum söz konusuysa, o zaman en uygun okunurluk için mümkün olduğu kadar kısa kelimeler kullanılmalıdır. Harfin bu şekilde kullanımı oldukça rahatsız edici görünebilir ve harf sayısı arttıkça buna paralel olarak okunması da zorlaşır. Harf, bu şekilde sadece özel grafik etkiler yaratmak için kullanılabilir.

Robert Massin, Eugene Ionesco'nun yazdığı, “İnsanlar arası iletişimin zorluklarını” anlatan tiyatro oyunu “Délire à Deux”u tipografik olarak yorumlamıştır (Şekil 85, 86). Massin bu çalışmada sayfa üzerindeki harfleri ve kelimeleri sadece mekanik anlamda değil, aynı zamanda bir fikri veya duyguyu onun görsel etkisini arttıracak bir biçimde düzenlemiştir. Bu deneysel oyunu içeriğine uygun olarak, yazının boşluk düzenlemelerini, yapısal özelliklerini, üzerinde oturduğu taban çizgisini değiştirerek, mürekkep damlaları ile yazı karakterlerini birbirleriyle karıştırarak, yazıyı bir imgeye, ya da bir imgeyi yazıya dönüştürmüş, görsel olarak tercüme etmeye çalışmıştır. Amacı yazıyı daha az okunur hale getirmek ve “iletişimin zorluğunu” okuyucuya yansıtmaktır.

Massin, hiç yazı karakteri tasarlamamış olmasına rağmen, Şekil 85 ve 86’da karakterlerin kültürel altyapılarını ve konuyla olan ilişkilerini göz önünde bulundurarak, Ionesco’nun absurd tarzda yazdığı “Délire à Deux” adlı oyununu yorumlamak için yenilikçi bir biçim kullanmıştır. Tipografi yoluyla birşeyler ifade edebilmek Massin’in belki de grafik tasarıma yaptığı en önemli katkılardan birisidir. Genellikle icra edilebilir edebiyat ya da müzik eserlerini, görsel olarak yorumlayan Massin’in “ifadeci” tipografi tarzı, zaman, boşluk, ses ve ritmi beyaz sayfa üzerinde biraraya getirmektedir. Massin bu çalışmasında hareketli sayfaların adeta film yönetmeni olmuştur.

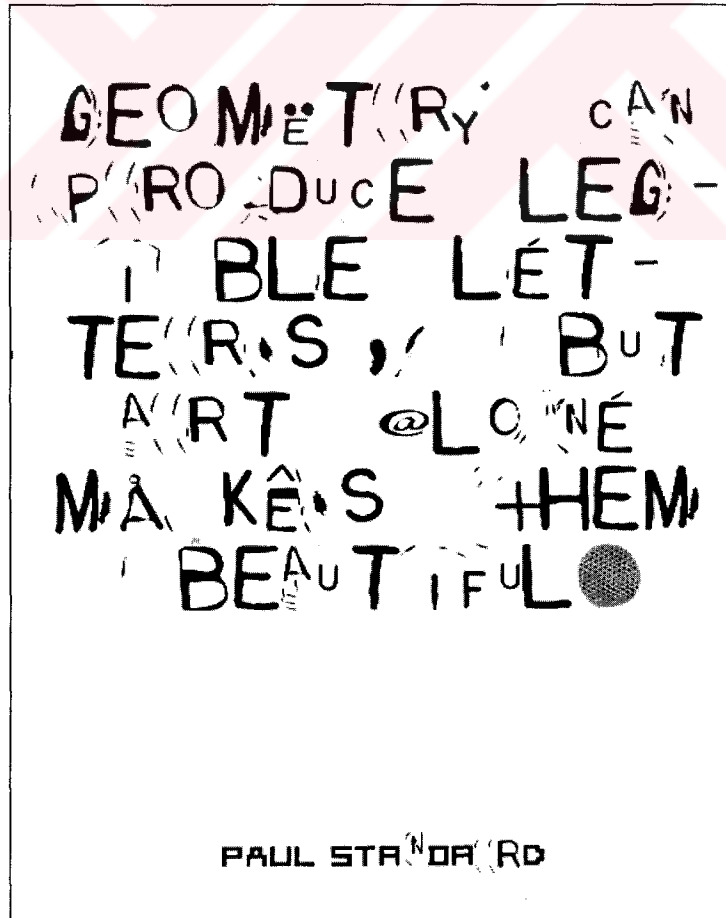


Şekil 85 (Meggs, 1998: 410)



Şekil 86 (Wolff, 2002: 43)

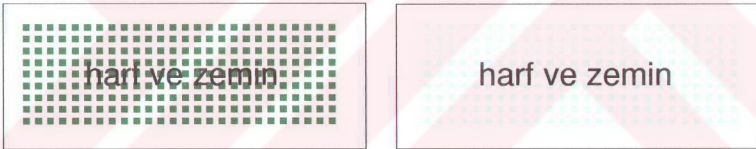
Belki yazıyı taban çizgisinden koparmak, onun okunurluğunu zedeleyebilir, ancak hiçbir zaman imkansız hale sokmaz. Hatta Şekil 87'deki gibi bilinçli kullanıldığında, ona dinamik, hareketli ve dikkat çekici bir görünüm kazandırabilir.



Şekil 87 (Williams, 1995: 39)

**2.6.13. Kural 13: Eğer zemin dokusu kalabalıksa yazının okuturluğu zede-
lenebilir; bu yüzden bu tür zeminler üzerine yazı yerleştirilmemelidir.**

Kalabalık zeminler yazının okuturluğunu zedeleyebilir. Bu gibi durumlarda yazının okuturluğunu korumak için bazı renk ayarlamaları yapmak gerekebilir (Carter, 1997: 14). Kalabalık imgelerle veya dokularla düzenlenmiş zeminler, yeterli kontrast sağlanmamışsa, üzerlerinde kullanılan tipografik elemanlarla görsel bir mücadele içine girebilirler. Bu da yazının okuturluğunu önemli derecede aksatabilir. Bu durumlarda zemin ve yazı arasında kontrasta ihtiyaç duyulur. Zeminde renkli bir doku kullanılıyorsa, renk ayarının yazının bütünlüğünü destekleyecek biçimde yapılması gereklidir(Şekil 88). Eğer zeminde bir imge kullanılıyorsa, yazı veya diğer tipografik elemanlar kendilerine mümkün olan en kontrast alan üzerine yerleştirilmelidir(Şekil 89).



Şekil 88



Şekil 89

2.6.13. Kuralın ötesi

Ancak tasarımcı her zaman zemin üzerinde yazıyı yerleştirebileceği uygun bir alan bulamayabilir. Bu gibi durumlarda normalden daha büyük puntoda dizilmiş yazılar, ya da bold (kalın) yazılar tercih edilebilir (Şekil 90). Küçük puntoda dizilmiş ya da ince hatlara sahip yazı karakterleri, zemin üzerinde yok olabilir (Brady, 1995: 76).



Some DESIGNERS are about
equally inept at following
rules and breaking them. Good
DESIGNERS can do either. What
does it mean?
JIM AILEY

Şekil 90 (Williams, 1995: 73)

Aynı zamanda çeşitli şekiller, harflere zemin olarak veya onları destekleyici elemanlar olarak kullanılabilir (Carter, 1998: 54). Böylece zemin ve yazı arasında yeterli kontrast sağlanmış olur (Şekil 91).

The history of **ART**
 is simply a history
 of getting rid
 of the **ugly**
 by entering into it
 and using it.

After all, the notion of
 something outside of us
 being ugly is not
 outside of us
 but inside of us.

And that's why
 I keep reiterating
 that we're working
 with our **Minds**.

What we're trying to do
 is to get them open
 so we don't **SEE** things
 as being ugly, or beautiful,
 but we see them
 just as they **ARE**.

JOHN CAGE

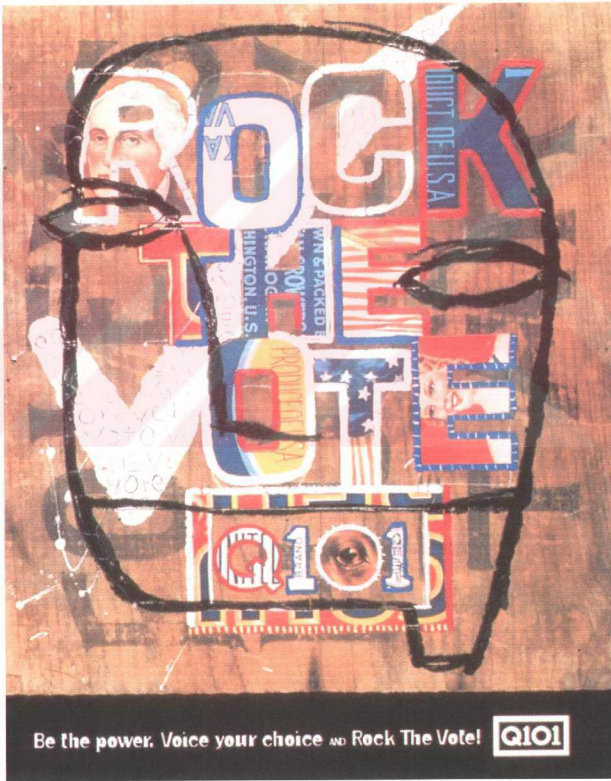
Şekil 91 (Williams, 1995: 81)

İmgeler, tipografide zemin ya da kompozisyonu destekleyici elemanlar olarak kullanılabilir. Harflerin, kelimelerin ya da metinlerin içine yerleştirilerek farklı boyutlarda zeminler ve dokular elde edilmesini sağlarlar. Masaüstü yayıncılık programlarının yardımıyla çeşitli biçimlerde, renklerde veya büyüklüklerde bozulmaya uğratabilirler. Böylece farklı deneysel sonuçlara ulaşılabilir (Şeki 92). Ünlü tasarımcı Neville Brody'nin bu örnekte vurgulamak istediği, günümüzde bir çok kısaltmanın uzun ömürlü olmadığı ve yaygınlaşmadan unutulduğudur. Bunlar aslında, konuşma ve matematiksel bilimleri birbirinden ayıran anlık araçlardır. Günlük yaşamımızda karşılaştığımız kısaltmalar, politik, sosyal, kültürel, popüler olayların yüklendiği harflerdir. Fakat bu örnekte Brody, bu bahsedilen olayların imajlarını harfler üzerine yerleştirerek zıtlık yaratmış; anlamı güçlendirerek mesajı okuyucuya dolaylı olarak yansıtmaya çalışmıştır. Bu çalışmaya “The Death of Typography (Tipografinin Ölümü)” adını vermiştir.



Şekil 92 (Wozencroft, 1997: 157)

Yazı alanı, okuyucuya görsel bir doku olarak sunulduğu zaman, okuyucuda çeşitli hisler uyandırır. Okuyucunun yazı metnindeki bu dokuya olan tepkisi, bu dokunun düzenine veya düzensizliğine göre değişir. Doku yoğunluk olarak artırıldıkça, yazı karakterlerinin tasarımlarına göre metnin okuturluğu zayıflar. Bu dokular, düzenli noktacıklar, çizgisel veya diğer geometrik şekillerden oluşturabildiği gibi, tamamen düzensiz ve rastlantısal bazı organik şekillerden de yaratılabilirler. Harfin büyüklüğü ve küçüklüğü de doku yaratmak için kullanılabilir. Birbirleriyle etkileşimli olarak kullanıldığında büyük ve küçük harfler de oldukça dinamik dokular oluşturabilirler (Şekil 93).



Şekil 93 (Motif Design, 1997: 122)

3. SONUÇ

Elde edilen veriler doğrultusunda, deneysel tipografinin pek çok tasarımcıda farklı çağrışımlar yapan genel bir terim olduğu ortaya çıkmıştır. Kısaca deneysel tipografi, tipografik elemanların (harf, kelime, cümle, noktalama işaretleri gibi...) yaratıcı olarak kullanılmasıyla ilgilidir. Ancak bu elemanların yaratıcı ve yenilikçi bir biçimde kullanımı, her tasarımcı için farklıdır. Bazı tasarımcılara göre harfin insanda heyecan uyandıracak şekilde yorumlanması, bazılarına göre de karmaşık bir bilginin veya mesajın oldukça zarif ve anlaşılır bir tarzda sunulmasıdır. Tasarımcı Robert Massin'in "Kel Şarkıcı" adlı tiyatro eseri için tasarlamış olduğu kitapta, okuyucuya aktarmak istediği mesajları, tipografik elemanlar aracılığıyla sunması bunun en güzel örneğidir. Bu örnekte harfler ve kelimeler artık salt yazı elemanı olmaktan çıkmış, gerek diziliş biçimleri, gerekse yapısal özelliklerinin değiştirilmesi ile anlamı güçlendiren, görsel araçlar olarak kullanılmıştır.

En önemli görsel güç olarak hızla imgenin yerini alan, nesnel ve yararlı iletişim elemanları olarak bilinen harfler ve kelimeler, tipografinin zamanla daha da önem kazanmasına yol açmıştır. Artık tipografi, açık bir şekilde görsel iletişim aracına dönüşmeye başlamıştır. Geleneklere bağlı tasarımcılara göre, tipografi her zaman klasik bir resmi oluşturan fırça darbeleri gibi görünmez olmalıdır; tasarım kaygısı ile engellenmeden mesajı okuyucuya doğrudan aktarabilmelidir; yani salt okunur olmalıdır. Ancak günümüzde teknolojinin gelişimine paralel olarak hızlı iletişime duyulan ihtiyaç, tipografinin, aynı zamanda fırça darbesinin mesaja başka boyutlar kazandırdığı bir resim gibi olabileceğini göstermektedir. Örneğin "imge olarak tipografi" başlığı altında ele alınan "Made in California (Kaliforniya'da yapılmıştır)" çalışmasında tasarımcı, "güneş, deniz, ve portakallarıyla meşhur olan Kaliforniya" mesajını izleyiciye aktarabilmek için bu yazıyı yalnızca salt okunur olmaktan çıkarıp, aynı zamanda bir imgeye dönüştürmüştür.

Bu araştırma sonucunda tipografide iki farklı yaklaşım olduğu ortaya çıkmıştır. Birincisi; söz diziminde tutarlılığı sağlamak, yazının okunurluğunu ve okuturluğunu korumak için geliştirilen tipografik kurallara sadık bir yaklaşımdır. İkincisi ise; geleneksellikten öte, tamamen alternatif tipografik ifade yollarını araştırmakta, böylece tipografik kurguya ve düzene yeni anlamlar kazandırmaktadır. Temel tipografi kurallarına uyularak, ortak bir zevke hitap eden, ancak çok da etkileyici olmayan tasarımlar yapılabilir. Ancak güncel tasarım yıllıklarına bakıldığında, ödül kazanan pek çok tasarımda artık bu kuralların ötesine geçildiği görülür. Sonuç olarak okunurluk ve okuturluk iletişimden farklı kavramlardır. Yazının okunur veya okutur olması mesajın okuyucuya doğru bir biçimde iletilmesinden farklıdır. Hiçbir tipografi kuralı kesin ve tartışmasız değildir. Bazen okuyucunun ilgisini çekme adına dengesiz kompozisyonlara başvurulabilir, doğru ve etkili bir iletişim kurmak adına bu kuralların ötesine geçilebilir.

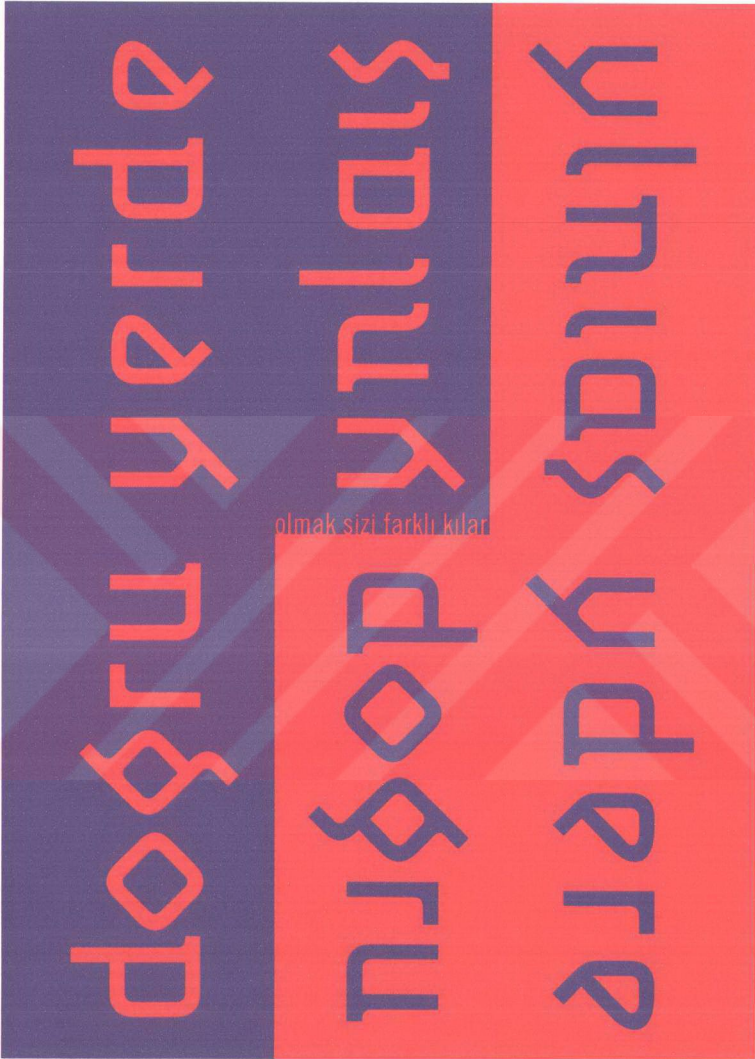
Tipografik kuralların ötesine geçmek, ilk anda tasarımcının aklını karıştırabilir. Tipografik denemelerin ilk basamağı, bu kuralları iyice anlamak ve bilinçli olarak onları uygulayabilme yetisine kavuşmak olmalıdır. Ancak bundan sonra tipografiyi daha etkili kullanmak ve deneysel yaklaşımlarda bulunmak için, bu kuralların ötesine geçilebilir. Dikkat edilmesi gereken nokta, bunun cesaretle ve zevkle yapılmasıdır. Kuralın özellikle bir amaç doğrultusunda yıkıldığı okuyucuya ima edilmelidir. Eğer bu yapılırken çekingen davranılırsa, bu durum bilinçli bir okuyucu tarafından bir hata gibi algılanabilir. Bu da asıl amacı okuyucuya mesajı iletmek olan tipografinin işlevini yerine getirmesini engeller.

4. UYGULAMALAR



—Paul Rand

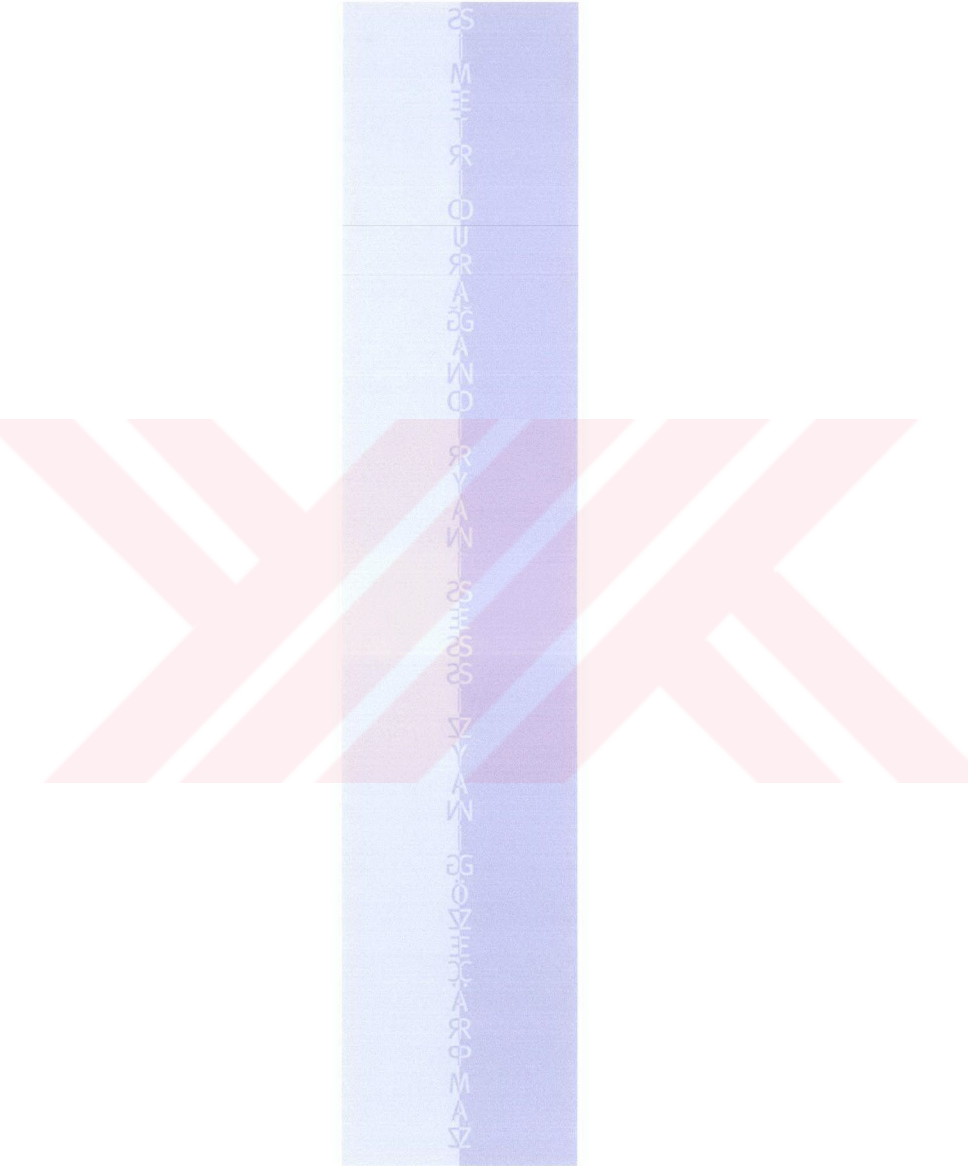
Şekil 94 (Geometri okunur harfler üretebilir, ancak sadece sanat onları güzel kılar.— Paul Rand)



Şekil 95 (Doğru yerde yanlış, yanlış yerde doğru olmak sizi farklı kılar.— Andy Warhol)



Şekil 96 (Harf, yazar ve okuyucu arasındaki bağıdır.— Hermann Zapf)



Şekil 97 (Simetri durağandır, yani sessiz, yani göze çarpmaz.— William Adison Dwiggin)

KAYNAKÇA

- Becer Emre. **İletişim ve Grafik Tasarım**. 2. Baskı, Ankara: Dost Yayınevi, 1999.
- Berger John. **Görme Biçimleri**. İstanbul: Metris Yayınları, 1988.
- Brady Philip. **Using Type Right**. Ohio, F&W Publications, 1988.
- Carter Rob. **Working With Computer Type 3: Color and Type**. New York: Watson Guptill Pubns, 1997.
- . **Working With Computer Type 4: Experimental Typography**. New York: Watson-Guptill Pubns, 1998.
- . **Typographic Design: Form and Communication**. New York: John Wiley & Sons, 2002.
- Clair Kate. **A Typographic Workbook: A Primer to History, Techniques and Artistry**. New York: John Wiley & Sons, 2002.
- Craig James. **Designing with Type**. New York: Watson-Guptill Pubns, 1999.
- Elam Kimberly. **Expressive Typography**. New York: Van Nostrand Reinhold, 1990.
- Germaner Semra. **1960 Sonrası Sanat** İstanbul: Kabalcı Yayınevi, 1997.
- Ginger E.M. ve Spiekermann Erik. **Stop Stealing Sheep & Find Out How Type Works**. 2. Basım, California: Adobe Press, 2003.
- Heller Steven, Ilic Mirko. **Genius Moves: 100 Icons of Graphic Design**. Cincinnati, OH: North Light Books, 2001.
- Hollis Richard. **History of Graphic Design: A Concise History**. London: Thames Hudson, 1994.
- March Marion. **Creative Typography**. Oxford: Phadion, 1988.
- Meggs B. Philips. **Type and Image**. New York: Van Nostrand Reinhold, 1989.
- Meggs B. Philips. **A History of Graphic Design**. New York: John Wiley & Sons, 1998.
- Morgan John, Welton Peter. **See What I Mean**. Avon: The Bath Press, 1987.
- Digital Type**. Cincinnati, Ohio: Rockport Publishers, 1997.

Nelson R. Paul. **Publication Design**. Üçüncü baskı, Iowa: Wm.C.Brown Company Publishers, 1987.

Sarıkavak Namık Kemal. **Tipografinin Temelleri**. Ankara: Doruk Yayıncılık, 1997

Schramm Wilbur. **The Process and Effects of Mass Communication**. University of Illinois: USA, 1977.

Selamet Sevim. "Yazı Karakterleri ve Tipografik Rezonans" **Anadolu Sanat**. 13, Güz 2002

Toor L. Marcelle. **Graphic Design on the Desktop**. New York: John Wiley&Sons, 1998.

Uçar T.Fikret. **Halkla İlişkilerde Uygulama Teknikleri (1. ve 4. Üniteler)**. Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Basımevi, 2002.

Williams Robin. **A Blip In The Continuum: A Celebration Of Grunge Typography**. California: Peachpit Press, 1995, 95

———. **Beyond The Mac is not a Typewriter**. California: Peachpit Press, 1996.

Wolff Laetitia. "Interview with Robert Massin" **Design Issues**. Volume 18, no. 4, Güz, 2002

Wozencroft Jon. **The Graphic Language of Neville Brody**. London: Thames Hudson, 1997.

Zıllıoğlu Melih, Yüksek A. Haluk. **İletişim Bilgisi**. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 2000.

Archive. New York: American Showcase inc., 1993

<http://www.fontshop.de/fuse95/default.html>

<http://www.arabictypography.com/flash.html>

<http://www.typophile.com/>

<http://www.typecon2003.com/>

<http://gmunch.home.pipeline.com/typomisc/baldsoprano>

<http://www.creativepro.com/story/feature/19759.html>