



**FATİH SULTAN MEHMET VAKIF ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ  
GRAFİK TASARIMI ANASANAT DALI  
GRAFİK TASARIMI PROGRAMI**

**TİPOGRAFİNİN  
MEKÂNSAL ENTEGRASYONA KATTIĞI  
POST-MODERNİST YAKLAŞIMLAR**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**AKİF ŞAHİN**

**İSTANBUL, 2022**



**FATİH SULTAN MEHMET VAKIF ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ  
GRAFİK TASARIMI ANASANAT DALI  
GRAFİK TASARIMI PROGRAMI**

**TİPOGRAFİNİN  
MEKÂNSAL ENTEGRASYONA KATTIĞI  
POST-MODERNİST YAKLAŞIMLAR**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**AKİF ŞAHİN  
(200310014)**

**Danışman  
(Dr. Öğr. Üyesi Salih Denli)**

**İSTANBUL, 2022**

06/07/2022

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Grafik Tasarım Anasanat Dalı Tezli Yüksek Lisans programı öğrencisi 200310014 numaralı Akif ŞAHİN'in hazırladığı "Tipografinin Mekânsal Entegrasyona Kattığı Post-Modernist Yaklaşımlar" konulu Yüksek Lisans/~~Doktora~~/~~Sanatta Yeterlik~~ tezi ile ilgili Tez Savunma Sınavı, 06/07/2022 Çarşamba günü saat 10:00'da yapılmış, sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin **Kabulüne Oy Çokluğu/Oy Birliği** ile karar verilmiştir.

**Tez adı değişikliği yapılması halinde:** Tez adının .....  
.....  
şeklinde değiştirilmesi uygundur.

Jüri Üyesi	Karar
1. (Danışman) Dr. Öğr. Üy. Salih DENLİ	<b>KABUL</b>
2. Dr. Öğr. Üy. Amine R. ZEDELİ	<b>KABUL</b>
3. Doç. Dr. Mehmet Emin KAHRAMAN	<b>KABUL</b>

\*2. Danışman varsa doldurulması gerekmektedir.

## **ETİK BİLDİRİM**

Bu tezin yazılmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bağılı olduğum üniversite veya bir başka üniversitedeki başka bir çalışma olarak sunulmadığını beyan ederim.

Akif Şahin

# TİPOGRAFİNİN MEKÂNSAL ENTEGRASYONA KATTIĞI POST-MODERNİST YAKLAŞIMLAR

Akif Şahin

## ÖZET

İnsanoğlu, tarih sahnesine çıkışıyla birlikte yapılandığı ve inşa ettiği tüm çevrelerde, “yazı ve mekânı” ortak bir disiplinle ele almış ve günümüze kadar bu birlikteliği farklı akım ve üsluplarla sergileyerek deneyimlemiştir. Teoride bu birlikteliğin temel sebebi estetik bir haz üzerine kurgulanmış olsa da, bu çalışma aslında mekân oluşturma eğilimindeki ihtiyaçlardan kaynaklı, yazının mekânsal entegrasyon sürecindeki işlevsel rollerinin olduğunu göstermekte ve mekânsal algıya yaptığı olumlu katkıları incelemektedir.

Çalışmada yazının bugün ki Latin alfabesine gelişine kadar geçirdiği evrim ve 15. yüzyılda teknik olarak “tipografi” adıyla yaşamımızda yer alması, konunun bütünüyle daha iyi anlaşılması adına detaylı incelenmiş ve mekân için sunduğu katkılar sırasıyla ele alınmıştır. Tipografi bir mekânın amacına ulaşması ve bütünlüğün başarılı bir şekilde oluşturulabilmesi için mekânın en önemli ayrıntılarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Yazı sadece içerikteki anlamıyla değil devamında ona ve mekâna karakteristik özellikler katan görsel biçimselliğiyle de düşünülmelidir. İşte bu noktada yazıyı edebi tarafından ayıran ve yazı ile tasarım yapma edimini olan “tipografi” önem kazanmaktadır.

Mekânsal entegrasyonun özünde mekân olma ve mekânsal koşulları sağlama önceliği vardır. Ayrıca mekâna bir kişilik katmak ve mekânın karakteristiğini ortaya koymak ve tüm bunları bir bütünsellik içerisinde gerçekleştirmek temel amaçtır. Mekânsal entegrasyonun ya da diğer bir ifadeyle organizasyonun başarılı bir şekilde kurgulanabilmesi içinde mekânda kullanılan tüm öğelerin birbiriyle olan ilişkileri iyi

hesaplanmalı, uygulanan bileşen ve uyaranların amaçlar doğrultusunda doğru seçilmesi gerekmektedir.

Çalışmada mekansal entegrasyon sürecinde tipografinin, formlar üzerinden geometrik mekanın fiziksel görünümüne ve işlevselliğine ayrıca mekanın yaşamsal boyutuyla etkileşim içinde kalarak kullanıcı deneyimiyle şekillen mekansal algıya sunduğu eklektik katkılar, post modern yaklaşımlarla gösterilmiştir. Post modern yaklaşım, kendinden önceki üslup ve akımların kullandığı malzemelere yeni dokunuşlar yapmayı ve onlarla yeni anlatımlar yaratmayı amaçladığından bu çalışmada daha çok tipografinin mekânsal entegrasyon sürecinde yarattığı bu değişimler ve oluşturduğu farkındalıklar ele alınmıştır. Özellikle tipografi-mekân etkileşiminde, mekân bileşenlerine ve uyaranlarına uygulanan estetik ve işlevsel çözümler, mekânın nasıl bir inovatif bakış açısıyla ele alınabileceğini bizlere göstermektedir. Tipografinin öncelikli kullanım alanı grafik tasarım disiplini içerisinde ve bu alandaki temel görevi ise iletilmek istenilen mesajın okunur ve okutulur olmasını sağlamaktır ancak tipografinin bir mekân ve mekânı oluşturmak için kullanılması yani birincil amacının dışına çıkartılıyor olması bile temelde başlı başına post-modern bir yaklaşım içerir.

Bu bağlamda, her iki disiplinin kendine özgü bir terminolojisi ve anlatım dili olsa da, bu araştırma, insan diline görsel bir biçim verme sanatı olan “tipografi” ile mekânın amaç, işlev ve ilham veren formlarının tasarlandığı “mimari”nin, ilişkiler örüntüsünü ortaya koymayı amaçlamıştır.

Çalışmada ayrıca tipografinin mekansal entegrasyon sürecinde, grafik tasarım disiplindeki kağıt yüzeyinden çıktığı ve salt iletişim rolünden çok daha fazla anlamlar ihtiva ettiği ortaya konulmuş, tipografinin mekana katkıları, bu post modern yaklaşımlarla birlikte fiziksel ve zihinsel mekan deneyimlerine etkileri, kavramsal bir yaklaşımla sunulmaya çalışılmıştır. Ayrıca tipografinin mekânsal organizasyon sürecinde aldığı rolün ne kadar önemli bir işlevsellik ve psiko farkındalık yarattığı yine örnekler üzerinden sorgulanmış; tipografi mekân ilişkisinin 1950’lerden günümüze dönemsellikleri itibariyle geçirdiği teknik ve yöntemler sentezlenmiş ve gelecekteki uygulamalara temel olabilecek çözümler yapılmıştır.

Yine bu araştırmayla, mimarlık ve grafik tasarım alanlarına, bu ortak disiplinlerarası ilişki sayesinde geleceğe yönelik bir bakış açısı ve yazılı bir kaynak oluşturulmak istenmiş; bugün ve gelecekte tasarlanacak mekânların estetik anlamda doyurucu ve duygusal etkileşimi yüksek mekânların inşasına katkı sağlamak hedeflenmiştir.

**Anahtar kelimeler;** Tipografi, Mekn, Entegrasyon, Tasarım, Mimari.

# **POST-MODERNIST APPROACHES THAT TYPOGRAPHY ADDED TO SPATIAL INTEGRATION**

**Akif Şahin**

## **ABSTRACT**

Humanity has engaged with "writing and space" with a common practice within all the environments it has constructed and shaped with its emergence on the stage of history and it has practiced this harmony by demonstrating it with different trends and styles until today. Although the main reason for such harmony in theory is based on aesthetic preference, this study actually indicates that writing possesses functional roles in the spatial integration process which stems from the needs that tend to create space and it examines its positive contributions to spatial perception.

In the study, the evolution of writing until the arrival to the Latin alphabet and its emergence in our lives in the 15th century under the name of "typography" are examined thoroughly in order for a better understanding of it and its contributions to the space are discussed in respectively. Typography appears as one of the most significant details of a place in order for a place to realize its purpose and to form integrity successfully. Writing should be considered not only based on its meaning in the context, but also through its visual features that enhances characteristic features to itself and the space. At this stage, "typography" that distinguishes writing from its literary aspect and provides the acquisition of writing and design gains importance.

The fundamental aspect of spatial integration is the significance of being a place and delivering spatial conditions. In addition, the foremost purpose is to give a personality to the place, to expose the characteristics of the place and to grasp all these in a holistic way. For the spatial integration or in other words the organization to be successfully assembled, the associations between all the components employed in the space should be well designed, and the applied instruments and stimuli should be selected suitably in agreement with the objectives.

In the study, through forms within spatial integration process, the eclectic contributions of typography to the physical presence and functionality of the geometric space as well as to the spatial perception formed by the user experience through interacting with the crucial aspect of the space are demonstrated with post-modern approaches. Since the post-modern approach intends to bring new perspectives to the materials adopted by the earlier styles and trends and to generate new expressions with them, in this study, rather such changes and awareness shaped by typography in the spatial integration process are discussed. Aesthetic and functional solutions exercised to space elements and stimuli, particularly in typography-space interaction, show us how space can be considered through an innovative perspective. The main practice of typography is within the discipline of graphic design, and its central task in this subject is to make sure that the message to be constructed is clear and readable, but even the employment of typography to generate a space and such space that is used out of its primary purpose, essentially embraces a post-modern approach in itself.

In this case, although both disciplines possess distinctive terminologies and language of expression, this research aimed to disclose the relationship between "typography" is the art of providing a visual aspect to human language and "Architecture" in which the purpose, function and stimulating forms of space are designed.

In the study, it was also indicated that typography emerged from the paper surface in the graphic design discipline in the process of spatial integration, and that it contains much more than just the role of communication, and the contributions of typography to the space, its effects on physical and mental space experiences together with these post-modern approaches, were tried to be presented with a conceptual approach. In addition, the role of typography in the spatial organization process, how important functionality and psycho-awareness it creates was questioned through examples; Techniques and methods of typography-space relation from the 1950s to the present in terms of their periodicity were synthesized and analysed that could be the basis for future applications were made.

With this research, it was aimed to create a new perspective and a written resource for architects and graphic designers in different fields, thanks to this common interdisciplinary relationship; It is aimed to contribute to the construction of spaces

that will be designed today and in the future, which are aesthetically satisfying and have high emotional interaction.

**Keywords;** Typography, Space, Integration, Design, Architecture.

## ÖNSÖZ

İncelediğiniz bu çalışma tarihsel süreçte tipografi ve mekân deneyiminin günümüze kadar birliktelikle yoğrulduğunu bizlere göstermekte ve bu birlikteliğin önemini ve ilişkiler ağını ortaya koyarak, tipografinin grafik tasarım disiplindeki bilinen salt iletişim rolünün haricinde, mekânlar için ifade ettiği anlamın karşılığını bulmayı amaçlamaktadır.

Araştırma nitel araştırma yöntemleri çerçevesinde derinleştirilmiş, çalışmaya başlarken öncelikle dünyadan ve ülkemizden konuyla ilgili veya bağlantılı literatüre bakılmış, konuyla ilgili doğrudan ilişkili eserlere rastlanılmadığı görülmüştür. Gerekli taramalar kişisel sanatçı siteleri, kitap, tez, rapor, makale ve bildiri gibi basılı ve dijital ürünlerden yapılarak, faydalı olabileceğini düşünülen kaynaklar tespit edilmiştir. Ancak bulunan kaynaklarda genel anlamda bir durum analizi yapıldığı ve konunun kavramsal bir temelle sunulmadığı görülmüştür. Bu sebeple bu araştırma hem var olan kaynaklara hem de ileride yapılacak araştırmalara temel bir fayda teşkil etmesi bağlamında, konuya kavramsal bir yaklaşımla bakılmasını sağlaması açısından önemli olacağı düşünülmektedir. Ayrıca konuyla ilgili çalışmalar sırasında mimarlık ve grafik tasarım disiplinlerine ait doğrudan kaynaklar da incelenerek, bu örüntüler ağıyla ilgili kavramsal bir yapı ve bilginin olmadığı görülmüş, çalışma özellikle bu meslek alanlarına yönelik bir katkı sağlamayı amaçlamıştır.

Yine tipografinin mekânsal organizasyon sürecinde aldığı rolün bir işlevsellik ve estetik farkındalık yarattığı görülmüş, tipografi-mekân birlikteliğinin görünenden veya bilinenden çok daha farklı anlamlar ihtiva ettiği örneklerle birlikte sorgulanmıştır. Özellikle endüstriyel çağında etkisiyle 1950'den günümüze kadar tipografi-mekân ilişkisinin fazlasıyla önemsendiği bir dönem olmuştur. Bu sebeple 1950'lerde Amerikan etkisiyle başlayan Popart akımından, 1980'lere gelindiğinde Modernist ve İsviçre Stili'ne kadar ve daha sonrasında günümüz ve ötesine uzanacak olan post-modern yaklaşımları inceleyerek değişen teknik ve yöntemler uygulamalı

örnekler üzerinden sentezlenmiş ve gelecekteki uygulamalara temel olabilecek çözümler yapılarak çalışma sonlandırılmıştır.

Bu araştırmaya başlarken, konunun hem grafik tasarım hem de mimarlık alanlarına bir bakış açısı kazandırması, kaynak niteliği taşıması ve konuyu kavramsal bir yaklaşımla inşa edilmesini destekleyen, bilgisiyle, varlığıyla süreçte karşılaştığım tüm zorluklarda yanımda olan, beni her daim temel doğruya ve çekirdek eksenini bulmaya yönlendiren değerli danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Salih DENLİ'ye teşekkürlerimi sunuyorum. Çalışmalarım boyunca yardım ve desteklerini esirgemeyen eşim Hacer Kunat ŞAHİN'e ve manevi destekleriyle yalnız bırakmayan değerli aileme teşekkürü bir borç bilirim.

Haziran/2022

Akif Şahin

## İÇİNDEKİLER

<b>ÖZET</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>ÖNSÖZ</b> .....	<b>x</b>
<b>SEMBOLLER</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ŞEKİL LİSTESİ</b> .....	<b>xv</b>
<b>KISALTMALAR</b> .....	<b>xxi</b>
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
<b>BİRİNCİ BÖLÜM</b> .....	<b>4</b>
<b>1. TIPOGRAFI NEDİR?</b> .....	<b>4</b>
1.1. ALFABE .....	7
1.2. GUTENBERG VE HAREKETLİ KALIP HARFLER .....	18
1.3. 15. YÜZYIL'DAN GÜNÜMÜZE TIPOGRAFİNİN EVRİMİ.....	22
1.4. TIPOGRAFİNİN TASARIM ÖĞELERİ .....	30
1.4.1. Fontlar ve Yazıüzleri.....	30
1.4.2. Zıtlık/Kontrast.....	38
1.4.3. Tutarlılık.....	40
1.4.4. Boşluk .....	41
1.4.5. Renk.....	43
1.4.6. Hizalama.....	46
1.4.7. Hiyerarşi.....	48
1.5. TIPOGRAFİNİN İŞLEVLERİ.....	51
1.5.1. Okunurluk / Okuturluk .....	51
1.5.2. Karar Verme .....	52
1.5.3. Marka Bilinirliği .....	53
1.5.4. Dikkat Çekme.....	54

<b>İKİNCİ BÖLÜM</b> .....	<b>56</b>
<b>2. TİPOGRAFİ MEKÂN İLİŞKİSİ</b> .....	<b>56</b>
2.1. TİPOGRAFİNİN MEKÂNSAL ENTEGRASYONA KATKISI .....	60
2.1.1. Duygusal Fayda .....	62
2.1.2. Aidiyet Hissi .....	65
2.1.3. Farkındalık.....	66
2.1.4. Problem Çözme / Tamamlayıcı Rol.....	67
2.1.5. Estetik.....	68
2.2. MEKÂN BİLEŞENLERİNDE TİPOGRAFİK ÇÖZÜMLEMELER .....	70
2.2.1. Sınırlayıcı Öğeler.....	72
2.2.2. Yönlendirici Öğeler .....	77
2.2.3. Odaklayıcı Öğeler.....	81
2.2.4. Birleştirici-Ayırıcı Öğeler .....	85
2.3. MEKÂNSAL UYARANLARDA TİPOGRAFİ.....	85
2.3.1. Doku Özelinde Tipografi.....	88
2.3.2. Aydınlatma / Işık Özelinde Tipografi.....	93
2.3.3. Form Özelinde Tipografi .....	95
2.3.4. Renk Özelinde Tipografi.....	98
<b>ÜÇÜNCÜ BÖLÜM</b> .....	<b>104</b>
<b>3. POST-MODERNİST YAKLAŞIMLAR VE ÖNCESİ</b> .....	<b>104</b>
3.1. 1946-1961 Pop-Art ve Resimsel Soyutlama “Amerikan Etkisi” .....	105
3.2. 1950-1979 Modernizm ve Uluslararası Stil.....	111
3.3. Postmodernizm.....	130
3.3.1. 1966-1995 Postmodernizm ve Ötesi.....	133
3.3.1. 2000’ler -Yirmi Birinci Yüzyıl Başları .....	142
<b>SONUÇ</b> .....	<b>158</b>
<b>KAYNAKÇA</b> .....	<b>164</b>
<b>EKLER</b> .....	<b>172</b>

## SEMBOLLER

Α	: (αλφα) Yunan H.
Σ	: (ερσιληη) Yunan H.
Ι	: (ιθηα) Yunan H.
ΙΙ	: (υρσιληη) Yunan H.
Ω	: (Ωωικρηη) Yunan H.
Ⲁ	: (Aleph) Fenike “A” harfi
Ⲃ	: (Beth) Fenike “B” harfi

## ŞEKİL LİSTESİ

### Sayfa

Şekil 1.1 : Sümerlerin Kil Jetonları .....	8
Şekil 1.2 : Öküz kafasının piktogramdan harfe dönüşümü .....	9
Şekil 1.3 : İdeogram örneği .....	10
Şekil 1.4 : Çivi yazısı .....	11
Şekil 1.5 : Hiyeroglif örneği .....	12
Şekil 1.6 : Fenike Alfabeti, Aleph ve Beth .....	12
Şekil 1.7 : 22 Harfli Fenike Alfabeti .....	13
Şekil 1.8 : Yunan Alfabeti, Alpha ve Beta .....	14
Şekil 1.9 : Bustrofedon usulü yazım yönü .....	14
Şekil 1.10 : Roma Alfabeti, A ve B .....	15
Şekil 1.11 : Alfabetin evrimi .....	17
Şekil 1.12 : Johannes Gutenberg (c.1397-1468), Tipo baskı .....	18
Şekil 1.13 : Gutenberg'in Hareketli Hurufat Sistemi .....	19
Şekil 1.14 : Hareket ettirilebilen Metal Kalıp harf .....	20
Şekil 1.15 : Besteci .....	20
Şekil 1.16 : Hassas ve ince harf çizgilerine sahip Gravür örneği .....	24
Şekil 1.17 : Garamond: Eski Stil .....	26
Şekil 1.18 : Baskerville: Geçiş Stili .....	27
Şekil 1.19 : Bodoni: Modern Stil .....	28

Şekil 1.20 : Century Expanded: Mısır Slab Şerif Stili .....	29
Şekil 1.21 : Helvetica: San Serif (Tırnaksız) Stil .....	30
Şekil 1.22 : Yazı fontu ve Yazı yüzü .....	32
Şekil 1.23 : Tırnaklı (Serif) ve Tırnaksız (San-Serif) .....	33
Şekil 1.24 : Hümanist Yazı Yüzü: Stemple Schneidler .....	34
Şekil 1.25 : Garalde Yazı Yüzü: Bembo .....	34
Şekil 1.26 : Didone Yazı Yüzü: Bodoni .....	35
Şekil 1.27 : Geçiş Dönemi Yazı Yüzü: Baskerville .....	35
Şekil 1.28 : Lineal Yazı Yüzü: Helvetica .....	36
Şekil 1.29 : Mekanik Yazı Yüzü: Clarendon .....	37
Şekil 1.30 : Black Letter Yazı Yüzü: Cloister Black .....	37
Şekil 1.31 : Dekoratif (Display) Yazı Yüzü: Alba .....	38
Şekil 1.32 : Script (Bitişik Yazı) Yazı Yüzü: Kuanstler Script .....	39
Şekil 1.33 : Manuel (Hand-Written) Yazı Yüzü: Christopherhand .....	39
Şekil 1.34 : Kontrast Türleri .....	42
Şekil 1.35 : Göreceli Boşluk Kullanımı .....	43
Şekil 1.36 : Konum ve Boşluk İlişkisi .....	44
Şekil 1.37 : Birim ve Boşluk İlişkisi .....	45
Şekil 1.38 : Farklı yazı yüzleri siyah-beyaz renk dengesi .....	46
Şekil 1.39 : Aynı yazı yüzleri siyah-beyaz renk dengesi .....	46
Şekil 1.40 : İnce-Kalın aynı yazı yüzleri renk dengesi .....	46
Şekil 1.41 : Kontraslıklarla oluşturulan renk dokusu .....	47
Şekil 1.42 : Niklaus Troxler/ İsviçre – Hiyerarşik Logo Tasarımı .....	50
Şekil 1.43 : Studio di Progettazione Grafica/ İsviçre – Afiş Tasarımı .....	52
Şekil 1.44 : Farklı yazı yüzleri siyah-beyaz renk dengesi .....	46

<b>Şekil 2.1</b> : Marion Kültür Merkezi, Avustralya. “Marion” Harfleriyle Oluşturulan Tipografik Formlu Mimari Yapı .....	<b>61</b>
<b>Şekil 2.2</b> : Statik Mimari Form .....	<b>73</b>
<b>Şekil 2.3</b> : Dinamik Mimari Form .....	<b>73</b>
<b>Şekil 2.4</b> : Tipografik Form .....	<b>74</b>
<b>Şekil 2.5</b> : Houston Güzel Sanatlar Müzesi. Texas, USA .....	<b>75</b>
<b>Şekil 2.6</b> : Kolkata Okulları (Sınırlayıcı tipografik form), Hindistan .....	<b>76</b>
<b>Şekil 2.7</b> : Adidas Ofisi (Sınırlayıcı tipografik form), Herzogenaurach, Almanya ..	<b>77</b>
<b>Şekil 2.8</b> : Arizona Eyalet Üniversitesi, USA .....	<b>77</b>
<b>Şekil 2.9</b> : Stitchfix (Sınırlayıcı tipografik biçim), Kalifornia .....	<b>78</b>
<b>Şekil 2.10</b> : BICOM Communications ve Blomberg, (Sınırlayıcı manipülasyon tipografisi), Amerika ve Kanada .....	<b>79</b>
<b>Şekil 2.11</b> : Newyork Halk Kütüphanesi (Yönlendirici tipografik form ve biçim uygulaması), Amerika .....	<b>80</b>
<b>Şekil 2.12</b> : TOC Hostel Barcelona (Yönlendirici tipografik biçim), İspanya .....	<b>81</b>
<b>Şekil 2.13</b> : HIAG Holding (Yönlendirici tipografik biçim), İsviçre .....	<b>82</b>
<b>Şekil 2.14</b> : ICO Müzesi , İspanya .....	<b>82</b>
<b>Şekil 2.15</b> : Washington Üniversitesi, Seattle Kampüsü , Amerika .....	<b>83</b>
<b>Şekil 2.16</b> : Tipografinin odakladığı mekanlar .....	<b>84</b>
<b>Şekil 2.17</b> : Mekansal Odaklayıcı Tipografi .....	<b>85</b>
<b>Şekil 2.18</b> : Gelecekte Odaklayıcı Tipografi (3D), Chris Labrooy .....	<b>85</b>
<b>Şekil 2.19</b> : Mimar: Clavel Arquitectos Murcia, İspanya .....	<b>86</b>
<b>Şekil 2.20</b> : Venafi Yazılım, Salt Lake City, Amerika .....	<b>86</b>
<b>Şekil 2.21</b> : Doku, Renk ve Çevresel Odaklayıcı Tipografi .....	<b>87</b>
<b>Şekil 2.22</b> : Birleştirici ve Ayırıcı Tipografik Örgütlenme .....	<b>87</b>

<b>Şekil 2.23</b> : Kenya Hara Tasarımı, Tokyo Kadın Doğum Hastanesi .....	<b>91</b>
<b>Şekil 2.24</b> : Brian Li ve Sean Yendrys, Still Life Comes Alive .....	<b>92</b>
<b>Şekil 2.25</b> : Tasarım Heine Jones, Ağaç Izgarası .....	<b>93</b>
<b>Şekil 2.26</b> : Pavilion of Knowledge, Bilgi Pavyonu Bilim Müzesi, Lizbon .....	<b>94</b>
<b>Şekil 2.27</b> : Marzahn Dinlenme Parkı, Hristiyan Bahçesi, Berlin .....	<b>95</b>
<b>Şekil 2.28</b> : Crawley Kütüphanesi, İngiltere .....	<b>95</b>
<b>Şekil 2.29</b> : Tipografik form ve biçimli ışık uygulamaları .....	<b>97</b>
<b>Şekil 2.30</b> : Alfabe Binası, Amsterdam, Hollanda .....	<b>98</b>
<b>Şekil 2.31</b> : Kore Pavyonu (Fuar Merkezi), Çin .....	<b>99</b>
<b>Şekil 2.32</b> : Utrecht Üniversitesi, Hollanda .....	<b>100</b>
<b>Şekil 2.33</b> : Felice Varini ve Thomas Quinn, Anamorfik Mekân Uygulamaları .....	<b>102</b>
<b>Şekil 2.34</b> : German Expressionism Exhibition Title Wall Sergisi, Newyork .....	<b>103</b>
<b>Şekil 2.35</b> : Stafford House, San Francisco .....	<b>104</b>
<b>Şekil 2.36</b> : Renk Uyararı, Çevresel tipografi örnekleri .....	<b>104</b>
<b>Şekil 2.37</b> : Tipografik Renk Uygulaması, Madrid, İspanya .....	<b>105</b>
<b>Şekil 3.1</b> : Golden Nugget Casino Panosu, Las Vegas, Nevada, USA .....	<b>109</b>
<b>Şekil 3.2</b> : Tail o' The Pup, Los Angeles, California, USA .....	<b>110</b>
<b>Şekil 3.3</b> : Boulder Club Exterior Signs (1976), Las Vegas, Nevada, USA ve Young Stardust (1951), Designers Salt Lake City, Utah, USA .....	<b>111</b>
<b>Şekil 3.4</b> : Northland Alışveriş Merkezi, Southfield, Michigan, USA .....	<b>111</b>
<b>Şekil 3.5</b> : Hollywood Şöhret Kaldırımı, Tasarım Pereira & Luckman, Hollywood, California, USA .....	<b>112</b>
<b>Şekil 3.6</b> : İsviçre Otomobil Klübü, Kaza Barometresi Paradeplatz Meydanı, Zürih, İsviçre .....	<b>115</b>
<b>Şekil 3.7</b> : Bally Ayakkabı Markası, Yüzey Uygulaması, Zürih, İsviçre .....	<b>117</b>

<b>Şekil 3.8</b> : İngiliz Karayolu ve Demiryolu İşaret Sistemi, Birleşik Krallık .....	<b>118</b>
<b>Şekil 3.9</b> : Westinghouse Reklam Panosu, Pensilvanya, Amerika .....	<b>119</b>
<b>Şekil 3.10</b> : Chase Manhattan Bank, New York, Amerika .....	<b>121</b>
<b>Şekil 3.11</b> : La Fonda del Sol Restoran, New York, Amerika .....	<b>122</b>
<b>Şekil 3.12</b> : CBS Binası ve Kafeteryası, New York, Amerika .....	<b>123</b>
<b>Şekil 3.13</b> : Grand Restaurant, Walnut Caddesi, Philadelphia, USA .....	<b>126</b>
<b>Şekil 3.14</b> : Sea Ranch Süpergrafik, Sonoma, California, Amerika .....	<b>126</b>
<b>Şekil 3.15</b> : New York Yönlendirme Grafik Standartları, USA .....	<b>127</b>
<b>Şekil 3.16</b> : Georg Jensen Mağaza Önü, New York, USA .....	<b>128</b>
<b>Şekil 3.17</b> : Playboy Club İnşaat Barikatı, Chicago, USA .....	<b>129</b>
<b>Şekil 3.18</b> : Solow Şirketi İnşaat Barikatı, New York, USA .....	<b>129</b>
<b>Şekil 3.19</b> : 1968 Meksika Olimpiyatları, New Jersey, USA .....	<b>131</b>
<b>Şekil 3.20</b> : Tkts Times Kare Tiyatro Merkezi, New York, USA .....	<b>130</b>
<b>Şekil 3.21</b> : Numara 9 Solow Binası, New York, USA .....	<b>132</b>
<b>Şekil 3.22</b> : Best Products Co. “peling cephe, belirsiz cephe,çiçek projesi”, New York, USA .....	<b>138</b>
<b>Şekil 3.23</b> : “Big Kitchen” Mekansal Entegrasyon Programı, New York, USA .....	<b>139</b>
<b>Şekil 3.24</b> : “Yad Vashem” Cephe Uygulaması, Jerusalem, İsrail .....	<b>140</b>
<b>Şekil 3.25</b> : “Fiat Fabrikası Giriş”, Torino, İtalya .....	<b>141</b>
<b>Şekil 3.26</b> : “Vietnam Gazileri Anıtı”, Washington, USA .....	<b>142</b>
<b>Şekil 3.27</b> : “Corning Class”, Kurumsal Genel Müdür. Girişi, New York, USA ....	<b>143</b>
<b>Şekil 3.28</b> : Kuzey Hollywood Su Şebekesi İstasyonu, Kaliforniya, USA .....	<b>144</b>
<b>Şekil 3.29</b> : Morgan Stanley Genel Müdürlüğü, New York, USA .....	<b>145</b>
<b>Şekil 3.30</b> : LAX Havalimanı Geçidi, Kalifornia, USA .....	<b>146</b>
<b>Şekil 3.31</b> : Lucent Technologies Sanat Eğitimi Merkezi, New Jersey, USA .....	<b>147</b>

<b>Şekil 3.32</b> : Lucent Technologies Sanat Eğitimi Merkezi, New Jersey, USA .....	<b>148</b>
<b>Şekil 3.33</b> : Bibliotheca Alexandrina (İskenderiye Kütüphanesi), İskenderiye, Mısır .....	<b>149</b>
<b>Şekil 3.34</b> : Modern Sanat Müzesi, New York, USA .....	<b>150</b>
<b>Şekil 3.35</b> : Melbourne Sergi Merkezi, Melbourne, Avustralya .....	<b>150</b>
<b>Şekil 3.36</b> : Bloomberg Headquarters, New York, USA .....	<b>151</b>
<b>Şekil 3.37</b> : The New York Times Binası, New York, USA .....	<b>152</b>
<b>Şekil 3.38</b> : Newseum, USA .....	<b>153</b>
<b>Şekil 3.39</b> : Thij Koleji, Hollanda .....	<b>154</b>
<b>Şekil 3.40</b> : Greenpix Sıfır Enerji Medya Duvarı, Pekin, Çin .....	<b>155</b>
<b>Şekil 3.41</b> : Gough Caddesi, Hong Kong, Çin .....	<b>156</b>
<b>Şekil 3.42</b> : X Sergisi, Shenzhen, Çin .....	<b>157</b>
<b>Şekil 3.43</b> : Newyork Otobüs Durağı, Baltimore Maryland, USA .....	<b>158</b>
<b>Şekil 3.44</b> : Storefront for Art and Architecture, “Kapalı Dünyalar Sergisi” Manhattan (SoHo),New York, USA .....	<b>159</b>
<b>Şekil 3.45</b> : Gwangju Bienali Kiosk, Gwangju, Güney Kore .....	<b>160</b>

## KISALTMALAR

a.e.	Aynı eser/yer
a.g.e.	Adı geçen eser
akt.	Aktaran yazar
a.y.	Yazara ait son zikredilen yer
b.a.	Eserin bütününe atıf
bkz.	Bakınız
bkz.: aş.	Eserin kendi içinde aşağıya atıf
bkz.:yuk.	Eserin kendi içinde yukarıya atıf
C.	Cilt
çev.	Çeviren
ed. veya haz.	Editör/yayına hazırlayan
k.g.	Karşı görüş
karş.	Karşılaştırınız
s.	Sayfa/sayfalar
TDK	Türk Dil Kurumu
M.Ö.	Milattan Önce
t.y.	Basım tarihi yok
USA	Amerika
v.d.	Çok yazarlı eserlerde ilk yazardan sonrakiler
y.y.	Basım yeri yok

## GİRİŞ

Tipografi boşluğa konumlandırıldığı an, zihinsel bir anlam ifade etmeye başlar. Fiziksel olarak bir hacim kazandığı boşlukta ise mekânı işaretleyerek mekâna bir aidiyet atfeder. Tipografinin doğrudan yaptığı iletişim etkinliği ve devamında oluşan duygusal etkileşim süreci, aslında tipografinin postmodern açılımlarla her daim yaratıcılıkta sınırının olmadığını bizlere göstermektedir.

Temelde modernizmin getirdiği terminolojiyi, baskıya yönelik iki boyutlu yüzeylerde grafik tasarım disiplini çerçevesinde uygulamak ve yaratıcılığı bu yüzeylerde oluşturmak, her ne kadar grafik tasarımın amaca en doğru ve hızlı yoldan ulaşma noktasında olağanüstü öncelikli görevi olsa da bazen grafik tasarımcılarda yaratıcılığın kullanım mecralarına yönelik “sınırlanma duygusu” baskın hale gelebilmektedir. Bu sebeple tipografinin kullanım alanlarını bir baskı yüzeyine sıkıştırmaktansa, postmodern yaklaşımlarla malzemelerin çeşitlendirildiği, yüzeylerin farklılaştırıldığı, ölçeklerin devasa boyutlara çekilebildiği ve biçimin haricinde formunda kullanılabildiği çok daha anlamlı ve işlevsel boşluklar yaratmak, hem mekanlara doyurucu bir estetik haz katmak için gerekli hemde tipografinin doğası gereği oluşturduğu işlevsellik alanlarının genişletilmesi bakımından son derece önemli hale gelmektedir. Yine bu bağlamda araştırmanın çıkış noktası ve gerekliliği, tipografinin mekânsal entegrasyona getirdiği işlevsel ve duygusal katkılar olmakla birlikte, araştırmanın özünü ortaya koyan ve bu alana vurgu yapan “tipografinin bir mekânın retoriği olma” özelliğinin önemine dikkat çekmektir. Aynı zamanda tipografinin sınır tanımayan yaratıcı mekânsal kullanımları, mimar ve grafik tasarımcılar için bireysel bir üslubun uygulanış şekli ve tipografinin sentezleyici rolünün mekânın niteliğine ve algısına etkisi bakımından son derece önemli bir araştırma konusu olarak incelenmiştir.

Araştırmanın ilk bölümünde tipografinin tarihsel gelişimi ve hayatımızdaki varlık sebebi incelenmiştir. Tarihsel değişime odaklanılma sebebi ise bugün ki

alfabemizin geçirdiği değişimi göstererek özünde tipografinin ne olduğunu anlamaktır. Tipografi'nin tam olarak ne olduğunu, nasıl bir evrim geçirdiğini anlamadan ve neye yaradığını bilmeden mekânda özdeşleştirmek, araştırmanın eksik veya tam olarak anlaşılmamasına sebep olacaktır. Bu nedenle özünde tipografinin birincil görevi olan “okunurluk” haricindeki diğer işlevler sorgulanmış, araştırmanın ikinci ve üçüncü bölümlerine temel teşkil etmesi adına, kavramsal çerçevede temel tasarım öğeleri ortaya konularak, tipografi-mekân ilişkisindeki bağlantılara ışık tutması amaçlanmıştır.

İkinci bölümde, tipografinin genel anlamda mekânla olan ilişkiler örüntüsü incelenmiş, fiziksel ve zihinsel anlamda tipografinin bir mekanda bulunma ve mekandaki varlığının amacı üzerine çözümlerler yapılmıştır. Ayrıca bu alanda yapılan çalışmaların neredeyse hiç olmaması ve “tipografi-mekân ilişkisi” üzerine bir kuram veya doğrudan çok fazla araştırma bulunmaması göz önüne alınarak, tipografinin mekân bileşenleri ve uyarıcıları üzerinden işlevsel roller alabileceği, strüktür artı konstrüksiyona katkılar sunabileceği ve sanatsal değerin doyum noktasını postmodern bir bakış açısıyla zirvelere taşıyabileceği kavramsal bir yaklaşım ortaya koymak istenmiştir. Bu yaklaşımla, incelediğimiz alan üzerine daha sonra yapılabilecek araştırmalar için mimari ve grafik tasarım alanlarına farklı bir bakış açısı kazandırmak ve tipografi-mekân ilişkisine temel fayda teşkil edecek bir eksen oluşturulmak istenmiştir.

Araştırmanın son bölümünde ise endüstriyel ağla birlikte tipografi-mekân ilişkisinin günümüze gelene kadar farklı örnekleri betimlenmiş, dönemsel uygulama farklılıklarının sanatsal akımlara göre veya post modern yaklaşımlarla şekil aldığı gösterilmiş ve teknolojinin kullanımıyla birlikte plastik biçimlendirmenin teknik ve yöntemlere olan etkisi üzerinden değişimler gösterilmeye çalışılmıştır. Günümüzde tipografi mekân birlikteliğini ilk defa keşfetmiyoruz çünkü geçmişte bunun binlerce rneği var ve buldukları dönemin teknolojik, kültürel ve sosyolojik şartlarına göre gelişim göstermişlerdir. Ancak gelişmesini beklediğimiz ve bu gelişmenin günümüze gelene kadar yaşadığı değişimi göstermek adına bu araştırmada konuyla ilgili 1950'lerden itibaren yaşanılan tarihsel değişime odaklanılmıştır. İşte bu bölümde göreceğiniz birçok uygulama, yine bu yüzyıldaki örneklerin bile temelinde yer alan ilk

ilkel hallerini göstermeyi amaçlamıştır. Yine araştırmanın ikinci bölümünde ortaya konulan mekân bileşenlerindeki çözümler ve mekân uyaranlarının saha uygulamalarını göstermek adına, bu bölümdeki içeriğin araştırmanın açık bir şekilde anlaşılmasına, bütünün kolay algılanmasına ve zihinlerde oluşabilecek soru işaretlerine cevap bulunması adına önemli olacağı düşünülmektedir.

Araştırmada yer alan tasarım uygulamaları incelenirken, nitel araştırma yöntemi uygulanmış ve çoğunlukla konuyla ilişkili olarak görülen organik ve inorganik kaynaklar, kişisel sanatçı siteleri, kitap, tez, rapor, makale ve bildiri gibi basılı ve dijital ürünlerden faydalanılmıştır. Son olarak yine bu çalışmayla birlikte, “tipografinin” yukarıda belirtilen birincil amaçlar ve önemi haricinde, mimari bir yapının yüzeysellikten çıkıp, yaşanılan yerin ve tüm deneyimlerin zihnimizdeki yeri ile anlam kazanması gerektiği ve duygusal çağrışımlar yaratıp mekânla bütünleşerek Pallasmaa’ında bahsettiği gibi “bir mekanın teorisine katkı sağlayabileceği” düşünülmüş ve araştırma bu minvalde sonlandırılmıştır.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### 1. TİPOGRAFI NEDİR?

Bir metnin, sözcenin veya sesin, daha genel anlamda bir dilin ortaya çıkışı, ihtiyaçlara binaen bilişsel bir süreç doğrultusunda gerçekleşmektedir. İnsanoğlunun gelişim sürecinde anlamlandırmaya çalıştığı bu dilin, aslında biçimsel olarak neye benzediğini ortaya koyan temel varlık ise tipografinin bizzat kendisidir.

İlk insandan fonetik alfabelerin çıkışına kadar zaman ve mekân ayrımı yapmaksızın, insanoğlunun sese bir biçim verme isteği hep var olagelen bir davranış güdüsü olarak karşımıza çıkmıştır. Bunun sebebi ise yaygın bir iletişim metodu geliştirmekten kaynaklanmaktadır. Çünkü dil ihtiyaçtır ve ortak bir payede birleşmek için en temel gerekliliktir. İşte bu sebeptir ki mağara duvarlarında oluşturulan ilk resimler, bir seçki halinde yalın bir hale getirilerek yazı formu kazanmış ve ilk resim yazı dediğimiz “piktograflar” ortaya çıkmıştır. Devam eden süreçte piktografların soyut anlamlara bir biçim aktarmada zorlandığı görülmüş ve günümüze gelene kadar yazı çeşitli biçimler ve teknolojik evrimler geçirerek bugünkü halini almıştır. Bu biçimsellik ihtiyacı her dönemin şartları, teknolojisi veya doğal koşulları göz önüne alınarak kaz tüyleri, mum ve toz boyalar, kuş ve kaz tüyü kalemler, taş, kemik, vb. doğal malzeme ve tekniklerle papirüslere, kil tabletlere, duvarlara, ipek ürünlerine ve tahta yüzeylere uygulanmıştır.

İşte 15. Yüzyıl’a kadar sakin ve sessiz bir seyirde ilerleyen bu devinimin, ortak ve teknik adı, Gutenberg’in hareketli hurufat tekniğinden sonra ilk kez “tipografi” adıyla karşımıza çıkmıştır. Tipografi o günden bugüne farklı teknik ve malzemeleri kullanarak, etkin bir iletişim dili doğurmayı başarmış, yazının sözlü biçimine alışılmış bir iletişimden çok daha öte anlamlar yüklemiştir. Harflere, kelimelere, söz dizelerine karakteristik biçimler vererek, fikir ve düşüncelere bir mesaj, ton ve duygu hali aktarmıştır. Tipografi yine estetiği temele alarak okunurluğu determinist (rastgele

olmayan) bir yaklaşımla ölçeklendirmiş ve okuturluk işlevini ise ustalıklı bir zihin haritasına dökerek biçimsellikler üzerinden çağrışımlar yaratmayı başarabilmiştir. Pozitif ve negatif alanlar üzerinden hem izleyicisine hem metinlere nefes aldırarak tipografi yine bu alanlar üzerinden görsel bir hiyerarşi kurarak sakinlik hissiyatı, lüks ve şık izlenimler verebilmektedir (Ambrose ve Harris, 2012, s. 235).

İşte bu sebeplerle tipografi, dilin görsel olarak estetik dokunuşlarla biçimlendirilen fiziksel halidir. Bu varlığın tarihsel değişimlerle ortaya çıkışını ve bugünlere gelişini veya bugünden yarınlara gidişini incelemek ayrıca çeşitli disiplinlerle bir arada varlığını sürdürmesinin ve farklı alanlardaki tasarımcılarla kendi etkileşim alanı içerisinde temas halinde bulunmasının temelini inceleyerek araştırmamızı derinleştirmek bize tipografinin yaşamımızdaki yerini göstermek açısından önemli olacaktır.

Her ne kadar M.Ö. 5.yüzyıllara dayanan bir tipografi geçmişi olduğunu araştırmalardan biliyor olsak ta, (doğal çizimler, kelimeler, harfler, işaretler ve sayıların kullanımıyla) terimin sanatsal bir üslup niteliğinde “Tipografi” adıyla ilk defa 15. yüzyılda Avrupa’da karşımıza çıktığını görmekteyiz. Aslında Becer’e (2020) göre metal harflerle dizgi ve baskı 13. yüzyılda Kore’de gerçekleşmiş olsa da 1450’lerde Gutenberg’in Avrupa’da bu metal harf kalıplarıyla gerçekleştirdiği baskı tekniğine tipografik baskı demesiyle tipografi terimi yaygın olarak o günden itibaren kullanılmaya başlanmıştır.

Milattan önce başlayan tarihsel süreç, 15. yüzyıla gelene kadar aslında yazının ve el yazması eserlerin çağyken, 15. yüzyılda Gutenberg’in geliştirdiği hareketli hurufat sistemi sayesinde basımcılık yöntemi geliştirilmiş ve tipografinin uygulanmasında olgun bir aşamaya geçilmiştir. Yani 15. yüzyıla kadar aslında tipografinin üretimine yönelik herhangi bir otomasyon sistemi veya zamandan kazanılacak hiçbir teknoloji bulunmamaktaydı, bu nedenle Gutenberg’in tipografiye katkısı azımsanmayacak derecede önemlidir. 18. ve 20. yüzyıllarda ise teknik gelişmeler açısından bir devrim yaşanmış ve tipografinin daha sonra sayısal teknolojinin kullanımına girmesiyle Gutenberg çağı kapanmış ve Postscript dönem başlamıştır (Sarıkavak, 2014, s. 2).

İşte süreç gelişimiyle ilgili bu bilgilerden yola çıkarak tarihin her döneminde yöntem ve teknikler değişmiş olsa bile aslında dilin görsel bir biçime dönüştürülme süreci bugünkü yüzyıldada devam etmektedir. Dolayısıyla bu temelden yola çıkarak, Tipografi'nin işaretleri, imgeleri, sayıları, harfleri ve gördüğümüz tüm metinleri okunabilen, net ve görsel anlamda okuyucuya estetik ve gösterişli kılacak şekilde düzenleme sanatı olduğunu söyleyebiliriz.

Chandler ve Munday (2018) ise Tipografiyi, Fontların seçimi, okunaklılık, satır aralığı, karakter aralığı ayarlama, sayfa düzeni ve beyaz alan kullanımını içeren bir dizgi malzemesi tasarlama süreci ve sanatı olarak adlandırmışlardır (Chandler ve Munday, 2018, s. 402).

TDK sözlüğünde ise tipografi “Kabartma biçimlerle ilgili baskı yöntemi” olarak belirtilse de (sozluk.gov.tr) bu tanım çoktan güncellenmesi gereken eski bir tanım olarak kalmıştır. Çünkü tanım aslında tipografiyi değil, Gutenberg'in hareketli hurufat sistemini tariflemektedir.

Diğer bir tanımda Bigelow;

Tipografi harf biçimleri ve onların işaretsel anlamları arasındaki ilişkiyi temel alan bir sanattır. Görüntüsel olarak harfler gruplanarak kelimelere, kelimeler satırlara dizilir ve satırlar sütunlar hâlinde sıralanır. Sütunlar sayfalara ayrılır ve sayfalar bir araya getirilerek kitapları oluşturur. Bu görsel nesnelere oluşturduğu bir organizasyonun katmanlarıdır. İşaretsel anlamlar olarak harfler kelime yapılarını, kelimeler cümleleri, cümleler paragraflarda birleşerek metinleri oluşturur. Böylece fiziksel ve anlamsal nesnelere meydana gelir (Bigelow, 1989, s.1-14).

Becer (2007) tipografinin yazı karakterlerinin ve metin bloklarının tasarlanması, dizilmesi ve düzenlenmesi ile ilgili bütün uğraşları ve bu alandaki teknolojik gelişmeleri kapsayan bir terim olduğunu ifade etmektedir (Becer, 2007).

Sarıkavak “Çağdaş Tipografinin Temelleri” adlı kitabında klasik ve geleneksel sanatların, çağın gereksinimlerini yerine getiremediğini ve tipografinin teknik süreçten ve zanaattan çıkıp kavramsal bir tanıma dönüşeceğinden bahsetmektedir. Yine bu temel bağlamda “Modernizmin, tipografiyi bir tavır, bir duruş ve bir tasarım anlayışı - dili- olarak ele aldığı görülmektedir.” demekle birlikte tipografiyi “Harflerin ve yazımsal-görsel iletişime ilişkin diğer öğelerin hem görsel, işlevsel ve estetik

düzenlemesi hem de bu öğelerle oluşturulan bir tasarım dili ve anlayışıdır.” şeklinde tanımlamaktadır (Sarıkavak, 2014, s.10).

Bringhurst (2004) ise tipografiyi, insan diline dayanıklı bir görsel biçim verme sanatı olarak ifade etmiştir (Bringhurst, 2004).

Tipografi, çeşitli disiplinlerde bir öğe olarak ele alınmış ve farklı kavramsal açıklamalarla ortaya konulmuş olsa da özünde grafik tasarımın çalışma alanlarından ve temel unsurlarından biridir.

İşaretler, harfler, göstergeler üzerinden bir anlatım ve tasarım dili oluşturan tipografi, aslında iletişim alanına ciddi katkılar sağlar. Ancak anlatılan bu dilin ve kullanılan yöntemlerin tüm tanımlarda da gördüğümüz gibi estetik bir boyutu vardır. İşte bu estetik boyutta, harflerin veya sembollerin bir iletişim kurma çabası olduğu bilirse de psikolojik anlamda zihin dünyamıza ve tutumlarımıza etkisi olacak bir beğeni durumunun ortaya çıkması kaçınılmazdır. Bu sebeple Helmut Schmid’in de dediği gibi, tipografinin işitilebilmesi, hissedilebilmesi ve tipografinin yaşanılabilir (Ambrose ve Harris, 2018, s. 100) olması düşüncesinden yola çıkılırsa işte bu noktada tipografi, estetiği de temele alarak bir mesaj iletmenin ötesine geçer. Yazılı bir fikre görsel bir biçim vererek alıcısıyla görsel bir iletişim kurmaya başlar ve özünde alıcısına zihin dünyasında bulunan imgeler göndererek duygusal bir fayda sağlar (Şahin vd., 2021, s.107).

### 1.1. ALFABE

Tipografinin varlığını ve dil üzerindeki etkisini anlayabilmemiz için öncelikle yazılı dilin tarihsel gelişimini iyi anlamalıyız. Yazının tarihsel gelişimi hakkında pek çok kaynakta detaylı çalışmalar olduğunu görsek de genel olarak kabul görmüş ortak kanı Sümerler’in soyut işaretlere dayalı çivi yazılarına kadar dayanmaktadır ve yazıyla medeniyetin başladığı düşünülmektedir. Öyleki bu başlangıcın temel ürünleri ve ilk yazılı örnekleri (Şekil 1.1) ise yazının icadından da önce M.Ö. 3500’lerde bulunan ve kayıt tutmak için kullanılan kil jetonlardır (Carter vd., s.2).



**Şekil 1.1:** Sümerlerin Kil Jetonları.

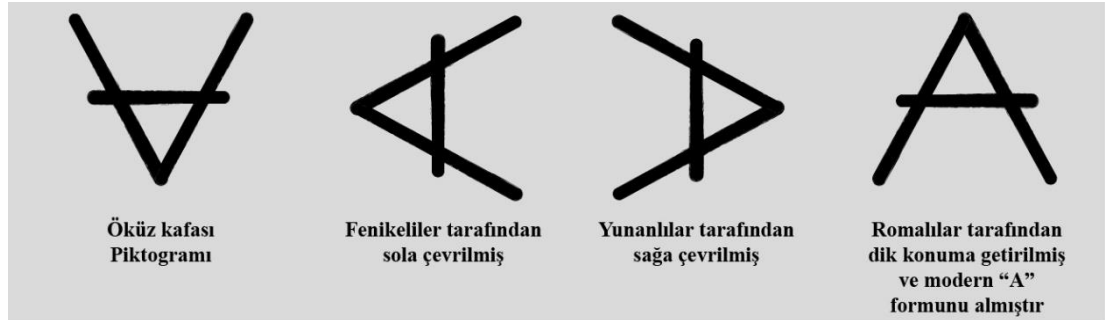
Bugün kullandığımız Latin alfabesi, milattan önceki çağlara ait piktografların (resim-yazı) onlarca belki yüzlerce kez değişim göstermesi sonucu türetilmiş halidir bunlara aynı zamanda ikonlarda diyebiliriz. Bu eski biçimler, genel anlamda nesnelere veya hayvanların resimlerinden oluşur ve sesleri temsil etmezlerdi.

Günümüzde kültürler herhangi bir yazılı dili geliştirmeden çok daha önce yani 100 bin yıl öncesine kadar, semboller ve resimler kullanarak iletişim kurdular. Mağara duvarlarına boyanmış (piktograflar) veya kayaya oyulmuş (petroglifler) bu görüntüler, sadece bir sanat değildi. Olayları kaydetmek ve tekrarlanan temaları iletmek için semboller kullanarak yiyecekleri ve barınakları hakkında hikâyeler anlatmak için yapıldılar. En basit haliyle simge olan daire, güneşi temsil etmek için kullanıldı, ancak zamanla daha soyut hale geldi ve bunun yerine ısı ve ışık kavramlarını iletmeye başladı. İlk güneş sembolü bir piktogram (bir şeyin resmi) iken, sonraki sürümler, ideogramlar olarak bilinir, çünkü ısı veya ışık fikri, daha soyut bir kavram. Benzer türde bir temsili betimleme daha sonra (5.000 yıl önce) Çin yazıları ve özellikle eski Mısır hiyeroglifleri gibi başka yerlerde ortaya çıkmıştır. Evlerin hiyeroglifi bir kat planına dayanırken, su işaretleri daha da belirgindir. Bu durum aslında pek çok kültür için, yakın zamana kadar böyle olmuştur ve Romalılar bize sadece 2.000 yıl öncesine kadar Latinceyi getirmiştir.

Yine bir nesneyi temsil eden piktogramlara ve soyut bir fikir veya kavramı taşıyan ideogramlara ek olarak, üçüncü bir tür ikon daha vardır. Henry Dreyfuss,

Symbol Source kitabında bu türü "keyfi" olarak tanımlar. Bunlar, icat edilmiş ancak fiziksel bir nesneyle ilgili olmayan sembollerdir, anlamlarının çıkarılmasından ziyade öğrenilmesi gerekir demektir. Bu minvalde Alman matematikçi Johannes Widmann, 1489'da aritmetik kitabını yayınladığında, + (artı) ve - (eksi) işaretlerini ilk kez basılı olarak görürüz. Anlamlarını yalnızca incelemeye belirleyemediğimiz için, onları ancak o bilgiyi edindiğimiz için anlamlandırabiliriz. (Hicks, 2011, s.3-13).

Bugün bilinen "A" harfi o dönemlerde bir öküz hayvanının kafasını temsil ederken baktığımız zaman işaretin uç kısmı aşağı yöne doğru bir eğim gösterir, yani öküzün baş kısmı cepheden sembolize edilmiştir (Şekil 1.2). Fenikelilerde yazının okuma yönü sağdan sola doğru olduğu için bu işareti yan çevirmişlerdir. Yine aynı işareti Yunanlılar Fenikelilerin tersi yönüne çevirmiş ve Romalılar ise bugün kullandığımız dik bir pozisyonda işareti konumlandırmışlardır (Ambrose ve Harris, 2012, s. 10).



**Şekil 1.2:** Öküz kafasının piktogramdan harfe dönüşümü.

Süreç içerisinde piktogramların daha soyut düşünceleri iletme ihtiyacının ortaya çıkmasından dolayı adını ideogramlara bırakacağını görmekteyiz. İnsanoğlunun bu iletişim ihtiyacı gelişmeye başladıkça, sembollerin birden fazla anlam kazanmaya başladığını da görürüz. Örneğin bir hayvanı anlatan "öküz" sembolü bir süre sonra "yemek" anlamına da gelmeye başlar. Yani bu yeni semboller hep nesnelere değil fikirleri de artık temsil etmeye başlar.

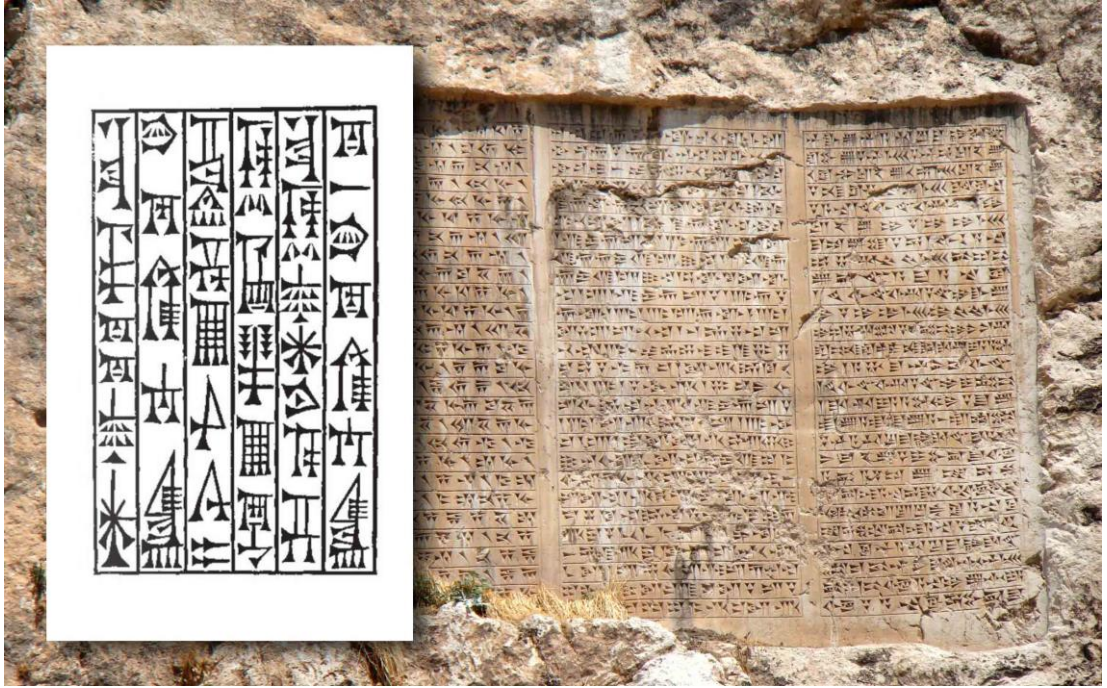
Yine soyut düşünceleri anlatabilmek için farklı piktogramlarda bir araya getirilerek bir fikri iletilebilir. Örneğin, dinlenme fikrini iletme için, bir adamın ve bir ağacın piktogramları birleştirilebilir. Bilinen modern bir ideograma bakacak olursak bugün herkes tarafından bilinen kafatasının uyarı sembolüdür ve ne olduğu için değil,

neyi temsil ettiği için görülen kemikler vardır. Tehlike ve ölümü anlatmak için iyi bir örnektir (Şekil 1.3). Piktograflardan ideograflara doğru olan bu evrim, büyük bir yazılı dilin gelişiminde önemli adımlar olmuştur. İlk kültürler iletişim kurmak ve kayıtları tutmak için bu resim yazma sistemini kullandılar ve somut nesnelere için sembollerini bir araya getirdiler. Hatta bugün Çinliler hala bunun gelişmiş bir versiyonunu kullanmaktadırlar. Ancak bu Picto-ideografik sistemin bazı dezavantajları da vardır. Semboller çoğunlukla karmaşık değildir ancak sayıları ve binlerce kelimeyi düşünürsek genelde araştırmalar öğrenmeyi zorlaştırdığını ve yazmayı yavaşlattığını belirtmektedir (Craig vd., 2006, s.13-15).



Şekil 1.3: İdeogram rneği.

Fenikelilere gelmeden önce ise günümüzde Akdeniz'in doğusunda bulunan bölge yani Antik Mezopotamya'da çivi yazılarını görürüz (Şekil 1.4). En eski standartlaştırılmış yazı sistemlerinden biri olan çivi yazısı kama Őekilli uçlarla yaş kil üstüne yapılmaktaydı. Stnlar halinde yukarıdan aşağıya doğru yazılan çivi yazıları da zamanla okunma yönünü değiştirerek soldan sağa doğru yazılmaya başlanmıştır. ivi yazıları M.. yedinci ve altıncı yüzyıllarda Arami gibi farklı dil sistemlerinin bölgeye yayılmasıyla ve Fenike yazısının kullanımının artmasıyla kaybolmaya başlamıştır.



Şekil 1.4: Çivi yazısı.

Yine Picto-ideografik yazı sistemlerine güzel bir örnek hiyerogliflerdir (Şekil 1.5). Antik Mısır ve İnkalar gibi pek çok kültür tarafından kullanılmıştır. Bu yazıya baktığımız zaman her bir piktogram bir ses yerine bir nesneyi temsil etmektedir. 750 den fazla olduğu bilinen mısır piktogramlarının, okunma yönü sağdan sola, soldan sağa ve yukarıdan aşağıya doğru gelişmiştir. Yazının yönü her bir metin parçasında nesnelere yüzlerinin dönük olduğu yönle ifade edilir. Yani nesnelere sağa doğru bakıyorsa yazı sağdan sola, sola doğru bakıyorsa soldan sağa doğru okunur. Kenarlarına çekilen çizgiler ise yazının yukarıdan aşağıya doğru veya sağdan sola, soldan sağa doğru okunduğunu belirtmek için kullanılmıştır (Ambrose ve Harris, 2012, s. 12).



**Şekil 1.5:** Hiyeroglif örneği.

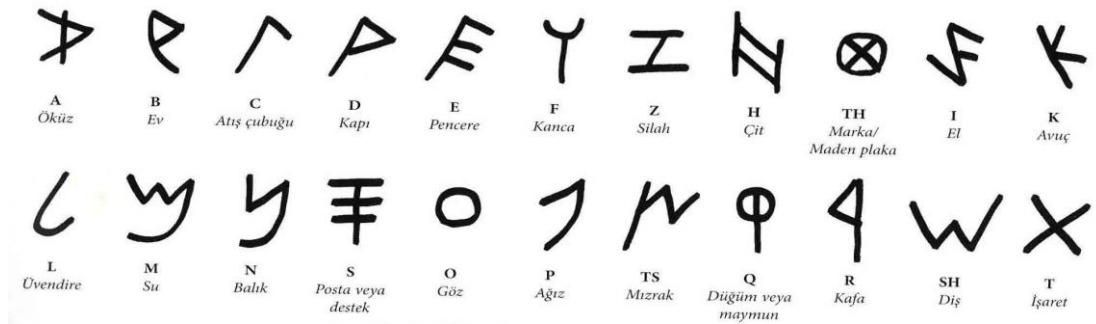
M.Ö. 1200-1600'lerde Doğu Akdeniz'de yaşayan ve tüccarlar ulusu olarak da bilinen Fenikeliler ise defter kaydı tutmalarına ve ticari işlemlerdeki iletişimi kolaylaştırmak adına basitleştirilmiş bir yazı biçimine ihtiyaç duymuşlardı. Bu sebeple M.Ö. 1200 ler civarında, yazılı iletişimde yeni bir kavramsallık geliştirdiler. Fikirler veya nesnelere yerine konuşma seslerini temsil etmek için semboller geliştirdiler. (Şekil 1.6).



**Şekil 1.6:** Fenike Alfabesi, Aleph ve Beth.

Bu görsel değişikliğin nasıl ortaya çıktığını anlamak için alfabemizin ilk iki harfi olan A ve B'nin nasıl geliştiklerine bakmakta fayda var. Fenikelilerin kayıt altına aldıkları başlıca konuşulan seslerden biri "A" (𐤀)'dir. Bu harf öküz anlamına gelen "aleph" kelimesinin başında çıkan sestir. Ses için yeni bir sembol tasarlamak yerine,

sadece öküz için mevcut bir sembol kullanmışlardır. Aynı durumu “B” (𐤁) harfi içinde yapmışlardır. Beth olarak okunan ve ev anlamına da gelen bu harfi, hem ev anlamı için hem de mevcut sesin uygulanmasında kullandılar. İşte bu süreç, Fenikelilerin her yeni bir görev tayini oluşturana kadar devam ettirilmiş ve her ses için bir sembol üretilmiştir. Her durumda semboller ortaktı. Su, kapı, balık, el, göz veya ağız gibi vücudun nesnelere veya parçaları gibi. En sonunda Fenikeliler insanlık tarihindeki en büyük buluşa imza atarak 22 adet özel bir işaret alfabesine şekil vermişlerdir (Şekil 1.7).



Şekil 1.7: 22 Harfli Fenike Alfabeti.

Fenike alfabesi, Pikto-ideografik alfabeden çok daha az sembol gerektiren bir sistem olması hasebiyle, basitleştirilmiş harf biçimlerinin daha hızlı yazılabilmesine, öğrenilmesine muhteşem bir olanak sağlamıştır. Alfabenin özelliklerine baktığımız zaman harfler sessiz harfler olmasına rağmen yan yana getirilerek kurulan farklı kombinasyonlarda binlerce kelime oluşturmak mümkündür. Dil yatay ve sağdan sola doğru okunmakta, bazen kelime bitişlerini belirtmek için nokta kullanılsa bile genel anlamda kelime aralarına boşluk bırakmadan yazılırdı (Craig vd., 2006, s.16). Özetle Fenike alfabesi kolay ve ideal bir iletişim aracı görevini üstlenmesiyle dönemi ve sonrası için altyapı oluşturacak bir devrim yaratmıştır. Standartlaştırılmış bir fonetik alfabe geliştiren Fenikeliler, hem insanlık tarihine hem de Batı'ya bu anlamda büyük katkılar sağlamışlardır.

Eski Yunan uygarlığı, devam eden tarihsellikte Fenikelilerin uygarlığını benimsemiş, M.Ö. 800'lü yıllara gelindiğinde kendi alfabelerini geliştirmek için Fenike sistemindeki karakterleri stilize etmişlerdir. Hatta bu benimsenme özelinde, Fenikelilerin adlarını bile Yunanlıların koyduğunu görmekteyiz. Yani Fenike

toplumunun gerçek adının Fenikeliler olmadığı Yunanlıların bu topluma Fenike dediği bilinmektedir (Cunliffe, 2011, s.241). Fenikelilerin “Aleph ve Beth” kavramları yunanca “Alpha ve Beta” ile birleşerek “AlphaBeta” ve daha sonra “Alphabet” olarak son şeklini almış bugün dilimizdeki “Alfabe” terimi oluşmuştur. Yani Yunanlılar Fenikelilerin hem harflerini hem seslerini benimsemişlerdir (Şekil 1.8). Ayrıca kendi alfabelerine yeni karakterlerde ekleyerek günümüz Arap ve İbrani yazılarının da temelini oluşturmuşlardır. Ancak erken dönem bu yunan alfabesinin yazı yönüne bakacak olursak, sağdan sola, soldan sağa yazılmak yerine, dönüşümlü olarak diğer yönde yazılıp okunduğu yani “bustrofedon” usulünde yazıldığını görebiliriz (Şekil 1.9).



Şekil 1.8: Yunan Alfabeti, Alpha ve Beta.

Bustrofedon usulüyle yazılan yazı sayfada soldan sağa doğru ilerler, satır başları sağa doğru ilerler. Bu usulde yazı yazılmasında üç yöntem vardır: satırları ters çevirmek, satırları ve kelimeleri ters çevirmek veya satırları, kelimeleri ve harfleri ters çevirmek.

Şekil 1.9: Bustrofedon usulü yazım yönü.

Ambrose ve Harris (2012) Yunanlıların esnek bir fonetik alfabe için fenikelilerde olmayan sesli harfleri geliştirdiklerini belirtir. Bu ilk sesli harfler Α (alfa), Ε (epsilon), Ι (iota), Ο (Omikron) ve Υ (upsilon)'dur. Bunun haricinde Yunan ve Latin el yazmalarında kelimeler arasında boşluk bulunmadığını görmekteyiz.

[Örneğin bir cümleyi yazarken hiçbir şekilde kelime boşluğu bırakmıyorlardı.]

Yunan alfabesi aynı zamanda Kiril ve Latin alfabesinin de atasıdır, bu alfabe 403 yılında resmi olarak Atina’da ilan edilmiştir (Craig vd., 2006, s.17). Arapça ve İbranice ise Fenike dilinin 22 sessiz harflerine dayanarak türetilmiştir.

Yunanlılar nasıl ki Fenikelilerin alfabesini alıp geliştirmişler ve benimsemişler, Romalılarda aynı şekilde Yunanlıların alfabesini benimsemiş ve değiştirmişlerdir (Şekil 1.10). Romalılar Yunan alfabesinden 13 harfi (A, B, E, H, I, K, M, N, O, T, X, Y ve Z.) değiştirmeden kullanmış, sekiz harfte (C, D, G, L, P, R, S ve V) revize yapmış ve 2 harf daha (F ve Q.) alfabeyle ekleyerek toplamda 23 harfli bir alfabe oluşturmuşlardır. Ayrıca Yunanlıların harfler için kullanmış oldukları alfa, beta ve gama adlarını kullanmamış ve yerine daha basit seslerle yani bugünün ABC’si gibi harfleri temsil eden bir alfabeyle geçmişlerdir. Daha sonra (U ve W) harfleri yaklaşık olarak bugünkü tarihten 1000 yıl önce, (J) harfi ise süreç devamında 500 yıl sonra alfabeyle eklenmiştir (a.g.e., s.19).



**Şekil 1.10:** Roma Alfabesi, A ve B.

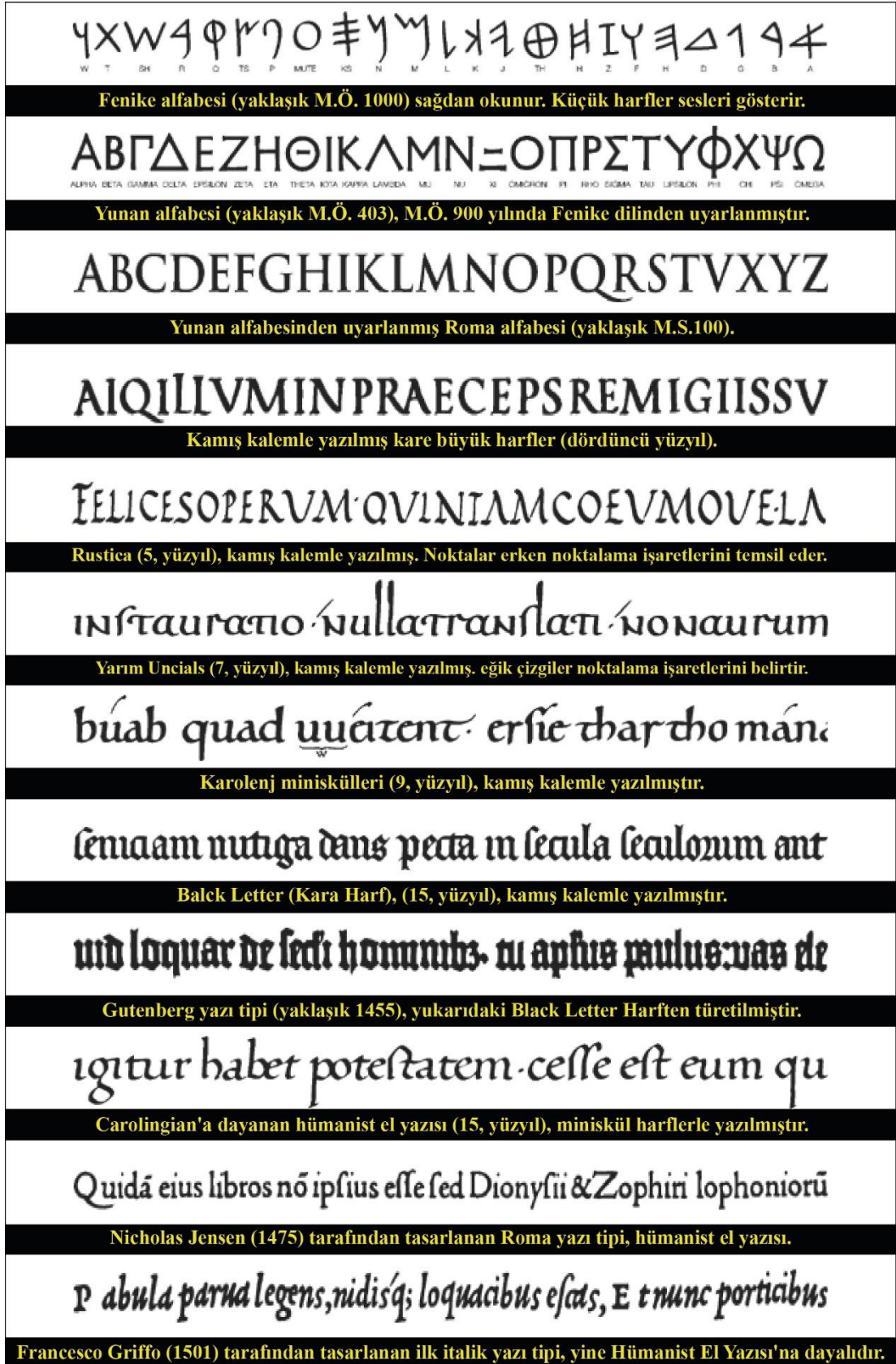
Ambrose ve Harris’e (2012) göre, Romalılar Yunanlılar gibi kelime aralarını birleştirmemiş ve kelime aralarına boşluk yerine nokta koymayı tercih etmişlerdir. Ancak Craig (2006) ise yer yer harflerin arasında yine boşluk kullanmadan yazıldığı örneklerin olduğunu ve kelime aralarına eğik çizgiler atılarak da cümleler kurulduğunu belirtmiştir.

*[Örneğin bir cümleyi yazarken kelime aralarına nokta işareti koymaktaydılar/veya/kelimeler/arasına/eğik/çizgiler/atmaktaydılar]*

Romalılar sonradan da eklenen harflerle, bugün ki yazı karakterlerimizin temelini oluşturan 26 harfli alfabeyle oluşturmuş ve bu alfabe Roma İmparatorluğunun tümüne yayılmıştır.

Şimdiye kadar bahsettiğimiz tüm alfabeler, büyük harflerin (majüskül) formlarından türemiştir. Ancak daha sonraları yazının ekonomik haliyle kullanılması ihtiyacından dolayı ve yazının doğası gereği küçük harfler (miniskül) bütünüyle bir majör set olarak kullanılmaya başlanmıştır. Özellikle küçük harfler, yazının kullanılmasının yaygınlaşmaya başlamasıyla daha az alanda daha çok metine yer verilmesi ihtiyacıyla ortaya çıkmıştır.

İşte alfabemiz günümüze gelene kadar binlerce yıllık evrimi temsil eden farklı sembollerden oluşur (Şekil 1.11). Bir tasarımcı olarak harf biçimlerini basitleştirebilir, süsleyebilir veya stilize edebiliriz ancak şunu bilmemiz gerekir ki temel şekilleri değiştirirsek etkili iletişim kurma yeteneklerini yani okunurluğunu azaltmış oluruz. Hâlihazırdaki bu görünüşleriyle sabit bir yapı içinde bile, bu sembollerin ömür boyu bizlere yaratıcı olanaklar sağladığını görebiliriz, ancak tipografinin okuturluk işleviyle olağanüstü sürprizleri de izleyicisine aktarmak, artık tasarımcıların uçsuz bucaksız hayal dünyasının sınırlarına kalmış bir gerçek olarak hayatımızda var olmaya devam edecektir.



Şekil 1.11: Alfabenin evrimi.

## 1.2. GUTENBERG VE HAREKETLİ KALIP HARFLER

Yazının uygulanma aşamasında bir biçim ve form alabilmesi için uygulanan çeşitli teknikler vardır. Baktığımız zaman, tarihte her dönemin kendine ait bir tekniği oluşmuştur. Bu tekniklerin uygulamaya geçirilmesinde ise dönemin şartlarına ve teknolojisine göre yaşanan yerle ilgili malzemelerden yararlanılmıştır. Bunlar taş, kama, toz boyalar, kemik, kamyş ve kaz tüyü kalemler vb. araçlar kullanılarak, Gutenberg dönemine kadar, çamur tabletlere, papirüslere, tahta yüzeylere, ipek kumaşlara el yazması yapılarak, oyularak veya kazınarak uygulanmıştır.

Mısırlılar, papirüsü kullandı ve sonraki süreçlerde parşömen ve halen kullandığımız kâğıtlar elde edilerek ilkel basımlar yapıldı ancak 15.y.y.'ın ortalarına geldiğimizde, Gutenberg tüm bu tekniklerin yerini alacak “Hareketli Harf Sistemini” icat etti (Şekil 1.12). İşte bu buluş matbaacılık çağını açan ve kitap üretimini sonsuza kadar değiştiren ve hatta Amerika’da ortaya çıkan stereotip plakalar dönemine kadar 350 yıl hüküm süren bir dönemin başlangıcı olmuştur (Galbraith vd., s.31-32).



**Şekil 1.12:** Johannes Gutenberg (c.1397-1468), Tipo baskı.

Gutenberg’in bu buluşu aslında endüstriyel baskının başlangıcıdır. Yani Hareketli Hurufat Sistemi “endüstriyel baskının temeli”, sonraki süreçlerde gelişen her teknolojik evrim ise bu endüstriyel baskının “üretim hızı ve kalitesiyle” ilgili değişim ve gelişmelerdir.

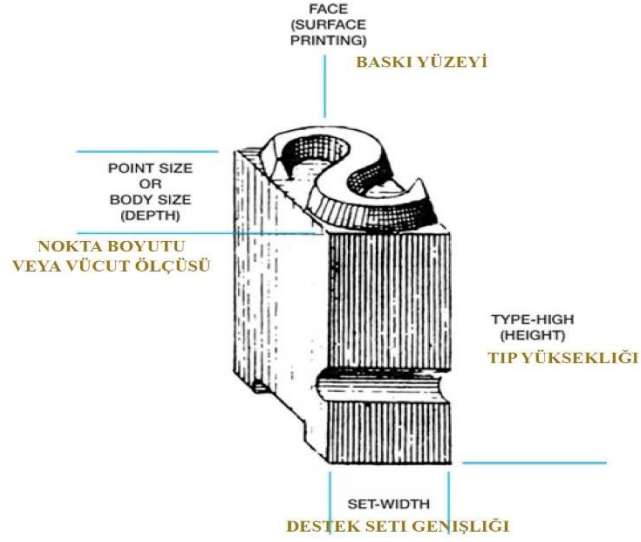
Gutenberg’i bu buluşa iten, hem el yazmalarının zaman ve maliyetini düşürme isteği hem de daha önce benzeri kullandığı sistemdeki ahşap kalıpları artık hayatından çıkartmak istemeseydi. Çünkü metal harf sisteminden önce kullandığı ahşap kalıplar tek seferlik kullanılıyordu. Bu ahşap kalıplar çok çabuk yıpranmalarından dolayı atılıyor ve daha sonra her metin için tekrardan yeni ahşap kalıp hazırlanıyordu. İşte hazırladığı alışımla tamamen metal harf sistemine geçmesi tüm bu zamansallık ve maliyetlenme sıkıntılarına çözüm olmuştur.

Hareketli Hurufat Sistemine, yani bu teknolojiye aynı zamanda döküm tipide denmektedir (Şekil 1.13). Her karakter ayrı bir metal parçasına dökülüp, sonrasında bir tip kasasında saklanmaktaydı. Bu metal tip üzerindeki harfler (Şekil 1.14) basıldıktan sonra doğru görünecek bir şekilde ters çevrilmekteydiler. Yazıyı ayarlamak için, besteci (iş kutusundan tek tek yazı parçalarını seçen ve bunları bir beste çubuğuna yerleştiren kişi) ya da dizgici bir elinde bir beste çubuğu tutarken, diğeriyle tip kutusundan gerekli yazı harflerini seçer (Şekil 1.15). Dizgi bitirilince, sistem bir sabit masaya kilitlenir ardından, mürekkepleme işlemi yapılır ve son olarak deri yada kağıt malzeme, kalıplar üstüne kapatılır ve bir basınç yardımıyla üstten sıkıştırılarak yazdırma işlemi bitirilirdi (Craig vd., 2006, s.345-346).

Günümüzde bu tip döküm makinaları (tipo baskı), esas olarak sınırlı sayıda sanat kitapları için özel matbaalar tarafından halen kullanılmaktadır.



**Şekil 1.13:** Gutenberg’in Hareketli Hurufat Sistemi.



**Şekil 1.14:** Hareket ettirilebilen Metal Kalıp harf.

Şekil 1.14'te bulunan hareketli metal kalıp harflerin oluşturduğu blokların farklı özellikleri, bugün aslında tipografinin başlıca birçok terimlerinin de teknik adıdır. Bu sistemde bloğun hacimsel boyutu, boşlukların ölçüsünü sabitlediğinden negatif bir boşluk bırakılması tipografik düzenleme açısından pek mümkün değildi ancak bugün dijital sistemlerde bu dengeyi ayarlamak tamamen mümkündür.



**Şekil 1.15:** Besteci.

Avrupa'da 15. Yüzyıla gelene kadar aslında istenilen bir okur-yazar toplum bulunmamaktaydı. O dönem oluşturulan el yazması eserlerin ciddi bir alıcısı olmadığı gibi toplumda okuma kavramının da anlamı tam olarak oturtulamamıştır. Okuma eyleminin kendisi bile yer yer sesli bir şekilde yapılan temaşalara benzerdi. Gutenberg teknolojisiyle artan matbaacılık ve bunun doğal sonucu olarak kitap üretimin çoğaltılıp, dağıtılıp ve yaygınlaşmaya başlaması, toplumda oku-yazarlık oranlarını artırmış ve okuma eylemine bir karşılık getirerek düşünme ve öğrenme biçimlerinde devrim yaratmıştır. Gutenberg aslında sadece yeni bir endüstri yaratmakla kalmadı, aynı zamanda değiştirilebilir parçaların (metal harfler) ilk kez kullanıldığı benzersiz bir endüstri yarattı ve böylece daha sonraki seri üretim tekniklerine giden yolun ilk sinyalinin vermiş oldu. Ayrıca, Gutenberg, yukarıda bahsettiğim gibi okumanın anlamsallığın bile oturmadağı bir toplumda, yani alıcısı olmayan bir pazarda bile kitaplar basmak suretiyle kitlesel pazarlamayı da öngören bir isim olarak karşımıza çıkmaktadır.

Her ne kadar araştırmalar bu müthiş buluşun Gutenberg matbaacılığıyla taçlandığını belirtse de, Minnesota Eyalet Üniversitesinden Shelton A Gunaratne'nın bu konudaki fikrine yer vermek ve konu içine ufak bir parantez açmak isterim. Gunaratne, Simyacı Bi Sheng'in, Gutenberg'den dört yüzyıl önce 1041'de sekiz yıl boyunca hareketli tiplerle deneyler yaptığını belirtir. 1313'te Wang heng, tarım üzerine bir inceleme olan Nong shu'da hareketli tiplerin gelişimini izlediğini ve Çinlilerin tipografiyi güzel bir sanat haline getirdiğini ve çok sayıda kitap ürettiklerini yazmıştır. Hareketli tipten baskıyı, 1403'ten itibaren Korelilerin en yüksek gelişimine ulaştırdıklarını ve bunu Kore'de uygulamaya koyduklarını yazmıştır. Ayrıca matbaanın icadının ikinci bir iletişim devrimini başlattığını ve bu kutlamanın mucidi olarak da Gutenberg'i gösterenleri, 15. yüzyılın sözde Avrupa 'istisnacılığını' belgelemeye çalışanlar olduğunu söylemiş ve insanlık tarihinin çarpıtıldığını anlatmıştır (Shelton, 2001).

Ancak Felici (2012) ise Gutenberg'in buluşundan ziyade bugün ki tipografide kullandığımız disiplinler tarafına vurgu yaparak Gutenberg'in dehasına atıf yapmaktadır. Hatta bilinen lastik damgayla hareketli hurufat sisteminin aynı prensibi kullandığını düşünür, ancak lastik damgada harflerin hareketli olmadığını söyler.

Hareketli yazı tipinin icadının da muhtemelen Gutenberg'den yüzyıllar önce seramikten yapılmış yeniden kullanılabilir tip bloklarla baskı yapan Korelilere ait olabileceğini belirtir. Ancak burada Gutenberg'in bu konsepti eksiksiz bir dizgi ve baskı sistemine dönüştürmesinin mükemmelliğinden bahseder.

Burada Felici'nin bahsettiği mükemmellik ise bugün tipografimizde dijital dizgide bile halen varlığını sürdüren ve kullandığımız harf blokları ve boşluk blokları kavramlarıdır çünkü bu kavramlar tipografinin de temel taşlarındandır. Ayrıca Gutenberg'in su bazlı mürekkep yerine yağ bazlı mürekkep kullanması ile metal kalıpların mürekkebi daha iyi tutmasını sağlaması, buluşun diğer önemli bir yeniliğidir. Son olarak teknoloji ve dönem ele alındığında aslında Gutenberg'in sistemindeki en temel unsur, küçük baskı bloklarının boyutlarının ve imalatının standartlaştırılmasıdır.

İşte grafik tasarım disiplinin temel olarak başlangıç noktası sayılan bu dönem Gutenberg'in matbaayı bulmasıyla start almış ve sonrasındaki süreçte basılı kitapların çoğalması ve üretim miktarlarının seri olarak artırılması sebebiyle, iletişimde yeni bir dönem başlamıştır. Matbaacılığında yaygınlaşması sonucu, Tipografi dönemin şartlarına ayak uydurmuş ve ilk zamanlarda el yazmasında kullanılan biçimselliklerle hızlı bir şekilde izleyicilerinin karşısına çıkmıştır. Daha sonraları ise teknolojinin gelişimiyle birlikte yapısal özellikleri oturtulan yazı karakterleri çeşitlenmeye başlamıştır. Bu değişim ve gelişim yine matbaacılıkta alternatif sistemlerin ortaya çıkışlarıyla devam etmiş ve süreçteki teknolojik değişimlerle birlikte günümüze gelene kadar bir yapısal bir temel üzerine inşa edilmeye devam etmiştir. 15. yüzyılda başlayan bütün bu iletişim serüveni, 19. yüzyılda Endüstri Devrimi'yle birlikte bambaşka bir dünyanın kapılarını açmaya başlamış ve günümüze gelene kadar iletişimin boyutlarını zorlayan ve bazen sınır tanımayan yaratıcı bir üslup halinde hayatımızın her anına girmeyi başarmıştır.

### 1.3. 15. YÜZYIL'DAN GÜNÜMÜZE TİPOGRAFİNİN EVRİMİ

15. yüzyılda matbaanın icadı ve yaygınlaşması insanlık tarihi için en önemli bilimsel ve teknik gelişmelerden birisi olmakla birlikte, Ganiz 15. yüzyılın bu anlamda yazı tasarımlarındaki gelişimi ve değişimi bakımından oldukça verimli bir sürece

girdiğini belirtir (Ganiz, 2004, s.45). Bu dönem Avrupa’da basımevlerinin çoğalmasıyla birlikte aslında yazı karakterlerinin ve çok çeşitli tipografik üsluplarında ortaya çıktığı görülmektedir.

Tipografinin tarihsel evrimine baktığımız zaman her dönemin temelde bir yazıyüzü olduğunu görürüz. Bu yazıyüzleri bize genel anlamda yazı tipi tasarımının evriminde ayrı bir aşamayı temsil etmektedir. Ancak baktığımız zaman dönem geçişleri aslında her zaman keskin olmamıştır. Bu sebeple kolay anlaşılabilir olması açısından, bu değişimleri mümkün olduğunca detaylandırarak incelemeye çalışacağız.

15. yüzyıl tipografisine baktığımız zaman pek çok matbaacı ve tipografist, Rönesans’ında etkisiyle İtalyan sanatına ilgi duymaya başlamış ve bu sebeple Venedik modeli de denilen “Old Style” tarzını benimsemişlerdir. Bu dönemin matbaacılık kitapları, çoğunlukla kiliselerin talebi doğrultusunda basılan dini eserler ve yine kiliselerde öğrencilerin kullanması için hazırlanan ders kitaplarıdır (Blockmans vd., 2014). İtalya’da ağırlıklı kullanılan ilkyazı karakterleri ise yine dönemin el yazmalarındaki örneklerden etkilenecek oluşturulmuş ve metal harflere dökümleri yapılmıştır.

Özellikle bu dönemi (15. ve 16. yüzyılı) genel anlamda incelerken Rönesans’la olan etkileşimine bakmak gerekir. Rönesans dönemi İtalya’sında, batı ile klasik antikite arasında bir bağ kurulmaya çalışılmış, Antik Yunan bilim adamlarının çalışmaları tercüme edilerek çeviriler yapılmış, önceki dönemlere kıyasla insan yaşamı değerli kılınmış ve matbaanın icadıyla yaygınlaşan bilgi alışverişi ile toplumda radikal değişikliklerin yaşandığı Ortaçağ’dan Modern çağa girilen bir dönemin ilk işaret fişekleri atılmıştır.

Bu dönemde İtalyan matbaacılar, Tip tasarımı, sayfa düzeni, süsleme, illüstrasyon ve hatta eksiksiz kitap tasarımı, gibi konuları bilim adamlarıyla beraber yeniden değerlendirmeye almışlardır. Bu değerlendirmeler ışığında grafik tasarım ve özelinde tipografi, sanat, müzik, edebiyat, vb. geliştirilmiş ve hatta bugün isimlerini zikrettiğimiz birçok sanatçı yine bu dönemde dönemin şartlarına bakılarak olağanüstü eserler üretmişlerdir.

Görsel anlamda bakır levha gravürler döneme damgasını vuran etkin görsel ürünler olmuştur. Teknik alandaki iyileştirmeler doku, ton, vb. detay aralıklarını büyük ölçüde artırdığı için bakır levha gravür popülerliği artırmaya devam etmiştir. Hatta gravürleri basılı kitaplara yerleştirmek için fikirler geliştirilmiş ve stüdyolar onları duvara asmak için üretimler yapmışlardır. Bunun sebebi de dönem itibarıyla yağlı boya tablolarına parası yetmeyen insanlara sanat satın alma fırsatı vermektir.

Gravürlerin gelişmesi, tipografiye ciddi katkılar sağlamıştır. Bu katkı gravürlerin doğası gereği, ince çizgilerin metale kazınması ile son derece hassas çizgilere sahip yazı harf biçimlerinin geliştirilmesini sağlamıştır (Şekil 1.16). Yine Almanya'da bulunan gravür sanatçıları ve tipografik matbaacılar resimli kitaplar ve geniş sayfalar geliştirmek için işbirliği yapmışlardır. Albrecht Pfister'ın erken dönem tipografik kitaplarından biri, oyun kartları ve tahta blok kitaplar için kullanılan önceki işleme benzer şekilde tahta baskılarla resmedilmiştir. On yıllar boyunca, matbaacılar tahta blok illüstrasyonlarının kullanımını artırmış ve nihayetinde bloklar için artan bir talep doğurmuşlardır. Bunun sonucunda ise grafik çizerlik popülerlik kazanmış ve çizer talebi artmaya başlamıştır (Şekil 1.16).



Şekil 1.16: Hassas ve ince harf çizgilerine sahip Gravür örneği.

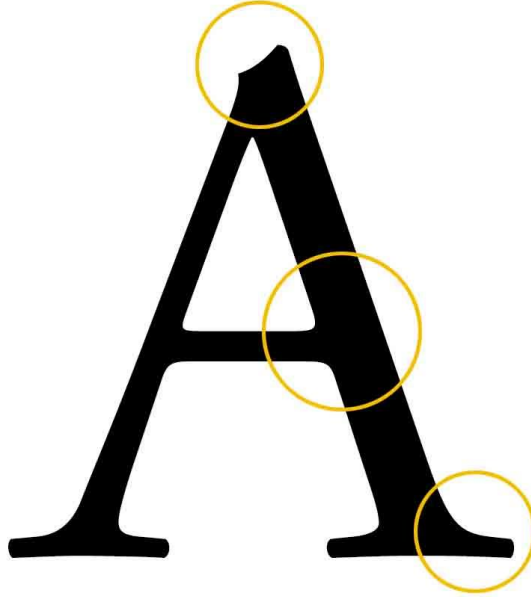
Rönesansın etkisiyle antik kalıntılar araştırılırken yapıtlarda bulunan eski biçem “Romen” harf karakterleri hem net okunması hem de daha düzenli durması sebebiyle, İtalyan yazıcılar tarafından sonraki süreçlerde tercih sebebi olmuştur. Yani ortaçağın karakterleri (Gothic, Old English, Black, Broken) hatta Gutenberg’inde kullandığı yaygın olan “Blackletter” gibi karakterlerden vazgeçilmiştir. Bu karakterler

daha önce alfabe başlığı altında incelediğimiz (Bkz. Şekil 1.11) Karolenj formlardan daha dar, Gotik harflerden daha yuvarlak bir biçimselliğe bürünmüştür.

Aslında dönemsel sınıflandırmaları ve yaklaşık tasarım tarihleriyle birlikte 15. yüzyıldan günümüze temelde beş klasik yazı tipi tipinden söz etmek mümkündür. Dönemlerin detaylarına ve teknolojik gelişmelerine eğilmeden konumuzun net ve anlaşılabilir bir şekilde dağılmadan öğrenilmesine yardımcı olabilecek bu 5 temel stil aslında bugün gördüğümüz tüm yazı tiplerinin temelidir. Bunlar:

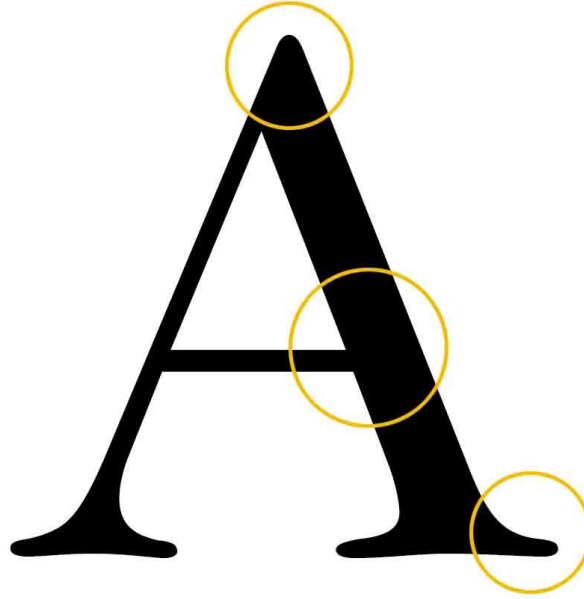
- **Garamond (Fransa) Eski Stil 1615**
- **Baskerville (İngiltere) Geçiş 1757**
- **Bodoni (İtalya) Modern 1788**
- Century Expanded (USA) Egyptian (Slab Şerif) 1894
- Helvetica (İsviçre) Sans Serif 1957.

Bu sınıflandırmayı daha kolay anlamamız için **ilk üç dönemi** tek bir grup olarak ele alabiliriz. Bu ayrışmaları netleştirmek adına daha önce yaptığımız gibi “A” harfinin yapısına ve dönemselliklere göre değişimine bakalım.



Şekil 1.17: Garamond: Eski Stil.

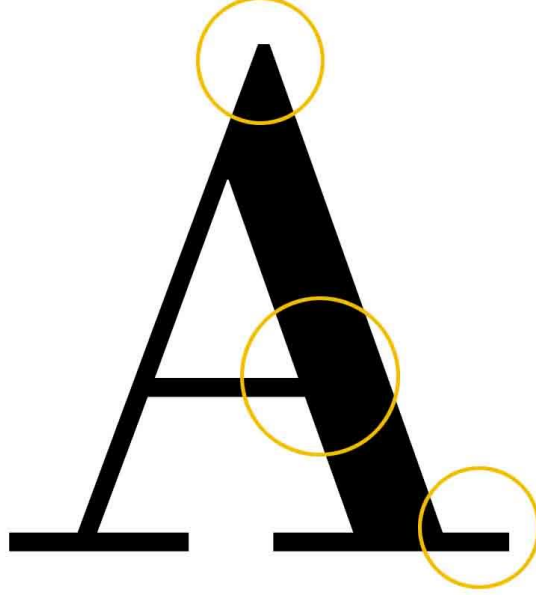
Kökeni 15. yüzyılda Aldus Manutius'un yaptığı tasarımlara dayanan ( Ambrose vd., 2018) ve 16. yüzyılda ise Parisli gravürücü Claude Garamond'un, yazı karakterlerinden kestiği ve onları temele alarak yaptığı tasarımlara dayanan bir yazı çalışması başladı. 1600'lerin başı gibi tüm kağıtlar elle yapılmaktaydı ve baskı teknolojisi hala biraz ilkel. Claude Garamond, o dönem için teknolojiyi tamamlayan ve taçlandıran, artık "Eski Stil" olarak adlandırdığımız bir yazı stili oluşturdu (Craig vd., 2006, s.53). Bu yazı stiline ise "Garamont" denildi. Bu yazı tipini ise çoğunlukla 17. yüzyılda Fransız matbaacı Jean Jannon'un tasarımlarında görürüz. Bugün halen zarif ve okutur bir yazı tipi olarak güncelliğini korumaktadır. Bu stilde Eski Stil yazı karakterlerinin nispeten kalın vuruşları ve yoğun bir biçimde uygulanan köşeli ayrıçlı şerifleri bulunur. Şekilde daire içine alınan alanlarda, şerifin (tırnakların) ana gövdeyle birleştiği kavisli kısımlar ifade edilmiştir (Şekil 1.17).



**Şekil 1.18:** Baskerville: Geçiş Stili.

Geçiş döneminde (1750 civarları), teknolojik gelişmeler daha pürüzsüz kağıtlar, daha iyi baskı makineleri ve geliştirilmiş mürekkepler üretmeyi mümkün kılmıştır. Bu dönemin popüler yazı tipi Baskervilledir. Yazı tipi adını, çok yetenekli ve farklı uzmanlıkları olan, hattat, mektup oymacısı, tipograf ve matbaacı işadamı John Baskerville'den alır (Archer-Parré vd., s.13-14). Yukarıda bahsettiğimiz teknolojik gelişmelerle bağlantılı olarak geçiş dönemi yazı biçimleri daha fazla iyileştirmeye

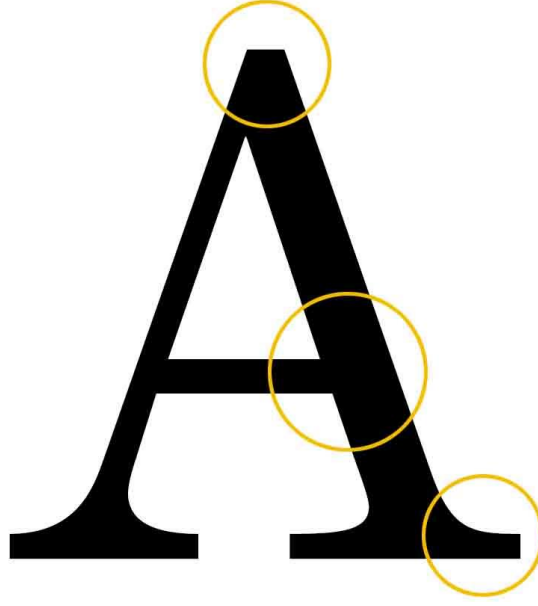
yönelik bir eğilimi yansıtırlar; kalın ve ince vuruşlar arasında artan bir kontrastlığın olduğunu ve şeriflerin daha çok oyularak sertleştiğini görebiliriz (Şekil 1.18).



**Şekil 1.19:** Bodoni: Modern Stil.

İtalyan bir tipograf olan Giambattista Bodoni'nin modern stilde ince vuruşları dikkat çekicidir. Tırnakları ince ince çizgilere indirilmesi ve köşeli ayrıçaları neredeyse ortadan kaldırmasıyla, 18. yüzyılın sonlarında tipografik iyileştirmenin uç noktalarına ulaşılmıştır. Bu değişiklikler ile ince ve kalın vuruşlar arasında aşırı bir kontrast oluşturularak zarif bir yazı tipi yaratılmıştır ( Şekil 1.19).

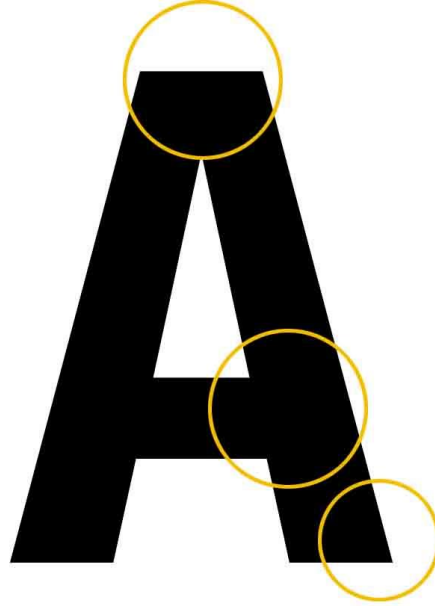
Görüldüğü gibi “Eski Stil” tasarımlar genel anlamda kendi içinde üçe ayrılabilir. Claude Garamond’un, Baskerville’den daha fazla “Eski Stil” yazı karakterleri tasarımcısı olarak görülmediğini belirtmemiz gerekir. Garamond kendisini geçiş dönemi yazı karakterlerinin tasarımcısı olarak görüyordu. Yazı tipi uzmanları ve bilginlerinin Garamond’u Eski Stil yazı biçimi ve Bodoni’yi Modern yazı biçimi olarak sınıflandırmaya başlamaları ancak bu yüzleri geriye dönük inceleyerek olmuştur. Bu nedenle bu sınıflandırmada, Eski Stil ile Modern arasındaki boşluğu dolduran Baskerville, Geçiş Stili bir yazı karakteri haline gelmiştir (Craig vd., 2006, s.55).



**Şekil 1.20:** Century Expanded: Mısır Slab Şerif Stili.

Bodoni'den sonra yazı tipi tasarımları eklektik bir hale gelmiştir. Tasarımcılar, genellikle reklamcıların ihtiyaçlarını karşılamak için yeni tipografik ifade biçimleri arayışında deneyler yapmaya başlayarak, cesur, genişletilmiş, yoğun ve dekoratif yazı biçimleri yaratmış, önceki yüzyıllarda olduğundan çok daha fazla çeşitlilik üretmişlerdir.

Ortaya çıkan yazı tipi stillerden biri, harf biçimlerinin ağır şeriflerle karakterize edildiği levha şerif, kare şerif olarak veya adına Mısırlı denilen tiptir (Şekil 1.20). Bu yazı biçimlerinde, kalın ve ince vuruşlar arasında çok az kontrastlıklar oluşur ve ana vuruşlarla karakterize edilen bir tip ortaya çıkar. Century Expanded yazı tipi, temelde Linn Boyd Benton'ın 1894'te, Theodore Lowe DeVinne için Century Magazine yaptığı tasarıma dayanmaktadır. Century Expanded, inceltilmiş bir Mısır veya Slab Serif yazı tipinin mükemmel bir örneğidir. Büyük x yüksekliği ve basit formlar, bunu çok okunaklı bir yazı tipi yapmak için birleştirmektedir. Century yazı tipi temelde, Amerika Birleşik Devletleri'nde, 19. yüzyılın başlarından popüler olmuş ve bu popülaritesini o yüzyılın sonuna kadar sürdürmüş olan aynı zamanda "Didone" türünün de bir parçası olan, İngiliz kökenli "Scotch" türüne dayanmaktadır. Hatta Scotch'unda, M.Ö İskoçyalara kadar uzandığı belirtilir (Drucker vd., s.36).



**Şekil 1.21:** Helvetica: San Serif (Tirnaklı) Stil.

20. yüzyıldan önce çok nadir kullanılmış olan, Sans Serif yazı biçimleri daha sonra genellikle görüntüleme (trafik ve uyarı levhaları) araçları ve belli başlı reklamlarla sınırlı olarak kullanılmıştır. Ancak 20. yüzyılın ortalarında, Sans Serif yazı biçimleri popüler bir hale gelmiştir. Yeni Sans Serif tasarımları zarif ve görünüşte çağdaş, ancak yine de genel metin yani uzun metin amaçları için kabul görmemiştir. Bugün ise Sans Serif yazı tipleri, metin için olduğu kadar görüntüleme için de yaygın olarak kullanılmaktadır.

1957'de Max Miedinger ve Eduard Hoffmann tarafından geliştirilen Helvetica, iyi tasarlanmış, popüler bir sans serif yazı tipidir (Şekil 1.21). Helvetica, tüm Sans Serif yazı tiplerinin en yaygın kullanılanıdır ve Helvetica yazı tipleri ailesi muhtemelen en çeşitli olanıdır.

15. yüzyıldan sonra tipografların aslında kendinden önceki çalışmalara tepki göstermesi ve yeni baskı teknolojilerine adaptasyonları da düşünülürse, Ortaçağın Londra el yazmalarına dayanan stilleri bir kenara bırakıp, sadeliğin ve okunaklılığın ön planda olduğu eski biçim “Romen” harf karakterlerine yönelmeleri tabii bir sonuç ve yazının evrimine bir tanım getirmesi açısından önemlidir.

Rönesans döneminde geliştirilen hümanist şerifli yazılar, hareketli yazı tipinin ilk on yıllarında kullanılan siyah harflerden uzaklaşmayı temsil eder. On altıncı

yüzyılda, “Garaldes” adını Claude Garamond ve Aldus Manutius'tan alan, kalın ve ince vuruşlar arasında daha fazla kontrastlar vardı. Daha belirgin şeriflere ve daha dikey bir yapıya sahip olan geçişler, daha sonra Didones'in tanıtılmasıyla kaligrafik harf biçimlerinden, Firmin Didot ve Giambattista Bodoni'ye türetilmiştir. On sekizinci yüzyılda basitleştirilmiş şerifleriyle modernler arasında maksimum uygulanan yüksek kontrastlık, bir uzaklaşmanın yolu açmıştır. 19. yüzyılda ise yeni geçişler, Sanayi Devrimi'nin olanak verdiği yeni süreçleri karşılamak için üretilmiş ve onlardan önceki yazı karakterlerinin evrimleşmiş bir karışımı olmuştur.

#### 1.4. TİPOGRAFİNİN TASARIM ÖĞELERİ

##### 1.4.1. Fontlar ve Yazıyüzleri

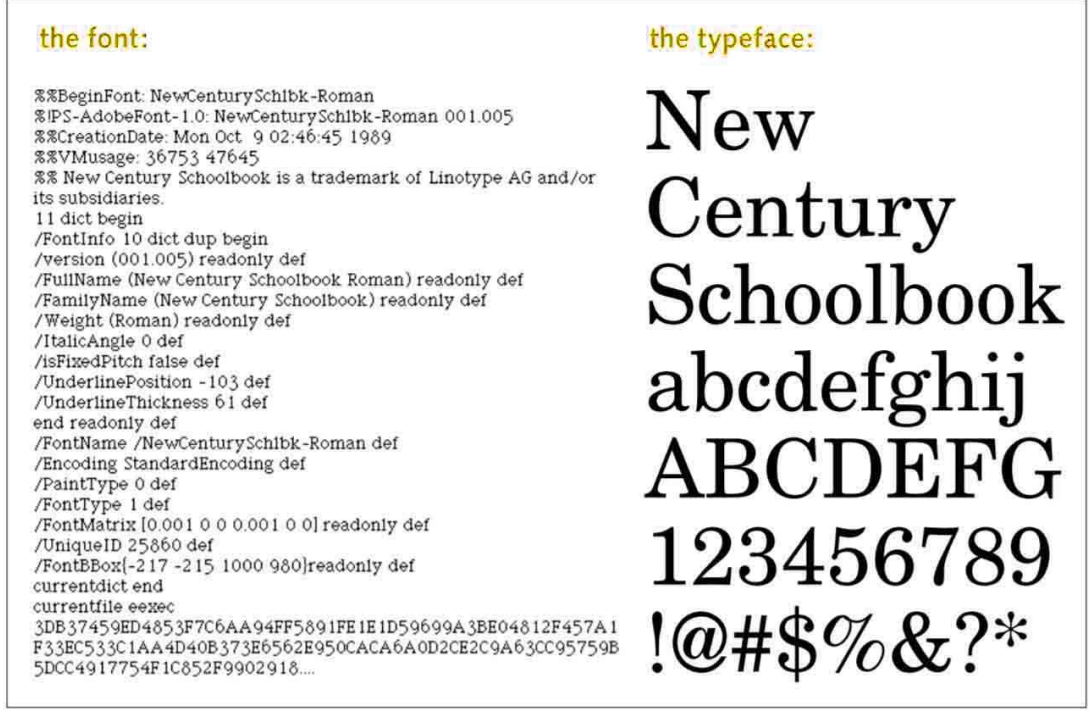
“Font” ve “yazı yüzleri” her ne kadar aynı anlamda kullanılıyor veya biliniyor olsa bile bu ikisinin aynı şeyler olmadığını bilmemiz gerekmektedir.

Font aslında “.ttf .otf” vb. dosyaların dijital ortam uzantıları olan teknik bir terimdir. Yani yazı yüzlerinin dijital ortamdaki kod haline verilen isimdir. Yazı yüzü ise en temel anlamda bu fontların görünen halidir. Yani fontun biçimine ve yapısına atıfta bulunarak tasarım tarafıyla ilgilidir.

Tipografide, en yaygın yanlışların başında bu iki terimin karıştırılması yer alır. Yazı yüzü, yine birbiriyle koordineli bir kıyafetin parçaları gibi birlikte çalışmak üzere tasarlanmış bir karakter koleksiyonudur (harfler, sayılar, semboller, noktalama işaretleri vb.). Yazı yüzü, belirli bir tasarıma sahip alfabadir. Ancak bir font, aksine, fiziksel bir şeydir, bir fontun tanımı, bilgisayar kodunda, fotoğraf filminde veya metal bir kalıpta, yazı yüzünü görüntülemek için kullanılır. Yani özetle yazı fontu, kurabiye kalıbı iken yazı yüzü kurabiyenin tam olarak kendisidir. Aşağıda sol tarafta, New Century Schoolbook yazı fontunun programlama kodunun küçük bir kısmı var ve ondan oluşturulan karakterlerin nasıl görünmesi gerektiğini tüm yönleriyle açıklanmaktadır. Sağ tarafta ise, tasarımın “görünümünü” temsil eden belirli özellikleri paylaşan bir dizi karakter olarak ifade edilen New Century Schoolbook yazı yüzü yer almaktadır (Şekil 1. 22).

Mesela bir yazı sayfasına baktığınızda, “Bu hangi yazı yüzü?” diyebilirsiniz veya “Bunu ayarlamak için hangi yazı fontu kullanıldı?” Ama “Bu ne fontu?”

diyemezsiniz. Çünkü bir fonta bakmıyorsunuz; bir yazı fontunun oluşturduğu yazı yüzüne yani ürüne bakıyorsunuz (Felici, 2012, s. 30).



Şekil 1.22: Yazı fontu ve Yazı yüzü.

Yazı yüzlerinin, kendine has özellikleri, onu diğer yazı yüzlerinden ayıran şeydir. Bu özellikler, yine yazı karakterlerinin tarihsel gelişimi ile ilgilidir ve bir yazı tipinin stiline dair algımız bazen bu tarihsellik tarafından anlamlandırılır. Yazıların sınıflandırılması, tasarımcıların stiller arasındaki ince nüans kavramalarına ve ayrıca belirli bir proje için uygun bir yazı yüzü seçmelerine yardımcı olur; bazen belirli bir üslubun tarihsel veya kültürel bağlamı, tipografik bir tasarımın iletişim diline ciddi katkılar sağlar. Yine bazen özel çocuklar için yazı hayati öneme sahip olur. Mesela “Trebuchet” yazı fontu, disleksi hastası çocukların müthiş ilgisini çekmektedir. Bu fontun rahat ve korkutucu olmayan yüzü ve berraklığı çocuklara daha sert ve geleneksel olmayan fontlardan çok daha iyi geldiği görülmüştür (Garfield, 2012, s.27).

Bu anlamda bir önceki bölümde yazımın tarihsel biçemlerini genel anlamda görmüştük ancak bu biçemlerin birde yapısal anlamda iki türlü sınıflandırması vardır. Bunlar Serif (Tırnaklı), Sans-Serif (Tırnaksız) olarak adlandırılır (Şekil 1.23). Ancak günümüzde bu sınıflandırmalar bazı kaynaklara göre farklılıklar gösterebilmektedir.

Maximilien Vox 1954 te yazı karakterlerinin sınıflandırmasını modernize etmek için dokuz gruba ayırdığı bir sınıflandırmaya gitmiştir. Bu sınıflandırma Hümanist, Geralde, Geçiş Dönemi, Didone, Kalın Tırnak, Lineale, Glifik, Bitişik Yazı ve Grafik olmak üzere dokuza ayrılmıştır ( Ambrose vd., 2018, s.90). Bazı kaynaklarda ise bu sınıflandırma Hümanist, Geralde (Eski Stil), Didona (Modern), Geçiş Dönemi Stili, Lineal (Sans-Serif), Mechanistic (Slab Serif), Black Letter (Gotik), Decorative (Display), Script (Bitişik Yazı) ve Manuel (Hand-Written) olarakta gösterilmektedir.

SERIF (TIRNAKLI)

SANS-SERIF (TIRNAKSIZ)



Şekil 1.23: Tırnaklı (Serif) ve Tırnaksız (San-Serif).

Hümanist (Venedik) yazı yüzü, elle yazılmış italik bir biçimdir. Adını 1470'te Venedik'te ortaya çıkan ilk roman tipi yazı yüzünden almıştır. Hümanist yazı yüzü başlangıçta İtalyan Rönesans bilim adamlarının el yazılarını taklit etmek için tasarlanmıştır. Güçlü ve köşeli parantezleri ile karakterize edilen bu yazı yüzleri genel olarak geniş ve ağır renklidir. Hümanist yazı yüzleri şerifli yazılardandır. Hümanist yazı yüzüne sahip fontlara “Centaur, Stemple Schneidler, Italia ve ITC Berkeley” örnek gösterilebilir (Şekil 1. 24).

# Stemple Schneidler

Şekil 1.24: Hümanist Yazı Yüzü: Stemple Schneidler.

Garalde (Eski Stil), yüzyıllar önce Fransız yazıcı Claude Garamond ve Venedikli yazıcı Aldus Manutius gibi ustalar tarafından tasarlandı. Garalde tipi yüzler, günümüzde kullanılan en popüler roma stillerinden bazılarını içerir. Bu yazı yüzü yuvarlak seriflere ve vuruşlar arasında orta derecede kontrasta sahiptir. Harfler açık, yuvarlak ve çok okunaklıdır. Garalde yazı yüzüne sahip fontlara “Bembo, Garamond, Plantin, Caslon, Sabon” örnek gösterilebilir (Şekil 1. 25).

# Aldus Manutios

Şekil 1.25: Garalde Yazı Yüzü: Bembo.

Didone (Modern) yüzü, 18. yüzyılın sonlarında kâğıt üretimi, kompozisyon, baskı ve ciltlemedeki gelişmelerin bir sonucu olarak tipografinin seyrinin alacağı derin etkiyi simgelemektedir. Güçlü dikey vurgu ve ince saç çizgileri olan bir yazı stili geliştirmek isteyen Fransız Didot ailesi ve İtalyan matbaacı Giambattista Bodoni'ni bunu başarabilmişlerdir. Bu stil, kalın ve ince vuruşlar arasında aşırı bir kontrastla birlikte ince, düz seriflere sahiptir; kavisli harfler dengeli ve hafifçe sıkıştırılmıştır (Lupton. 2010. S.19). Didone yazı yüzüne sahip fontlara “Bodoni, Didot, Walbaum, Century” örnek gösterilebilir (Şekil 1. 26).

# Bodoni

Şekil 1.26: Didone Yazı Yüzü: Bodoni.

18. yüzyılın bir geçiş dönemi olduğu gerçeğini Geçiş yazı yüzleri son derece iyi yansıtır. Bu dönemde, tipograflar, yeni harf formları oluşturmak için matematiksel veya bilimsel ilkelere önceki dönemlere kıyasla daha çok güvenirdi.

Hem Garalde hem de Didone stillerinin unsurlarını içeren bu yüzler, Didone'den daha az resmi olan ancak Garalde'den daha resmi olan ve bu nedenle Garalde ve Didone'nin geçişini yansıtan yuvarlak şeriflere sahiptir. Eğri harfler Garalde'den daha dengelidir ve mekanik benzeri yapıları nedeniyle 'gerilme açısı' Didone'ye neredeyse dikeydir. Geçiş dönemi yazı yüzüne sahip fontlara “Baskerville, Times New Roman, New Caledonia” örnek gösterilebilir (Şekil 1. 27).

# Baskerville

Şekil 1.27: Geçiş Dönemi Yazı Yüzü: Baskerville.

Lineal (Sans-Serif/ Tırnaksız) yazı yüzü, ilk Sans Şerif yani tırnaksız yazı yüzü 1816'da çıkarılmış olsa da, bu stilin popülerlik kazanması sonraki yüzyılda olmuştur. 1920'lerde Alman 'Bauhaus' tasarım okulunun da tasarımcılar şerifsiz bu yazı yüzlerini yaratmaya başlamışlardır.

Mevcut dönemde çeşitli ağırlık ve stiller nedeniyle tüm tanıtım ve reklamcılık sınıfları için popüler bu yazı yüzü ve yapıları oldukça yenilikçi olmuş ve dikkat uyandıran bir çekicilik uyandırmıştır. Harf vuruşlarının kalınlığında ve ağırlığında çok az değişiklik olduğu için sadelik ve düzenliliğe sahiptirler. Lineales'in teşhir işlerinde popüler olmasının ana nedenlerinden biri, vuruşların kalınlığının artırılabilmesi ve genişletilmiş veya yoğunlaştırılmış harflerin tasarımıdır. Ancak, şeriflerin olmaması nedeniyle, uzun metinler için önerilmezler ancak başlıklar için sorunsuz bir şekilde kullanmak için oldukça idealdirler. Lineal yazı yüzüne sahip fontlara “Franklin Gotik, Helvetica, Arial, İsviçre, Univers” örnek gösterilebilir (Şekil 1. 28). Ayrıca geometrik Bauhas'tan etkilenen Century Gothic, Avant Garde, Futura ve hümanist yüzden

etkilenen Gill Sans, Optima, Frutiger, Shannon ve Myriad yazı karakteride bu grup altında sıralanır.

# Helvetica

Şekil 1.28: Lineal Yazı Yüzü: Helvetica.

19. yüzyılın başlarında Sanayi Devrimiyle birlikte, çok cesur baskı türlerinin gelişimin sağlandı ve yeni bir iletişim aracını için dikkat çekebilecek Mechanistic (Slab Serif/ Mısırlı) yaz yüzleri ortaya çıktı. Bu yazılarda çoğunlukla Afişler, el ilanları ve posterlerde kullanıldı. Genellikle, güçlü, kare bitiş vuruşlarıyla okuyucunun dikkatini çekmede çok etkili olduğunu kanıtlayan mechanistic bu yazı yüzleri, levha serif tipi yüzler kullanılarak oluşturuldular. Aslında üç tür Slab Serif tipi yüzü vardır: Slab serifleri, Clarendons ve Daktilo tipleri.

Her üç türün gövdeleri ve şerifleri genellikle aynı tip kalınlık darbesine sahipmişler gibi görünseler de, levha şeriflerinde kare, parantezsiz bir şerif bulunur. Clarendonlar kare, köşeli parantezli bir serif'e sahiptir ve daktilo tiplerinde gövde ve şeriflerin ağırlıkları benzerdir. Bugün, bu tarzlar, reklam ve diğer tanıtım çalışmalarının üretiminde reklam ajansları arasında hala popülerdir. Mechanistic yazı yüzüne sahip fontlara "Memphis, Clarendon, Woodtypes, Lubalin, Rockwell, American Typewriter" örnek gösterilebilir (Şekil 1. 29).

# Clarendon

Şekil 1.29: Mekanik Yazı Yüzü: Clarendon.

Black Letter (Gotik veya Old English) yazı yüzü, Avrupa'nın çoğunda popüler olan geniş, düz bir kalemle çizilmiş çağdaş el yazmalarıdır. Gutengerg'te bu el yazmalarını taklit etmiş ve metal harfli sisteminde kullanmıştır

Bu yazı yüzü hala bazı Avrupa ülkelerinde yaygın olarak kullanılmasına rağmen, dünyada bu harflerin karmaşık olması sebebiyle paragraf okumayı zorlaştırdığı bilindiği için genel anlamda bir kullanımına rastlamıyoruz. Bu nedenle kullanılan ülkelerde bile metinler küçük boyutlarda kullanılmaktadır. Black Letter yazı yüzüne sahip fontlara “Old English Text, Linotext, Goudy Text, Cloister Black” örnek gösterilebilir (Şekil 1. 30).



## Cloister Black



Şekil 1.30: Black Letter Yazı Yüzü: Cloister Black.

Dekoratif (Display) yazı yüzleri aynı zamanda yenilik yüzleri olarak da bilinir ve öncelikle, ürünün onunla eşleşen bir yazı yüzüne ihtiyaç duyduğu başlıklarda veya başlıklarda bir kelime veya kelimeler için kullanılmak üzere tasarlanmıştır. Bu nedenle okunaklı olmadıkları için uzun metinlerde kullanımları uygun değildir.

Bir tür dekoratif yüzler, okuyucusunda bir ruh hali yaratmaya çalışır ve bu nedenle oldukça duygusaldırlar. Yine bazen bir başka şeyi temsil etmek için tasarlanabilmektedirler. Bu yüzlerin tasarımları çoğunlukla kendi doğalarına özeldir. Black Letter yazı yüzüne sahip fontlara “Jokerman, GiddyUp, LoveLetters, Stencil, Rosewood, Critter” örnek gösterilebilir (Şekil 1. 31).




# Alba

---

**Şekil 1.31:** Dekoratif (Display) Yazı Yüzü: Alba.

Script (Bitişik Yazı) yazı yüzleri, farklı bitişik el yazısı veya geçerli el yazısı stillerine dayanır ve sıklıkla süslemelerle biçimlenir. Bu yüzün formları, harfleri genellikle yuvarlaktır, sağa eğiktir veya harften harfe bağlanır ya da harflerin üzerinden bir sonrakine giden bir kuyruğu vardır.

Uygulanma alanları iki geniş stilde mevcuttur: Resmi yazı, genellikle klasik kalem el yazısının taklitinde küçük bir x yüksekliğine ve uzun iniş ve çıkışlara sahip olmasıyla karakterize edilir. Bu stil, resmi tip baskı ve davetler için yaygın olarak kullanılmaktadır. Resmi olmayan yazı, daha az resmi nitelikteki işler için daha uygundur: menüler, reklamlar vb. ve daha gevşek, daha az kısıtlanmış karakter oluşumu ile karakterize edilir. Harfler, bir kalem veya fırça ile rastgele çizilmiş gibi görünmektedir. Bu türler el yazısını taklit ettiğinden, tasarım yapılırken iki temel hususa dikkat edilmelidir, kelimeler arasında çok fazla boşluk bırakmamak ve yönlendirmeyi düşünürken daha fazla özen göstermek gerekir. Bu yüzlerin tasarımları çoğunlukla kendi doğalarına özeldir. Black Letter yazı yüzüne sahip fontlara “Kunstler Script, Bickham Script Pro, Edwardian Script, Snell Roundhand, Brush Script” örnek gösterilebilir (Şekil 1. 32).



# *Kunstler Script*

---

**Şekil 1.32:** Script (Bitişik Yazı) Yazı Yüzü: Kunstler Script.

Manuel (Hand-Written) yazı yüzleri, kısmen script yazı yüzlerine benzer ancak daha doğal ve el yazısı bir yaklaşıma sahiptirler. Yazı tipi genellikle bitişik el yazısı veya mevcut el yazısının farklı stillerine dayanır ve genellikle akıcı bir görünüme sahiptir. Bu formdaki harfler genellikle oldukça yuvarlaktır ve harften harfe bağlanır veya harflerin üzerinde bir kuyruğa sahiptir. El yazısı senaryolar genellikle gayri resmidir ve daha gevşek, daha az kısıtlanmış karakter oluşumu ile karakterize edilir. Harfler, bir kalem, fırça veya başka bir malzeme ile rastgele çizilmiş gibi görünmektedirler. Bu türler el yazısını taklit ettiğinden, manuel yazı karakterlerini kullanırken iki temel unsur, kelimeler arasında çok fazla boşluk bırakmamak ve yönlendirmeyi düşünürken daha fazla özen göstermek gerekir. Manuel yazı yüzüne sahip fontlara “Hand, Christopherhand, Rage Italic” örnek gösterilebilir (Cass, 2020) (Şekil 1. 33).



Christopherhand

---

Şekil 1.33: Manuel (Hand-Written) Yazı Yüzü: Christopherhand.

#### 1.4.2. Zıtlık/Kontrast

Tipografide kontrastlık herhangi bir yüzey için yapılacak çalışmada çeşitli şekillerde uygulanabilir. Ustaca uygulanmış bir kontrastlık tipografinin çok daha fazla okunulur olmasını sağladığı gibi aynı zamanda gözü yormayacak ve iletilen anlamı ortaya çıkararak mesajımızı iletmemizi güçlendirecektir. Tipografi ile boyut, ağırlık, genişlik, renk, konum ve yazı tipindeki kontrastlar, bilgileri ayırmanın veya bir izleyicinin bakışını yakalamanın yollarından sadece birkaçıdır. Tipografik kontrast ile okuyucular, kendi başlarına okumaya ve yargıda bulunurken zorlanmak yerine, neyin en önemli olduğunu hemen görebilmektedirler.

Bir yüzeyde bulunan içerikler hiç biz zaman aynı değere sahip değildir muhakkak biri veya bazıları diğerine göre daha fazla öneme sahiptir bu nedenle

tipografide kontrastlık eşler arası değerlendirme farkını oluşturur. İşte bu nedenle kontrastlık çok önemlidir. Kontrastı ustaca kullanmanın temelinde ise uyum vardır. Uyum ise izlediğimiz tasarımda, harflerin siyah vuruşları ile etraflarındaki boşluk arasında kurulan tutarlı bir ilişkiyle oluşturulur. Bu bağlamda tipografide kontrast ve uyum birlikte düşünülmesi gereken bir detaydır. Dair'ye göre genel anlamda tasarımlarda yedi çeşit kontrastlıktan söz edebiliriz. Bunlar: Boyut, Ağırlık, Form, Yapı, Doku, Renk ve Yön Kontrastıdır (Şekil 1.34).

En çekirdek ve temel kontrastlık boyuttur. Boyut okuyucunun dikkatini çekecek bir nokta sağlar. Boyutun en yaygın kullanımına örnek etrafımızda sıklıkla gördüğümüz başlık ve okuma metni arasındaki ilişkidir. Başlık ve okuma metni arasındaki belirgin fark boyut kontrastına en güzel örnektir.

Boyuttan sonraki en belirgin ikincil kontrast ise ağırlık kontrastıdır. Ağırlık kontrastının en iyi örneği aynı stilde bir yazı yüzünün veya aynı aileden bir yazının, ince ve kalın kullanımını birlikte uyum sağlayacak bir şekilde kullanmaktır. Bu durum yazıda güçlü bir görsel çekicilik sağlar. Ayrıca vurgu noktası için ağır bir alan sağlayarak kalın vurgu yapılan harfler üzerinden bir açık çağrı yapılır.

Biçim (Form) ve yapı kontrastlığında ise harflerin bizzat biçimleriyle kontrastlık sağlanır. Ancak biçim ve form arasında net bir çizgi çekemeyiz yani her ikisini de birbirinden ayırabildiğimiz keskin bir hat veya kurallar silsilesi bulunmaz. Form kontrastlığı büyük harf ile küçük harflerin veya dik (roma) harf ile italik varyantı arasındaki ayrımı ifade eder. Hatta kısaltılmış veya genişletilmiş kullanımlarda form başlığı altına alınabilir. Yapı kontrastlığı ise çeşitli yazı yüzlerinin farklı harf biçimlerini ifade eder. Örneğin Helvetica Sans-şerifle, yüksek kontrastlı modern veya italik ve blackletter yazı yüzlerinin birlikte kullanımını düşünebiliriz. Yapı kontrastlığının uygulanması, tipografik sesi artırmak veya azaltmak için değil, bir hatibin hitabetinde kullandığı sesin niteliğini sözlerine uyacak şekilde değiştirmesi şeklinde düşünülebilir.

Doku Kontrastlığında ise yukarıdaki tüm örnekleri bir metin bloğunda bir araya getirdiğinizde elde edeceğiniz genel sonuçla doku kontrastlığını oluşturursunuz. Burada yazı çizgilerinin bir yığın olarak görünme şekli bu kontrasta yine örnek

olacaktır. Harfler tıpkı bir kumaştaki iplikler gibi, günlük iletişimimizin dokusunu oluşturmaktadır.

Renk kontrastı, ikinci bir rengin genellikle beyaz üzerine düz siyah veya siyah üzerine beyaz, birinin daha az vurgulu olduğu konusunda uyarıcı görevi vardır. Bu nedenle hangi öğenin vurgulanması gerektiğine dikkatlice düşünmek ve buna yani ton değerlerine dikkat etmek önemlidir.

Son kontrastlığımız ise yön zıtlığıdır. Dikey ve yatay kompozisyonlar ve aradaki açılarla kurulan ilişkileri bu başlığa alabiliriz. Kullanılan bir kelimeyi yana çevirmek, varolan bir düzen üzerinde dramatik bir etkiye sahip olabilir. Ancak Dair, metin bloklarının da dikey veya yatay yönleri olduğuna ve uzun satırlardan oluşan geniş blokları kısa satırlardan oluşan uzun sütunlarla karıştırmanın da bir kontrast oluşturabileceğine dikkat çekmektedir (Dair, risdweb16.github.io).



Şekil 1.34: Kontrast Türleri.

### 1.4.3. Tutarlılık

TDK 'ya göre tutarlılık, aralarında çelişki bulunmayan, bütünlüğü bozmayacak şekilde uyumlu olmak demektir. Tipografide de bu uyum çoğunlukla yazı yüzlerinin birbirleriyle çelişkili durumlar yaratmaması açısından önemlidir. Bütünüyle bir

çalışmaya baktığımızda birbiriyle bir ilişkisi bulunmayan farklı birçok yazı yüzü kullanımı, izlenilen çalışmada kafa karışıklığı yaratacağı gibi hem okunurluk hem okuturluk açısından tasarımı çirkinleştirecek ve dağınık bir havaya sokacaktır.

Tutarlı bir tipografi belirli bir kalıpta ilerleyen bir hiyerarşiyi de uyumlu kılar. Genel anlamda aynı yazı yüzüne bağlı kalmak tutarlılığın en iyi göstergelerinden biridir. Örneğin tek bir Sans Şerif türü ailesinin tutarlı kullanımı, firmanın standart bir kimliğe bürünmesine ve temel görsel birleştirici bir rol üstlenmesine neden olurken, okuturluk anlamında izleyicisinde bir güven tazelemek içinde bir araç görevi üstlenebilir.

Tutarlılık her zaman yazı yüzleriyle de alakalı değildir, aynı zamanda bölümlendirme ve gruplandırma kurgusunun da temelinde yer alabilir. Dikkatin dağılması, okuyucunun ilginin azalması ve sıkılması gibi negatif etkenlerin algılamayı zorlaştırdığı bilinmektedir. Bu durumda okuyucuya yardımcı olan tipografik ipuçları ya da bölümlendirmeler yoluyla da tutarlı bir akış sağlanabilir (Erdal, 2015, s.125).

#### **1.4.4. Boşluk**

Boşluk tipografinin sınırlandırıcıdır. Tasarımcılar metin, resim veya grafik öğeleri içermeyen kompozisyon alanlarına beyaz boşluk veya negatif boşluk demektirler. Tipografi aslında tasarımcıların “tipografik alan” olarak adlandırdıkları boşlukta gerçekleşir. Boşluk terimi çoğu zaman belirsiz bir terim gibi durur ve konuşma, ses, görüntü ve düşünce sınırlarının bulanıklaştığı çoğunlukla kavramsal bir alanı tanımlamak için kullanılır.

Daha basit bir ifadeyle, tipografik alan, dilin görsele dönüştürülmesi gereken boş bir sayfa, ekran veya yüzeydir. Bu alan, bir tren tarifesine kadar sıradan veya bir animasyon kadar içsel olabilir. Boşluk bir formatta, bir sayfada, yazının üzerinde, çevresinde ve içinde var olacağı bir boyuttur. Tipografik alanın işlevi ise bu boyutta hep aynı kalır.

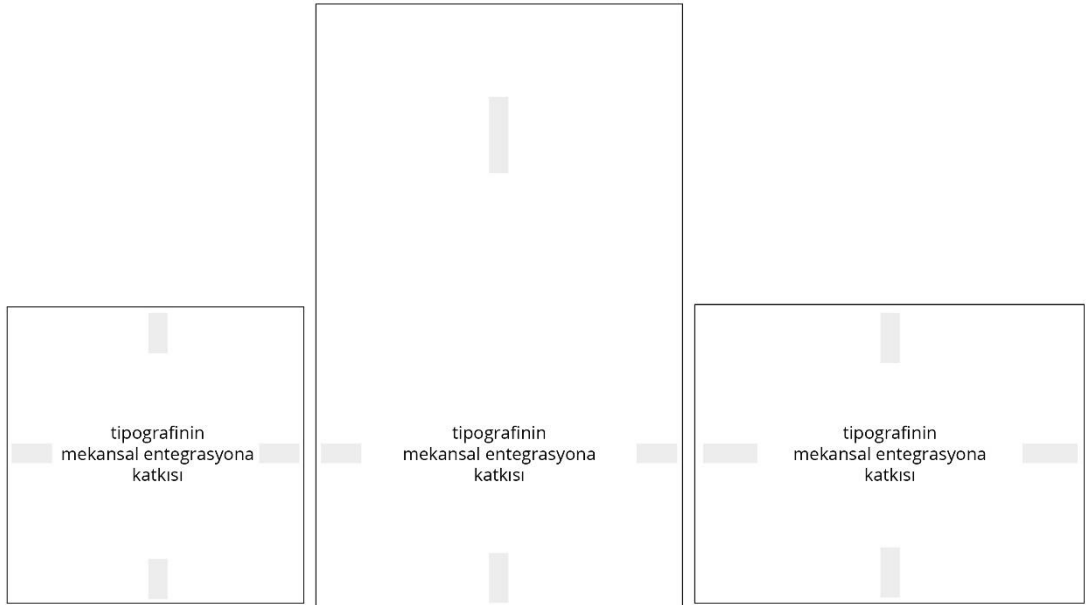
Tipografinin ve boşluğun karşılıklı bağımlılığı aslında görecelidir. Benzer tipografik öğelerin varlığı, formatla ilişkisine bağlı olarak tamamen farklı olabilir. Tersine bir durumda aynı alan içindeki türün boyutu ve konumu değiştirilerek önemli ölçüde değişiklikler gözlemlenebilir (Şekil 1.35).



**Şekil 1.35:** Göreceli Boşluk Kullanımı.

Boşlukların kullanımı tipografinin okuturluk işlevine ciddi katkılar sağlar. Doğru kullanılan boşluklar izleyicisine keyif verdiği gibi oluşturulmak istenen okuturluk etkisine ciddi katkılar sağlar ve okunurluğu da fazlasıyla etkiler.

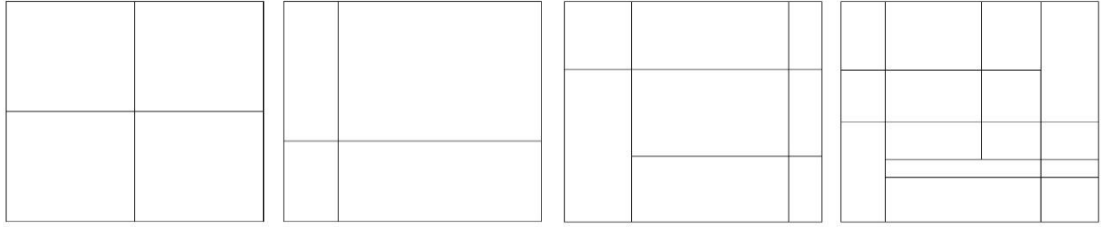
Örneğin kare formatta hazırlanan bir çalışmada, kenarlar eşit olursa, tüm yönlerde aynı oranda bir gerilim olacağı için tipografik etki nötr bir kaliteye sahip olur. Dikey hazırlanan formatlarda ise optik itişiyukarı doğru zorlar ve aktif bir his verir. Dikey bir formatın oranları, insan vücudunun dik varlığı ile görsel bir ilişkiye sahiptir. Diğer taraftan format genişledikçe, daha pasif ve daha dinlendirici bir hale gelir ve bir manzara kalitesi kazanır (Samara, 2006, s.46-51). Yani gerilim dışı ve yanlara doğru kaydırılmış olur (Şekil 1.36).



**Şekil 1.36:** Konum ve Boşluk İlişkisi.

Boş bir alanın şekli tanımsızdır. Ancak bir tipografik öge o alana girdiği an boşluk değişir. Yazının konumundaki her değişiklik, birbirine göre oluşturulan boşlukları değiştirir. Yazı elemanı bir harf veya kelimedenden oluşuyorsa boşluk dikkati bu sefer ona odaklar. Kurulan kompozisyonlarda boşlukların oranları ne kadar eşitse, kompozisyon o kadar nötr ve pasif olurken, oranlar ne kadar farklı olursa, o kadar dinamik bir kompozisyon elde ederiz. Dinamik bir kompozisyon ise her zaman tercih sebebi olmuştur çünkü izleyiciyi içine alır ve gözü uyarır.

Boşluk bölünene kadar nötrdür. Alanı eşit oranlı birimlere bölmek, alanı harekete geçirir, ancak alan yine nispeten pasif kalmaya devam edecektir. Bölmelerin boyutunu ve orantısını değiştirmek, hizalanma noktaları hakkında bizlere bir fikir verir ve her bir mekân birimini etrafındakilerle benzersiz bir ilişkiye sokar. İşte bu zit alanların etkileşimi, izleyicinin ilgisini çekmeye yardımcı olur (Şekil 1.37).



**Şekil 1.37:** Birim ve Boşluk İlişkisi.

Bu bağlamda bilinen anlamıyla beyaz boşluk, okuyucuya en çok dikkat gerektiren öğeye veya öğelere odaklanma fırsatı verir. Kavramsal olarak, beyaz boşluk, tasarımcının izleyiciye vermeyi umduğu temel bir mesajı daha da ileri götürebilmektedir. Ancak boşluğun çok daha fazla kullanımı ise kompozisyonun steril görünmesine neden olabileceğinden, tasarımcılar beyaz alanı idareli ve işlevsel olarak kullanmalıdır.

#### **1.4.5. Renk**

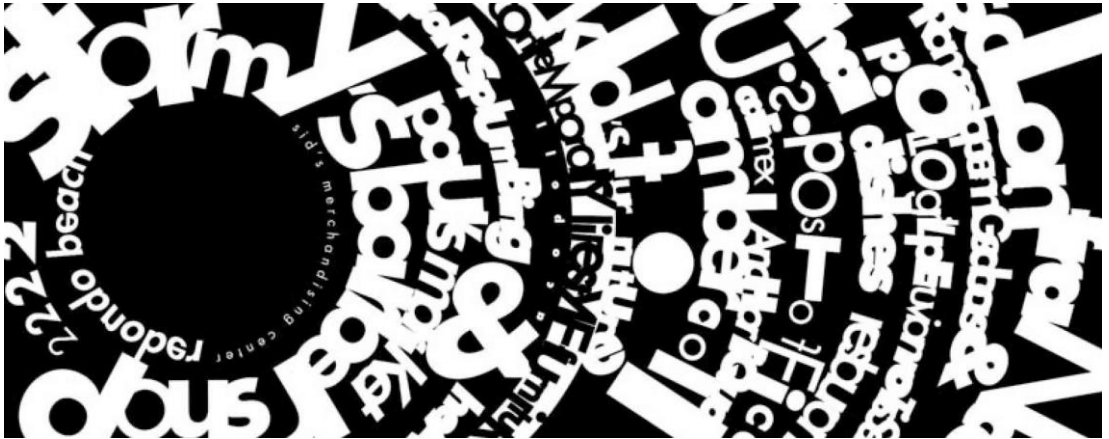
Tipografide rengin temel işlevi, tasarımcının yapıyı vurgulamasına ve kullanılan yüzeyi canlandırmasına olanak tanıyarak, görsel bir etki için doku oluşturulmasına olanak sağlamasıdır. Kullanılan tipografinin renklerini, ölçek ilişkilerini veya görsel kontrastlıklarını veya ağırlıklarını değiştirmek onları yüzeyden ayırır ve uzamsal derinlik yanılsamasını ortaya çıkarır. Tipografik renk, kromatik

renge benzer (kırmızı, mavi veya turuncu gibi), ancak tonla değil, yalnızca açıklık ve koyuluktaki veya değerdeki değişikliklerle ilgilenir. Ayrıca ritim ve dokudaki değişiklikleri tanımlaması bakımından kromatik rengin niteliklerinden farklıdır. Burada kastedilen renk kullanıldığı yüzeyde siyah ve beyaz dengesinin belirleyicisi olabilmektedir. Çeşitli yazı yüzlerindeki farklı çizgi kalınlıkları aynı satırda aynı büyüklükte dizilseler bile renk dereceleri oluşacağından sanki farklı renkler kullanılmış gibi algılanabileceklerdir (Ambrose ve Harris, 2018, s. 134). Bringhurst (2004) ise bu durumu eski bir metafor olarak adlandırır ve yazılar ve dizgi sayfalarındaki doku yoğunluğuna renk dendiğini belirtir. Yani kırmızı veya yeşil mürekkep önemli değildir harf biçimlerinin kütleli olarak karanlık ve siyahlığına atıf yapar (Şekil 1.38).

<b>Çeşitli yazı yüzlerindeki farklı çizgi kalınlıkları aynı satırda aynı büyüklükte dizilseler bile renk dereceleri oluşacağından sanki farklı renkler kullanılmış gibi algılanabileceklerdir</b>	Çeşitli yazı yüzlerindeki farklı çizgi kalınlıkları aynı satırda aynı büyüklükte dizilseler bile renk dereceleri oluşacağından sanki farklı renkler kullanılmış gibi algılanabileceklerdir
---	--

Şekil 1.38: Farklı yazı yüzleri siyah-beyaz renk dengesi.

Diğer taraftan aynı yazı yüzlerinde bile dramatik ölçekler kullanılarak dinamik tipografik renkler oluşturulabilmektedir (Şekil 1.39).



Şekil 1.39: Aynı yazı yüzleri siyah-beyaz renk dengesi.

Yine aynı punto büyüklüğünde ve stilde ancak iki farklı ağırlığa sahip iki kez aynı yazılmış bir cümleye bakalım (Şekil 1.40). Kalın yazılan cümle, uzamsal olarak

ince yazılan cümlelerin önünde görünür. Aynı zamanda daha koyu ve daha sıkı görüldüğü için, agresif bir ritme sahiptir.

**Tipografik renk, kromadan bağımsızdır.**

**Tipografik renk, kromadan bağımsızdır.**

**Şekil 1.40:** İnce-Kalın aynı yazı yüzleri renk dengesi.

Tipografik tasarımlarda renklerinin değiştirilmesi kompozisyonlara ritmik bir çeşitlilik sağladığı gibi tasarımcıya içerikteki vurguları ayırt etme ve algının seçiciliğine görsel ilgi eklemek için daha fazla seçenek sunar. Ağırlık ve boyut kontrastları tek bir yazı yüzü ailesinde birleştirilerek örneğin hafif, düzenli ve kalın ağırlıklar kullanılarak oluşturulan renklilik tasarıma bir bütünlük katacaktır. Çünkü kontrastlık vb. diğer öğelerinde tümü yapısal olarak birbirleriyle ilişkilidir. Bu tipografiye zengin bir algı çeşitliliği sağlar.

Yine hafif vurgulu bir yüzün ölçeği arttıkça, daha küçük boyutlu muadillerinden daha cesur hale gelecektir. Bu tür değişiklikler, öğelerin yalnızca cesurluğunu ve görünür derinliğini değil, aynı zamanda doğrusal veya dokusal niteliklerini de etkiler. Küçük yazıların oluşturduğu çizgiler ve büyük ölçekli harflerde oluşan kontrastlıklar temelde bir doku oluşturduğu için, bu tür çizgiler arasındaki geçişin açıklığı veya sıklığı, benzer şekilde dokunun kalitesini de etkileyecektir. Satır aralarındaki boşlukların fazla olması, gözün yazıların oluşturmuş olduğu çizgilere kaymasını sağlar; satır aralıklarının daha az olması ise, dokusal gri yönün baskın olmasına neden olur ve metin bloğunun genel şekli, dahili doğrusal yapısından daha belirgin hale gelir (Samara, 2006. s. 54-55). Aşağıdaki posterde oldukça zengin bir tipografik renk çeşitliliği görülmektedir. Tasarımda tüm ağırlık ve genişlikler tek tip bir aileye “Univers’e” dayanmaktadır. Burada dokusal öğeler, kalın, büyük ölçekli formlarla kontrast oluşturmuştur (Şekil 1.41).



Şekil 1.41: Kontraslıklarla oluşturulan renk dokusu.

Tipografide renk aynı zamanda belirli çağrışımlar üzerinden anlam ilişkisi kurar. Yani renklerin kabul görmüş bir dili vardır. Ancak bu çağrışımlar toplumlar ve kültürler göre şekillenmekte ve değişebilmektedir. Kırmızı renk Çin’de cenaze ve evlilik törenlerinde şansı temsil ederken, Doğu kültürlerinde neşeyi, Batı’da ise tehlikeyi temsil edebilmektedir. Hindular ve Yahudiler için mavi kutsalken, Çinliler için mavi ölümsüzlüğün imgesidir. Yine beyaz renk batıda saflığı tensil ederken, doğu kültürlerinde yasın rengi olabilmekte ve ölümü temsil edebilmektedir. Dolayısıyla tipografide rengin birebir kullanımında tasarımcılar toplumsal ve kültürel çağrışımlara dikkat etmek zorundadırlar.

#### 1.4.6. Hizalama

Hizalama tipografinin olmazsa olmazlarından olan, düzeni ifade eden ve aslında sadece tipografinin değil grafik tasarımın genel sorunsallarından biridir.

Örneğin bir yemek masası düşünün. Masada yemek yiyeceğiniz tabak önünüzde duruyor ancak çatal masanın bir yerinde kaşık başka bir yerinde duruyor. Suya ulaşmak istiyorsunuz ama su masanın diğer ucunda, masa örtüsü ütüsüz vb. özetle dağınık bir masanın yemek yiyene keyif vermeyeceği gibi masanın dağınık olması belki masaya oturmaktan bile bizlere vazgeçirme sebebi olabilir. Dolayısıyla kişi daha yemek yemeye geçmeden önce rahatsızlık duyduğu için masaya oturma isteği bile bilinmezken o kişiye yemeği yedirme eylemi hiç gerçekleşmeyebilir de.

İşte hizalama, tipografide ilgili öğeler arasında bir görsel bağlantı oluşturmayı sağlar. Yine görsel bir bütünlük sağlayarak tasarımın dengelenmesine yardımcı olur. Hizalama, yukarıdaki masa örneğimizden yola çıkarsak, çatalı ve kaşığı tabağın yanına konumlandırır, suyu ulaşabileceğiniz bir mesafeye çeker, örtüye bir nizam verir ve

tümden masanın bir bütün halinde düzenli dengeli ve çekici durmasını sağlar. Tipografide hizalama kurallarına uyulmadığı zaman, işte yukarıda bahsettiğimiz kişinin bırakın yemek yemesini, masaya bile oturmasını sağlayamayız. Yani okuyana bir ileti göndermeyi bir kenara bırakın, okuyanın metne ilgisini çekmeyi bile başaramadan, çalışma daha ilk baştan olumsuzlukla sonuçlanacaktır.

Hizalama aslında adı üstünde belli bir hizaya sokmak için yani görmediğimiz ama her şeyin belirli bir standarda oturtan görünmez görüş çizginin varlığından bahseder. Tabi burada bahsettiğimiz çizgi, bir kenar boşluğuna vurgu yapmaktadır.

Hizalamanın teknik göstergesi ızgara sistemidir. Izgara tasarımcılar tarafından uzamsal bir alan içinde bilgiyi organize etmek için kullanılan skeletal bir çerçevedir. Bu çerçeve özgürlük ve kısıtlama, basitlik ve karmaşıklık ikilikleri ile karakterize edilir. (Carter vd., 2018, s. 65-66). Izgara sistemleri kompozisyonu yapılandıran boşluğun dikey ve yatay bölümleridir. Izgaralar, tipografik öğeler için çoklu konum ve boyutlandırma seçenekleri sunduğu gibi, netliği ve tutarlılığı teşvik ederek yazı tipiyle verimli tasarımı sağlar. Tasarımcıların bilgileri düzenlemesine ve okuyanların düzenlerde gezinmesine yardımcı olurlar. Tipografik öğeler arasındaki orantısal ilişkiler yine bu sistemle doğal olarak ortaya çıkar. Görünmez görüş çizgileri, yukarı, aşağı ve düzenler arasında bağlantılar oluşturur. İyi tasarımcılar, genelde uyum ve düzeni sağlamak için bu ızgaraları kullanır ancak kendi deneyimleriyle bazen ahengi ve ritmi bozmadan özgürde davranabilmektedir.

Tipografik hizalama etkin bir şekilde kullanıldığı takdirde, orantılı bir uyum ve estetik güzelliği de ön planda tutarak bir biçim, varlık ve mekan sağlar. Ve bunun sonucunda ortaya değerli bir iletişim ürünü çıkar. Ancak bazen de seri tabanlı tipografik uygulamalar, tasarımcıyı kompozisyonun temellerinin ötesindeki değişkenleri dikkate almaya zorlar. Çalışmadaki öğelerin sayısı, farklı format boyutları veya ortamlar, kararsız bileşenlerin potansiyeli ile bilgi farklılıkları, bileşenler arasındaki bilgi benzerlikleri ve üretimin ekonomik faktörlerinin tümü sayabileceğimiz örneklerdir. Bir tipografik çalışma, ızgara tarafından sağlanan faydaların çoğunu destekler, ancak bir tipografik sistemin her zaman mutlaka bir ızgara kullanması da gerekmez (Samara, 2006. s. 80).

### 1.4.7. Hiyerarşi

Bir tipografik tasarımda odak noktası yoksa okuyucusunda tipografi görsel bir çekicilik oluşturmuyorsa ilk etapta o tasarımda hiyerarşinin olmadığını söyleyebiliriz. Hiyerarşi, temelde ilişkileri tamamlayarak ve karşılaştırarak metni düzenler ve bilgiyi okuyucusunun manalı bir şekilde anlamasına yardımcı olur. Hiyerarşi dizginin doğasında olduğu için, ilk önce metinleri bir hiyerarşiye sokarız ve bunun için metinlere bir önem derecesi atfederiz. Bu, izleyicisi için ilk etapta, ikinci ve üçüncü etapta ne görmesini istiyoruzun tanımlanmış hali olur. İşte bu şekilde dereceleri belirlenen metinlerin görselleştirilmesi ise hiyerarşiyi ifade eder. Yapılan bu hiyerarşi ile de izleyicilerle bir etkileşim kurularak, onları nereye ve hangi sırayla gideceklerini yönlendirmiş oluruz.

Tasarımcılar, sınırsız kombinasyonlarla çeşitlilik sağlamak ve vurgu elde etmek için tipografik, uzamsal ve grafik faktörleriyle hiyerarşiyi yürütürler. Tipografik faktörler, yazı boyutu değişikliklerini, stil kontrastlarını (duruş, ağırlık ve genişlik), yazı tipi kombinasyonlarını, büyük/küçük harf ayrımlarını ve satır taban çizgisi kaymalarını içerir. Örneğin, temel metni birkaç değişkenle ayırt etmek için bir tip boyutu ayarlaması yeterli olabilir (Cullen, 2012, s. 104).

Bir hiyerarşik sistem kurmadan önce şu soruları kendimize sorarak hiyerarşinin yol haritasını çıkartabiliriz. Bunlar:

- Bilginin tasarlanacak kısımları nelerdir?
- Okuyucunun dikkatinin ana odak noktası ne olmalıdır? İzleyicinin ana kısma odaklanmadan önce belirli bir kelime grubunu görmesi gerekiyor mu?
- Ana odak olmayan kısımlar, olan kısım ile nasıl ilişkilidir?

Bu soruların cevabı bize doğru bir hiyerarşik sistemin taslağını önceden çıkartmamız için yeterli olacaktır. Örneğin bir mimari uygulama için bu logoda (Şekil 1.42) hiyerarşik kaygılar rol oynamaktadır. Harf biçimlerinin düzenli geometrik ritmi, yakın sözcük boşlukları ve orta değerli gri renkleriyle birlikte tek tip bir vuruş çizgisi oluşturmuştur.

Şirket ortaklarının baş harfleri olan “S” ve “P” siyah renkle ifade edilerek, onlarla Architekten kelimesi arasında bir hiyerarşi oluşturulmuştur. Çünkü şirket adının işlevine değil, tanımlayıcı yönüne önem verilmektedir.

Baş harflerini birleştiren artı işareti, gri olmasına rağmen belirgin bir hal almıştır. Kurumsal imza niteliğinde AG ise, sonda yeni bir kelime alanıyla ayırt edilmiştir. AG'nin diğer unsurlardan ayrılmasının sebebi, bu bileşenin genel olarak daha az önemli olduğunu gösterir.

**Şekil 1.42:** Niklaus Troxler/ İsviçre – Hiyerarşik Logo Tasarımı.

Hiyerarşide aynı zamanda boşluk ve ölçek ayrımları vardır. Tasarımcının bir tasarım içindeki ayrı metin bileşenlerini ayırt etmesinin birkaç yolu vardır. Seçeneklerden biri mekânsal organizasyondur. İlgili öğeleri bir arada gruplamak veya bir eksen boyunca hizalamak, onlara bir düzenlilik duygusu oluşturur. Belirli bir öğeyi hizalamanın dışına kaydırarak, ona dikkat çekilir ve bu konum farkı, izleyiciyi gruplama içinde kalan diğer öğeler üzerindeki önemi konusunda uyarır. Oluşturulan uzamsal ayrımların sayısı ne kadar fazlaysa, aralarındaki farklar o kadar büyük olmalıdır.

Sabit bir formatta daha fazla bileşen kullanırsak, etraflarındaki boşlukların daha eşit hale geldiğini görürüz. O zaman bu öğelerin benzer bir varlığa sahip olacağı anlamı çıkar ki buda hiyerarşik sonucun sağlam kurulmadığını gösterir. Hizalamayla ilgili uzamsal farklılıklarla (malzemeyi yüzey boyunca aralıklarla dağıtarak) uyumlu olarak tasarımcı, önem düzeylerini belirtmek için ölçek değişikliğini de kullanabilir. Daha büyük elementler boşlukta ilerler gibi görünür ve onlara dikkat çeker. Daha küçük öğeler geride görünür. Gerçekte, öğelerin optik olarak algılanan derinliği, birbirlerine göre önemlerini netleştirmeye yardımcı olur. Yakınlıkları veya uzaklıkları, görünürde hiyerarşideki konumlarını belirtir. Öğeler arasındaki ölçek değişikliği, hizalama farklılıklarından farklı olarak, öğelerin tipografik rengini de değiştirerek aydınlık ve karanlıkta kontrast, gerilim ve durağanlık getirir. Örneğin, bir ağırlıktaki

tek bir yazı tipi, daha büyük bir boyuta ayarlanırsa daha kalın görünecektir (Samara, 2006. s. 60-61).

Yine diğer bir afiş (Şekil 1.43) örneğimize baktığımızda, bu poster ağırlık ve yazı tipi stilindeki değişiklikleri gruplandırmak veya birbirinden ayırmak için bilgi bileşenleri arasında karmaşık bir hiyerarşi kurmuştur. Örneğin başlık, sol üstte siyah ağırlıklı bir serifli yazı yüzüyle tasarlanmış; ağırlığı ve ritmik kıvrımlı formları onu hiyerarşinin zirvesine taşımıştır. Muhtemeldir ki ilk baktığımız zaman bu “Encontro em Lisboa e Locarno” yazına gözünüz gidecektir. Bir sonraki seviyede, sağdaki siyah yazı sütunu, daha spesifik bilgileri tanınabilir bir formda, bir sütunda düzenler. Arka planda ise büyük ölçekli tipografik görüntü materyali, renk kullanımı ile hiyerarşinin en alt kısmına gönderilmiştir.



Şekil 1.43: Studio di Progettazione Grafica/ İsviçre – Afiş Tasarımı.

## 1.5. TİPOGRAFİNİN İŞLEVLERİ

### 1.5.1. Okunurluk / Okuturluk

Yazı biçimleri, izleyicisiyle iletişim kurarken, okunurluk ve okuturluk yoluyla etkileşime geçer. Bu iki terim genel olarak eş anlamlı kullanılsa bile biz bunu araştırmamız dahilinde ilerleyen bölümlerin daha iyi anlaşılması adına kısmen ayrıştırarak anlatmaya çalışalım.

Yazı karakterlerin bir kişilikleri olduğu için okuyucusuna çeşitli ruh hallerini iletirler. İyi çizilmiş tek tip bir yazı tipi çeşitli işler için kullanılabilirken, bazı projelerin belirli bir yazı tipini veya yazı stilini dikte ettiği durumlar vardır. Örneğin, bir kozmetik reklamı, cesur bir Sans Şerif (Tırnaksız) yerine Didot, Walbaum, Bodoni gibi zarif bir yazı karakteri önerebilir. Endüstriyel makineler için bir logo, tam tersi Sans Şerif'i gerektirebilir.

Tipografi okuturluk ve okunurluk sürecinde hedef kitlesini düşünür. Hedef kitle çok genç veya çok yaşlıysa, basit, iyi tasarlanmış, okunması kolay bir yazı yüzü seçilmeli okuduğunuz şuan ki metin bu yazı tipinden daha büyük boyutta ayarlanmalıdır. Diğer taraftan, gençler ve üniversite öğrencileri, genellikle deneysel hatta tuhaf tipografilere daha açıktır. Ayrıca okunulan metnin uzunluğu da başka bir faktördür: bir başlık veya tanıtım yazısı için uygun bir yazı tipi, uzun bir roman için pratik bir seçim olmayabilir veya bunun tersi de geçerlidir.

Tipografinin en temel işlevi yazının okunur olmasını sağlamaktır. Bu sebeple tipografinin tüm terminolojisi ve ölçeklendirilmesinin de temelinde okunabilirlik ve okutabilirlik yatar.

Okunurluk, gözümüzün kolay okuyabileceği yazı yüzlerinin, düzenlenmesi ve dizilmesiyle ilgili teknik detayları olan bir kavramdır. Yani yazı karakterlerinin kendine özgü fiziksel özelliklerinin diğer harflere veya metne göre ayırt edilebilme durumudur. Jeavons (1990), estetik değeri oluşturmak adına tipografi ne kadar çekici ve ustaca kullanılırsa kullanılsın, metnin izleyicisine okutulmaması o tipografiyi başarısız kılmaktadır demiştir (Jeavons, s.17). Bu durum zaten tipografinin anatomisini yansıtan en önemli unsurdur. Bunun içine metni okunur kılacak nitelikler olan: x- yüksekliğini, biçimi, kapalı alan büyüklüğünü, çizgi kontrastını ve ağırlığını,

tırnakları vb. birçok düzenlemeyi sokabiliriz (Ambrose ve Harris, 2012, s. 186). Craig (2006) ise, okunurluk “yazı tipi tasarımının kalitesiyle” bağlantılı bir kavram olduğundan bahseder ve yazı tipinin mutlaka okunaklı olması ve zorlanmadan okunması gerektiğine dikkat çeker.

Okuturluk ise, Ambroe ve Harris’e göre bir yazının ve tasarımın, okuyucusunun anlama yetisini etkileyen özellikleriyle ilgilidir. Bazen bir şeyi anlamak için illa okuyabilmek zorunda değiliz. Örneğin grafitilerin birçoğu okunaksızdır ancak insanlar grafitiyi yapanın öfkesini yazıya baktığı zaman görebilirler. Yani burada okuturluk çoğunlukla çağrışımlarla ilgilidir diyebiliriz. Bazen kelimelerin ne dediğine bağlı kalmadan, metinlerden farklı anlamlar çıkarabiliriz. İşte bu tipografinin okuturluk özelliğiyle ilgilidir.

Bu bağlamda okunurluk daha çok harfin anatomisiyle ilgilenecek, mesajı okuyucusuna iletme çabasıdayken, okuturluk daha çok işin anlamsal çağrışımlar tarafındadır diyebiliriz. İlk izlenimi her zaman estetik sağlasa da, yazı biçimleri arkadaş canlısı, dinamik, profesyonel, tatlı, genç, erkeksi, agresif, neşeli, resmi veya faydacı vb. gibi kişilikleri ifade eder. Yazı tiplerinin doğasında bulunan çağrışım veya ima edilen anlam, olumlu veya olumsuz olsun, önemli bir rol oynar. Uygun yazı biçimleri, izleyicilerle doğrudan etkileşim kurar ve ikna edici mesajlar gönderir. Tasarımcılar, her zaman en iyiyi ve mükemmeli ortaya koymak için her ikisinde iyi bir şekilde kullanmak zorundadırlar.

### **1.5.2. Karar Verme**

Tipografi bir marka, hizmet veya ürün için belirli bir kişiliği karakterize eder. Bu karakter ise bir mesaj iletmenin ötesinde çoğu zaman tüketicinin bilinçaltına (kültürel, sosyal, psikolojik vb. faktörler) mesajlar gönderip onlarla bir etkileşime girmektedir. İşte bu etkileşimin sonucunda ortaya çıkan tepkilere ise tatmin diyoruz. Tatmin, Kothler’in (1997) ifadesiyle tüketicinin algıladığı performansın beklentilerine uygun bir memnuniyet veya hayal kırıklığı oluşturmasıdır.

Tipografi bu durumda, genel olarak ürünün tüketici tarafından “ilk defa” satın alınmasında güven verici, ilgi çekici veya içeriğe hevesle bakılmasını sağlayan bir tatmin oluşturmasına katkı sağlamaktadır. Ancak ürünün kullanım sonrası

performansında oluşacak tatminsizlik tipografiye yıkılamaz. Çünkü tipografi ürünün satılmasına kadar olan görevini ürün üzerinde isteklilik durumu oluşturarak tamamlar. Tersine bir durumda ürün kullanıldıktan sonraki tatmin edici performans ise devamında markaya olumlu bir bakış açısı sağlayacağı için tipografinin tutarlılık tarafı önem kazanmaya başlar. Yine dijital ortamlarda marka kimliği için kullanılan cezbedici bir tipografinin, hem karakterler hem de renk öğeleriyle aynı tutarlılıkta markayı hatırlatması, dijital ortamı ziyaret edenlerde marka için bir güven oluşturması açısından önemlidir.

Bir sokakta veya dijital ortamda bir avukat arayan tüketici için, hukuk bürosu için gereği itibarıyla anlamsal çağrışımlardan dolayı bir ciddiyet ister. Bu büronun logosu veya materyallerinde kullandığı tipografik dilin tırnaklı veya tırnaksız bir yazı yüzü yerine script bir yazıyla yazıldığını düşünürsek, durumun vahameti ve tipografinin karar verme sürecine etkisi tam olarak anlaşılacaktır. Aynı durum bir eğlence merkezi için kullanılacak tırnaklı yazılar içinde geçerlidir. Yada genel anlamda karakterler üzerinden etki oluşturulmak istenen bir tasarımda, nötr bir ifade barındıran Helvetica'yı kullanmamızda buna örnek olarak gösterilebilir.

Bu bağlamda doğru kurallarla ve ustaca oluşturulmuş bir tipografi, ürünün sattırılması veya markaya olan güvenin veya isteğin niteliğini belirleyebilen bir faktör olabildiği için karar verme yetisini etkiler.

### **1.5.3. Marka Bilinirliği**

Tüketiciler, alışverişlerinde marka tercihlerini yaparken, seçtikleri markayı çeşitli unsurlarla özdeşleştirerek, markaya öznel anlamlar yükler ve markaların onlarda farklı bir psiko anlamı olur. Bunun sebebi ise bir markanın sadece bir logodan çok daha fazlasını teşkil etmesidir. Çünkü marka aslında bir dizi örtülü veya açık vaatleri ileten bir "güven işaretidir" (A Demand Metric Benchmark Report, 2016, s. 11). Bu özdeşleme ve anlam yüklemenin bilinçaltı tarafında, markalara ilişkin kaynaklardan gördükleri ve elde ettikleri izlenimler yatar. İşte bu izlenimler sonucunda kişinin ürünle kendini özdeşleştirilmesi marka imajını yani marka bilinirliğini ortaya çıkarır. Marka bilinirliği iyi planlanmış bir inşa süreci gerektirir ve bu süreçte

tüketicinin hafızasına yönelik oluşturulan veya kendiliğinden oluşan etkilerin tümü marka bilinirliğini artırır. (Demirağ ve Durmaz, 2020, s.75).

Tipografi ise bu süreçte markanın görünen yüzünü, sesini ve kişiliğini oluşturmaktadır. Yani tipografi aslında marka imajının ve kimliğinin, büyük bölümünü kapsayan bir tasvirdir. Tipografi markaya bir “*anlam yükler*”, kullandığı yazı yüzleriyle markanın bir değer ifade etmesini sağladığı gibi tüketiciyle marka arasında bir iletişim köprüsü kurarak markanın tonunu oluşturur. Tipografi bu anlamda kullandığı yazı yüzleriyle temiz, güvenilir, dinamik, genç, modern gibi çağrışımlarla tüketicide olumlu duygusal tepkiler oluşturmaya çalışır. Ruder, kullanılan yazı yüzlerine atıf yaparak ilgi çekici olmayan yazı karakterlerinin, okuyucuların içeriğe duygusal tepkilerini olumsuz yansıtmaya eğiliminde olduğunu bulmuştur (Ruder, 2001).

Tüketici yine tipografi sayesinde “*marka deneyimlemesi*” yapar. Televizyonlardan açık hava reklamcılığına, çevrimiçi reklamlardan perakende mağazalarına ve basında yer alan tüm ilanlardaki kullanılan tipografik dil, tüketicinin aslında markayla ilgili deneyimlerinin bir toplamıdır. İşte bu deneyimlerin sonucu olumluysa ve iyi bir iletişim dili kurulmuşsa, marka bilinirliğine olumlu çağrışımlar sağlayacağı kuşkusuzdur.

Tipografi aynı zamanda “*kullanıcı algısını değiştirerek marka tanınırlığı*” sağlar. Tipografi yazı yüzleri üzerinden, görsel kimliğin neredeyse bütünü oluşturduğu için, hedef kitlenin markayı görme ve hatırlama şeklini etkiler. Ustaca planlanmış ve tasarlanmış bir yazı tipi anında tanınır ve zihinlerde kalıcı olur.

#### **1.5.4. Dikkat Çekme**

Doğru planlanan bir tipografi her zaman dikkat çeker. İllustrasyonlar, videolar, fotoğraflar genel olarak tasarımın ana mesajını güçlendirmek veya geliştirmek için kullanılırlar ancak mesajın kendisi ve tüketiciye ulaşmamız gereken birincil tasarım kaynağımız tipografinin bizzat kendisidir. Dolayısıyla kullanıldığı yere göre (dergi, basın ilanı, açık hava araçları, TV ve masaüstü yayıncılık vb.) bazen değişiklik olsa bile tüketici çoğunlukla bir anlık gördüğü mesajımıza ilgi duyarak tasarımı inceleyecektir.

Tasarımlarda ilk intibayı ve dikkat çekici özelliği tipografi gerçekleştirir. Dikkat çeken bir tipografi okuyucusunu tasarımın içine çeker ve okuyucusuyla zaman geçirir. Ancak bunu oluşturamayan bir tipografi ne izleyicisini harekete geçirebilir nede onlarla iletişim kurabilir.

Bazı fontlar otoriteyle ilişkili bir çağrışım yaparken, bazıları mutlu ve heyecanlıdır. Bazıları dinamik bir hava yaratırken bazıları erkeksi bazıları ise kadınsıdır. Bu durumu çok daha fazla örnekle çoğaltabiliriz ancak sonuç itibariyle her yazı yüzünün ve karakterlerin anlamsal bir çağrışımı olduğunu bilerek veya bu çağrışımları gösterebilecek bir biçimde tipografik bir ürün ortaya çıkartarak dikkat çekmede başarılı olabiliriz.

Dikkat çekmenin özünde tüketicide uyandırılacak ilk etki, başka bir yerde bulamayacağı bir olağanüstü sürprizin varlığından onu haberdar etmektir. Diğer taraftan dikkat çekmenin tüketici üzerindeki olumlu etkisi, mesajımızı okuyan kişiye, kendisini kontrollü bir durumda olma eğilimine soktuğumuzu hissettirmektir. Bu durum ruhen pozitif bir iyimserlik durumu oluşturur ve okuyan mesajınızdan keyif alarak tasarımda kalmaya devam eder hatta içeriğin organizasyonel durumuna göre harekete geçerek isteklilik halinin katılım kat sayısını artırabilir. Buda genelde markanın tüketiciye ürününü sattırması ile sonuçlanır.

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. TİPOGRAFİ MEKÂN İLİŞKİSİ

Mekân kavramı tarihsel süreci içerisinde Antik Yunan filozofları olan Platon ve Aristoteles'ten çok daha öncelerine dayanan, felsefenin, sosyal bilimlerin, doğa bilimlerinin temel konularından biridir. 19. yy'dan itibaren mimarlık, peyzaj mimarlığı ve iç mimarlık bilimlerinin mesleki konularının temel problemi olan mekân, aynı zamanda tarihsel süreçte sanatın da ilgi ve odak noktalarından biri hâline gelmiş; grafik tasarım, resim, heykel gibi sanatlarında çalışmalarında önemli bir yer tutmuştur. Yine birçok sosyal bilimci, psikolog ve çevre bilimciye göre mekân insanla birlikte ele alınmış, mekânı biçimlendirerek toplumu biçimlendirmenin mümkün olabileceği varsayımları ve yaklaşımları ortaya konulmuştur. Bu minvalde mekânın epistemolojik kronolojisi veya olgusal varlığından daha çok, sanat ve mimari alanındaki ilişkiler ağınan yola çıkarsak, tipografinin mekânla olan etkileşimini çok daha iyi kavrayabiliriz.

Joedicke mimari mekânı tanımlarken, kişi tecrübelerinin nesne ile olan ilişkileri üzerinden tanımlar ve ortada bir sınırlama varsa mekân vardır yoksa mekân algılanmaz demektedir. Yani algılanabilecek sınırlayıcı öğelerin yokluğu söz konusu olduğunda mekânın boşluk, sınırlayıcı öğelerin aralıklarının algılanamayacakları kadar küçükse mekânın yerini cismin aldığı söyler. Dolayısıyla Joedicke'e göre BOŞLUK ve CİSİM mekân kavramının üst ve alt sınırları olarak düşünülebilir (Joedicke, 1968, s.13).

Altan ise, insanların fiziksel bir alana yönelik, oranın belirli bir bölümünü belirginleştirmesi ve sınırlandırmasıyla mimari mekânın oluştuğunu ve bu şekilde mimari mekânın hissedilir ve izlenir bir duruma geldiğini belirtir. Bu durumu daha iyi anlayabilmek için ise bir gözlem yapar.

Gözlemde üç farklı ortamda bulunduğumuzu ve ilk ortamın her yönde açık, göz alabildiğine uzanan, hudutsuz, sonsuz görünen bir tabiatın ortasında olduğumuzu, ikinci ortamda kısmen ağaç ve ağaç gruplarının ve muhtelif yükseklikte çalılarla kuşatılmış bir ortamın, üçüncü ortamda ise ağaç gövdelerinin çok sık olduğu bir

ormanda bulunduğumuzu hayal etmemizi ister. Burada ilk olarak ikinci ortamın bize mekân kavramını düşündürdüğünü söyler ve mekân hissinin korunmuşluk ve çevrelenmişlikle ortaya çıktığını açıklar. Yine bu örnekten yola çıkarak gerek doğal ve gerekse mimari mekânda ayaklarımızın altında bir yatay düzlem (toprak; döşeme), başımızın üzerinde doğal mekânda gökyüzü, mimari mekânda ise tavan düzlemi olduğunu belirtir. Yine doğal ve yapay elemanlar ile belli mekân oluşumları tanımlar. Doğal elemanlarla oluşan mekânlara (yeryüzü, gökyüzü, ufuk, çalılık, ağaçlar) doğal mekân, yapay elemanlar ile oluşan mekânlara ise (duvarlar, tavanlar, kirişler, kolonlar) yapay mekân, mimari mekân veya şehrsel mekân demiştir. Aynı zamanda doğal ve yapay elemanların birlikteliği ile karma mekânlar elde edilebileceğini aktarmıştır (Altan, 2012, s.78-79).

Mekân bu ve benzeri birçok araştırmacının da en saf anlatımı ile sınırları olan bir boşluğu ifade etmektedir. Aynı zamanda “iç mekân, dış mekân, kentsel mekân gibi çeşitlere ayrılabilir ve kültür, alt kültür sosyo-ekonomik düzey, sahiplenme, zaman, mimari akımlar veya moda gibi çok sayıda faktörden etkilenerek şekillenir” (İmamoğlu, 2003, s.77).

Temelde mekân boşluğun yeniden yaratılması veya boşluğa şekil verme işlemidir. İşte mekân tasarımları yapılırken bu hacimsel boşlukların düzenlenmesi veya yeniden inşası söz konusudur. Tıpkı tipografi de mesajını iletirken veya estetik bir duygu oluştururken bu düşünce yapısıyla hareket etmektedir. Sarıkavak'a göre; tipografi yalnız harflerle ve çizgilerle yapılan düzenlemeler değil, temel sorunsalı bunların ötesinde, aslında boşluğun düzenlenmesidir. Sarıkavak, 'boşluğu tanımlama' ve 'boşlukta konumlandırma' sorununu aslında yazı öğeleriyle ya da tipografik karakterlerle yapılan düzenlemelerle çözülebileceğini söyler. Tipografik olarak yapılan her türlü değerlendirmede etkili ve işlevsel sonuç elde etmenin temel yöntemi boşluğun farkında olmak ve boşluğu biçimlendirmektir (Sarıkavak, 2006, s.82-85).

Bu bağlamda tipografi, mekânda boşluğa yeni bir form kazandırmak ya da yüzeyde bir biçim oluşturmak amacı ile düzenlenmekte ve tasarlanmaktadır. Tipografi tüm bu düzenlemeyi yaparken, mekân ile kendisi arasında bir eklektik yaklaşım ortaya koyar. Yani herhangi bir problemin çözümüne veya ortamın kültürel,

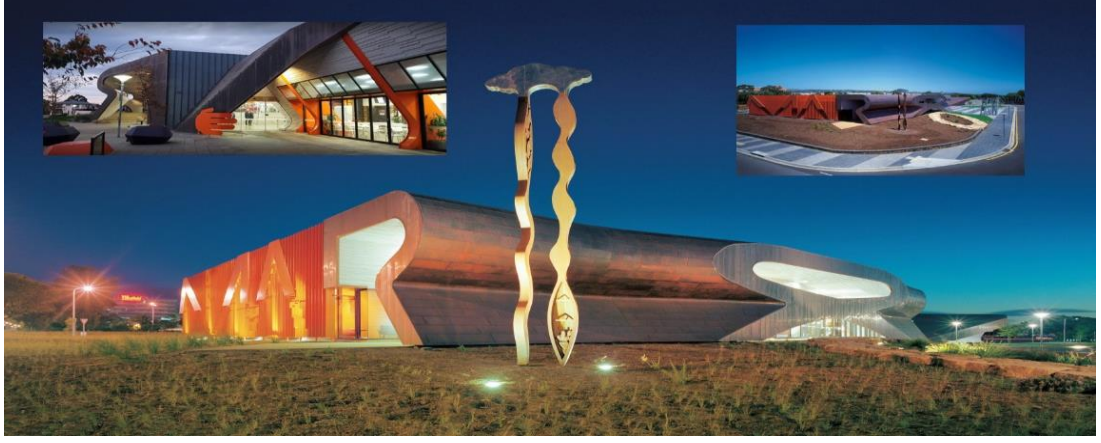
psikolojik veya sosyal gerçekliğine uygun olarak, mekân için en uygun çözümlerini kendi yöntemleriyle işlevsel ve estetik bir hale getirmektedir.

Tasarımcı ve sanatçılar tarihe ilk çıkış sahnesinden günümüze kadar, bir duygusal etkileşim oluşturabilmek için çeşitli yollar ve metaforlar aramıştır. Çevreyi algılama ve yorumlama yeteneği ile farklı malzeme ve teknikleri kullanan bütün disiplinlere ait tasarımcılar hep bilinenin ötesine geçme isteğiyle hareket etmişlerdir. Becer, el yazıları, kaligrafi, duvar grafitileri, mimarideki yazı uygulamaları, afiş, simge sistemleri, reklamcılık, sinema ve televizyonda izlenen hareketli yazılar gibi birçok alanda harf kullanılarak yapılan uygulamaların hepsini tipografi kapsamında ele almamız gerektiğini söyler. Bu durum bizlere günümüzde tipografinin kapsam ve alanlarının fazlasıyla genişlediğini ve öneminin arttığını göstermekle birlikte hem yüzeylerin hem de malzemelerin çeşitlenerek izleyicisiyle farklı boyutlarda da iletişime girdiğini gösterir.

20. yüzyıla kadar temelde tipografi, ağırlıklı olarak masaüstü yayıncılıkta iki boyutlu yüzeylerde dinamik olmayan, tekdüze heyecansız ve ruhsuz bir kompozisyon diliyle belli başlı standart matbaa kalıplarıyla konumlandırılıyordu. Ancak bu durum özellikle 1910'larda Fütürist şairler tarafından radikal değişikliklere uğramış sonradan çıkan sanat akımlarına da öncülük etmiştir. Geometrik soyutlama anlayışıyla özgür ve dinamik bir ifade hâline dönen kompozisyonlar gün yüzüne çıkmış, bildiğimiz alışlagelen söz dizimi ve gramer kuralları alaşağı edilmiş ve tipografi sanatsal bir uygulama alanı hâline gelmiştir (Becer, 2007, s.15). İşte tasarımın belirli kalıpların dışına çıkması ve endüstriyel çağdaki teknolojik unsurlarla beraber, iki boyutlu yüzeylerde uygulanan tasarımlar, kendi alanlarının haricinde diğer disiplinlerle de alışverişe girmiş ve çok boyutlu, bazen hacmin ve zihninde sınırlarını zorlayan deneysel biçimlerle mekânlar üzerinden hayatımızın her alanına girmiştir.

Sayısal ekran teknolojisi, masaüstü yayıncılık, serigrafisi, tekstil ve duvarlardaki kullanımlar çoğunlukla baskı teknolojisinin de yapısı itibarıyla iki boyutlu yüzeye yapılan çalışmalardır. Yine bilimsel buluşların ve teknolojinin getirileri ile iletişim sahasını genişletmek isteyen sanatçılar, iki boyutlu yüzeylerin de dışına çıkarak bazen üç boyutlu formlarda, tipografik tasarımların taşıyıcı unsurlarını sergileyebilmektedirler. Mimari yapılar, endüstriyel ürünler, mobilyalardaki

kullanımlar izleyicisini eserin içine dâhil eden tipografik bir sanat ürününe dönüşebilmektedir (Şekil 2.1).



**Şekil 2.1:** Marion Kültür Merkezi, Avustralya. “Marion” Harfleriyle Oluşturulan Tipografik Formlu Mimari Yapı.

Ayrıca her geçen gün mekânın atmosferine uygun bir dil geliştirmek veya olağan sürprizler yaratarak izleyicisinde farkındalık yaratmak için, deneysel tipografilerin mekânlarda farklı uygulamalarını görebiliyoruz. Bunlar anamorfik görüntülerle oluşturulan tipografik tasarımlar, hareketli ve kinetik tipografiler, elektronik yüzey tipografileri, holografik tipografiler olarak gün yüzüne çıkmakta, tipografiye biçimsel ve zihinsel yeni anlamlar yüklemektedirler.

Tipografinin bir araç ve görsel tasarım ögesi olarak kullanıldığı mekân tasarımlarında, mekân yüzeylerinin birbirleriyle olan ilişkisi tipografik çözümlerle daha da güçlendirilebilir veya belirginleştirilebilir. Bu çözümler, mekâna derinlik duygusu vermek dışında, kullanılan yazının anlamı veya tipografik düzenlemeler sayesinde mekân içi iletişimi de artırıp aynı zamanda mekânın atmosferine uygun bir dil yaratır. Bu dil yaratılırken tipografi burada bazen biçimsel bir rol üstlenir bazen de formun bizzat kendisi olur. Ve nihayetinde ortaya çıkan bu dil bulunduğu mekâna ruh ve hayat verirken diğer taraftan mekâna bir kimlik katarak izleyicisiyle mekân arasında bir aidiyet hissi oluşturur. Bütün bu bilişsel örüntüler sonucunda tipografinin kişilerde oluşturduğu estetik, görsel ve işlevsel düzenlemeler kişiyle mekân arasında duygusal bir etkileşimin kurulmasına neden olur.

## 2.1. TİPOGRAFİNİN MEKÂNSAL ENTEGRASYONA KATKISI

Antikite 'den Rönesans'a, kavramsal olarak çeşitli çalkantılar geçirmiş olsalar bile günümüz mimarisinde de hala geçerliliğini koruyan temelde üç mimari bileşen vardır. Bu bileşenler hem mimariyi oluşturmakta hem de mekânsal organizasyonun somut çıktısını ortaya koymaktadırlar. Bunlar “Comodita-Perpetuita, Bellezza” yani kullanılabilirlik, uygunluk-süreklilik, kalıcılık-güzellik. Comodita günümüzde fonksiyon ve işlevselliğe vurgu yaparken günümüz modern mimarisinde bu öge ön planda tutulmuştur. Perpetuita strüktür artı konstrüksiyona, Bellezza ise sanatsal değere atıfta bulunur (Özer, 2021, s.174-175). Özellikle son bileşen mimariyi bir yapıdan ayıran ve sanatsal değerleri ön plana çıkaran ve genellikle üzerinde durulup savunulan bir bileşen olması bakımından çok önemlidir ki, tipografiyi yine ağırlıklı olarak bu bileşenle ilişkilendirebiliriz.

Bu temel bilgidен sonra literatüre baktığımız zaman mekânın mimari açıdan iki farklı boyutu olduğunu görebiliriz. Bunlardan ilki “geometrik mekân” diğeri ise “yaşam mekânıdır”. Geometrik mekâna Schulz “tasarım mekânı”, Lebefre ise “temsili mekân” demektedir. Geometrik mekan daha çok mekanın tasarlanan inşasıyla ilgiliyken yani strüktürü temele alırken, yaşam mekanı onun deneyimlenen, tüketilen tarafıyla ilgilidir ve tüketicisi üzerinde bıraktığı duygusal izlenimlerle ölçülür. Yine yaşamsal mekâna Weber “algısal mekân” Schulz ise “varoluşsal mekân” demektedir. (Dinçer, 2004, s.4-77). Mekansal entegrasyonun özünde mekan olma ve mekânsal koşulları sağlama amacı vardır. Yani mekâna bir kişilik katma mekânın karakteristiğini ortaya koymak temel amaçtır. Mekânsal entegrasyonun yada diğeri bir ifadeyle organizasyonun başarılı bir şekilde kurgulanabilmesi içinde bu iki boyutun birbiriyle olan ilişkileri iyi hesaplanmalı ve uygulanan aktivitelerin amaçlar doğrultusunda doğru seçilmesi gerekmektedir.

Tipografi işte bu iki boyutla da iletişim halinde kalarak mekânsal entegrasyona benzersiz ve olağanüstü katkılar sağlamaktadır. Formlar üzerinden geometrik mekâna katkılar sunmakla birlikte, daha çok mekânın yaşamsal boyutuyla etkileşim içinde kalarak kullanıcı deneyimiyle şekillenir algıyı temele alır. Çünkü yaşamsal mekânın semantik yönü öncelikle temel olarak algıyla alakalı bir durumdur. Bu algı ise mekânı hissediş biçimimizdir yani mekânsal algıdır. Mekânda kullanılan tüm bileşenler

mekânsal algıyı oluşturacağı için bu bileşenler bir uyum ve bütünlük içerisinde olmak zorundadır. Tipografi ise bu bütünü ve uyumu bazen temel görev olarak ele alırken, bazen yardımcı unsur olarak bütünlüğe katkı sağlamakta ve mimariden daha farklı ve çok daha çeşitli bir dille yaratıcı bir entegrasyon süreci ortaya koymaktadır. Bu sebeptendir ki grafik tasarımcılar, antik çağlardan günümüze dek mevcut sınırlarında kalmayarak; hep daha yeniyi bulma, kalıplarının dışına çıkma ve beklenenin ötesine geçmek için devamlı yeni arayışlarda bulunmuşlardır.

Örneğin tipografi kâğıt yüzeyinden dışarı çıkarak post-modern yaklaşımlarla, yine mimari mekânlara yalnızca korunma ve barınma odaklı bakılamayacağını ve yeni arayışların disiplinler yaklaşımlarla birlikte çok farklı boyutlara geldiğini bizlere göstermektedir. Çağımızda alanların daha estetik ve etkileşimi yüksek mekânlar hâline gelmesi yalnızca mimari veya iç mimarinin temel unsurlarıyla açıklanabilecek bir durum değildir. Renk, doku, ışık, malzeme vb. mimari unsurlar mekâna biçimsel olarak fiziki bir estetik değer katmaktadır ancak tipografi bu unsurları plastik yönden de çok daha farklı bir etkileşime sokarak, uygulandığı mekâna duygu ve ruh veren ve mekânın atmosferini tamamıyla değiştiren temel unsurlardan biri haline gelmiştir.

Burada tipografi bu işlevini yerine getirirken mekânı bir iletişim ve etkileşim alanı olarak kullanır ve yaşamsal mekânı ziyaret edenlerde, semantik olguyla mekânsal bir algı oluşturur. Cevizci (2000) buradaki algıyı dış dünyadan duyu organları aracılığıyla edindiğimiz malumatlar olarak açıklarken, Norberg-Schulz (1968) ise algının mekânla ilintili olduğundan, mekânı oluşturan sınırlayıcı unsurların mekânın algısında önemli bir rol oynadığından bahseder. Bu algı mimariden farklı olarak fiziksel etkiden öteye geçerek daha çok zihinsel ve duygusal etkiler gösterir. Goleman bu etkileri, bir his ve bu hisse özgü belirli düşünceler, psikolojik ve biyolojik haller, bir dizi hareket eğilimi olarak tanımlar (Goleman, 1996). Mekân algısı yaratma sürecinde ise mimarlık, iç mimari ve tipografi yine disiplinler arası bir ilişkiyle çalışır. Bu ilişki, ortaya mükemmel bir sonuç çıkarmak ve oluşan algının pozitif anlamda sürekliliğini sağlayabilmek için tipografik iletişim dilini en iyi şekilde kullanmakla oluşabilir. Tersine bir durumda mekân için negatif bir algı oluşacağı için burada kullanılan tipografik dil yetkin olmayı gerektirir.

Bu bağlamda mekânlarda kullanılan tipografi, bulunduğu mekânı diğerlerinden farklılaştıran ve adeta konumlandığı atmosferle mekâna ruh veren iyi bir usta sanatkâr gibidir. İzleyicisini şaşırtmak ve düşündürmek için her türlü matematiksel hesabı yapmakla birlikte, bulduğu her yüzeyi bir tuval, bir afiş gibi maharetle kullanır ve hedef kitlesinde mekânsal olumlu algıyı ve estetiği en üst seviyeye yerleştirerek görsel iletişimi de etkin ve güçlü hâle getirir. Yine mekânsal entegrasyona beş temel itki kuvveti uygulayarak, hem problem çözücü bir rol üstlenerek işlevsellik sağlar, hem de Bellezza bileşeninin gereği olan sanatsal bir değer ifade ederek, mekana zariflik ve çekicilik katar. Bu altı itki kuvveti şunlardır:

- 1-Duygusal Fayda
- 2- Aidiyet Hissi
- 3-Farkındalık
- 4-Problem Çözme ve Tamamlayıcı Rol
- 5- Estetik

### **2.1.1. Duygusal Fayda**

Reklamcılık sektöründe tipografi, hedef kitleyle marka arasında sübjektif bir bağlantı kurarak, her zaman olmasa da çoğunluğu itibariyle kitlenin duygularına yönelmeyi ister ve duygusal bir etkileşim gerçekleştirir. Bu bağlamda tipografi, mekânı da sübjektifleştirerek aynı bağı mekân ve mekânı ziyaret edenler içinde kullanır. Yani mekânı bir marka ve ürün, ziyaret edenleri veya orada yaşayanları ise tüketici (hedef kitlesi) görüp mekânı ziyaret edenlerde duygusal bir değer önerisi oluşturmak için çalışır. Bu etkileşimi sadece ticari mekânlar doğrultusunda düşünmemeliyiz bu noktada mekân bir müze, tarihi bir mekân veya bir sosyal donatı alanı vb. olarak da düşünülebilir. Örneğin kamusal bir sosyal donatı alanını düşünürsek, burada tipografi üzerinden oluşturabilen bir duygusal fayda, vatandaşın bir seçmen olarak ilgili belediyeye ve belediye nezdinde belediye başkanına ve başkanın siyasi partisine de sempati duyabilir. Yine başka bir inanca sahip olan bir kişinin, diğer dine ait bir ibadethane veya kültür merkezine sadece turistik bir amaç doğrultusunda gerçekleştirdiği ziyaretinde bile, diğer dine karşı olan tutumlarında ve bakış açısında bir değişiklik gözlemleyebiliriz.

Örnekleri daha fazla artırabiliriz ancak tipografinin mekânda duygusal bir etkileşim gerçekleştirmek istemesinin temelinde, aslında sadakat ve mutluluk yatar. Mekânı ziyarete edenlerde oluşturulan mekânsal algı, genel bir mutluluk hazzı veriyorsa bu markanın yani mekânın paylaşılr olmasına katkı sağlayacaktır. Çünkü kişi kendini mutlu hissediyorsa bir süre sonra yaptığı paylaşımlarla, ailesi de, arkadaşları da ve hatta tüm sosyal çevresi de mekânı ziyaret edecektir. Yine diğer taraftan markaya karşı olumsuz bir tutum sergileyen bir kişi, mekânda oluşturulabilecek bir duygusal etkileşimle marka hakkında tekrar pozitif fikirlere kapılabilir yani bazen mekânda oluşturulan bir duygu hali, markanın ve ürünün önüne geçebilmektedir. Sadakat ise mekâna sadık müşteriler veya ziyaretçiler demektir ki buda mekân için olmasını istenilen en iyi faktördür. Çünkü ticari bir mekândan bahsediyorsak sadık tüketiciler para harcarlar, başkalarına tavsiye ederler ve mekân tutarlı bir değer sağladığı sürece aynı kuruluştan tekrar satın alma ve mekânı sahiplenme duygularına yönelirler.

Tüketiciler genel anlamda rasyonel olarak ihtiyaç duyduklarını değil, duygusal olarak istediklerini satın alma eğiliminde oldukları için, markalar genellikle müşterilerin duygularını harekete geçirmeyi ve dolayısıyla satın almaları artırmayı amaçlayan bu önemli yöntemi yani markaya bir duygusal fayda katmayı amaçlarlar (Decker, 2019). Bu temelle tipografinin ustaca uygulandığı bir mekân, oluşturulan duygusal bağ sayesinde diğer mekânlardan bir adım önde olacaktır. Tipografi bu noktada kişileri motive edebilen ve onlarla rezonansa girebilen ve böylece daha güçlü bir uzun vadeli ilişki kurarak, onların sadakatlerini teşvik edebilen ilham verici bir pazarlama stratejisinin aracı olmakla birlikte, mekânın atmosferine, ruhuna ve diline sağladığı katkıyla bir dizi psikolojik duygularında ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Bu duygular ise genel olarak fayda temellidirler. Yani duygusal etkileşim sonucu aslında mekânla izleyici arasında bir bilişsel alışveriş söz konusudur. Bu alışverişte izleyici, mekândan üç temel değer önermesi (işlevsel, duygusal,kişisel) yani fayda satın almaktadır (Aaker, 1996).

İşlevsel fayda, direk işleve dayalı fayda sağlayan bir ürün niteliğine dayanmaktadır. Tipografi mekânda işlevsel faydayı, genellikle yazının okunurluluğuyla (basit, kolay anlaşılabilir veya yeni bir bilgiyle) sağlasa da yer yer

ilerleyen bölümlerde örneklerini de göreceğiniz, bir dizi formlar üzerinden de sağlamaktadır. İşlevsel faydaya verebileceğimiz en basit örnekler ise mekân tabelaları ve mekân için yönlendirme sistemleridir. İşlevsellik faydası, mekânlarda kişiye anında istediği yeri veya aradığı bilgiyi sağlamakla görevini yerine getirmektedir. Mekân içinde uygulanan yönlendirmelerle, lavaboların veya diğer bölümlerin gösterilmesi, kapalı bir otoparktan çıkışa doğru bilgi vermesi veya bir işyerine ait tabelayla yerin özelliğinin tanımlanması ve zihinlerde işaretlenmesi gibi bilgi verici faydalar, işlevselliktir. Ancak işlevsel fayda belirli bir süre sonra herkes tarafından kopyalanabilme özelliğinden dolayı farkındalığın yavaş yavaş azabildiği bir faktördür.

Duygusal faydayı ise tipografinin diğer bir işlevi olan okuturlulukla sağlatırız. Yani mesajı nasıl ve ne şekilde aktardığımızla alakalı olan bu faydacılık sonunda mekânı ziyaret edende oluşturduğumuz mutluluk hazzıyla ilişkilidir. Yani bir önceki sayfada belirttiğimiz gibi duygusal fayda tipografinin mekânda gerçekleştirmek istediği temel etkileşimin bizzat kendisidir. Vazgeçilmez, güçlü, coşkulu, keyifli, konforlu, huzurlu, estetik ve özellikle aidiyet duygusu hissettiren mekânlar, genelde izleyicisine duygusal fayda sağlayan mekânlardır. Örneğin tipografi mekânda uyaranlar (doku, renk, ışık) üzerinden, kişinin kendini çok daha güvende hissedebileceği ambiyanslar, düzenlemeler oluşturabilir veya kendimizi gerçekten iyi hissetmemizi sağlayan, hatıralarımızın canlanabileceği veya kötü geçmişimizi unutturan formlar ve biçimler üzerinden bizimle duygusal bir iletişim kurabilir.

Son olarak kişisel fayda ise daha çok benlikle ilişkilendirilir. Kişi ya kendi benliğine uygun bir mekândan veya hayalinde yaşattığı benliği ortaya koyabileceği, sergileyebileceği bir mekândan fayda bekler. Burada egolar ve istekler baskındır. Kişi daha çok mekânda kendinden izler arar veya kendine bir imaj yaratmak için mekân seçimi yapabilir. Örneğin kahve içmek için Starbucks'ı seçen biri, gerçekten iyi bir kahve içmek için veya Starbucks'un marka imajından dolayı algılanmak istediği görüntüyü vermek için mekânı ziyaret edebilir. Yine bu faydacılık, iPhone tarafından yansıtılan zarafet ve havalı olma hissini, Harley-Davidson motosiklet markasının yansıttığı ham erkekliği veya bir Louis Vuitton çantası taşımanın sergilediği lüksü içerebilir.

Bu sebeple mekâna bir değer katmak, onu sunabilmek ve nihai olarak bir duygusal etkileşim yaratabilmek, mimarlar ve grafik tasarımcıların en zorlandığı kısımdır çünkü herkesin öznel bakış açısına hitap etmek, gerçekten kolay bir iş değildir. Grafik tasarımcı işte bu noktada mekânda oluşturacağı plastik düzenlemeler için, tipografinin terminolojisi ve ölçeklendirmesini de kullanarak kişilerin kendini iyi hissetmesini, güvende olmalarını, heyecan duymalarını veya özgür hissetmelerini sağlayabilmekte ve mekânda mutluluk hissi üzerinden duygusal etkileşimi zirveye çıkarabilmektedir.

### 2.1.2. Aidiyet Hissi

Aidiyetin psikoloji ve sosyolojide çok farklı tanımları ve boyutları olsa da TDK'ya göre aidiyet “ilgi” veya “ilişkinlik” olarak ifade edilmektedir. Ancak konuya mekânsallık açısından baktığımız zaman, Williams ve Stewart (2003), insanların kendi zihinsel dünyalarında önem atfettikleri ve kendilerini özel hissettikleri yerler ve mekânlar olduğunu ifade eder. Dolayısıyla, Stewart'ın bahsettiği bu mekânlara tüketiciler, “sembolik”, “duygusal” ve “özel anlamlar” yüklemektedirler. Sembolik anlamlar, bir mekânın ne anlama geldiği veya neyi temsil ettiğinden daha çok kişisel olandan (çocukluktan çıkmayı sembolize eden reşit olma) kamusal olarak paylaşılan (ulusal parklarımızda sembolize edilen Kurtuluş Savaşı mirası) kadar değişebilir ve kültürel alanların oluşumuna katkıda bulunarak o yer ile duygusal bağların oluşmasına katkı sağlayabilir. Benzer şekilde, belirli manzaralar veya yerler ile duygusal bağlar oluşabilir, çünkü kullanımları kullanıcının kimlik duygusunu sembolize etmeye başlamıştır (Williams ve Stewart, 1998, s.18-23).

Gabrial Tarde ise bir farklılıktan diğerine geçiş için aidiyetle ilgili “edinme” den daha iyi bir terim olmadığını belirterek, edinmenin, mülkiyeti ortaya çıkardığını söyler. (Tarde, 2012). Mülkiyet ise sahiplenmedir. Öyleyse aidiyet edinmeyi, edinme ise bir mülkiyet üzerinden onu sahiplenmeyi getirmektedir. Ayrıca literatür de aidiyet duygusu tartışmalarında, genel anlamda yerin ruhu, yere ilgi ve yere bağlılık kavramlarına da değinilmektedir.

Aidiyeti, bir yer veya yere bağlanma kurgusu üzerinden incelersek, bir mekana bağlanma duygusu veya bir yeri diğerinden farklı kılan psikolojik haller durumu olarak

özetlersek, tipografi mekansal bu duyguyu, çoğunlukla mesajın tonu üzerinden bir motivasyon (güdülenme) sağlayarak gerçekleştirmektedir. Örneğin kullanılan tipografik dilin coşkusu ve yüksek sesi, mekânı ziyarete edenin ruh haline etki etmekte ve onda bir heyecan yaratmaktadır. Dolayısıyla heyecan duyduğu bu etki, kişiyle mekân arasında ve bulunduğu yerde gerçekleştiği için, aynı durumu tekrar tekrar yaşamak isteyen kişi, mekânı sahiplenip bu duyguyu her seferinde yaşamak istediği için mekânı sık sık ziyaret edebilmektedir. İşte bu ise mekânın sahiplenilmesinden kaynaklanan bir durumdur. Tipografi yine bireysel anlamda, yer duygusunu kişisel çağrışımlar üzerinden yapmaktadır. Kişilerin edimimleri ve deneyimleri gibi zihninde yer eden hatıraları, uygulamanın yapıldığı mekânlarda belirli işareteler ve semantikle, yüksek düzeyde bir psikolojik doyum sağlatarak gerçekleştirir. İşte bu durum yine mekân ziyaretçisi için geçmiş hatıralarının canlandığı veya kendini iyi hissettiği anlarının tekrar aklına geldiği bir mekânsal algı oluşturur ki, buda mekânı diğer yerlerden farklı kılmak için yeterli bir duygudur.

### **2.1.3. Farkındalık**

Bir konunun, nesnenin veya bilişsel veya fizyolojik bir eylemin bilincinde olma durumuna farkındalık denmektedir. Farkındalık kavramı aslında bilinçle eş anlamlı olarak kullanılmakta veya bilincin kendisi olarak da ifade edilmektedir. Ayrıca farkındalık aslında subjektif yani göreceli bir kavram olmakla birlikte, içsel bir duygu veya dış etkenlerden kaynaklı duyuşsal algısında farkında olma durumu olarak tanımlanabilir (Amir vd, 2009, s.298).

Gutwin ise farkındalığı, bir etmen ve çevresinin etkileşimi yoluyla yaratılan bilgi ve basit kavramlarla ne olup bittiğini aktarabilme olarak adlandırmaktadır (Gutwin ve Greenberg, 2002, s.11). Tipografinin mekânsal entegrasyona en büyük katkılarından biri işte bu farkındalıktır. Aslında tipografinin bir mekânda en yalın haliyle kullanılması bile, hem mekâna katkısı, hem de mekânı ziyaret edenler açısından bir bilinçlendirme halidir yani farkındalıktır. Çünkü tipografi mekân eklektiği, ülkemizde zaten çok fazla yaygın bir kullanım göstermediği için, boş bir mekânda bile kullanacağımız tipografi, mekânda dikkatleri üzerine çekecek ve anında farkındalığı oluşturacaktır. Yani insanların günlük hayatlarında kitaplarda veya reklam

panolarında ya da bir ürün üzerinde gördükleri yazının bir mekânda kullanımını bile tek başına aslında bir farkındalık yaratmak için yeterli bir sebep olmaktadır.

Tipografide kullandığımız harf formları sadece fonetik sembollerin bir görünümü değildir. Tipografi hatta kaligrafi yani el yazısı bile olsa, yazı yüzlerindeki harf formlarının her vuruşunun çekici ve duygusal içeriği, metnin işlevsel anlamı üzerine bindirilmiş bir dil oluşturur ve her iki durumda okuyucu tarafından aynı anda algılanır. Bu durum estetikle ya da diğer bir ifadeyle güzellikle alakalı bir durum değildir, çünkü güzellik mutlak değildir. Buradaki durum aslında farkına varma veya farkındalık yaratmaktır. Biçimler ve formlar üzerinden oluşturulan bu farkına varma veya anın bilincinde olma durumu, izleyicisi tarafından çözülebildiği oranda algılanır ve farkındalık yaratır, eğer bu ilişkiyi ve farkındalık izleyicisi tarafından görülemiyorsa, muhtemelen görünen ama algılanamayan uygulamaya, estetik anlamda bir yargı biçilerek, bu kötü olmuş gibi bir yakıştırma yapılabilir.

Tipografide farkındalık, mekânın veya kişilerin ihtiyaçları doğrultusunda, hem strüktürel yapıya hem de estetik dokuya göre, diyalektik bir yaklaşımla şekillendirilebilir. Tabi bunun haricinde, mekânın bulunduğu yerin sosyo-ekonomik ve kültürel yapısı da farkındalığın temelinde ilişkili olduğu bir durumdur. Örneğin varoş, bakımsız, ışıklandırmanın yeterli olmadığı bir mahallede, ortak kullanım alanında yapılan bir ışıklı tipografik uygulama, semtte farkındalığı artırmak adına etkili ve doyurucu olabilir. Ancak aynı durum başka bir semtte yani ışıklandırmanın fazlasıyla doyurucu olduğu bir mekânda aynı farkındalığı yaratmayabilir. Veya aynı özellikteki biçimsel bir yüzey çalışması veya forma dayalı bir tipografik uygulama, bir otel lobisinde insanları kendine hayran bırakıp ilgiyi üstünde toplayabilirken, bir restoranda yemek yiyen kişilerin ilgisini çekmeyebilir. Bu bağlamda mekânlarda farkındalık, yerin hem kültürel yapısı hem de mekânın strüktürel ve estetik yapısıyla da bir ilişki içerisinde olduğundan, tipografi, farkındalık yaratmak istediği mekanı, bulunduğu yerin psikolojik ve fizyolojik etkenlerine göre kendisi seçmektedir.

#### **2.1.4. Problem Çözme / Tamamlayıcı Rol**

Tipografi mekânsal organizasyonlarda bileşenler üzerinden bazen tamamlayıcı bir role bürünürken bazen de problemlerin çözümüne katkı sağlamaktadır. Bir sonraki

konu başlığımız olan mekân bileşenlerinde tipografik çözümler; tipografinin mekânda sınırlayıcı, yönlendirici, odaklayıcı, birleştirici ve ayırıcı bileşenlerde nasıl bir rol üstlendiği detaylı olarak ele alacaktır (bkz: s.73,75, Şekil.2.6, Şekil.2.8). Tipografi bu bileşenler üzerinden, mekanda oluşabilecek problemlere, yine mekânsal uyarıcılar (doku, form, renk, ışık) veya diğer adıyla değişkenler üzerinden de aktif çözümler sunmaktadır. Bu çözümler, mekâna ekonomiklik açısından artı bir değer katabildiği gibi, basit, hızlı ve pratik yaklaşımlarla daha estetik bir sunum ortaya çıkarmakta ve işlevselliğiyle de, problemlerin çözümüne yardımcı olmaktadır. Aynı zamanda mimar, mühendis ve grafik tasarımcıların disiplinler arası ortak bir çalışmayla, mekânsal entegrasyonlarda statik ve dinamik bir tamamlayıcı rol aldığı biçimlendirmeler ve formlar görülebilmektedir.

#### **2.1.5. Estetik**

Estetik temelli tipografi, bir mekânın retorikidir. Clive (2003) estetiği açıklarken bütün beğeni yargılarının özünde, kişinin özel duygularının deneyimi olduğundan bahseder (Clive, 2003, s. 107). Dolayısıyla estetiğin temelinde kişisel deneyimlerle şekillenen beğeni yargıları olduğuna göre, estetik haz öznel bir olguyla duygulara yön verir ve konuyu doğal olarak sosyal bilimlerle de ilişkilendirir. Kesin bir analitik yöntem kullanamıyorsak ve öznel bu yargılara net sınırlar ve kalıplar çizemiyorsak, herhangi bir tasarım içinde bu güzel veya çirkin olmuş diye bir mutlak yargı belirtmemiz doğru olmayabilir.

Bu kısma kadar anlattığımız; duygusal fayda, aidiyet hissi, farkındalık, problem çözme gibi tipografinin mekânsal entegrasyona olan tüm algısal ve duygusal katkılarını, genel anlamda estetik bir tatmin oluşturmak için kullanıldığını söyleyebiliriz. Yani tüm bu katkılar sonucunda deneyimlerimizle elde ettiğimiz görsel hazzın adı estetikdir. Bu estetiği ise tipografi bize görsel bir tatmin üzerinden oluşturmaktadır. Ancak mekânsal organizasyonda bu estetik görsel tatmini, Reekie'ye göre bir bütünlük oluşturacak şekilde düzenlememiz gerekir. Reekie belirli kurallar doğrultusunda bölümlerin, parçaların oluşturduğu bir bütünün tasarım yaratma aşamasında önemli olmadığını, asıl önemli olan şeyin görsel tatmini sağlayarak belirli bir nitelik taşıyan hazzın izleyicisine veya yaşayanına bir bütün olarak aktarılmasıyla söz konusu olacağından bahseder (Reekie, 1972, s.43). Öyleyse bu yaklaşımdan yola

çıkarak sadece bir mekânın estetik bir tatmin sağlayabilmesi için hiçbir uyarıcının veya bileşenin ve hatta tipografinin tek başına mükemmellik sergilemesi yetmeyecektir. En iyi sonucu alabilmek için tüm bu unsurların bir bütün oluşturacak şekilde uyumlu, ölçekli ve dengeli bir şekilde kullanılması gerekmektedir.

Yine bu bağlamda bir mekânda oluşturulmaya çalışılan estetik bir yazı tipinde veya yazı düzenlemesinde ortaya çıkan tipografinin, güzelliğini tanımlamanın da net bir formülü yoktur, ancak tarihsel evrime baktığımız zaman yüzyıllar boyunca oluşturulmuş tipografik mükemmellik standartları vardır. Hatta bu standartların bir terminolojiye dökülmesi de modernist dönemin sonuçlarıdır. Bunun için tasarımcılar mekânsal düzenlemelerde oluşturulan duygusal etkileşimin temelinde estetik bir hoşnutluk yaratacak şekilde ortaya konulması için tüm uyarıcı unsurları, temel tasarım ilkeleri kapsamında bir bütünlük oluşturacak şekilde tasarlayarak gerçekleştirmeye çalışır. Örneğin, ilk dizgiciler ve matbaacılar, yazı tipi tasarımı, harf aralığı, sözcük aralığı, satır aralığı ve diğer tipografik iyileştirmeleri dikkatle değerlendirerek her zaman en yüksek düzeyde okunabilirlik için çaba göstermişlerdir. Bu kurallar ve temel yaklaşım tipografinin doğru kullanımı açısından önemlidir ancak konu tipografi mekân ilişkisi olunca mekânın bileşenleri ve uyarıcılarının da dikkate alarak bir bütün halinde planlama yapılması şarttır.

Ayrıca estetik seçimler ve mekânsal tipografi, bu standartların yanı sıra tasarımcıların, zevki ve deneyimi tarafından belirlenme eğiliminde olmaya devam ettiği için, estetiğin her an yeni dokunuşlarla ve çok farklı yaratıcı deneyimlerle karşımıza çıkmaya devam edeceğini bizlere göstermektedir. Örneğin Karşı sanat (Anti-Art), Karşı Biçim (Anti-Form) ve Kavramsal Sanat, geleneksel araçların, biçim ve formların ötesinde düşünüp fikirlerini uygun malzemeler ile ifade etme amacı güttükleri için, biçime önem vermez ve plastik sanatların biçim dilini kullanmazlar. Ancak tipografinin estetize yöntemlerinin bir sınırı yoktur. Biçim ve form için yaratıcılığın sınırlarını zorlayarak plastik sanatların dilini kullanmakla birlikte, bazen de kavramsal sanatın anti-estetik dilini, göstergebilim (semiyotik) üzerinden maddesel olarak kullanarak mekânsal entegrasyonu bambaşka boyutlara taşıyabilmektedir. Varlığın bizzat üzerinden oluşturulan tipografik metaforlar yine bu durumun en güzel belirleyicisidir.

Levi Straus, estetiğin, sanatsal bir çalışmanın fiziksel bütünlüğü haricindeki diğer tüm ilişkileri ortaya koyduğu mantıksal bir olgu olduğundan bahseder. O sanatsal bir yapının veya ürünün estetik değerini; duyuusal deneyimler aracılığıyla gözlemcinin görsel birikimlerine, kapasitesine ve yapının görsel plastik değerine dayandırmaktadır (Burnham J., 1973; akt. Aydın, 1986, s.45). Tipografi, biçime ve forma yeni anlamlar yükleyerek, tüm mekânsal bileşenler ve uyaranlar üzerinden burada bahsedilen plastik değere atıf yapar ve mekânın bütünlüğüne estetik bir anlam yüklemek için, tüm yaratıcılığıyla izleyicisinde doyumsal bir tatmin oluşturmak için çalışır.

İşte tipografinin mekânsal entegrasyona tüm bu katkılarını, şimdi daha detaylı bir şekilde uygulanmış örnekler üzerinden incelememiz, konunun somut çıktıları üzerinden daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır.

## 2.2. MEKÂN BİLEŞENLERİNDE TİPOGRAFİK ÇÖZÜMLEMELER

Mekânsal entegrasyonda, mekânın yapısal bileşenleri ve öğeleri, kullanışlı, estetik, kişiye huzur veren ve onun karakteristik yapısına hitap eden bir biçimde bir bütün olarak düzenlenmektedir. Bu bileşenler farklı roller üstlenerek, kompozisyonunda etkili bir şekilde kurulmasını sağlar ve mekânda bir bütünlük oluşturur. Mekân bileşenleri çoğunlukla mekânın yapısal özellikleriyle ilgilidir ve bunlar çoğunlukla sabittirler. Mekânsal öğeler ise kişilerin kullanım amacına yönelik yer değiştiren bir durum sergiler. Özdemir'e göre çeşitli bileşen ve öğeler belirleyici, sınırlayıcı, odaklayıcı, yönlendirici, süreklilik sağlayıcı, anlam taşıyıcı, birleştirici ve ayıracı roller üstlenmektedir (Özdemir vd., s.158-174).

Tipografi, bu öğeler üzerinden plastik etkiyle mekâna bir duygu ve ruh katar ve bu bileşenlerdeki uyum üzerinden mekânın toplam kalitesine ve imajına bir yön vererek estetik bir olgu yaratır. Tipografi mekândaki organizasyonel süreçte, bazen mekânsal bir öğe bazen de bir bileşen görevi görebilmektedir. Yani tipografi kendi iç disiplininde; okunurluk-okuturluk, karar verme, dikkat çekme ve marka bilinirliği oluşturmak için bir görev üstlenir ancak kendi terminolojik eksenine ek olarak, mekânsal örgütlenme için nitelendirilen “sınırlayıcı, yönlendirici odaklayıcı, birleştirici-ayırıcı” bir bileşen görevi görebilmektedir. Dolayısıyla hem kendi

terminolojisi, hem de mekândaki üstlendiği görev itibariyle tipografi, mimarlık ve grafik tasarım disiplinlerinin yegâne ortak paydasıdır.

Mimari mekân bileşenleri, izleyicilerin mekânı fiziksel anlamda kavrayabilmesi için gerekli belirteç ve sinyallerdir diyebiliriz. Ancak bu bileşenler sadece mimarlığın strüktürel anlamda fonksiyonel görevlerini yerine getirmek için statik formlarla tasarlandığı an çoğu zaman fiziksel bir etkiden öteye gidememektedir (Şekil 2.2). Hatta sanatsal yaklaşımla ilerleyen çoğu mimar, bu durumda bir yapının mimari bir eser niteliğini taşımadığını ve çoğunlukla yapıdan öteye gidemediğini düşünür. Fiziksel etkiden öteye gidebilmek için ise mimari, dokuyu, rengi, formu kullanır ve ışığın niteliğinden yararlanarak dinamik formlar oluşturur (Şekil 2.3).



Şekil 2.2: Statik Mimari Form.



Şekil 2.3: Dinamik Mimari Form.

Tipografi tamda bu noktada bazen mecburiyetten devreye girerek, mimarının tıkandığı ya da etkileşimi gerçekleştiremediği veya yetersiz görüldüğü durumlarda veya tamamen yaratıcılığın sınırlarını zorlamak için olaya müdahale eder. Aslında ortak bir disiplinle çalışan mimar ve grafik tasarımcı, genelde bu olgu tıkanıklığa

sebebiyet vermeden, süreç en başta mekân-tipografi birlikteliğiyle planlanarak çözümlenir ve ortaya mükemmel bir sonuç çıkarılmaya çalışılır (Şekil 2.4).



**Şekil 2.4:** Tipografik Form.

Mekân için tipografik çözümler 4 temel bileşende hayat bulur. Bunlar:

- 1-Sınırlayıcı Öğeler
- 2- Yönlendirici Öğeler
- 3-Odaklayıcı Öğeler
- 4-Birleştirici-Ayırıcı Öğeler

### **2.2.1. Sınırlayıcı Öğeler**

Mimaride mekân örgütlemesinin en önemli görevi sınırlayıcı öğelere aittir. Bunlar duvar, merdiven, giriş, kolon, döşeme vb. bileşenlerdir. Mimaride dış mekanlar doğal, yapay ve işlevsel sınırlarla planlanırken, şehirlerde binalar arasında kalan tüm mekanlar kentsel toplumsal mekan olarak nitelendirilmektedir. Şüphesiz bu sınırlayan öğeler, sınırladıkları alanla mimariye katkıda bulunurlar ancak tipografi daha çok bu sınırlayan öğelerin bizzat kendisiyle ilişki içerisinde olarak bu öğeler üzerinden biçime ve forma yönelik tasarımlar oluşturur. Örneğin, Amerika’da Houston Güzel Sanatlar Müzesi’nin ana cadde girişinin dış görünümündeki bu tipografik tasarım, gayet farkındalığı yüksek bir yer tanımı, işaretlemesi gerçekleştirmekte ve aynı zamanda binanın caddeyle olan dış sınırını belirtmektedir (Şekil 2.5). Bu örnek, tipografinin mimaride sınırlayıcı bir forma girerek, yapıya bir farkındalık kattığının güzel bir örneğidir. Tipografik tasarım, formuyla bina için ekstra bir tabela veya yönlendirme levhasına ihtiyaç duyulmadan, müzeye hem sınırlayıcı bir bileşen hem de mekân

tanımını (neresi olduğunu veya neye yaradığını) ortaya koyan estetik bir görsel öge yaratmıştır.



**Şekil 2.5:** Houston Güzel Sanatlar Müzesi. Texas, USA.

Yine sınırlayıcı bir formla Hindistanda Kalküta Okulları'nda karşımıza çıkan tipografi, mekânsal bileşenlerle hem işlevsel hem de duygusal bir etkileşim yaratmak adına tasarlanmıştır. Sembollerin, alfabenin ve sayıların grafiksel temsilleri, bina formunun yüzü için bir ilham kaynağı olmuştur. Okuldaki küçük çocukların, basit çizgilerle alfabenin harflerini baz alarak ilişki kurdukları düşünülmüş ve semboller büyüdükçe aynı çizgilerin soyutlamaları daha çok alfa, gama ve pi gibi görünmeye başlayacağı için, eğlenceli ve resmi olmayan keyifli bir mekan oluşturulmak istenmiştir. Bu yüzden, mevcut olağanüstü yapı kütesinin etrafında tanıdık ama farklı ölçeklerde şekiller ve fonetik semboller kullanılarak hem bir farkındalık oluşturulmuş, hem de işlevsel anlamda cepheden sınıflara sert güneş düşmemesi sağlanarak, gölgelendirme yapılmıştır. Güneş ışınlarının keskin bir şekilde sınıf ortamına vurması engellenerek tipografi sayesinde problem çözülmüş, aynı zamanda okula farklı bir kimlik kazandırılarak marka bilinirliği artırılmıştır (Şekil 2.6).



**Şekil 2.6:** Kolkata Okulları (Sınırlayıcı tipografik form), Hindistan.

Almanya'nın Herzogenaurach şehrinde, Adidas markasının bağcıklı harf sistemi yine ofiste iki ayrı bölmeyi sınırlayıcı bir bileşen göreviyle ayıştırmıştır. "laces" yani bağcıklar anlamına gelen bu kelime, binada, küresel olarak aktif bir şirketin ağ bağlantılı iletişimleri hakkında söylediklerini yakalayan, metaforik bir değere sahiptir. Spor malzemeleri ve giyim geliştirmede bir pazar lideri olan Adidas, hareket, sporun özüdür dilini kullanarak ve hareket aynı zamanda tasarım dilini de tanımlar diyerek "turbo şarjlı tipografi, yeni Adidas tasarım merkezinden geçer." demektedir. Bu durum tabela sisteminin yazı tipine de yansır: hızlı ve hafif tipografi duvar ve korkuluk göreviyle sınırlayıcı bir belirteç görevini görür ve harfler burada tipografinin hareket kabiliyetiyle yer değiştirmeler yaparak formu bu süreçte değişken hale getirir (Şekil 2.7).



**Şekil 2.7:** Adidas Ofisi ((Sınırlayıcı tipografik form), Herzogenaurach, Almanya.

Arizona Eyalet Üniversitesi'nin en büyük öğrenci konut komplekslerinden biri olan bu bina girişindeki tipografi, giriş bölümünün çatı kısmını yani tente görevini görmektedir. 18 katlı kulelerin girişinde bulunan ve gömme bir şekilde monte edilen bu neon uygulama binanın ana girişini tanımlanır. İşlevselliğiyle tente görevi gören bu uygulama, ekstrüde yazı biçimiyle ana girişi zihinlerde işaretler ve marka bilinirliğine katkı sağlayarak, mekân için öğrencilerde bir aidiyet duygusu yerleştirir (Şekil 2.8).



**Şekil 2.8:** Arizona Eyalet Üniversitesi, USA.

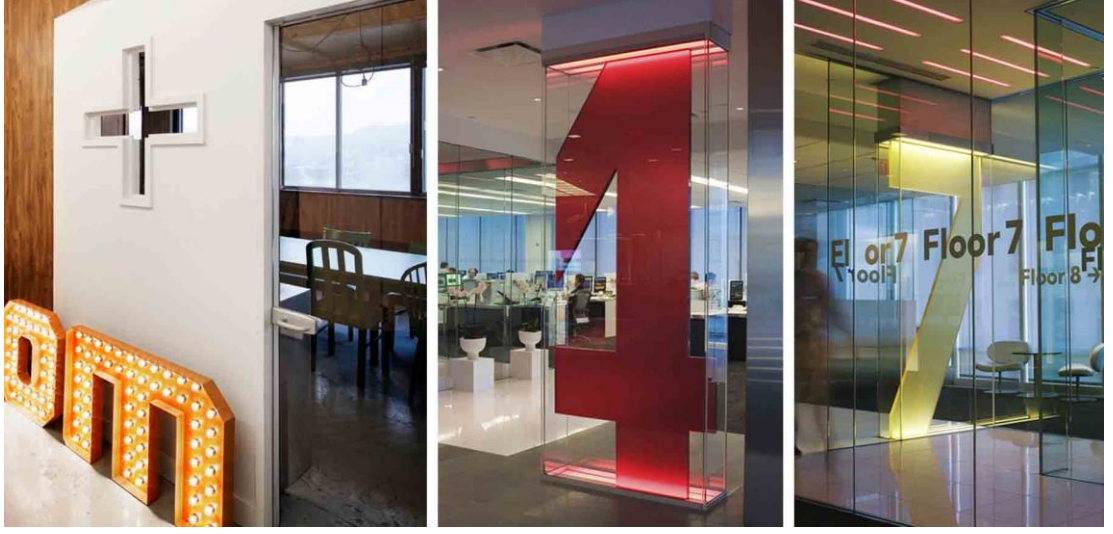
Sınırlayıcı formlar üzerinden verdiğimiz örnekler dışında ayrıca biçimselliklerde sık sık mekânsal entegrasyonda tipografi tarafından yüzeylerde (duvar) plastik bir değer oluşturmak için kullanılmaktadır.

Örneğin San Francisco 'da, Stitchfix kadın, erkek ve çocuk giyim markasının genel merkezinde 20' x 10' genişliğinde boyalı beyaz ahşap üzerine bakır çivili ve yine bakır kordonlarla yapılan bu yüzey tipografisi, mekânda sınırlayıcı bileşen olan duvar üzerine binlerce çiviyle tasarlanmıştır. Uygulama her ne kadar tipografik bir form niteliğinde görünüyorsa bile uygulanış yeri itibariyle duvar bileşenine uygulanan bir biçimsel sınırlama çalışmasıdır (Şekil 2.9).



**Şekil 2.9:** Stitchfix (Sınırlayıcı tipografik biçim), Kalifornia.

Yukarıdaki örneklerden de görülebildiği üzere, sınırlayıcı öğeler tamamen tipografik formlarla veya sınırlayıcı bileşen yüzeylerine uygulanan biçimselliklerle tasarlanabilir. Bunların haricinde bazen mimar, mühendis ve grafik tasarımcıların ortak bir disiplinle çalıştıkları ve yapıya müdahale edebildikleri oranda, farklı sınırlayıcı tipografik uygulamalarda görebilmekteyiz. Örneğin mekânın, mekanik ve statik formları manipüle edilerek, bir sınırlama algısı oluşturabilmektedir (Şekil 2.10). Özellikle bu tarz uygulamalar mekânda ciddi farkındalıklar oluşturabilir. Ayrıca mekânın ihtiyaçları doğrultusunda, yapay bir planlamayla da problem çözücü veya tamamlayıcı bir rol üstlenebilir. Yine teknik zorluğundan veya ekonomiklik kullanımı açısından yaygın olarak görmediğimiz bu tarz uygulamalar, duruma ve mekana göre aidiyet hissinin oluşturulmasına katkı sağlayabilir.



**Şekil 2.10:** BICOM Communications (Sol) ve Blomberg (Ota ve Sağ), (Sınırlayıcı manüpülasyon tipografisi), USA ve Kanada.

Tüm bu sınırlayıcı tipografik uygulamalar, çoğunlukla mekanı ziyaret edenlerde, dikkat çekmek ve marka bilinirliğine katkıda bulunmak amacıyla uygulanmakta olsa bile, görüldüğü üzere mimari entegrasyona ve bu organizasyonun finalinde oluşan mekânın algısına, post-modern yaklaşımlarla ciddi anlamda görsel estetik kazanımlar sunmaktadır.

### 2.2.2. Yönlendirici Öğeler

Mekânlarda yönlendirici öğeler, dolaşımı sağlamak, sirkülasyonu bilinçli bir şekilde yönetmek ve birbiriyle bağlantılı işlevlere sahip bölümlerden diğer bölümlere geçişi ilişkilendirmek için kullanılmaktadır.

Mimaride çoğunlukla bu yönlendirme işlemleri ya ışık ya da biçimsel bazı çizgi formlarıyla yapılmaktadır. İç mekânlarda koridor, dış mekânlarda cadde, sokak, yol veya farklı bir zemin kaplamasıyla oluşturulan akslar mimaride yönlendirmeyi sağlayan bileşenlerdir. Mimari bu yönlendirmeyi yaparken, oluşturduğu mekânların doğal akışında bir aks betimlemesi üzerinden veya yer yer aydınlatmayı da kullanarak bu yönlendirmeyi yapar. Ancak tipografi aslında bu noktada problem çözücü bir rol üstlenir ve mimarinin yardımına koşarak yönlendirmeyi daha somut bir hale getirir. Tipografi, kapalı mekânlarda koridorlar üzerinden malzemenin dokusuna veya yeni bir malzeme olanağıyla post-modern yaklaşımlar sergileyerek biçimsellikler ve

formlar yaratmakta, dış mekânlarda ise cadde, sokak veya yollarda oluşturulan çevresel uygulamalarla yönlendirmeyi sağlamaktadır.

Hatta mimarinin kullandığı süreklilik sağlayan noktasal elemanları, yani aydınlatma elemanlarını, yeni yeni biçimselliklere veya forma sokarak bu yönlendirmeyi, bir aidiyet hissi veya herhangi bir özel duygusal çağrışımlar yaratarak yapabilmektedir. Yönlendirici bileşen ve tipografi ilişkisinde, çoğunlukla okunurluk ön planda tutularak, organik veya inorganik yollarla, mekânda yön bulma problemine çözüm aranır. Buradaki duygusal etkileşim ise uyarma, yönlendirme, önerme, bilgilendirme vb. doğrudan veya dolaylı etkileşimlerle gerçekleşir. Ayrıca tipografinin karar verme işlevi, yapılan bu mekân içi yönlendirmelerle, hareket eylemlerimize yön verir. Tüm bu ritim ve bütünselliği sağlayan uygulamalar, kurumsal anlamda doğru uygulandığı takdirde, marka bilinirliğine doğal olarak da mekânsal örgütlemeye estetik bir değer katmaktadır.

Mekânsal entegrasyon ve örgütlemenin en önemli olduğu müze, sergi salonları gibi dolaşım alanlarında veya kapalı otoparklarda, tipografik uygulamalar mekânı örgütlemek için en iyi yönlendirici bileşenlerdir.



**Şekil 2.11:** Newyork Halk Kütüphanesi (Yönlendirici tipografik form ve biçim uygulaması), USA.

Newyork Halk Kütüphanesi bir araştırma kurumunun önemine binaen, 100. Yılı'nı kutlamak istemiş ve bu vurguyu ziyaretçilerine tarihsel bağlarıyla aktarmak istemiştir. Tasarımcılar, ziyaretçilerin bu kitapları keşfetmesine ve kütüphanenin Dijital

Galerisi'ndeki yüz binlerce görsele göz atmasına olanak tanıyan bir iPad uygulaması oluşmuştur. Bu kütüphanenin geniş koleksiyonlarını tasvir eder ve tarihi görüntüleri ve gerçekleri sunan eserler ve binanın mimari planları, inşaat fotoğrafları ve kütüphanenin bulunduğu alan hakkında bir harita videosu da dâhil olmak üzere kütüphanenin gelişim hikâyesini anlatan bir büyük ekranı müzenin dokusuna uygun yerleştirmişlerdir. Müze bölümlerinde hareketli tipografik formlar aracılığıyla, yönlendirmeleri etkili bir şekilde, oval yumuşak hatlarla bölüm girişlerine konumlandırarak yönlendirmeyi dikkat çekici bir hale getirmişlerdir (Şekil 2.11).

TOC Hostel Barcelona adlı bu mekânda ise yönlendirici bileşenlerin tipografiyle estetik bir farkındalık yarattığını ve tamamlayıcı bir rol üstlendiğini görebiliriz. Hosteller, Avrupa'da dar gelirliilerin veya öğrencilerin, ucuza konaklayabildikleri mekânlardır. Burada gördüğümüz hostelin koridorları koyu bir siyah renkle boyanmış ve ambiyans aydınlatmanın da niteliğiyle tipografik unsurlarla vurgulanmıştır; salonu işaret eden yönlendirme çizgileri ve ilgili yazılar, salona doğru yürürken yenilikçi ve gizem oluşturan bir havayla mekanda uyum sağlamıştır (Şekil 2.12).



**Şekil 2.12:** TOC Hostel Barcelona (Yönlendirici tipografik biçim), İspanya.

CCHE Lozan SA tarafından Hiag Holding için tasarlanan bu binanın yönlendirmeleri ise yine markanın kendi kurumsal logosundan yola çıkılarak, bir grafik işaret dili ve davranış ailesi oluşturmuş ve otoparktan kapalı iç mekâna kadar fütüristtik bir uygulama geliştirmiştir (Şekil 2.13)



**Şekil 2.13:** HIAG Holding (Yönlendirici tipografik biçim), İsviçre.

İspanya'daki örnekte ise, ICO Müzesi'nde uygulanan bu tipografinin, mekânda sirkülasyonu sağlamak adına biçimsellikler üzerinden ne derece etkili ve parlak bir renkle ifade edildiğini ve yönlendirici bileşenlere verdiği estetik ve işlevsel katkıyı görebiliriz (Şekil 2.14).



**Şekil 2.14:** ICO Müzesi, İspanya.

Washington Üniversitesi'nin Seattle kampüsünde kurulan ve benzersiz bir kamusal sanat projesi olan diğer bir örneğimize baktığımızda, ziyaretçilere rehberlik etmek ve her bir sanat eserinin kampüste keşfedilecek daha büyük bir seriden yalnızca biri olduğunu belirtmek için bireysel haritalandırma sistemi yapılmış ve mekândaki bu proje yönlendirici bir öğe olarak mekâna hayat vermiştir.

Projede ortaya çıkan bu yönlendirici tipografik öğeler, yol bulma, çok amaçlı içerik, cesur ve eğlenceli bir numaralandırma sistemidir. Her bir parçada alt yazıyla genele ait eserlerin bir yol haritası anlatılmakta ve ziyaretçileri her bir sanat eserine yönlendirmek için bir işaret görevi görmektedir. İster kampüste bulunan 28 metrelik şişirilmiş bir kovboy balonu isterse bir ağaç korusunda asılı duran narin bir cep telefonu olsun, belki de daha da önemlisi, sayılar yoldan geçenlere her çalışmanın daha büyük bir seriden biri olduğunu göstermiştir. Her tabelada 12 sanat eserinin tamamının bir haritası görüntülenir ve her harita diğerlerinden biraz farklı görselleştirilir: eserler sabit kalır, ancak onları birbirine bağlayan çizgiler değişir, çünkü kampüste istediğiniz gibi dolaşıp yine de aradaki noktaları birleştirmek mümkündür (Şekil 2.15).



Şekil 2.15: Washington Üniversitesi, Seattle Kampüsü, USA.

### 2.2.3. Odaklayıcı Öğeler

Mekânsal örgütlemenin önemli vurgu noktalarını odaklayıcı öğeler belirler. Bu öğeler genel anlamda işlevsel ve biçimsellik harici, mekânsal organizasyonların merkez noktasını teşkil etmektedir. Yani mekân içindeki bir bölümün veya boşluğun veya dış mekânlardaki bir konumun, daha dominant hale geldiği vurgu noktalarıdır.

Dış mekanlarda anıtlar şehirlerin odak noktaları olduğu gibi, kapalı mekanlarda girişler, işaret ve düğüm noktaları, otellerde resepsiyon vb. çeşitli odak merkezlerinden sayılabilir (Şekil 2.16). Tipografi odaklayıcı yerler veya alanlar üzerinden farkındalığı en üst düzeye çıkarır ve vurgu noktasına yoğunlaştırdığı kişilere, iletmek istediği

mesajı veya duyguyu doğrudan verir. Bu noktada belirtmemiz gereken en önemli şey ise tipografi mekânda odaklayıcı bir noktada bulunmasa bile dikkatleri zaten üzerine çekmeyi başarabilir.



Şekil 2.16: Tipografinin odakladığı mekânlar.

Dolayısıyla tipografinin bir mekânda bulunması bile başlı başına odaklanma sebebidir. (Şekil 2.17)'da görüleceği üzere bunu kendinizde test edebilirsiniz. Seçilen bu örneklerde, aslında mekânların optik ağırlık merkezi tipografinin uygulandığı alan olmasa bile, hatta ilgi çekici ve odaklanacak başka nesnelerin varlığını görsek bile, görsele baktığımız zaman ilk etapta yoğunlaşacağınız odak noktası, tipografinin bizzat kendisi olacaktır. Bu durumu yüzlerce benzeri uygulamaya bakarak test edebilirsiniz. Bu sebeple tipografinin kendisi başlı başına bir odaklayıcı vurgu unsurudur.



Şekil 2.17: Mekânsal Odaklayıcı Tipografi.

Ancak tipografi, ağırlığı mekânın odak noktasına vermiş ve mekânda bariz bir vurgu noktası oluşturmak için yerini almışsa ortaya çıkacak sonuç gerçekten tatmin edici bir hal alacaktır. Kim bilir belki de post-modern yaklaşımlarla, geleceğin

mekânsal yapılarında, örnekteki gibi birçok tipografik odaklayıcı formlarla yeni yeni mekânlar görmeye başlayabiliriz (Şekil 2.18).



Şekil 2.18: Gelecekte Odaklayıcı Tipografi (3D), Chris Labrooy.

Bazen bir şehrin caddesinde kullanılan tipografi, caddenin odak noktasını tamamen bir mekâna kilitleyebilir (Şekil 2.19). Bu sayede caddede bulunan mekân hem diğer işyerlerine nazaran, hem de caddenin kendisine bir farkındalık oluşturduğu gibi, aynı zamanda şehrin bu caddesinin bilinirliğine ve niteliklerine, estetik bir değer yargısı oluşturarak bir katma değer yaratacaktır.



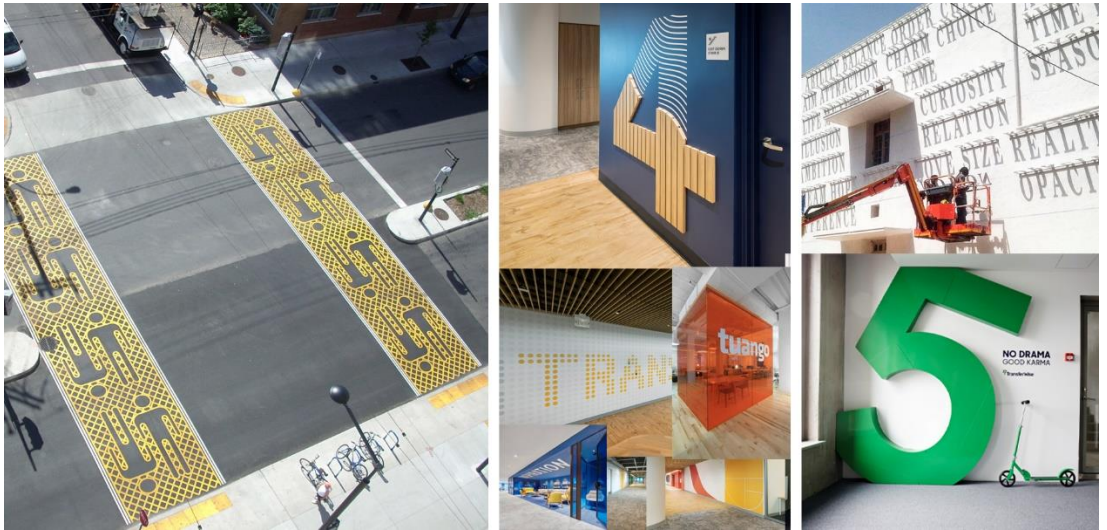
Şekil 2.19: Mimar: Clavel Arquitectos Murcia, İspanya.

Amerika’da bulunan ve bir yazılım şirketi olan Venafi ofis girişinde asansörlerin olduğu noktayı odaklamak için, yine yazılım dilinde kullanılan kodlamalardan, bir tipografik biçimle odaklama noktası oluşturmuştur (Şekil 2.20).



Şekil 2.20: Venafi Yazılım, Salt Lake City, USA.

Ayrıca odaklayıcı öğeler, sadece mekânın merkez noktalarını göstererek odaklama yapmaz. Bunun haricinde mekânda kullanılan çevresel renkler haricinde, farklı bir renkle ve dokuyla da diğerlerinden ayrılan bir odaklanma noktası oluşturulabilmektedir (Şekil 2.21).



Şekil 2.21: Doku, Renk ve Çevresel Odaklayıcı Tipografi.

## 2.2.4. Birleştirici-Ayırıcı Öğeler

Mekânsal örgütlemenin diğer bir ögesi ise birleştirici -ayırıcı özellikler sunan bileşenlerdir. Bu öğeler aslında çoğunlukla sınırlayıcı ve yönlendirici bileşenlerle de ilişkilidir. Tipografi bu noktada bölümler arası geçişleri vurgulayarak veya tasarımın niteliğine göre bölümlerde ritmin akışına bağlı bir sürükleyicilik yakalayarak, mekânda birleştirici rol alabilmektedir. Aynı şekilde birbiriyle bağlantılı alanları tipografi sayesinde ayırmak ve mekânsal organizasyona hem işlevsel hem de estetik bir farkındalık katarak bileşenleri etkin bir şekilde kullanabiliriz (Şekil 2.22).



Şekil 2.22: Birleştirici ve Ayırıcı Tipografik Örgütleme.

## 2.3. MEKÂNSAL UYARANLARDA TİPOGRAFİ

Kişiler çevrelerini duyu organlarıyla ve bunların algılanmasıyla tanıyabilmektedirler. Duyu organlarımızla ortaya çıkan, bilişsel bir olgu olan olaylar, işitme duyumuza akustik, dokunma duyusuna haptik, görme duyusuna ait optik konularla ilgilidir. Algılanan mekânın görsel bir tatmin düzeyi oluşturması ve sonucunda estetik bir yargı bildirimine yol açması, mekânın görsel ve işlevsel özellikleri üzerinden yani içeriği itibariyle psikolojik ve fiziksel niteliklerinin mekânda kullanım şekline bağlı olarak gelişmektedir. İşte bu sebeplerle algı bir uyarıcı sonucunda gerçekleştiği için, mekânsal uyarılar birçok değişkeni kapsamakta ve bu değişkenler sonucunda farklı çeşitli mekânsal tasarımlar görmekteyiz. Mekânsal organizasyon süreçlerinde, mimari tasarım sorunlarının sınırları anlamsal değerler,

işlevsel, ekonomik ve teknolojik boyutlarla ilgilidir. Bu boyutların getirdiği ölçütler bir bütün olarak düşünüldüğünde çeşitli problemlerin çözümü için mimarlık, bazı uyaranları mekânsal ifade veya görsel tasarım için kullanmaktadır. Bunlar renk, doku, form, olarak nitelendirilir (Aydınlı, 1986, s.38-47).

Mimari literatürde bu tasarım elamanlarına mekânsal uyaranlar veya mekânsal değişkenlerde denilmektedir. Ayrıca fiziksel bir bileşen olmayan ancak mekânsal bileşenlerden etkilenen veya bu bileşenleri etkileyen, ikincil bir grup fiziksel uyardan söz eden Kahvecioğlu (1998) ışık, ses ve kokunun da mekânda her tür fenomenle ilişkili olduğunu belirtir. Bu minvalde post-modern yaklaşımlarla tipografinin aydınlatma unsurlarıyla da bir ilişki içerisinde olacağı görüldüğünden bu araştırmada ikincil bir unsur olarak mekânsal uyarcılar içine dâhil edilmiştir.

Tipografi yukarıda bahsedilen özellikle anlamsal değerler bağlamında mekânsal ifade için, dokuya, renge, ışığa ve forma çeşitli plastik değerler katmakta ve tüm mekân bileşenlerini ise bu kurgusal tasarımlarla daha anlamlı bir hale getirmektedir. Ancak tipografi sadece anlamsal değerler içinde mekâna bir çözüm getirmez. Bu daha çok tipografinin mekânsal entegrasyonda oluşturduğu sonuçtur. O sonuca gelene kadar, göstermeye çalıştığımız birçok örnekte göreceğiniz üzere bazen işlevsel, bazen ekonomik, bazen de teknolojik nitelikleriyle mekânsal entegrasyona olağanüstü yaratıcı çözümler getirmektedir. Bu noktada tipografi mekânsal uyaranlara plastik bir değer, yaratıcı biçimsellikler ve formlar katarak, estetik, görsel ve işlevsel düzenlemeler ile mekânın hem oluşturulma sürecinde bir pratiklik ve yaratıcılık sunar, hem de finalinde oluşturduğu duygusal etkileşimle mekânsal algının oluşumuna ciddi katkılar sağlar.

Pallasmaa modern mimarinin geçici yüzeysel bir görselliği ön plana çıkardığını belirterek, retinal bir mimari tanımlaması yapmakta, doğru mimarinin ise yaşanılan yerin tüm deneyimlerinin zihnimizdeki yeri ile anlam kazanarak gerçekleşmesi gerektiğini dile getirmektedir (Kahvecioğlu, 1998, s.70). Bu noktada tipografi, aynı zamanda sadece ilk etapta algıladığımız görsel tatminle mekânsal algıya veya entegrasyona katkıda bulunmaz. Mekânsal uyaranlar üzerinden iyi kurgulanmış bir tipografi uzun süre yaşanılan mekânda deneyimlediğimiz zihinsel bir takım

çağrışımlarda yaratabilir ve mekânla bütünleşip Pallasmaa'nında bahsettiği bir mekânın teorisine katkı sağlayabilir.

Tipografi, genel anlamda mekansal entegrasyon sürecinde yer alan uyaranların kapasitesine etki etmekte, ve bu uyaranlar üzerinden mekanla bir ilişki kurarak, mekana post-modern bir bakış açısıyla yaklaşım bahsedilen kapasiteyi en üst seviyeye taşımak için çaba sarfettirmektedir. Bu durum Kahvecioğlu'nun (1998) mekânsal imaj oluştururken bahsettiği duyum aşamasına denk düşmektedir. Bu uyaranların tipografiyle biçimsellendirilmesi ve oluşturulan tasarımlar üzerinden izleyiciyle iletişime geçilmesi ise algı aşamasına denk düşmektedir. Yani tipografi iletişime geçtiği kişiyle onun deneyimleri üzerinden bir takım geçmiş ve gelecek bağlantıları kurarak oluşturduğu imgelerle mekânı kişide anlamlandırmaya çalışır. Buda mekânsal algının oluşumuna katkı sağlar. Son olarak imaj aşamasına karşılık gelecek olan tipografinin duygusal etkileşim tarafı bu uyaranların kullanımı açısından çok önemlidir. Bu aşamada tipografiyle uyaranlar üzerinden şekillendirilen mekân, kişilerde ya tek bir kereye özgü geçmiş deneyimlerini canlandıracak veya tamamen süreklilik arz ederek kişilerin hem eski deneyimleri hemde yeni mekân deneyimleriyle oluşacak bir kalıcı imajdan söz edebiliriz.

Mekânsal uyaranları birbirinden kopuk düşünemeyiz. Dokunun etkin gözükmeye için ışığın nitelikleri önemlidir dolayısıyla ışığın olmadığı bir yerde dokununda önemi azalacaktır. Yine doku doğal dokuda olabilir ancak renk uyarısıyla manipüle edilebilir ve yapay bir doku haline dönüşebilir. Dolayısıyla doku ve renkte birbirleriyle eklektik bir bağlantı içerir. Yine formun belirleyicisinde doku orantılıdır. Her dokuyu istenilen formda kullanamayabilir ancak varolan bir dokuyada, çok daha bilinenin ötesinde formlar ve biçimsellikler verilebilir. Bu minvalde diyebilirizki mekânsal uyaranlar, organik veya inorganik bir yapıyla birbirleriyle ilişki içerisindedir.

Mekânsal uyaranlarda tipografi dört temel başlıkta ele alınabilir. Bunlar:

- 1- Doku Özelinde Tipografi
- 2- Aydınlatma veya Işık Özelinde Tipografi
- 3- Form Özelinde Tipografi

#### 4- Renk Özelinde Tipografi

##### 2.3.1. Doku Özelinde Tipografi

Tipografinin kişilerde oluşturduğu estetik, görsel ve işlevsel düzenlemeler sonucundaki duygusal etkileşim, çoğu zaman mimari tasarım öğelerinden olan ‘doku’ kavramıyla çok yakın bir ilişki içindedir. Hatta doku, mekânın oluşturmak istediği algıyı bizzat yöneten unsurlardan biridir (Castell vd., 2019,s.1).

Burada bahsedilen doku kavramı tipografik harf veya sembollerle oluşturulan ritmi sağlayan biçimsel tipografik pattern doku değil, mimari dokudur yani algılanan yüzeyin özelliğidir; malzeme ölçekli doğal veya yapay dokudur. Tipografi mekândaki duygusal etkileşimi, kendi iç disiplini içinde tasarım diliyle uygular ancak bu uygulamanın mekâna yansıtılmasında kullanılan malzeme örüntüsü göz ardı edilmemelidir. Grafik tasarımcı, mimar ve iç mimar bu disiplinler arası süreçte mekânın oluşturacağı atmosferi bir bütün hâlinde düşünmesi gerektiği için, ortaya çıkan tipografik ürün mekânda uygulanacak dokudan bağımsız olmamalıdır. Dokunun ihmal edilmesi durumunda, oluşturulmak istenen duygusal etkileşimin tüm yükü tipografide kalacak, ortaya çıkan tipografi tasarımı kusursuz ve mükemmel olsa bile doku faktörünün ihmalinden dolayı, mekânla ve izleyicisiyle bütünleşmesi gerçekleşmeyecektir. Bu konuda doku kullanımının psikolojik etkileri üzerine Aytuğ tarafından yapılan deneysel araştırmada: Dokunun mekânın algılanmasında çok önemli bir rolü olduğu ve doku yüzeylerinin sertlik derecelerinin, mekânın büyüklüğü ve anlamında ciddi etkiler yarattığı görülmüştür. Araştırmada cinsiyet farklılıklarının pek etkili olmadığı belirtilmiştir. Mekân ve biçimi oluşturan yüzeylerin dokusu, fiziksel ve duygusal açıdan kabul edilebilir, estetik doygunluk sağlayan hem çevrenin yaratılması esnasında hem tasarım aşamasında hem de mekândan beklenen etkiye uygun malzeme seçiminde “dokunun” yüzey rengi veya ışıkla birlikte dikkate alınması gereken bir öge olduğunu vurgulamıştır (Aytuğ, 2012, s.37-46).

Aslında doku ve tipografi mekânlarda birbirinden ayrılmaz bir ikili ve birbirlerinin tamamlayıcısı gibi düşünülürse bırakılmak istenen etki izleyicisinde uzun süreli ve kalıcı olabilir. Bazen izleyicinin algısında doku amaç iken bazen araç olabilir. Aynı durum tipografik düzenleme için de geçerlidir. Ancak her ikisinin birlikte

oluşturacağı duygusal bir etkileşim mükemmel olan sonuca varmak için en iyi yoldur. Hatta estetik beğeniyi en üst seviyeye çıkartmak için Kuban'ın da dediği gibi ışık ve gölgeyi, dış biçimi, iç sınırları, rengi ve ölçüyü de bu bütünlüğün içine tam olarak yerleştirirsek sonuç gerçekten inanılmaz keyif verici bir hâle dönüşür (Kuban, 1998:57).

Örneğin Kenya Hara tarafından tasarlanan, Tokyo'da bir doğum hastanesinin yönlendirme tabelalarında kullanılan tipografide minimalist sitilin tipografiye yansıdığını ve yine doğru kullanılan uyumlu dokunun ve sıcak duvar renklerinin hastanenin soğuk ve ürkütücü havasını tamamen kırdığını görüyoruz (Şekil 2.23). Ayrıca kullanılan kumaş malzemesinin yıkanabilir yönü, hastane ölçekli hijyen kavramını da pekiştirmiştir (Taşçıoğlu, 2020:91). Burada yapılan uygulamayla doku üzerinden oluşturulan plastik değer, duygusal etkileşimin gerçekleşmesine olanak sağlamış aynı zamanda hastane içindeki yönlendirici bileşenlerde bir örnek teşkil etmiştir.



**Şekil 2.23:** Kenya Hara Tasarımı, Tokyo Kadın Doğum Hastanesi.

Yaratıcı yönetmeni Kyosuke Nishida olan diğer bir mekândaki tipografi tasarımı ise “Still Life Comes Alive” adlı çalışmadır. Bu çalışma aslında odaklayıcı yerleştirmenin tipografik unsurlarla geliştirildiği ustaca planlanan estetik bir çalışmadır. Sanat yönetmenleri Brian Li ve Sean Yendrys tarafından yapılan bu tipografik yerleştirme basit bir kâğıdın mekânın duvar yüzeyinde izleyicisine kattığı duygusal etkileşimine güzel bir örnektir. Tasarımcı, tipografik kavramı tanımlayan ve

gösteren cümleyi oluşturmak için kesilen, katlanan ve yapıştırılan binlerce kâğıt parçası kullanarak, mekânın ekonomiklik boyutunada güzel bir çözüm getirmiştir. Tipografik formda, geometrik karakter korunarak kâğıdın durgun olan yapısından dağınık ve dinamik bir organik yapıya geçiş yapılmıştır. Çalışmayla aslında mekân içindeki boş, durgun ve anlamsız duran mekân koridoru, tasarımın ismiyle de (Durgun Yaşam Canlanıyor) bağlantılı olarak anlamlı ve konuşabilen bir mekâna dönüşmüştür (Şekil 2.24).



**Şekil 2.24:** Sanat yönetmenleri: Brian Li ve Sean Yendrys, Still Life Comes Alive.

Tipografi, çevresel düzenlemelerde de mükemmel bir işbirliği oluşturarak yine bulunduğu mekâna farkındalıklar bırakmayı çok sever. Bazen bir caddede, bazen bir ofiste, alışveriş merkezinde, parkta veya herhangi bir mekânda fiziksel bir varlık olarak karşımıza çıkabilir.

Avustralya'nın Victoria eyaletinin başkenti olan Melbourne'da, Victoria Şehir Konseyi, disiplinler arası bir tasarım merkezi olan Heine Jones firmasından, Leeds caddesinin yeniden geliştirilmesini ve yağmur bahçelerinin işlevini ve amacını açıklayan yorumlayıcı bir çözüm tasarlamasını istemiştir. HeineJones'in çözümü ise bu su bahçesinin işlevini ve amacını 10 mm'lik bir çelik plaka üzerinde lazerle kesilmiş bir şiir bulutu olarak sergilemek olmuştur. Plaka üzerinde farklı dillerde farklı

ölçeklerle sunulan şehir şiirleri yer almaktadır. Sunulan bu şiirlerin tamamı daha küçük tipte yazılmış, yağmur bahçesi hakkında ise büyük soyut bilgi parçaları oluşturan sözcükler tümevarım mantığıyla plaka üzerine konumlandırılmıştır. Pürüzsüz kullanılan bu sert metal plaka, renk itibarıyla caddenin kaldırım ve taşlarıyla kopuk durmadığı gibi mekânın doğal atmosferine uyum sağlamış ve kullanılan doku caddeye ekstradan bir dinamizm katmıştır. Yapılan bu tasarımdaki amaç, izleyicisiyle duygusal ve okunabilir bir şekilde meşgul olan bir iletişim aracı yaratmak ve yağmur bahçelerindeki suyun geçişi ve sirkülasyonu bilgisinin izleyici tarafından uygulanmasını sağlamaktır ( Şekil 2.25). Bu uygulama işlevelliğin ve çevreye olan doku uyumunun şık bir şekilde sergilendiği iyi bir örnektir.



Şekil 2.25: Tasarım Heine Jones, Ağaç Izgarası.

Başka bir örneğimizde ise tipografik tasarım ve uygulamaların, adeta mekânın atmosferini yeniden yarattığı ve ritim ilkesinin baştan ayağa doyurucu bir tipografiyle uygulandığı, Lizbon'daki bir bilim müzesi olan Bilgi Pavyonu'dur. Mekân, kullanılan tipografik formlarla derinliği çok etkili bir şekilde ortaya koymaktadır. Kullanılan doku ve tipografik tasarımlar, adeta izleyicisinin kulağına fısıldarcasına bir iletişim dili oluşturmayı başarmıştır. Mekânda ilk müdahale fuaye alanına yapılmış ve çevresel bir tasarım projesi planlanmıştır. Mekânın kullanımındaki çok yönlülük nedeniyle, akustik ve aydınlatma amaçlı delikli bir duvar için doku oluşturmak amaçlanmıştır. Buradaki ritim ve aydınlığı sağlayan doku tipografik doku, malzeme ölçekli doku ise alüminyum kompozittir. Duvar ve kaplamalar arasındaki led beyaz aydınlatmalar doğal ışıkla dengelenerek, tipografik uygulamalar duvarlarda ve zeminde büyük bir ölçekte yeniden düzenlenmiştir. Mekândaki tipografiyi şekillendiren ve akışı sağlayan

biçim -form, bilgi alışverişinde bilgisayarlar tarafından sık kullanılan OCR-A yazı karakteridir. Piktogramlar ise, kullanılan OCR-A yazı karakterine göre tasarlanmış ve binanın ölçeğine bağlı olarak büyük boyutlarda kullanılmıştır. Yine binanın girişi, renkli şeffaf filmle kaplanmış, büyük pencere açıklıklarına, asılı akrilik renkli paneller yerleştirilmiş ve uygulanan tipografi ile ritim ve birlik (uyum) eş zamanlı sağlanmıştır. Aynı zamanda kullanılan bilgi levhalarında bir destek görevi görececek gökkuşağı vitray efekti yaratılmak istenmiştir (Şekil 2.26).



**Şekil 2.26:** Mimar: João Luís Carrilho, Pavilion of Knowledge, Bilgi Pavyonu Bilim Müzesi, Lizbon.

Berlin'deki Marzahn Dinlenme Parkı'ndaki farklı dünya bahçelerinden örnekler sergilenmektedir. Dünyanın farklı kültürlerini sergileyen çeşitli bahçelere ev sahipliği yapan bu parkta özel Hristiyan Bahçesi kurulmuştur. Diğer taraftan bu bahçeye aslında tipografi bahçesinde diyebiliriz. Örneğe baktığımız zaman sınırlayıcı bileşen görevi gören duvarlar, kelimenin tam anlamıyla tipografiyle yapılmıştır. Harfler hem Eski hem de Yeni Ahit'in (dolayısıyla Hristiyan Bahçesi) pasajlarında birleşmiş ve hristiyanlığın bir kitap ve yazı dini olduğunu göstererek izleyenleri ve bahçeyi ziyaret edenleri bu olguya odaklamıştır. Doku ise hissiyatın ve mesajın güçlendirilmesi adına altın boyalı alüminyum malzemedен yapılmış ve yazı tipi Alexander Branczyk tarafından bu geçit için özel olarak tasarlanmıştır (Şekil 2.27).



Şekil 2.27: Marzahn Dinlenme Parkı, Hristiyan Bahçesi, Berlin.

Görsel tasarımcısı Gordon Young olan ve uygulaması Why Not Associates tarafından tasarlanan, İngiltere'deki Crawley Kütüphanesi iç mekan tasarımı tipografik ağaçlar olgusuyla mekanda kitap ve ağaç bağlantısını ortaya koymuş, ağacın kendi doğal dokusu tipografiyle biçimsellik kazanmış ve doku üzerinden vurguyu güçlendirmiş güzel bir örnektir. Aynı zamanda kullanılan 14 adet masif meşe ağacı, mekânda tabandan tavana destek sütunu görevi görerek sınırlayıcı bir bileşen olarak göze çarpmaktadır. Sütunlarda kullanılan cümleler ve iletişim mesajları ise kütüphaneyi ziyaret edenlere sorularak, onların en sevdiği kitaplar, yerler ve anıları üzerinden kurgulanmıştır. Aynı zamanda her sütun, gotikten romantiğe farklı bir temayı temsil ederek, kütüphanenin stratejik odak noktalarına yerleştirilmiştir (Şekil 2.28).



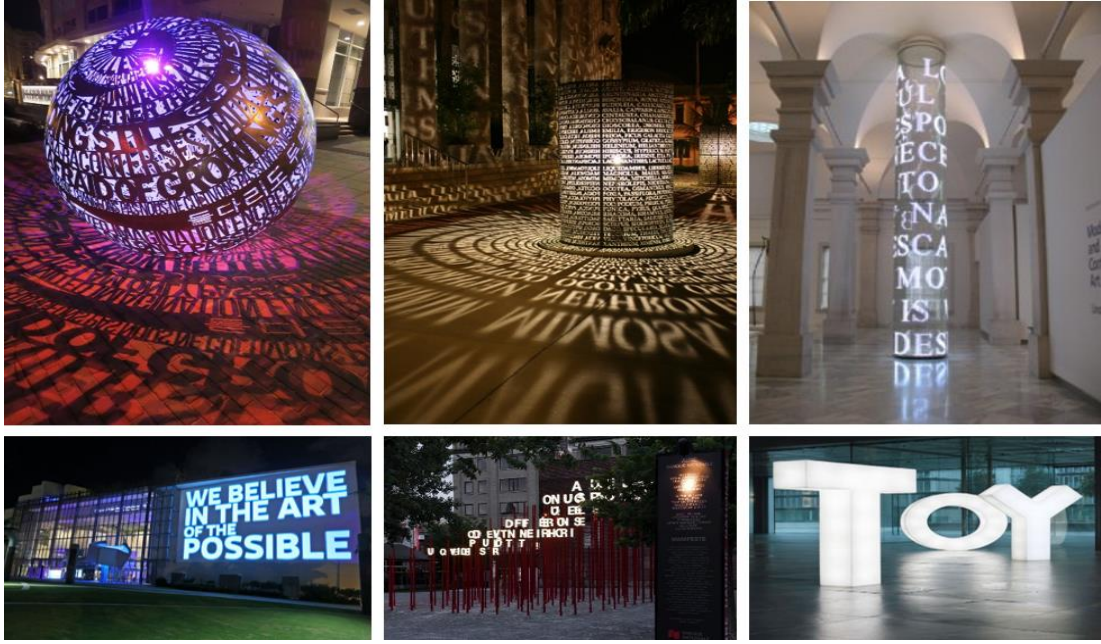
Şekil 2.28: Crawley Kütüphanesi, İngiltere.

### 2.3.2. Aydınlatma / Işık Özelinde Tipografi

Işık, aslında mimari literatürde bir uyaran değildir daha çok çevresel koşullar içerisinde ele alınır ancak ışığın niteliği uyaranları doğrudan etkilemektedir. Yani

ışıktan tamamen bağımsız bir renk, doku, formdan söz edemeyiz. Hatta Hesselgren'e göre dokunun ve rengin görsel olarak etkinliği kullanılan ışık kaynağıyla artırılmaktadır. Ve bu ışığın kullanım şekline göre, aydınlatma yoğunluğu, kamaşma, ışığın rengi doğrultusu ve gölge gibi, algı türlerini oluşturan temel kavramlar vardır ve bunlar ışıkla bağlantılıdır (Hesselgren S., 1979, s.178; akt. Aydınlı, 1986, s.48). Yine mekânlarda, ışığın daha çok ne gördüğümüze ve gördüğümüzle ilgili ne hissettiğimize karar vermedeki rolü, kanılmazdır. Işık, mekânları tanımlamamızı sağlayan, nesnelerin biçimsel özelliklerini ve doku, renk gibi diğer uyarınları, ifade etmek için kullanılan önemli ve en etkili unsurlardan biridir.

Tipografi bu sebeple, mekânlarda ışıklandırma işleviyle ve ışıklandırmanın niteliğini de kullanarak ön plana çıkmaktadır. Gelişen teknolojiyle birlikte elektronik dünyasının şekillendirilebilen ve hareketlendirilen ürünleri, tipografik tasarımlarla birlikte elektronik ilmini de bu disiplinlere dâhil etmiştir. Tipografi ışık ilişkisi de, tıpkı diğer uyarınlar gibi çoğunlukla biçimsellelikle ilgilidir. Özellikle ışığın işlevselliğini kullanarak tipografi, mekânlarda duygusal çağrışımları bu tarz uygulamalar üzerinden de çok daha belirgin ve net bir şekilde ruh hallerindeki değişikliklerle ortaya koyabilmektedir. Özellikle ışığın kullanım şekli, tipografiye ve kullanılan dokuya uygun bir biçimde sergilendiği takdirde, mekânlarda oluşan ambiyans izleyici ve mekân arasındaki duygusal bağı güçlendirmekte veya var olan formda, ışığında niteliklerini kullanarak farkındalıklar yaratmaktadır (şekil 2.29).



Şekil 2.29: Tipografik form ve biçimli ışık uygulamaları.

### 2.3.3. Form Özelinde Tipografi

Çoğunlukla form kavramı daha çok üç boyutlu bir anlamı ifade etmek için kullanılmaktadır. İki boyut için ise daha çok şekil veya biçim ifadesi kullanılır. Dolayısıyla bir yapının genel strüktürü bir formu ifade eder ancak herhangi bir bileşen veya uyaranda kendi içinde bir formdur.

Aydınlı (1986), formların ve bu formların farklı uygulamalarının çevreleriyle ve geri planlarıyla ilişkilerinin, psikolojik etkinlikleri ile önemli bir faktör olduğunu söyler. Formlar güçlü bir etkiye sahiptir ve genel olarak geometrik ve serbest formlar olarak ikiye ayrılmaktadır (s.44). Yine literatürde mimaride açık ve kapalı formlar olmak üzere iki ana grup altında formlar incelenmektedir ancak tipografi ise daha çok serbest formlarla eklektik bir ilişki içerisindedir.

Form genel anlamda mekânsal organizasyonda, işlevsellik, uyarıcı olarak etkinlik kazanmak ve görsel bir tatmin için kullanılmaktadır. İşte tipografi ise bu form arayışında hem işlevselliğe, hem uyarıcı olarak etkinliğin niteliğinin artırılmasına hemde görsel tatminin doyurucu bir boyuta gelmesi için tasarımlara bir özgünlük ve yaratıcılık katarak plastik bir değer oluşturur. Bu katkı mimarların sanatsal bakışmada

mükemmel bir vizyon oluşturmakta ve grafik tasarımcıyla mimarı buluşturan ortak bir nokta olmaktadır.

Tipografi form ilişkisine baktığımız zaman, mimari yapıların formları, tamamen tipografiyle tasarlanabilmekte veya mimari plan en başından tipografiyle uygun bir biçimde şekillendirilebilmektedir. Tipografi bu form yapısıyla, mimari yapılarda yer yer bir taşıyıcı sütun, aydınlatma unsuru olarak veya formun yapısıyla birlikte izleyicisini de içine alan etkili bir iletişim aracı olarak kullanılabilir.

Amsterdam tabanlı proje geliştirme şirketi NIC için, MVRDVtasarlanmış Alfabe binası, tipografinin form anlamında kullanımı için iyi bir örnektir. Uygulamanın yapısı hem estetik bir farkındalık yaratırken hemde bina aydınlatması için işlevsel bir çözüm sunmaktadır. Alfabe binası, doğu cephesinde ev numarasını ve ana cephede her şirketin uzantısını, alfabenin bir harfini ortaya çıkaran net bir dış tasarımla iletişim kurmaktadır. İç kısım son derece esnek ve saf bir kaplama ile tamamlanmıştır. 3200 m<sup>2</sup>'lik yaratıcı endüstri binasının yüksek enerji verimliliği standartlarına göre yapılacağı belirtilmiştir.

Bina, 30 x 30 metre boyutlarında nispeten küçük bir site üzerindedir ve üstünde kompakt bir ofis bloğu bulunan şeffaf bir kaideden oluşmaktadır. Bina cephesinin her bir harfinin arkasında 128 m<sup>2</sup>'lik esnek bir ünite sunuyor, üniteler bağımsız veya bir dizi harf olarak satılabiliyor. Tasarım stüdyosu Thonik, en üst katı veya A'dan F'ye kadar olan harf sıralamasıyla dizayn etmiş ancak alfabenin tamamını cepheye yerleştirmek imkânsız olduğu için I ve Q harfleri dış cephede değil bina içinde kullanılmıştır (Şekil 2.30).



**Şekil 2.30:** Alfabe Binası, Amsterdam, Hollanda.

Yine tipografik formun yapıya ve strüktüre tamamen uygulandığı, Şangay World Expo'daki Güney Kore Fuar Merkezi, mimarlık firması Mass Studies tarafından tasarlanmıştır. Bu fuar merkezi, Kore alfabesinin yirmi temel harfinden oluşmaktadır. Fuar Merkezi, mimarlar tarafından sembol ve mekânın birleştiği bir yer olarak görülmekte ve işaretler boşluklara, boşluklar ise sembollere dönüşerek, ziyaretçilerin harflerin geometrisini “deneyimleyebilecekleri” bir sergi alanı yaratmaktadır. Kore alfabesi aslında herkes için okunaklı olmasa da harflerin geometrik şekilleri karakterlerin evrensel kabul edildiği anlamına gelir.

Harf karakterleri piksellerden oluşmakta ve Koreli sanatçı Ik-Joong Kang tarafından 45cm'e 45cm'lik panellerde gösterilmektedir. Aydınlatma, tek tek harflerin geceleri de öne çıkmasını ve bir bütün olarak binanın bir sembol işlevi görmesini sağlamaktadır. Fuar merkezinde, geleceğin şehirlerinin tasarımları sergilenmekte ve gösteriler düzenlenmektedir (Şekil 2.31).



Şekil 2.31: Kore Pavyonu (Fuar Merkezi), Çin.

Uithof Üniversite kampüsündeki Minnaert binasında kullanılan tipografide yine form ilişkisi üzerine kuruludur. Bina üç bölümden oluşmaktadır derslikler, laboratuvar ve restoran. Binanın dış cephesinde ise “Minnaert” tipografi metni, strüktürel yapıda taşıyıcı sütun işlevini yerine getirmekte, ayrıca marka bilinirliğine katkı sağlayarak yer işaretleme için duygusal bir fayda oluşturmaktadır. Ayrıca bina cephesi yapının monolit karakterini güçlendiren, pürüzlü ve püskürtülmüş betondan bir ondülasyon kabuğu ile kaplanmıştır (Şekil 2.32).



Şekil 2.32: Utrecht Üniversitesi, Hollanda.

#### 2.3.4. Renk Özelinde Tipografi

Renk, “ışığın nesnelere üzerine çarpmasıyla yansıyan ışınların, niteliğine göre gözde oluşan duyumlardan her biri” olarak tanımlanmaktadır (Hasol, 1998). Renk, hem günlük hayatımızda hem de yaşadığımız ve tecrübe ettiğimiz tüm mekânlarda duygusal etkileşimi oldukça yoğun hissetmemizi sağlayan temel uyarılardan biridir. Renk izleyeninde bir etki oluşturur ve bu etkinin sonucunda ise beklentiler doğrultusundaki duyguyu oluşturur. Rengin mekânlarda bir odağa yani bölüme yönelik bireysel kullanımı veya çevresiyle ilişkilendirilerek bir bütün olarak uygulamaya konulması, mekânsal organizasyona totalde büyük bir etki sağlar. Mimari mekânlarda; renklerin insan hayatındaki en güzel unsurlar olarak kabul edildiği yerlerdir. Renk, duygusal ve psikolojik olarak bize hitap eden tasarım öğesidir ve zamanı ve fütürist vizyonu hareket eden yeniye arayan tasarımcının elindeki en güçlü araç olarak kabul edilir (Alnasser, 2013, s.30).

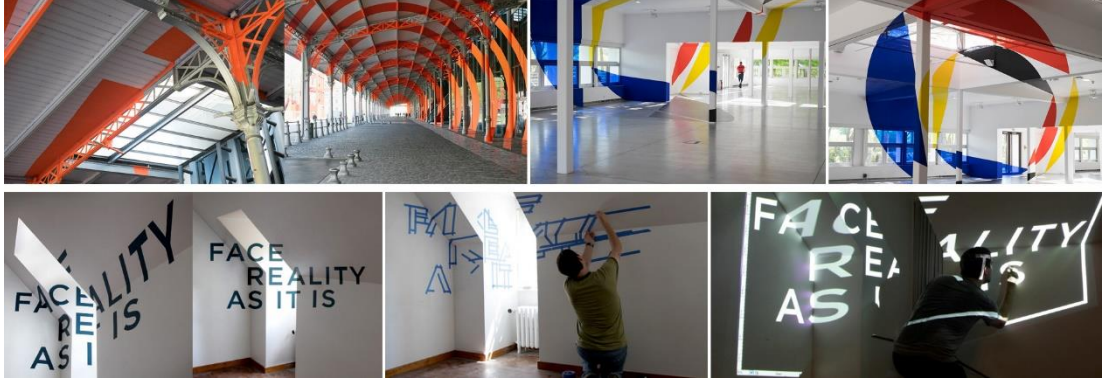
Renk sanatta, grafik tasarımda olduğu gibi mekânsal organizasyonda da, biçimin veya formun ana mesajını güçlendirmesini sağlayan bir araç ve uyarandır. Mekânlarda kullanılan renk, daha çok malzemenin öz niteliğine vurgu yaparak kendini göstermektedir. Rengin aşırı yoğunlukta kullanımı ise, ürünün önüne geçiyorsa buda genel anlamdaki hatalardan biridir. Tipografi ise mekânda rengi kullanırken daha çok diyalektik bir mantıkla hareket eder ve farkı ihtiyaçlara yönelik bir çözüm sunar. Yani

bazen mekânın bütününe katkı sağlarken, bazen biçimsellik verilen ürün ön plana çıkartılır. Yine mekân ticari bir mekânsa ve rengin biçimsel kullanımıyla ticari bir amaç güdülyorsa, tipografi bu amaç doğrultusunda bir renk planı kullanarak, tüketicilerin ticari tercihlerini, işin yararına olacak ve beğenilerini kazanacak bir şekilde seçmelerine dolaylı bir şekilde yardımcı olmaktadır. Ancak temelde tipografi mekânda renk uyarısını aslında ona biçim vererek kullanılır. Yani renk özünde bir kimyasal iken, tipografi bu kimyasala bir biçim verir ve o biçim üzerinden rengin psikolojik etkisini de kullanarak duygusal etkinliklerin ortaya çıkmasını sağlar. Bu minvalde aslında renkte, tipografinin mekânlarda vermek istediği mesajın araçlarından sadece biridir diyebiliriz. Rengin psikolojik ve fizyolojik özellikleri düşünülürse, tipografi bu etkileri de göz önüne alarak mekânın bütününü veya mekândaki bir bölümü renk uyarısı üzerinden organizasyon sürecine dâhil eder.

Tipografi renkle birlikte mekânsal entegrasyona katkı sağlarken, mekânın ya dokusuna bir biçimsellik verir ya da bazen dokuyu bir miktar öteleyerek, yalnızca iletişim kurma veya ilgi oluşturma üzerine odaklanabilir. Burada amaç izleyiciyi şaşırtmak ve mekânın farklı bir odak noktasına ilgiyi çekerek mekânın kimliğine artı bir değer katmaktır. Bu artı değer ise izleyicide oluşturulan olumlu algıyla ilintilidir. Cevizci (2000) algıyı dış dünyadan duyu organları aracılığıyla edindiğimiz malumatlar olarak açıklarken Norberg-Schulz (1968) ise algının mekânla ilintili olduğundan, mekânı oluşturan sınırlayıcı unsurların mekânın algısında önemli bir rol oynadığından bahseder. Bu unsurların yatay ve dikey bölmeler, yüzeyler olabileceği gibi araştırmamda üzerinde fazlasıyla durduğum doku ve renk kavramına dikkat çeker. Bu noktada dokudan kısmen ya da tamamen bağımsız denilebilecek mekânlarda, izleyiciyi bir noktaya yönlendirmek, mekânda hareket ve yön kavramına dikkat çekmek, derinlik hissi ve merak uyandırmak için yalnızca renkle yüzeylere boyama şeklinde veya üç boyutlu parçadan bütüne gitmeye çalışılan anamorfik tipografik görüntülerde mevcuttur.

Anamorfik görüntülerde izleyici belirli bir noktadan görüntüye baktığı zaman ilk etapta bir şey anlamaz ve yüzeylerde gördüğü renkler veya parçalar bir anlam ifade etmez yani bütünlük algısı anında gerçekleşmez. Ancak daha sonra merak duygusuyla,

tesadüfen veya istekli olarak özel bir alet veya yöntem sayesinde doğru perspektifli bir bakış noktasından görselin doğru konumlanmış hâlini görür. Yani anamorfik görüntülerle yapılan tipografik uygulamalar bazen mekânlarda üç boyutlu olarak sergilediğimiz unsurların yanında mekâna ilgiyi artırm yani farkındalık yaratma düşüncesiyle uygulanabilmektedir (Şekil 2.33).



**Şekil 2.33:** Sanatçı Felice Varini ve Thomas Quinn, Anamorfik Mekân Uygulamaları.

Anamorfik görüntünün tipografiyle mekân içinde şık bir şekilde kullanıldığı diğer bir örnek mekân ise New York'taki Modern Sanat Müzesinde yapılan çalışmadır. MoMA Reklam ve Grafik Tasarım Bölümü tarafından tasarlanan ve uygulanan "German Expressionism Exhibition Title Wall" adlı sergi 250'den fazla baskı, çizim, resim, heykel, resimli kitap ve süreli yayından oluşan, toplamda 3.000 parçalık koleksiyonun sergilendiği bir mekândır. Ziyaretçiler, özel sergi galerisine girdiklerinde duvardaki başlık net ve okunabilirdi, ancak içeri yaklaştıklarında duvarlar arasındaki geçişi keşfettiler ve başlığın ikiye bölündüğünü gördüler. Kırmızı duvar rengiyle vurgulanan bu kesit, aynı zamanda Alman Ekspresyonist hareketi ve sanatçılar için önemli bir nokta olan Birinci Dünya Savaşı'nı da simgeliyordu. Sergiyi gezmeye devam eden ziyaretçiler bu duygusal etkileşimin galeri duvarlarının düzeninde ve renginde tekrarlandığını görebiliyorlardı. Yine Ekspresyonist dönemin özelliklerinden ahşap baskının önemi, tasarım ekibi tarafından dikkate alınmış, büyük ölçekte baskıların kusurlu olduğunu vurgulayan, ancak yine de cesur ve çağdaş hissettiren eski bir ahşap türü alfabeden harfler kullandı. Daha yakından bakıldığında, sergideki birçok baskının dokusuna atıfta bulunarak siyah harflerin büyütülmüş bir tahta baskı dokusuyla nasıl boyandığı görülmekteydi. Serginin atmosferini oluşturan,

sergi girişiyle interaktif bir deneyim sunan, basit ama güzelce uygulanan bu fikir aynı zamanda jüri üyelerinin de ortak görüşü olmuştur. Yine tasarımcı ekip sergi başlığının uzun olmasını ve mekânı göz önüne alarak orantıyı iyi kullanmış ve mekânın atmosferine katkı sunacak punto büyüklüklerini doğru bir ölçüğe oturtmayı başarmıştır (Şekil 2.34).



**Şekil 2.34:** Tasarımcı Ajans: Moma “German Expressionism Exhibition Title Wall” Sergisi, Newyork.

Renk özelindeki tipografik uygulamalar, mekân tasarımlarında daha çok ya yönlendirici bir öğe ya da odaklayıcı bir öğe olarak kullanılmaktadır. NicholsBooth Mimarlık ve Mystery tasarım ve marka ajansı tarafından, San Francisco'da bulunan Stafford House'un yeni ofisleri birlikte tasarlanmıştır. Amaç öğrencileri etkileşimde bulunmaya ve İngilizce pratik yapmaya teşvik eden ortak bir alan yaratmaktır. Kat planı sirkülasyon alanını en aza indirirken, tüm sınıflar geniş bir alana açılmıştır. Cam duvarlara, sirkülasyonu sağlayan duvar yüzeylerine, oturmak için salonlara uygulanan tipografiyle, endüstriyel ama eğlenceli bir görünüm oluşturulmuş ve San Francisco şehrinin aidiyeti üzerinden genç ve toplum odaklı bir havaya katkıda bulunulması düşünülmüştür. Bu örnekte tipografi, renkle kontrastlıklar yaratarak mekânın modern atmosferine katkıda bulunmuş ayrıca marka bilinirliğine rengin biçimselliği üzerinden odaklayıcı bir rol yüklemiştir (Şekil 2.35).



Şekil 2.35: Stafford House, San Francisco.

Çevresel tipografi örnekleri de yine ağırlıklı olarak rengin farkındalık etkisini kullanır. Bu ve benzeri kullanımlarla tipografi ayırıcı-birleştirici, sınırlayıcı, yönlendirici ve odaklayıcı bir bileşen görevi görür (Şekil 2.36).



Şekil 2.36: Renk Uyararı, Çevresel tipografi örnekleri.

Tipografi renk uyararıyla bazen olağanüstü soyut renk kompozisyonları yaratır ve var olan mekânın atmosferine yeni yeni dokunuşlar yapabilir. 1990 yılında Amerikan ordusu tarafından işgal edilen Panama şehrinin körfezinde yer alan, El Chorrillo mahallesi varoş insanların ve uyuşturucu çetelerinin hüküm sürdüğü bir yer olarak bilinmektedir. El Chorrillo topluluğundaki Begonia binasının 50 dairesine

komşularında yardımıyla, Boamistura ekibi tarafından “Somos Luz” yani “biz ışığız” tipografisi uygulanmıştır. Cepheye uygulanan tipografi ayrıca koridorlar ve merdivenleri de çevreleyerek boyanmıştır. Evlerde yaşayan insanlar, her çamaşır asmaya çıktıklarında ya da balkondan dışarı baktıklarında hayat bulan soyut bir renk kompozisyonunu görmektedirler. Amaç içinde buldukları şiddetin hakim olduğu bu mekânda, iyi insanların olduğunu ve bir şeylerin halen değişebileceğine vurgu yapmaktır (Şekil 2.37).



Şekil 2.37: Tipografik Renk Uygulaması, Madrid, İspanya, 2001.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3. POST-MODERNİST YAKLAŞIMLAR VE ÖNCESİ

Tarih boyunca grafik tasarım ve mimari, inşa edilen çevrelerde birlikte var olarak, mekânın fiziksel ve zihinsel varlığını ortaya koymaya çalışmışlardır. Her iki disiplinin kendine özgü bir terminolojisi ve konuşma dili olsada, yine her biri tarihsel olarak diğeriyle devamlı iletişim kurma girişiminde bulunmuştur. Mimarlık, biçim, mekan ve amaçtan bahsederken, insanın sürekliliğini yüceleştirmiş ve hem işlev gören hem de ilham veren deneyimler sunmuştur. Grafik tasarım ve özünde tipografi ise, zamanın ve mekânın inceliklerini iletmiş, kültürel ve görsel hikâyeler anlatarak bir yapının amacını netleştirmiş ve mimarinin mesajını yansıtarak, mekânın zihinlerde işaretlenmesini sağlamıştır.

İnsanoğlu on binlerce yıldır mağaraları ve duvarlarını işaretleyerek ve bulunduğu mekânları boyayarak, kazıyarak veya kabartarak kolektif hikâyelerini ve tarihlerini anlatmıştır. Lascaux'daki hayvan çizimleri, Mezopotamya'daki çivi yazıları, Çin kaligrafisi ve Mısır hiyerogliflerinin tümü, erken insanlığın yaşadıkları önemli yerleri işaretleyerek kendilerini nasıl ifade ettiklerini göstermektedir. Görsel iletişimin veya tipografinin bu erken biçimleri, güzelliği, bütünlüğü ve her şeyden önce kalıcılığı bizlere aktarmıştır.

Alanları tahsis etme ve onları kutsallaştırma ihtiyacımız, açıkçası, grafik tasarımın inşa edilen çevreye entegrasyonunun başlangıcıdır. Klasik yazıtlar, figüratif duvar resimleri ve süs yüzeyleri uzun süredir mimarlığın bir parçası olmuştur ve tipografik form ve grafik stili anlayışımızı ve inşa edilen çevredeki görsel temsilini etkilemiştir. Binalar ve kamusal alanlar, reklam panoları ve işaretler, desenli ve dokulu cepheler ve halkla genel bir deneyim sağlamak için bilgilendirici ve yön bulma işaretleri ile bir arada bulunur. Grafik tasarım, sadece şehirleri değil, aynı zamanda orada yaşayanların hayatlarını da şekillendirmede inşa edilen çevre ile bütünleşmiştir.

Sanat ve mimarlık tarihinin kesiştiği noktada, tasarım disiplini bugünkü adıyla çevresel grafik tasarım olarak tanımlanmadan çok daha önce, günümüz grafik tasarımının ufuk açıcı örnekleri, söz konusu zamanda kültürel, sosyal ve ekonomik

ikliminden oluşturulan çevremizden ortaya çıkmıştır. Çevresel grafik tasarım, pratik kullanımları ile takdir edilen ve dekoratif görünümleri ile beğeni toplayan görsel mirasımızın hayati bir parçasıdır. Kentsel sokaklar, işyerleri, müzeler, kongre merkezleri, havaalanları, parklar, alışveriş merkezleri ve eğlence merkezleri gibi tümü çevresel grafik tasarımın kullanımıyla dönüştürülmüştür. Bu tasarım disiplini, yalnızca teknik gelişmelerle değil, aynı zamanda zaman içinde sanat, mimari ve kültürel hareketlerle olan bütünlüycü ilişkisiyle de gelişmiştir (Poulin, 2012, s.8-11).

Çevresel grafik tasarımın, tasarım mesleklerinde kilit bir disiplin olarak yeni yeni kabul edilmesinden dolayı, tipografi, görsel, sembol ve görsel hikâye anlatımı bağlamında tipografinin tarihi ile ilgilenen herhangi bir önem, içerik veya eleştirel değerlendirme dokümantasyonu neredeyse bugün hiç yok denilecek kadar azdır. Yapılar hikâyeler anlatabilir. Bunu bir olayı işaret ederek, bir kurumun misyonunu ifade ederek ve bir sürecin doğasını aktararak yaparlar. Bu amaçlardan herhangi birine tam olarak ulaşmak, grafik tasarım ve mimarinin bir sentezini gerektirir. Günlük hayatımızda deneyimlediğimiz mekânlar, bilgi ve kimliği iletmek, genel algımızı ve bir yer duygusu hafızamızı şekillendirmek ve nihayetinde yaşamlarımızı canlandırmak, zenginleştirmek aslında temelde grafik tasarıma dayanır.

### 3.1. 1946-1961 Pop-Art ve Resimsel Soyutlama “Amerikan Etkisi”

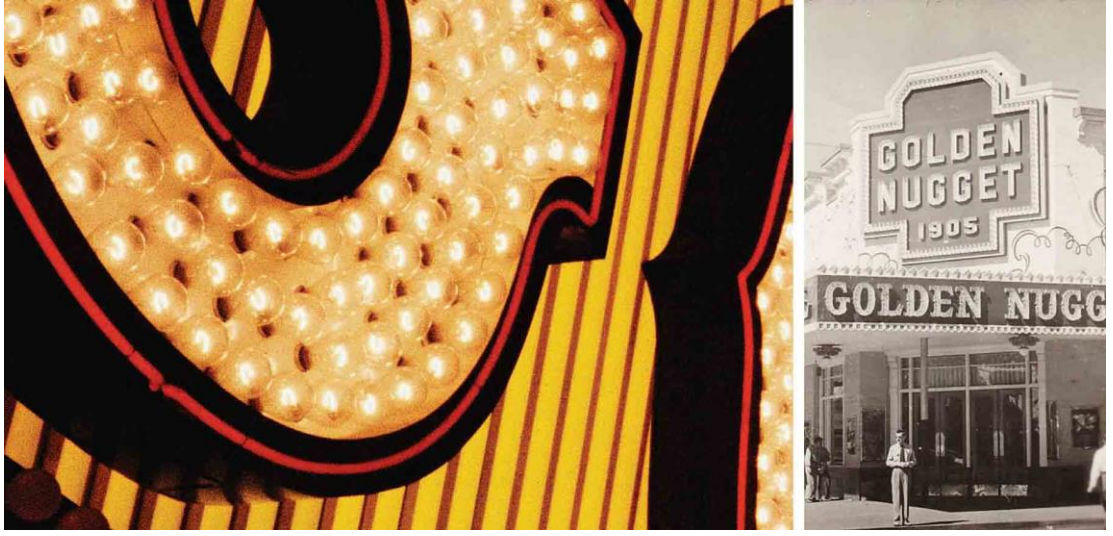
1940’ların sonu ile 1960’ların başı, modern dünyanın 2. Dünya Savaşı sonrası ortaya çıkan etkileri sebebiyle, yeniden bir yapılanma ve inşa sürecine girdiği bir dönemi kapsar. Tabi ki bunun tek istisna devleti Amerika Birleşik Devletleri olmuştur.

Savaş sonrası dönem, yeni bir dünya düzeninin lideri pozisyonundaki Amerika büyüme, refah, parlak ve iyimser bir gelecek, tüm dünyaya liderlik etme ve dönüştürme isteği çabalarıyla kolektif bir vizyon oluşturmak istemiştir. Hatta dönemin İngiltere başbakanı Winston Churchill (1874–1965), “Amerika şu anda dünyanın zirvesindedir” diyerek, Amerika sadece özgür dünyanın yeni lideri olarak değil, aynı zamanda dünyanın potansiyel ekonomik ve sosyal büyüme ve refahının zirvesinde bir ülke olarak algılanmıştır.

1945'ten başlayarak, Amerika'nın toparlanması, savaş sonrası ülkesine geri dönen ve Amerikan yaşam biçimine derin ve kalıcı değişiklikler getiren genç

askerlerin izleriyle doludur. Bu yeni yaşam tarzının çekirdeği Amerikan ailesi olmuştur. Büyük ölçüde ekonomik patlama nedeniyle, ülke yeni aileler, yeni işler, yeni evler ve yeni ihtiyaçlar tarafından teşvik edilen hızlı bir büyüme yaşamıştır. Amerikalılar artık kendi müstakil evlerini satın alarak Amerikan rüyasını yaşayabileceklerini göstermişlerdir. 1950'lerde, New York merkezli yenilikçi bir gayrimenkul geliştiricisi olan William Levitt, düşük maliyetli, prefabrik inşaat teknikleri kullanarak mütevazı, ucuz tek yöllü evler inşa ederek yeni Amerikan banliyö yaşam tarzını yaratmıştır. Levittowns adı verilen bu konut projeleri, New York, New Jersey ve Pennsylvania gibi yerlerdeki askerler için özel olarak inşa edilmiştir. Bu yeni Amerikan ailesi hız, refah ve başarı taşıyan yeni otomobilleriyle yola çıkmıştır. Amerikan manzarası, 1956'da Başkan Dwight D. Eisenhower tarafından kurulan ve araba kullanan aileyi bir yerden başka bir yere götürmek için inşa edilen ülke çapında yeni bir eyaletler arası otoyol sistemiyle aniden değişmiştir. Alışveriş merkezleri, araba otoparkları, yol kenarındaki moteller ve fast-food restoranlarının yanı sıra Walt Disney'in Anaheim, California'daki yeni tema parkı ve ülke genelinde bulunan Amerika milli parkları gibi aile odaklı eğlence yerleri kurulmuştur (Poulin, 2012, s.8-117-118).

Film, rock 'n' roll, pop müzik ve moda gibi yeni kültürel hareketlerle birleşen yeni teknolojiler (televizyon, transistörler, otomasyon, nükleer güç ve plastikler), Amerikalıların hayal gücünü ele geçirmiş ve bu dönemin Amerikan dönemi olarak tanımlanmasına yardımcı olmuştur. Pop art (Pop Sanatı) ve soyut dışavurumculuk (resimsel soyutlama veya soyut ekspresyonizm) gibi sanatsal akımlarda yine bu dönemin eserleridir. Doğal olarak bu dönemin çevresel grafikleri ve mekânlarındaki tipografilerde pop art sanat akımının etkisinde ilerlemiştir. Işığın nitelikleri ve cezbedici dikkat çekiciliği ağırlıklı olarak yönlendirme ve tabela sistemlerinde fazlasıyla kullanıldığı görülmektedir (Şekil 3.1).



**Şekil 3.1:** Golden Nugget Casino Panosu, Las Vegas, Nevada, USA, Tasarımcılar: Salt Lake City, Utah.

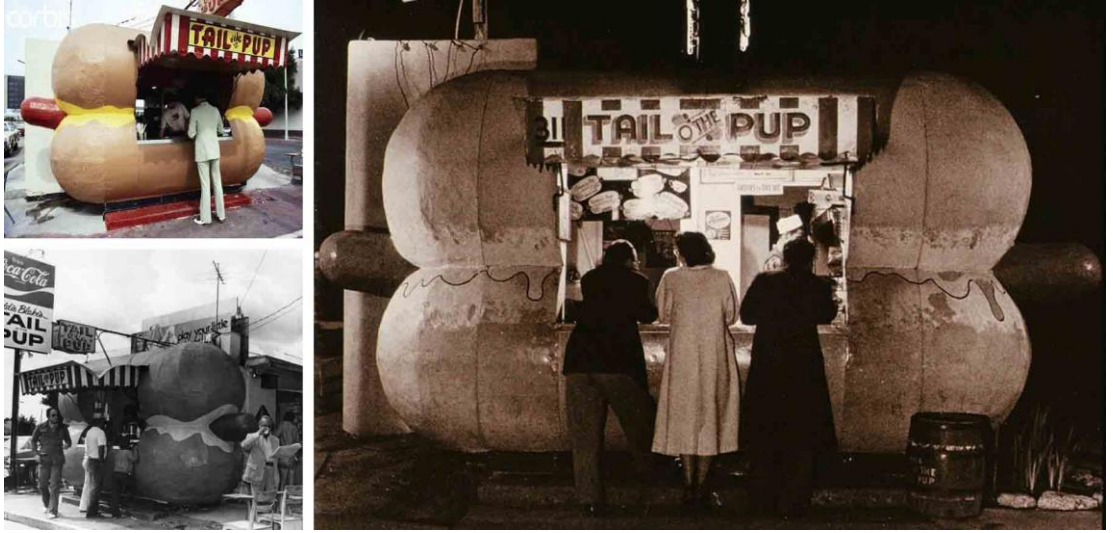
Richard Hamilton'un sözlerine bakarsak Pop Art'ı ve dönemi daha iyi anlayabiliriz: "Popülerdir (kitleler için tasarlanmıştır), geçicidir (kısa vadeli bir çözümdür), harcanabilir (hemen unutulur), ucuzdur, seri üretilmiştir, gençtir (hedef kitlesi gençliktir), esprilidir, seksidir, numaracıdır, gösterişlidir, ticaretin büyüğüdür" (Antmen, 2009: 159).

Amerika'nın döneme damga vuran bu iyimserlik etkisi müthiş bir tüketen toplum ve tüketim patlaması biçiminde ortaya çıkmıştır. Ayrıca bu kültürel ortam Nazi Avrupa'sından kaçan pek çok Avrupalı sanatçı ve aydın tarafından da desteklenmiştir. Tasarımlarda çoğunlukla detaylı formlar ve parlak renkler kullanılmıştır. Ayrıca tüketici toplumundan kaynaklı bu talep fazlalığı, foto-dizginin ortaya çıkmasını doğal olarak da tipografinin de gelişmesine yardımcı olmuştur (Ambrose ve Harris, 2018, s. ).

Bu döneme kadar aslında hiçbir ulusun, inşa edilen çevresinin genel anlamdaki yönü, bu dönemdeki gibi onun ideallerini ve inançlarını sembolize etmemiş ve Amerikan yaşam tarzını benimseyen herkesin günlük yaşamını değiştirmemiştir.

Dönemin öne çıkan diğer bir özelliği, 1946'da inşa edilen "Tail o' the Pup" denilen günümüzdeki büfelere benzer bir yapı, çılgın bir şekilde Los Angeles'tan ülkenin her yerine 1950'lere kadar yayılmıştır. Özellikle tüketim toplumunda

arabalarıyla gezmekten ve gösteriş için farklı çılgınlıklar arayan Amerikalılar için bu ayaküstü mekânlar keyifli zaman geçirme ve hızlı tüketim yerleri olarak benimsenmiştir. Ayaküstü sattığı yiyeceklerle, dönemin yenilik mimarisinin en iyi örneği olan bu küçük yiyecek stantları, parlak kırmızı bir sosisin, altın-kahverengisi bir sandviç ekmeği içine yerleştirilmiş görüntüsü ve sarı hardal ketçabın sandviç ekmeğinden taşmasıyla anlamlandırılmıştır. Yapının kendisi 5,2 metre genişliğinde ve tavuk kümeslerindeki tellerle, sıvanarak üretilmiştir (Şekil 3.2). Bu yapılarda kullanılan tipografi, çoğunlukla yönlendirici ve odaklayıcı bir işlev üstlenmiş, ayrıca grafik ikonografiyi somutlaştıran tasarımlar sergilenmiştir.



**Şekil 3.2:** Tail o' The Pup, Los Angeles, California, USA.

Dönem daha çok tipografik form ve biçimselliklerden ziyade ışığın niteliğinden faydalandığı ve bu niteliğin daha çok duygusal bir faydaya yönelik kullanıldığı, farkındalığı yüksek bir şekilde ön plana alan, neon ve hareketli ışık oyunlarının kullanıldığı birçok örneğin ilk defa kullanımına sahne olmuştur. Bu nedenle bilim ve teknoloji olarak tabela aydınlatması ve üretimi bu dönemde ciddi bir şekilde gelişmeye başlamıştır. Las Vegas'ta bulunan Fremont Caddesi'ndeki en eski kumar kuruluşlarından biri olan Boulder Club, 1946'da binasının dış cephesinde animasyonlu unsurlarla, muhteşem bir sembol inşa eden ve yerleştiren ilk mekan olmuştur. Sallanan bir kol, hareket eden bir sigara ve her on beş dakikada bir koşan "Howdy Podner"ın ses kaydı gibi insani özelliklerle tasarlanmış bu 12.2 metre yüksekliğindeki animasyonlu neon tabela, o dönem için bir zıplama noktası olmuştur.

Yine 1951 yılında devasa harf formlarının mekânlara yerleştirildiği kullanım örneklerini de bu dönemde görmekteyiz (Şekil 3.3).



Şekil 3.3: Boulder Club Exterior Signs (1976), Las Vegas, Nevada, USA ve Young Stardust (1951), Designers Salt Lake City, Utah, USA.

1954 yılında, Amerika Birleşik Devletleri'nde açılan ve ilk alışveriş merkezi olan Northland Alışveriş Merkezi geleceğin alışveriş kültürünün de o gün ki görünümünü ortaya koymaktaydı. Mimari Viktor Grunbaum ise, o günden sonra Victor Gruen Associates adıyla, en büyük mimari ve plan ofislerinden biri haline gelmiştir. Alışveriş merkezi o dönem itibarıyla mimari ve Amerikan grafik tasarımının önemli bir figürdeki, ilk birleşim örneklerinden biri olmakla birlikte, bir grafik tasarımcı ile bir mimar arasındaki doğrudan işbirliğinin de ilk örneğidir (Şekil 3.4). (Poulin, 2012, s.125).



Şekil 3.4: Northland Alışveriş Merkezi, Southfield, Michigan, USA. Alvin Lustig (1915–1955), Tasarımcı Denver, Colorado, USA.

1958 yılına gelindiğinde, “Hollywood Şöhret Kaldırımı” olarak bilinen cadde tipografik unsurlarla bambaşka bir farkındalık kazanmıştır. Hollywood Bulvarı boyunca uzanan on sekiz blok 2.6 km kaldırıma gömülü yaklaşık 2.400 hatıra grafik yıldızıyla cadde için yenilikçi bir konsept yaratmıştır.

Tasarım her onur sahibinin beş köşeli yıldızla belirtilmesiyle ortaya çıkmıştır. Bronz çerçeveli ve benekli, kömür grisi terrazzodan oluşan bir arka plan alanına kakma mercan ve pembe terrazzodan oluşan bir bileşik, merkezde 1,8 m aralıklarla yer alarak, her bir onur sahibinin adı, yıldızın üst kısmında sans-serif (tırnaksız), tamamı büyük, blok tipi bronz harflerle işlenmiştir. Her yazıtın hemen altında, yıldızın alt yarısına denk gelecek şekilde, her bir ödül sahibinin kategorisini veya uzmanlık alanını tanımlayan yuvarlak işlemeli bronz bir grafik piktogram bulunur: sinema filmleri için klasik bir film kamerası; televizyon yayını için bir televizyon seti; müzik için bir fonograf kaydı; radyo yayını için bir radyo mikrofonu; ve tiyatro için trajedi ve komedi maskeleri. Ayrıca yürüyüş yoluna her yıl ortalama yirmi yeni hatıra yıldızı eklenmektedir. Yine 1978’de Los Angeles Şehri, dönüm noktası olan Hollywood Walk of Fame’i, Los Angeles’ın Tarihi ve Kültürel Anıtı olarak belirlemiştir (Şekil 3.5).



Şekil 3.5: Hollywood Şöhret Kaldırımı, Tasarım Pereira & Luckman, Hollywood, California, USA.

### 3.2. 1950-1979 Modernizm ve Uluslararası Stil

1950'lerden 70'lere gelinirken mekânlarda, özünde tipografi ve genel anlamda grafik tasarım, yeni bir nesnel rasyonalizmi ele geçirdi. Tarzdan ve yirminci yüzyılın başlarındaki yaygın sanat hareketlerinin (art nouveau ve art deco) modası geçmiş etkisinden yoksun olan modernizm, sonraki on yıllar boyunca güçlü ve yaygın bir bakış açısı haline gelmiştir.

Yine aynı dönemlerde, grafik tasarım ve mimaride İsviçre ve Almanya'nın da içinde bulunduğu ortak bir hareket belirdi ve yirminci yüzyılın en etkili tasarım hareketlerinden biri haline geldi. Bu hareketin adı İsviçre Stiliydi veya diğer adıyla Uluslararası Stil olarak da bilinmektedir. Aslında temel felsefesi ve ilkeleri doğrudan de Stijl hareketi, Bauhaus ve Jan Tschhold'un (1902–1974) şimdi ise klasik olan Die Neue Tipografisinden (Yeni Tipografi, 1928) evrimleşmiştir. 1950'lerde İsviçre'den ortaya çıkan bu stilin en önemli özellikleri ise düzen, işlev ve netliğin görsel ilkelerine dayanmasıydı. Saf geometriye, asimetrik kompozisyonlara, sans-serif tipografiye, matematiksel olarak tanımlanmış sayfa ızgaralarına ve ilgili orantılı sistemlere olan güveni temele alan bu stil, grafik tasarımda yep yeni bir sistematik düzen oluşturdu ve bir dönüşüm hareketi başlattı.

1920'lerde ve 1930'larda Batı Avrupa'da ortaya çıkan Uluslararası Stil, inşa çevrelerinde büyük bir mimari hareket başlattı. Mimari tarihçi Henry-Russell Hitchcock (1903–1987) ve Amerikalı mimar Philip Johnson (1906–2005) tarafından, 1932 yılında New York'ta Modern Sanat Müzesi'nde çığır açan sergileri bu dönüm noktasının temel göstergesidir. Aynı zamanda, yirminci yüzyıl tasarımının daha önceki gelişmelerinde, özellikle avangardın modernist tasarım ilkelerinden (de Stijl, konstrüktivizm ve Bauhaus) kök salmıştı; bunlar, formun basitleştirilmesi, süslemenin reddedilmesi ve fonksiyonel tasarımların kullanımı ile karakterize edildi. , beton, çelik ve cam gibi faydacı malzemeler, bir binanın yapısının dürüst ve açık bir ifadesi ile birleştirilir. Her iki hareket de Amerikalı mimar Louis Sullivan'ın (1856–1924) 1896'da önerdiği "biçim işlevi takip eder"e inanıyordu ve stil, ulusal kimlik ve bireyin bakış açısının dünya çapında benimsenmesini sağlayan birçok özelliği paylaştı (Poulin, 2012, s.123-134).

Artık ana akımın bilincinin bir parçası olan Modernizm ve Uluslararası Stil (Tarz), grafik tasarımcılara ve mimarlara son doksan yıldır geçerli olan ve birçok çağdaş grafik tasarımcı ve mimar arasında yankı uyandırmaya devam eden birleşik bir dil sağlamıştır.

1950'ler boyunca, Uluslararası Tarz'ında öncülerinden olan ve işlevsel ve nesnel grafik tasarımı ön plandan tutan, dünyaca ünlü bir grafik tasarımcı, yazar ve eğitmen olan Josef Müller-Brockmann (1914–1996), temsili olmayan soyutlama, görsel metafor, öznel grafik yorumlama ve yapıcı grafik tasarım teorilerini, yalnızca geometrik öğelerin illüstrasyon, nüans veya süsleme olmaksızın kullanımına dayalı olarak araştırdı. Kariyeri boyunca, rasyonalist çalışması modernizm, yapılandırmacılık ve görsel iletişimde saf geometri, matematiksel sistemler ve ızgara kullanımı için standardı belirledi.

Tüm çalışmalarında, her bir kompozisyon öğesinin boyutu, oranı, yerleşimi ve konumu için bir nedeni olduğu belirten Müller, mantıksal olarak oluşturulmuş kesin bir matematiksel planı birleştirmiştir. Çalışmalarının çoğu baskıyla ilgili olsa da, mekânlarda büyük ölçekli grafik tasarım projelerinde yer aldığı ve birkaç kez de kışkırtıcı, yenilikçi ve akılda kalıcı ürünler ortaya koymasıyla bilinmektedir. Bunlardan biri danışmanlığını yaptığı İsviçre Otomobil Kulübü için büyük ölçekli tasarladığı bir kamu bilgilendirme ekranıydı. Bu “kaza barometresi” adını verdiği çalışmada, otomobille ilgili toplam kaza ve ölüm sayısı hakkında istatistiksel veriler sunarak, ülke genelinde dikkatsiz sürüşün gerçekliği konusunda halkı bilgilendirdi ve eğitti (*a.g.e.*, 2012, s.137). Asıl mekânsal tipografinin de ön planda olduğu ve sergilediği gösterge ise, Zürih'in merkezindeki büyük bir kamu meydanı olan Paradeplatz'daydı ve bu nedenle yerel medyanın yanı sıra yoldan geçenler ve doğal olarak büyük miktarda kamuoyunun odaklandığı bu noktaya dikkat çekerek konuyla ilgili farkındalığı ortaya koymaya çalışmıştır (Şekil 3.6).



**Şekil 3.6:** İsviçre Otomobil Klübü, Kaza Barometresi Paradeplatz Meydanı, Zürih, İsviçre.

1955 lere geldiğimizde ise önceki çalışmasından birkaç yıl sonra yani, Müller-Brockmann Zürih merkezli ayakkabı şirketi Bally için tuhaf, büyük ölçekli, bir duvar uygulaması tasarladı. Ölçüsü yaklaşık 50 fit (15.2 m) yüksekliğinde olan bu duvar uygulaması, çeşitli ölçeklerde ayak izlerinden oluşuyordu. Bina cephesindeki bu ayak izleri sanki yukarı ve aşağı yürüyor vaziyette konumlandırılmıştı. Tekil olarak basit bir grafik görüntüye dayanarak, renkli, kinetik ve ritmik bu duvar uygulamasını Zürih'in merkezinde bulunan bir caddeye yehreştirmişti. Müller'in kullanımı ve entegrasyonu mekândaki saf grafik formların görüntü arasındaki zamansız bir ilişkisini gösterir. Burada hareket-tipografi ve tipografik mesaj üçlüsünün oluşturduğu bir kompozisyon tasarlanmıştır. Yarım yüzyıldan önce tasarlanan bu mekânsal yüzey uygulaması, dikkat çekme ve marka bilinirliğine yapılan katkı ve bunun sonucunda oluşturulan farkındalıkla, gerçekten muazzam bir estetik doyum sağlayabilmiştir (Şekil 3.7).



**Şekil 3.7:** Bally Ayakkabı Markası, Yüzey Uygulaması, Zürih, İsviçre.

1957 yılına geldiğimiz zaman İngiliz tipograf ve grafik tasarımcısı Richard Jock Kinneir, meslektaşı Margaret Calvert ile birlikte, o dönem şehir mühendisleri veya yol haritacılarından ziyade grafik tasarım yapan ilk kişilerdendi. İkili bugün hala Birleşik Krallık'ta kullanılan karayolu ve demiryolu işaretleri için uyumlu ulusal grafik sistemlerini geliştiren kişilerdir. Bu uyarı sistemleri günümüzde halen daha tüm dünyaya rol model olmuşlardır.

Kinneir'in, ilk büyük görevi, Londra'nın en büyük ikinci uluslararası havaalanı olan Gatwick Havaalanı için halka açık bilgi işaret sistemi tasarlamasıydı. Calvert'i ise yanına yardımcı olarak almıştı.

İngiliz Devleti Kinneir'den İngiliz karayolu ağı için bir işaret sistemi tasarlaması istedi. Amaç, belirli hızlarda otomobil kullananlara için okunabilen işaretler tasarlamaktı. Bu işaret sistemi için Kinneir ve Calvert, yeni bir yazı tipi tasarladı. Temelde dayanılan karakterler, H. Berthold AG dökümhanesi tarafından piyasaya sürülen ve Gunter Gerhard Lange tarafından tasarlanan erken dönem bir

grotesk olan etkili sans-serif Akzidenz Grotesk'e (1896) dayanan ve her yerde bulunan tırnaksız yazının habercisi - Haas dökümhanesi için Max Miedinger (1910–1980) tarafından tasarlanan serif grotesk Helvetica'ydı (1956) (Poulin, 2012, s.123-134).

Bu yeni yazı tiplerine 1963'te Transport adı verildi. Ana yollarda kullanılan tipik işaretler, yalnızca çizgi ve harf biçiminden oluşan güçlü bir grafik yol sembolüne dayanmaktaydı ve bir sürücü okuyacak kadar yakına gelmeden çok daha önce yaklaşan yolun gerçek düzeni konusunda, bu işaretler üzerinden gerçek metin bilgisiyle bilgi almaktaydı. Bu genel karayolu ağı işaret sisteminin bileşenleri, işleve göre üç kategoride düzenlenmiştir - bilgilendirici, eğitici ve düzenleyici ve saf geometrik şekillere dayalıdır. Yönlendirici işaretler daireseldir; düzenleyici işaretler üçgendir; ve bilgi işaretleri ya dikdörtgen ya da karedir. Bilgilendirici işaretler, mavi bir arka plan üzerinde beyaz harfler kullanmış; ana rotalar için yön işaretleri yeşil zemin üzerine beyaz harflerle, yol numaraları sarı ile belirtilmiştir; ve düzenleyici işaretler kırmızı bir arka plan üzerinde beyaz yazı kullanır. İkincil yerel yollardaki daha küçük işaretler, beyaz bir arka plan üzerinde siyah harflerle kullanılmıştır (Şekil 3.8). Demiryolu işaret sistemleri ise sekiz sene sonra 1965'lerde tasarlanmıştır.



Şekil 3.8: İngiliz Karayolu ve Demiryolu İşaret Sistemi, Birleşik Krallık.

1960'larda ise Paul Rand tarafından, erken dönemde ünlü mimar ve endüstriyel tasarımcı Eliot Noyes tarafından geliştirilen ve kurumsal kimlik programına konulan Elektronik Reklam Panosu Westinghouse uygulaması, grafik tasarım ve inşa edilen çevrede erken modernist düşüncenin başlıca bir örneği olmuştur.

New York'a Long Island Otoyolu'nun yanında Pittsburgh şehrinde bulunan Westinghouse tabelası, Westinghouse Electric Company'nin reklamını yapan büyük,

hareketli, elektrikli bir reklam panosuydu ve bireysel öğelerinin aydınlatılabileceği sayısız kombinasyonla izleyicilerinin karşısına çıkmıştır. Pano Westinghouse Elektrik Tedarik Şirketi binasının üstüne monte edildi. Bilinen daire W logosunun 9 tekrarından oluşan bu uygulamada, her daire 18 fit (5.5 m) çapındaydı ve 10 bölüme ayrılmıştı. Dairenin üstü ve altı, W'nin 4 diyagonal vuruşu, W'nin üzerindeki 3 nokta ve aşağıdaki bir çizgiden oluşuyordu. Toplu olarak bakıldığında, tüm reklam panosu 90 ayrı elemandan oluşturulmuştu. Argon ve civa buharı tahliye borularıyla aydınlatıldı ve 200 fit (61 m) alüminyum bir yapısal ızgara üzerine oturtuldu. Reklam panosunun teknik anlamdaki en önemli özelliği ise pano bilgisayarlaştırıldı ve maksimum sayıda grafik deseni ve aydınlatma kombinasyonları ve dizileri oluşturacak şekilde programlandı. 1998'de pano ve bulunduğu WESCO binası, Pittsburgh Pirates beysbol takımının evi olan PNC Park'a yer açmak için yıkılmıştır. Ancak günümüzde dahi bölgedeki insanlar için, 1960'ların başında Pittsburgh silüetinin ayrılmaz bir parçası olan ve unutulmaz bir tarihi işaret olarak bilinmektedir (Şekil 3.9).



**Şekil 3.9:** Westinghouse Reklam Panosu, Pensilvanya, USA.

1960'larda tipografinin mekânlarda kurumsal marka bilinirliğine katkısı önem kazanmaya başlamış ve o dönemin en büyük finansal kuruluşu olan Chase Manhattan Bank'ta mekânsal organizasyonlarında bu kurumsal algıyı devam ettirmiştir. Tasarım firması Chermayeff & Geismar Associates tarafından yaratılan, yalnızca soyut bir modernist forma dayanan ilk kurumsal sembollerden biri olan Chase Manhattan Bank logosu, daha sonra modern dünya genelinde temsili olmayan ve

figüratif olmayan kurumsal kimliklerin yaygın olarak benimsenmesi üzerinde büyük bir etki yaratmıştır. Üzerinden altmış yıl geçmesine rağmen günümüzde halen daha bu modernist formların, profesyonellerce ve grafik tasarım disiplinde kullanılmaya devam ettiğini söyleyebiliriz.

1960'ların başından beri Chermayeff & Geismar Associates, Amerika Birleşik Devletleri'nde kurumsal kimlik uygulamasının ön saflarında yer almaktadır. Daha sonra 1960 yılında ortaklıktan ayrılan Chermayeff, Geismar ve Robert Brownjohn tarafından kurulan firmaları, tasarım problem çözme konusundaki ilerici ve yenilikçi yaklaşımlarıyla kısa sürede iyi tanındı. Modernist ideallerdeki geçmişlerini ve eğitimlerini savaş sonrası dönemin görsel diliyle birleştirmede ustaydılar. İlk çalışmalarında, etkileyici, zeki ve okuryazar görsel hikâye anlatımı ile birleştirilmiş tür ve görüntünün dikkate değebileceği bir entegrasyonu araştırmışlardır. Ayrıca Xerox, PBS, NBC, Univision, Viacom, Smithsonian ve National Geographic dahil olmak üzere dünya çapındaki işletmeler için 100'den fazla kurumsal kimlik programı oluşturmuşlardır.

1959'da, bankanın başkanı David Rockefeller, Chase Manhattan Bank'ın artan küresel varlığını yansıtmak ve bankanın Lower Manhattan'daki Financial'da yapım aşamasında olan yenedünya merkezinin mekânsal organizasyonuna eşlik etmek, çağdaş ve evrensel bir grafik sembolü geliştirmek için Chermayeff & Geismar Associates'i seçti. Chermayeff & Geismar, basit, akılda kalıcı ve zamansız, temsili olmayan, geometrik bir form yarattı. Figüratif olmayan grafik form, bir iç beyaz karenin merkezi bir zemini etrafında dönen ve bir sekizgen oluşturan dört dikdörtgen, kesik takozdan yapılmıştır. Logo, figüratif yorumlara, piktografik temsillere veya tipografik çözümlere güvenmekten vazgeçen ilk modern kurumsal ikonlardan biriydi ve hem o gün gelecekteki kurumsal kimlik programları için bir prototip haline getirildi. Sekizgen Logo, Kasım 1960'ta One Chase Manhattan Plaza'nın tamamlanmasıyla aynı zamana denk gelecek şekilde tanıtıldı ve hala bugün şirket "Chase" adıyla bankanın tüm mekânlarında çevresel düzenlemelerinde, reklamlarında, yayınlarında, kırtasiye malzemelerinde ve bina tabelalarında bu logoyu kullanmaktadır (Şekil 3.10).



**Şekil 3.10:** Chase Manhattan Bank, New York, USA.

1961'lere geldiğimizde, yirminci yüzyılın en yenilikçi ve etkileyici tasarımcılarından biri olarak kabul edilen Alexander Girard'ın ses getiren, New York City'deki Time-Life Binası'ndaki çığır açan "La Fonda del Sol" restoranıydı. İç mekân, halk kültürünü sergileyen canlı renkli nişlerle noktalanmış, kaba, kerpiç gibi beyaz alçı duvarlardı ve restorandaki yiyecek sunumlarını ileten eklektik harf formlarından oluşan tipografik duvar resimlerinin yanı sıra, Girard tarafından tasarlanan 80'den fazla farklı Güneş motifi içeriyordu. Girard, iç mekana ek olarak, menüler, kibrit kutuları, sofrta takımları, mobilyalar, üniformalar ve seramik yer ve duvar karoları dahil olmak üzere restoranın diğer tüm detaylarını tasarladı. Bu açıdan New York'ta tamamen tipografi ve mekân entegrasyonunun bütünüyle tasarlandığı ilk mekân olma özelliği taşır.

Girard'ın La Fonda del Sol tasarımı, birçok yönden Bauhaus ilkelerinin yeni, hümanist bir dünya için yeniden yorumlanmasıdır. Çözümleri, geleneksel el sanatlarını ve malzemeleri modernist formlar, renkler, dokular, desenler ve tipografi ile çağdaş bir kentsel ortamda sentezledi. La Fonda del Sol, aynı zamanda, zamanı için çığır açan ve gelecek nesil mimarlar ve grafik tasarımcılar için son derece etkili olan çok kültürlü bir estetiği de sembolize etmiştir (Şekil 3.11).



Şekil 3.11: La Fonda del Sol Restoran, New York, USA.

1965 yılına geldiğimizde ise New York'ta bir kamu binası olan CBS Genel Müdürlüğü'nde tüm binada tipografik uygulamaları görebiliriz. Ancak binanın en önemli noktası, yirminci katında açılan bir kafeteryadır. Kafeteryayı ise önemli kılan şey Dorfsman'ın yaptığı yüzey uygulamasıdır. Bu uygulama hem o dönemin hem de bugün ki heykel topluluklarındaki çağdaş gelişmeleri de güçlendiren, Louise Nevelson ve Joseph Cornell gibi çağdaş Amerikalı sanatçılara da ilham olmuştur. Bu uygulamanın sanatçısı Amerikalı grafik tasarımcı Lou Forfsman, çalışmanın adı ise "Gasto typographic Alassemlage" tir. Gastrotipografik montaj olarak adlandırdığı bu eseri tasarlarken, müşterilere sunulan tüm yiyecekleri elle işlenmiş ahşap malzemeyle gösterebilmek için çeşitli yazı tiplerini kullanmıştır. Dorfsman, o dönem yapıtıyla ilgili: "Bu kendi başyapıtımdır ve dünyaya armağanımdır" demiştir (alchetron.com).

Bu üç boyutlu kolaj dokuz ayrı panelde düzenlenerek; kelimeler kalın çam ağacından oyulmuş ve boşluklar yontularak gıda maddeleri ve mutfak gereçleri ile doldurulmuştur. Panellerinin çoğu, yaklaşık 1.450 harf biçiminde ve dereotu, muz, şekerleme, balkabağı, hasenpfeffer, pizza, pâté de kaz ciğeri vb. gibi mutfak olanaklarını açıklayan çeşitli yazı tiplerinden oluşuyordu. Tüm monokromatik düzen opak beyaz emayede spreyle boyanmıştır. Geniş kompozisyon boyunca meydana gelen tek renk ve doku varyasyonları, bir dizi küçük figüratif, heykelsi, gıda ile ilgili ürün ve mutfak eşyalarıydı. Yine bir dizi plastik simit, balmumundan yapılmış bir kahraman sandviç, bir teneke kutu bileşimi, bir üzüm salkımını ezen bir çift tahta ayak

ve plastik yumurtalı bir kızartma tavası kullanmıştır. Ayrıca Dorfsman, arkadaşı Herb Lubalin ve Tom Carnase ile de işbirliği yapmıştır. Özellikle Lubalin, çalışmalarında her harf biçimine mizah, şehvet ve etkileyici bir modernist yetenek getiren efsanevi bir sanat yönetmeni ve tipografi ustasıydı. Lubalin, kariyeri boyunca her zaman boşluğu ve yüzeyi en değerli görsel iletişim araçları olarak görmüştür. Lubalin, tipografik karakterleri hem görsel hem de iletişimsel biçimler olarak benimsemiş, figüratif ve resimsel hale gelen ve izleyiciyi uyandıran, bilgilendiren ve nihayetinde izleyiciyi meşgul eden biçimler üretmişti. Aslında tipografik düzenlemeler nadiren bu kadar karmaşık ve bu kadar dinamik ve bu kadar birleşik olsada doğru ve uygun yerde kullanımı her zaman olağanüstü işlere imza atabilir (Şekil 3.12).



Şekil 3.12: CBS Binası ve Kafeteryası, New York, USA.

1500'lü yılların olgun Rönesans döneminde sade, doğal ve uyumlu güzellik anlayışından koparak ayrılan sanat stiline Manyerizm denilmektedir. Manyeristler

biçimin klasik vokabülerinden kopmayı ve var olan normların dışına çıkmayı savunuyorlardı. 1960'lara geldiğimizde ise aynı durum bu sefer modernist hareketin içinde görülmüş, dekoratif ve karışık bir tasarım anlayışıyla mimariyi istila etmekte olan bu atak kişileri tarif etmek için “Süpermanyerizm” terimi kullanılmıştır. Modern hareketin yalın biçimini savunanlar, akla ve bilime dayanan modernizmin savunucuları, aslında Süpermanyerizm’i geçmişinden yararlanıp değiştirerek aşağılayıcı bir anlamda kullanılmıştır. Yine devamına bakacak olursak 1970 lerde ise Uluslararası Stilden kopan tasarımcılar bu sefer “Postmodernizm” adı altında toplanacaklardır.

Yine 1960 larda “Art Concret” ve “Uluslararası Tipografik Stil ”’in temel kavramları yaygınlaşmaya başlamıştır. Canlı renklerin geometrik kullanımları, dev Helvetica karakterler, duvarlardan döşemelere ve tavanlara kadar uzanan ve devasa piktograflardan oluşan yeni bir yaklaşım tarzı benimsendi. Bu yaklaşımın adına ise “Süpergrafikler” denildi. 1960'larda ve 1970'lerde mimarlara (ve nihayetinde grafik tasarımcılara) bina yüzeylerinin uygulanması ve manipülasyonu yoluyla katılımı, yerçekimini ve hatta tarihi ortadan kaldırmak için yaratıcı özgürlük veren bir mimari harekete başlangıçta verilen takma addı (Poulin, 2012, s.156). Süpergrafiklerin mekan uygulamasındaki boyut seçimleri, mekanı optik olarak ya daha geniş yada daha dar gösterebilmekteydi. Ayrıca kasvetli mimarileri renklendirmek, uçsuz koridaların perspektifini kısaltmak veya değiştirmek ve inşa edilen çevreye renk ve canlılık getirmek için biçimler yaratılmış, dekoratif olduğu kadar aynı zamanda psikolojik bir etkide uyandırılmak istenmiştir (Bektaş, 1992, s.228-229).

Yukarıda anlattığımız şekliyle aslında süpergrafikler ilk başlarda süpermanyerist adı verilen mimariyle bağıntılı olarak düşünülmüştür. Ancak daha sonra Süpermanyerizm, Uluslararası Stilin cephe süslemelerinden arınmış, yalın geometrik biçimlere bir karşı çıkış olarak görülmüştür. Bu noktada Süpermanyerizm malzemenin ve nesnelerin bağlamını ve ölçeğini değiştiren Pop Art fikirlerini benimsemiş, tasarım vokabülerini genişletmiş, dik açı ve yalın dikdörtgen soğuk biçimsel vokabülerine zig-zag diyagonalleri katmıştır. Süpermanyerizmin en özgün ve tartışmalı hatta doğal olarak Pop Art’ın önde gelen mimarı ise Robert Venturi’dir. Venturi’nin yapıyı plastik bir biçimden çok kent trafiğinin/iletişiminin, iç ve dış

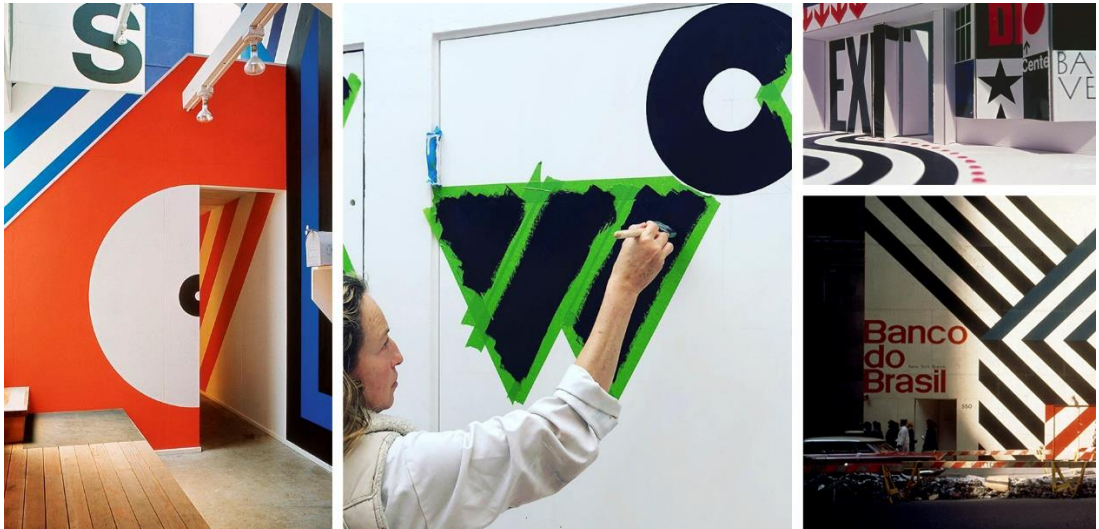
çevresel sistemin bir ögesi olarak kabule etmesi, şehirlerarası yollardaki ticari tabelalar, billboardlar ve çevre grafiğinde kullanılan boyutlardaki harflerin, Venturi'nin mimari vokabülerine katılmasına ve malzemelerin mimarideki alışlagelmişin dışında kullanılarak üç boyutlu biçimden çok iki boyutlu grafikler olarak ele alınmasına neden olmuştur. Bu durumun her ne kadar mimari ve grafik tasarım açısından tartışmalı olabileceği düşünülse de, Süpergrafikler daha sonra kamuoyunu dikkatini çekmiş ve kurumsal kimlik sistemlerinde, dükkân dekorasyonlarında, kafelerde, fabrika ve okul çevrelerine renk katmak için kullanılmaya başlanmıştır.

Venturi'nin öncülük yaptığı hareketin ilk çığır açan mekânı 1962'de tasarladığı Grand's Restaurant'tır. Restoranda büyük ölçekli ayna görüntüsünü kullanmış ve şablon harf formlarını restoranın iç kısmına entegre ederek, mekanın entegrasyonunu tipografik biçim ve formlarla gerçekleştirmiştir (Şekil 3.13). Venturi'yle başlayan bu süreç tam dört yıl sonra Sea Ranch hareketinde çıkış noktası olmuştur. Barbara Stauffacher Solomon, 1966'da California'nın Sonoma Şehrinde bir yerleşim topluluğu olan "Sea Ranch" için yaptığı çalışmayla Supergrafiklerin kullanımına öncülük etti. Ahşap kaplama ve kiremit kaplı basit ahşap çerçeve yapıların kendine özgü çağdaş mimarisiyle dikkat çeken Sea Ranch, Moore, Lyndon, Turnbull & Whitaker'dan Charles Moore ve peyzaj mimarı Lawrence Halprin tarafından tasarlanmıştır (Şekil 3.14).

Sea Ranch'teki duvar grafikleri, bina mimarisinin mimari formlarının ve profillerinin açık ve doğrudan bir uzantısıydı ve aynı zamanda Solomon'un Basel'deki titiz, modernist eğitimini yansıtıyordu. İç mekânları temel grafik tasarım öğeleriyle (kalın çizgiler, geometrik formlar, canlı ana renkler ve zamanın etkili sanat hareketlerine açık görsel referanslarla kesik harf formları) - pop art, op art, soyut dışavurumculuk ve Uluslararası Stil ile dönüştürdüler. Bu süper grafiklerin başarısının ve parlaklığının kritik bir özelliği, bina yüzeylerini yukarı, köşeleri döndürmeleri, yön değiştirmeleri, iç mekânları daha büyük ve daha çekici hale getirmeleriydi.



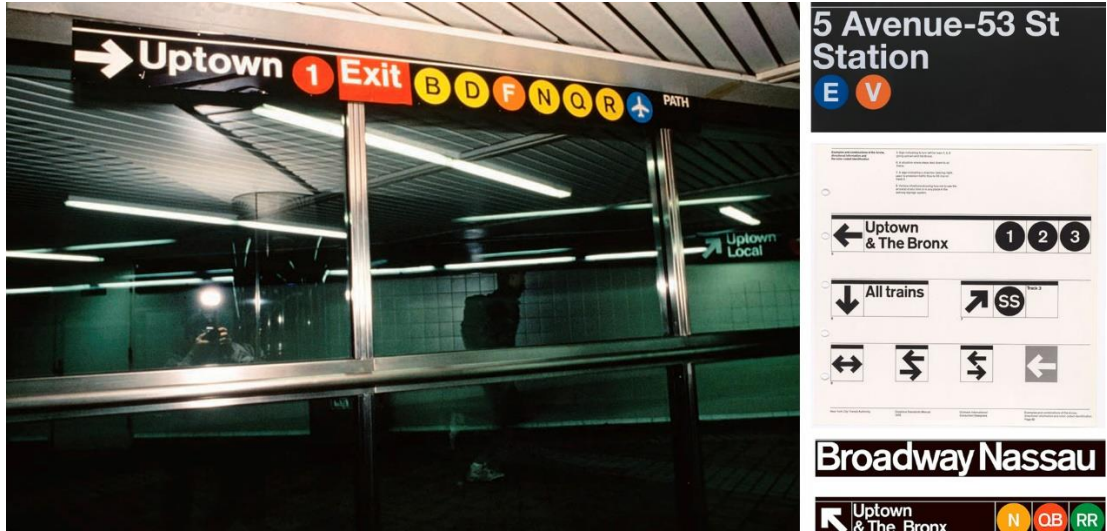
**Şekil 3.13:** Grand Restaurant, Walnut Caddesi, Philadelphia, USA.



**Şekil 3.14:** Sea Ranch Süpergrafik, Sonoma, California, USA.

1960 yılında Milano ve Venedik'te mimarlık eğitimini tamamlayan Massimo Vignelli, Amerika Birleşik Devletleri'ne taşındı. 1965 yılında Vignelli, dünya çapında kırk sekiz ofiste 400'den fazla çalışanı ile dünyanın en büyük grafik tasarım danışmanlık firmalarından biri olan Unimark International'ın kurucu ortağı ve tasarım direktörü oldu. 1966 yılına gelindiğinde ise Unimark'tan, dünyanın en eski ve en büyük karmaşık toplu taşıma ağları olan New York City metro sistemi için kapsamlı grafik standartları tasarlaması istendi. Sistem ilk olarak 1940 yılında, şehrin üç bağımsız demiryolu hattının birleştiği zaman oluşturulmuş ancak halka açık bilgi işaret sistemlerinin durumu, 1885 yılına dayanan demiryolu hatlarıyla birlikte büyük bir

kargaşa içindeydi. Doğal olarak bu kargaşaya bir çözüm bulunması gerekiyordu. Vignelli öncülüğünde Unimark ekibi tamda bunu sağladı. Dört işaret kategori, çizgi tanımlama, yönlü, bilgilendirici ve istasyon tanımlama şeklinde yeni bir grafik standartları oluşturuldu ve bu çözüm tüm istasyonlara uygulandı. Başlangıçta kullanılan tüm standart ortamlarda genel anlamda kullanılan Grotesk Fontu, Gunter Gerhard Lange (Akzidenz olarak da bilinir) erken dönem sans-serif grotesk ve her yerde bulunan Helvetica, tüm bilgiler için kullanılan tek yazı tipi olarak belirlendi. İşaret metinleri siyahla sınırlandırıldı ve beyaz bir arka plan üzerinde harf formları kullanıldı. Tip boyutlarını pekiştirmek için ise üçlü bir setle sınırlama getirildi (Şekil 3.15)



Şekil 3.15: New York Yönlendirme Grafik Standartları, USA.

1971'lere gelindiğinde en eski ve yaratıcı, yenilikçi bazı tipografik tasarım çözümlerini görmekteyiz. Herb Lubalin ve Chermayeff & Geismar Associates tarafından bir mağaza önü ve barikat için tasarlanan bu çalışma günümüzde halen postmodernler için ilham kaynağıdır. Lubalin, çalışmalarında her harf biçimine ve tipografik öğeye mizah, duygusallık ve modernist bir görsel yetenek getiren efsanevi bir sanat yönetmeni, grafik tasarımcı ve tipografi ustasıydı. New York City'deki bir "George Jensen" mağazası için yenilikçi çözümüyle, iki boyutlu basılı sayfadan üç boyutlu yapıyı çevreye geçişi kolayca gerçekleştiren bir tipografik uygulama çıkarttı. Burada inşaat barikatını ve perakendecinin adının harflerini beyaz vinil kılıfla sararak yoldan geçenlerin düşünmesi için kışkırtıcı ve merak uyandıran bir hikaye yaratmıştır

(Şekil 3.16). Lubalin, tipografik karakterleri hem görsel hem de iletişimsel biçimler olarak benimsemiştir. Bu biçimlerle, izleyiciyi çağırır, bilgilendirir ve nihayetinde izleyiciyi meşgul ederdi. Onu bir tipografik ve görsel iletişim ustası yapan şey daha geleneksel olmayan ve tipografinin geleneksel kuralları ve uygulamalarına takılmadan, hümanist bir yaklaşımla çalışmalarını ortaya koymasından kaynaklanır.



Şekil 3.16: Georg Jensen Mağaza Önü, New York, USA.

Chermayeff & Geismar Associates, Playboy'un kötü şöhretli tavşanını, Playboy'un Chicago şehir merkezindeki East Walton Caddesi'ndeki ilk "üyelik" kulübü için farklı bir bakış açısıyla yorumlamıştır. Açılı, çıkıntılı yüzgeçlerde görüntülenen bir dizi kırık dikey parça, görsel olarak ilk bakışta soyut gibi görünüyordu ancak araçlar ve yayalar geçerken odak haline gelip, halkı op-art benzeri bir "saklambaç" oyununa dahil ederek logoya yoğunlaşmalarını sağlamıştır (Şekil 3.17).

Yine Chermayeff şirketinin grafik tasarımcıları, Solow Building Company'nin New York City'deki 9 West 57. Cadde inşaat barikatı için benzer bir çözüme güvenerek çok zekice bir tasarım daha yaptılar. 85,3 m uzunluğundaki bu duvar, kırmızı, beyaz ve maviye boyanmış çıkıntılı kontrplak kanatçıklarla donatıldı. Bir yönden bakıldığında, duvarda 9 West 57th Street yazısını, diğer yönden Solow İnşaat Şirketi'ni okuyordu (Şekil 3.18). Poulin'e göre, inşaat barikatları inşa etmek için kullanılan bu görsel dinamik grafik tedavilerinin her ikisi de, modern çağın önde gelen

kinetik, optik sanat öncülerinden biri olan İsrail doğumlu sanatçı Yaacov Agam'ın çalışmalarından etkilenmiştir (Poulin, 2012, s.166-177).

Lubalin ve Chermayeff & Geismar, aslında inşaat barikatının işlevini çok sayıda olasılığa sahip mimari bir yüzey ve yeni bir "tuval" biçimi olarak yeniden tanımlamıştır. Hareket halindeki araçlar ve yayalar tarafından görüntülenen bu tasarım, bina inşaatı tamamlanmadan çok önce bir binanın kimliğini halkın zihnine damgalamak için sürekli değişen bir bakış noktası sağlamıştır.



Şekil 3.17: Playboy Club İnşaat Barikatu, Chicago, USA.



Şekil 3.18: Solow Şirketi İnşaat Barikatu, New York, USA.

1968'lere geldiğimiz zaman, Lance Wyman 'ın Mexico City'deki 1968 Yaz Olimpiyat Oyunları için tasarladığı tipografik mekân yerleştirmelerini görebiliriz. Mexico City Oyunları için Wymen, genel grafik programının, doğrudan bir tasarım stili veya estetiğin aksine, Latin Amerika'nın kültürel mirasını yansıtmaya çalıştı. Yerli bölgesel grafik motifleri, antik Aztek eserleri, Meksika halk sanatı, bölgesel sanatlar ve el sanatları ve kerpiç mimarisi üzerine kapsamlı bir çalışmanın ardından, daha fazla gelişme için grafik tasarımın iki temel unsuruna odaklanmıştır: çizgi ve renk.

Oyunların temel kimliği ve logo tipi, Meksika kültüründe bulunan geleneksel ikonografik formlar ile 1960'ların op sanatının birleşimine dayanıyordu; bu, eş merkezli daireler ve çizgilerden oluşan canlı ve benzersiz bir görsel dil yarattı. Bu paralel çizgiler, resmi beş halkalı Olimpiyat sembolü ve oyunların logosu için 68 sayısı ile entegre edildi ve aynı zamanda biletlerden ve posta pullarından dev renklere kadar geniş bir grafik yelpazesine uygulanan özel bir ekran yazı tipinin temelini oluşturdu. Olimpiyat stadyumunu çevreleyen meydanlar ve kaldırımlara kadar yayılan bu motif uçan balonlara kadar işlenmiştir.

Renk aynı zamanda genel sistem için önemli bir görsel unsur olduğundan, hem dekoratif hem de işlevsel olarak kullanıldı. Tüm spor etkinliklerini, motor ve yaya yollarını, giriş biletlerini ve tüm mekânlar için oturma bölümlerini kodlamak için parlak bir renk paleti kullanıldı. Yön bulma unsurları, çeşitli mekânlarda canlı, oldukça belirgin monolitler ve kültürel ve dil engellerini ortadan kaldıran evrensel iletişimciler olarak kullanılan renk kodlu piktogram setleri sergilendi. Mekânlara ve etkinliklere giden yollar da, oyunlara katılanlara yardımcı olmak için ilgili sokakların kaldırımlarında renklerle kodlandı. Genel sistemin yol bulma bileşenleri, posta kutuları, telefon kulübeleri, su çeşmeleri vb. için yön ve tanımlama işaretleri ile birleştirilen değiştirilebilir elemanlara sahip modüler, işlevsel parça setlerinden oluşuyordu.

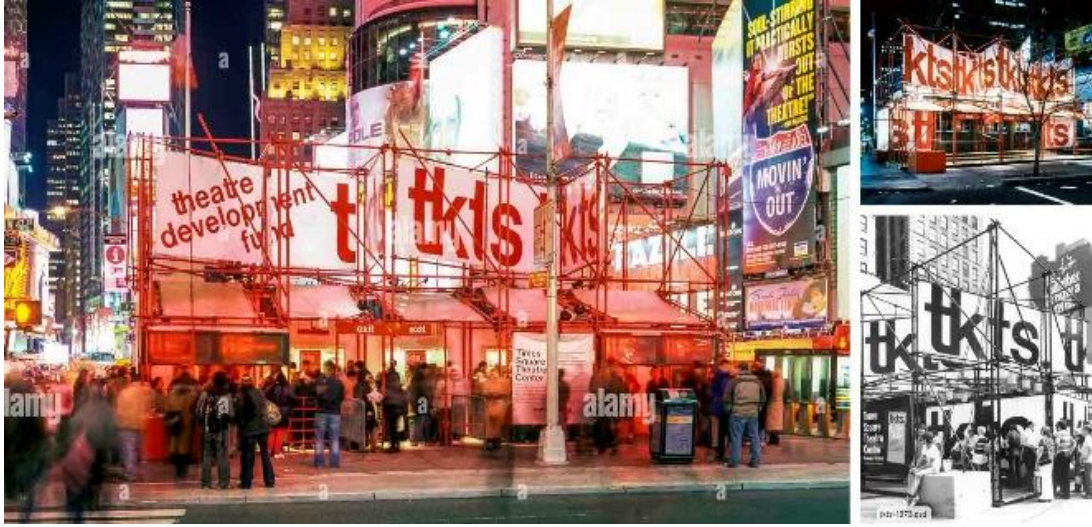
1968 Yaz Olimpiyat Oyunları için hazırlanan bu görsel program, Mexico City için çığır açan, yenilikçi ve coşkulu bir çözüm olmuştur. Bu görsel programın en önemli özelliği ise Meksika için ilk defa bir Latin Amerika ülkesinde olimpiyat düzenlenmiştir ve bu program daha sonraki yıllarda tüm dünyaya hızla yayılarak,

dünya çapındaki etkinliklerin gelecekteki grafik tasarımcıları için bir ölçüt haline gelmiştir (Şekil 3.19).



**Şekil 3.19:** 1968 Meksika Olimpiyatları, New Jersey, USA.

1973 yılındaki diğer bir örneğimiz New York TKTS'si. Yani New York'ta tiyatro biletleri satan Times Kare Tiyatro Merkezi. Açılışı belediye başkanı tarafından yapılan, yirmibeş yılı aşkın bir süredir, popüler sanattan ilham alan bu cesur ve görsel açıdan çarpıcı dönüm noktası mekân, tiyatroseverler için önemli bir odak noktası olmasının yanı sıra New York City'nin Broadway tiyatro bölgesinin en belirgin ve evrensel olarak tanınan tipografik işaretlerinden birisi olmuştur. O zamanlar mekânı inşa etmek için 5.000 dolarlık bir sermaye bütçesi ayrılmıştı; bu miktar, 1970'lerin başlarında bile açıkça yetersizdi. Şehrin ayrıca, binanın mimarlarının tasarım çözümlerini finanse etmek için yenilikçi bir şekilde kullandıkları pavyon için bir işletme bütçesi vardı - pavyonu inşa etmek için gereken parçaları satın almak yerine kiralamaya dayalı bir çözüm geliştirdiler. Pavyon, birden fazla bilet satış penceresiyle delinmiş bir inşaat treylerine yerleştirilmiş bir satış kabininden oluşuyordu. İnşaat treylerinin etrafını ve üzerini saran armatürler, kiralık iskele bileşenlerinden oluşuyordu. Beyaz kanvas paneller, TKTS logosunun büyük ölçekli, parlak kırmızı, sans-serif harf biçimlerini sergileyerek, iskelenin içinden geçirildi. Sokak seviyesinin hemen altında bulunan New York City metrosu nedeniyle temeller satış standının altına kazılamadı, bu nedenle mimarlar yapıyı stabilize etmek için de kiralanan kazık çakma test ağırlıklarını kullanmıştır (Şekil 3.20).



Şekil 3.20: Tkts Times Kare Tiyatro Merkezi, New York, USA.

New York City'deki 9 West 57th Cadde'de bulunan Solow Binası, dünyanın en büyük ve en başarılı mimarlık firmalarından biri olan Skidmore Owings & Merrill'in tasarım ortağı Gordon Bunshaft tarafından tasarlandı. Bu 50 katlı (210 m) bina, yoldan geçenlere “kayak pisti” görünümü veren belirgin bir içbükey dikey eğime sahiptir. Bina girişinin önündeki kaldırımda büyük, sans-serif, parlak kırmızı bir 9 numara harf oturtulmuştur. Mekânın kompozisyon özelliği sanki binanın önündeki 9 harfi yukarıdaki cepheden aşağı kayarak düşüp bulunduğu noktada kalmış gibi bir görüntü vermektedir. Harf 12 mm çelik levhadan yapılmıştır ve 3 metre yüksekliğinde ve 1,5 metre derinlik ölçülerindedir. Bu yeni üç boyutlu rakamın rengi ve yerleşimi, önde gelen bir ticari ofis binası için aşırı ölçekli, heykelsi bir tanımlayıcı rol oynar. Ayrıca halk ve turistler için zamansız bir New York simgesi olmuştur (Şekil 3.21).



Şekil 3.21: Numara 9 Solow Binası, New York, USA.

### 3.3. Postmodernizm

İçinde bulunduğumuz Postmodern dönemin ortaya çıkışını anlatabilmemiz için, öncelikle moderniteyi genel hatlarıyla ortaya koymamız doğru olacaktır. Çünkü postmodern kendinden önceki bir döneme muhakkak vurgu yapmaktadır. Başında kullanılan “post” modernizmin sonrasını işaret eder. Yani post, bir şeyin devamı veya kendinden öncekine eleştirel bir tutum sergileyen, İngilizce tabiriyle “Pre” anlamını yani “öncesini” gösteren bir teoriyle ortaya çıkar. İşte bu önceki dönem ise ikincil kelime olan modernizmdir.

Modernizm, dünyaya bir bakış açısı ve zihniyetle, bunun yöntemleri yaklaşımları ve bilgi kuramsal araç ve teknikleri bakımından belirli kural ve tarzın belirlenmiş biçimidir (Bumin, 2003, s.7). Yılmaz ise Antik çağın karanlık döneminden, Rönesans’a kadar kendisini yeniliğe daha yakın görüp ilişkilendirenlere, dinin Hristiyanlık olarak kabul edilip eski Roma ve Pagan inancından kurutulanların ayrıştığı bir ifade şekli olduğunu ve ilk defa beşinci yüzyıllarda telaffuz edildiğini belirtmektedir (Yılmaz, 2005, s.13). Modernizmin bu ve benzeri literatürde birçok tanımı vardır ancak modernizmin temel olarak ortaya çıkışı Rönesans hareketleridir. Rönesans hareketlerinin sebebi ise, din eksenli bir toplum hükümlerinin dayatılması ve sanatın özgür olmamasından kaynaklanmaktadır. Yani 16. Yüzyıl Rönesans’ıyla, Hristiyanlığa uyarlanmış bir Aristoteles fiziğinden, 17. Yüzyılda matematiksel fiziğin bulunmasına kadar geçen dönem modernizmin ortaya çıkışını gösterir (Bumin, 2003, s.12).

Modernizm, temelde Rönesans Avrupası’nda ortaya çıkan bilim ve teknoloji alanındaki yeniliklerle birlikte hızlı makine çağına atılan adımdır. Keşifler, buluşlar, makine gücü, gelişmekte olan endüstri, hızlı kentleşme ve bunların nihai sonucunda var olan kültürel geleneklerin terkedilmesi yeni ve daha yeniyi ortaya koyma isteği ve daha yeniyeye yönelme arzusu moderniteyi gündeme getirmiştir. Küçük (1993), özünde moderniteye ulaşmanın ve bu geçişi sağlamanın dört devrimi olduğundan bahseder. Bunlar bilimsel, siyasal, kültürel, teknik ve endüstriyel devrimlerdir. Bunların her biri aşamalarla gerçekleşmekte ve her bir alanda az ya da çok modern olunabilir ifadeleri yer almaktadır (Küçük, s.97). Özetle modernize, başta günlük hayatımız içindeki her olgu kullanım yada niyet başta olmak üzere, gelenekselliğe dayandırılan her alana bir

başkaldırı, eskiyi reddetme ve hep yeni bir şeyler üretme gerekliliği üzerine kurulan, sorgulamanın her daim olduğu bir fikir sistemidir. Dolayısıyla eskiyi reddeden yeni bir şeyler üretmek isteyen modernist sanatçılar ve mimarlarda bu fikir sisteminden hareketle, kültürel bir kıvılcım yaratan bilim, sanat ve mimarlıkta 1600'lerden 1800 lere kadar Batı Avrupa'da devrim yaratmışlardır. Tabi ki bu devrimde bilimin, felsefenin, sanatın gelişmesi, yine yazının seri üretime alınmasıyla gerçekleşen bir durumdur. Bu sebeple araştırmanın ilk bölümünde de bahsettiğimiz gibi Johannes Gutenberg tarafından geliştirilen hurufat sistemi matbaacılığın yayılmasını hızlandırmış, yeni ve yenilikçi fikirlerin Batı Avrupa'dan İtalya'ya ve diğer Avrupa kıtasının geri kalanına hızla yayılmasına katkı sağlamıştır.

Modernizmin getirdiği yenilik ve akıl, endüstri çağıının da etkisiyle süreç içerisinde, hem Avrupa'daki ülkelerin hem de diğer kıtalara yayılan, yeni pazarlar, hammadde ve keşfetme isteğiyle çatışmacı bir hale gelmiştir. İşte bu süreç o dönem itibariyle kimlik sorgulamalarının da ortaya çıktığı bir süreci kapsar. Bu hammadde ve yeni pazar arayışı sürecinin pik noktalara ulaştığı durum ise savaşlarla sonuçlanmıştır. Özellikle bu savaşlar sonucunda artık modernizmin rasyonelliği ve akli sorgulanmaya başlanmıştır.

1900 lü yılların başlarına geldiğimiz zaman ise edebiyatta eleştirel yeni bakışlar, sanat alanına yeni yaklaşımlar getirmiştir. Rus sanatçılar, Avrupa'ya yeni biçimsellikler üzerinden katkılar sağlamış, İsviçreli dilbilimciler göstergebilim alanında farklı ve çığır açan yaklaşımlar ortaya koymaya başlamışlardır. Güzel Sanatlar alanında yine Monet'in izlenimciliğinden, Picasso'nun Kübizm'ine kaçışlar, Duschamp'ın ve Dadaizm'in sanatsal çevreleri, bir daha geri dönmek üzere bir değişime sokması ve fotoğrafçılığın var olanı ortaya koyma realitesinden, soyut ve ifadeci bir tarza evrimler yaşanmıştır. Yine Fütüristler, Dadacılar ve Konstrüktivistlerin bu değişimlerle başını çektiği akımlar, özellikle tipografinin yaratıcılık ve deneyselliğine evrilen görsel ifadelerinin bambaşka bir yüzünü ortaya koymaya başlamıştır (Becer, 2007, s.10). İşte bu olguların hepsi, modernizmin içinde bulunduğu döneme işaret ediyor olsa dahi, modernizmin sona ermekte olduğunu gösteren ve postmodern bir yaklaşımın ayak seslerinin duyulduğu emarelerden sadece bir kısmıdır.

Postmodernizm terimini, ilk 1934 yılında ortaya atan, İspanyol yazar Federico De Onis'tir. Onis, Postmodernizm'i, modernizmin kendi iç dinamiklerinden ortaya çıkan ve moderne tepkiyi betimleyen bir eylem olarak belirtir (Ziauddin, 1998, s.1). Postmodern dönem keskin hatlarla belirlenen ya da başlangıcı tam olarak belirgin olan bir dönem değildir. Çünkü Onis'inde belirttiği üzere bu bir akımdan daha ziyade, moderniteye verilen bir tepkidir ve zamanla kendine yer bulmuştur. Ancak Tonybee ve Somervell ise, Karanlık (675-1075), Orta (1075-1475) ve Modern Çağ'dan (1475-1875) sonra dördüncü bir aşamayı ortaya koyup, Post-Modern çağ kavramını literatüre sokmuşlardır. Onlara göre, Batı uygarlığı 1875 civarında başlayan ve Toynbee'nin "modern sonrası çağ" olarak adlandırdığı yeni bir geçiş dönemine girmişti. Bu dönem, önceki modern çağdan dramatik bir mutasyon ve kopuş teşkil etmekte ve savaşlar, toplumsal kargaşa ve devrim ile karakterize edilmekteydi. (Best ve Kellner,1991, s.11).

Aslında Postmodernizm, tarihsel bir dönemi işaret etmemekle birlikte, açık bir şekilde tanımlanmış karakteristik özellikleri olan politik ya da kültürel bir eğilimi de tanımlamaz. Aksine postmodernite; genel hatlarını, moderniteyle birleştiren ve modernitenin herhangi bir probleme çözüm bulmasına yoğunlaşan ama çözüm bulmayan kişileri de içine alan ve moderniteyi suçlamak isteyenlerin bulunduğu bir hareket olmuştur. Bu sebeple postmodernizm, gerek modernitenin başarılarının, gerekse çözümsüz açmazlarının bir dökümünü çıkarıcıların, daha geniş kapsamlı özel bir kolektif zaman ve mekânı olarak düşünülebilir (Heller ve Feher, 1993, s.7).

Bu minvalde modernizm, ilk olarak aslında Hristiyanlık öncesini ve sonrasını belirtmek için kullanılmış olsada, daha sonra Rönesans hareketleriyle birlikte Aydınlanma sonrası dönemi belirtmek için kullanılmış ve endüstriyel sanayi devrimini ve maksileşmenin getirdiği yenilikleri temsil etmiştir diyebiliriz. Modernizmde genel kabul görmüş kanı ise "eskiyi tamamen reddetmeye" dayanmaktadır. Akıl, rasyonalite ve hakikat önemlidir.

Post modern yaklaşım ise, modernizmi içine alarak modernitenin avantajlarını kullanır ve en önemli ayrışmasını ortaya koyar ve sınır tanımadan belirli bir kalıba yaslanmadan, eskiyi de içine alarak yaratıcı, kendinden öncekini sorgulayıcı bir bakış açısıyla hareket eder. Ayrıca modernizmin belirli bir işleve yönelik sınırlamasını da

reddeder. Çünkü postmodern yaklaşımda belirli bir sınır ve baz alınan keskin kurallar yoktur. Postmodernizm daha çok belirli başlı öğretilere, ideolojilere ve kurallara karşı çıkarak bu felsefe üzerine inşa edilen belirteçleri sorunsallaştırmayı ve irdelemeyi sever. Bugün bu iki kavramın birleştirilmesi veya ayrıştırılması adına birçok kültürel, sosyal, felsefi alanda yüzlerce kavramsal tanımdan bahsedebiliriz ancak sanat ve mimari alanında en özet postmodern anlatım, aslında bir disiplinin kendi amacı haricinde başka bir işlevi veya faydası olabileceğidir. Örneğin tipografi modernist dönemde yaratıcılığın sınırlarını fazlasıyla zorlamıştır ve görsel iletişimde ifadeler üzerinden kendi kendine yetebilen bir başkalaşım geçirmiştir. Ancak tipografide postmodern yaklaşımlar tipografiye birincil amaçlarının dışında birçok alan açmış ve diğer disiplinlerle de birlikte çalışma alanları yaratmıştır. Hatta bu araştırmanın ana ekseninde de bu vardır. Mimari ve tipografi tarihten bugüne kadar aslında hep birliktelik içerisinde olmuşlardır ancak belirli kalıpların dışına hiçbir zaman çıkamamışlardır. Hem modernist dönemle birlikte hem de post modern yaklaşımlarla bugün tipografi mekân ilişkisi bambaşka bir boyuta taşınmıştır.

### **3.3.1. 1966-1995 Postmodernizm ve Ötesi**

1970'lerde ilk önce mimari alanda daha sonra diğer tüm sanat dallarında, modern hareketlerin geleneği reddeden tavrına karşı çıkış gibi görünen, bir geçmişe yönelme eğilimi hâkim olmaya başlamıştır. Tabii bu eğilim eski üslup ve akımların kullandığı malzemelere yeni dokunuşlar yapmayı ve onlarla yeni anlatımlar yaratmayı amaçlamıştır.

Postmodernizm olarak adlandırılan bu eğilim, grafik tasarımda ilk önce İsviçre Stiline çalışan ve bu stilin biçimsel vokabülerini geliştirmek isteyen kişilerin çalışmalarıyla ortaya çıkmıştır. Postmodernizm, çeşitli coğrafyalarda farklı isimlerle ortaya çıkmıştır. Örneğin Amerika'da "Yeni Dalga", İsviçre'de "Punk, Pluralizm, West Coast, Postmodern, Avant-garde, Deco" gibi çeşitli isimler almıştır. İsimlere ve etiketlere fazla önem vermeyen Avrupa'da ise yeni bir deneysel tavır olmak üzere, birey ve grupların etkileşim ve yönelişlerine göre özgün ve farklı çalışmalar olarak ortaya çıkmıştır (Bektaş, 1992, s.230).

Postmodernizm, genel anlamda bir ifade özgürlüğüne ve öznelliğe bir odak ve değer getirmiştir. Tarz, estetik ve tasarıma daha kişiselleştirilmiş bir yaklaşım için düzen ve netliğin ve “modern” olanın reddini temsil ediyordu. Bu reddediş, stilistik gelenekleri, çeşitli motiflerin ve ikonografinin bir karışımından, geleneksel olmayan tarihselci referansların kullanımından ve Bauhaus'tan doğan modernist ilkelerle mümkün veya kabul edilemez bir ifade özgürlüğüne kadar uzanmaktadır.

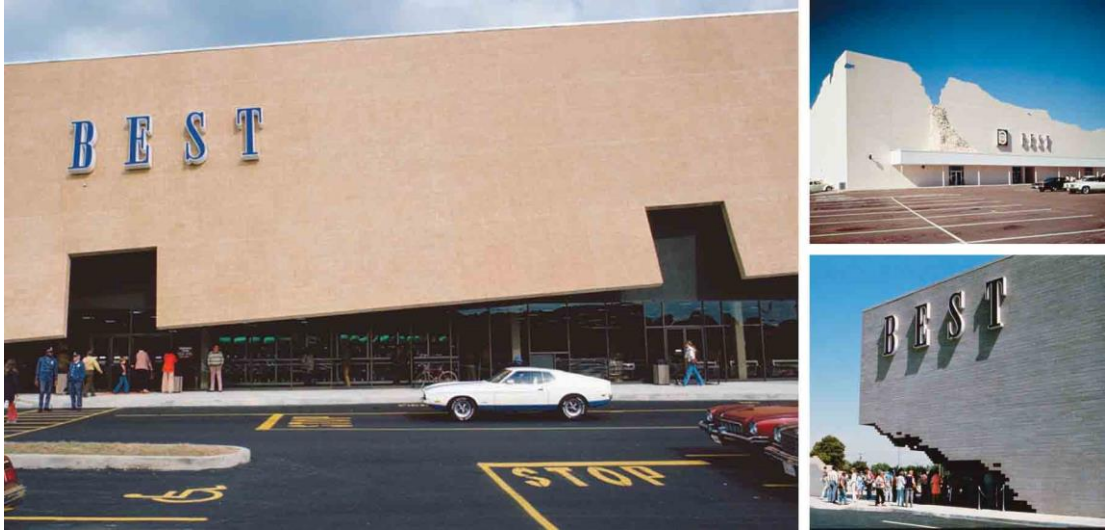
Bu hareketin ilk destekçileri arasında 1961 tarihli *The Death and Life of Great American Cities* adlı kitabında “kentsel çevrenin ruhsuzluğunu” eleştiren Amerikalı yazar ve aktivist Jane Jacobs ve Amerikalı mimar Robert Venturi vardı. Mimarlıkta Karmaşıklık ve Çelişki (*The Museum of Modern Art Press, New York*) adlı çalışmasından 1966 tarihli “Less is a bore” Türkçesi azıyla yetinme veya bazı kaynaklara göre az ve öz sözü, gelecek nesil grafik tasarımcılar ve mimarlar için bir marş haline geldi. Pop art, popüler kültür, yeni dalga tipografisi, Memphis stili ve retro tasarımın bu hareket üzerinde büyük etkileri oldu ve artık tanıdık modernizm ve nesnel rasyonalizmin dünyasına çoğulcu kontrpuanlar olarak işlev gören bir tarz haline geldi (Poulin, 2012, s.181-182).

Amerikalı mimari teorisyen Charles Jencks postmodernist hareketi "bir yarı modern, diğeri farklı bir şey (ki bu geleneksel üsluba atıfta bulunur), geniş bir halk ve adanmış bir azınlıkla iletişim kurma girişimi" olarak tanımlamıştır. Yirminci yüzyılın sonunda, postmodernizm yapılı çevrede grafik tasarım için bireysellik ve uyumsuzluk için fırsatlar sunarken, modernizm tekdüzelik ve uygunluğu simgeliyordu. Yeni dijital teknolojilerin yaygınlaşmasıyla birleştiğinde, yeni binyılda yapılı çevrede grafik tasarım olanakları sınırsız hale gelmiştir (a.g.e, s.181-182).

Postmodernizm’de ifade biçimi bazen kışkırtıcı ve küstah bir biçim alabilir, bazen de son derece ince ve duyarlı olabilir. Bu 1980’lerin yaklaşımı, duygu ve hayal gücünü yüreklendiren, şok etkisi yaratmayı amaçlayan bireysel bir tutumla kısaca bir önceki 10 yılın sistem ve mantığının veremediği ne varsa, onların kapısını açmıştır. “Yine tasarımcı işlevin dikte ettiği sınırları yıkarak, adeta güzel sanatların özgür yaratıcı ortamına duyduğu özlemi dışa vurmuş, kompozisyonda oyunlar yaparak, denenmiş ilkeleri aşma cesareti göstererek, kontrol edilmeden yapılmış gibi gözükən, tesadüfi olanın güzelliğini yeniden keşfetmiştir” (Bektaş, 1992, s.230). Tipografi ise

yine bu dönemin en belirgin değişikliklerini yaşamıştır. 1920’lerde başlayan yeni tipografi hareketindeki işlevsel elemanlar, bu dönemde birer dekoratif eleman olurken, sezgisel yaklaşım ve çeşitli oyunlar yapmak tasarım sürecine yeniden dahil olmuştur.

1970’lerde, James Wines ve mimarlık firması SITE, Amerika'nın en büyük mağazacılık showroom firmalarından biri olan Best Products Co. için bir dizi dokuz showroom ile postmodernist ikonografiyi Amerikan banliyölerine tanıttı. SITE'in Wines tarafından “asfalt bir park alanında dikdörtgen bir tuğla ayakkabı kutusu” olarak tanımlanan Best Products, çığır açan prototip showroamları, onun “de-mimari” dediği şeyin uygulanması için ideal bir form olarak kullanıldı. Wines’in eser için kullandığı sözü “mimaride normal beklentilerin radikal bir şekilde yıkılması” idi. Wines ve SITE, yeni mimari formlar geliştirmeye veya yeni malzemeler kullanmaya odaklanmak yerine, “kararsızlık ve istikrarsızlık durumundaki mimari” olarak tanımladıkları bir etki yaratarak bu binaya yeni bir görsel çekicilik kazandırdı. Bu showroamlar ilk tamamlandığında bazıları için rahatsız edici ve hatta şok edici olsa da, yirminci yüzyılın sonlarında grafik tasarım ve mimarlık mesleklerinde giderek yaygınlaşan yeni bir değerler dizisi oluşturdular (Şekil 3.22).



**Şekil 3.22:** Best Poducts Co. “peling cephe, belirsiz cephe, çiçek projesi”, New York, USA.

1974’lere geldiğimizde, yirminci yüzyılın en ünlü grafik tasarımcılarından Milton Glaser, New York City'deki Dünya Ticaret Merkezi'nin toplantı salonundaki Büyük Mutfağı yeniden entegre etti. Mutfağın, grafik tasarım ve mimari entegrasyonunu Glaser, mimar James Lamantia, restoran işletmecisi Joseph Baum ve

iç mimar Harper & George birlikte tasarladılar. Yaratıcı bu mekânsal entegrasyon süreci toplamda dört yıl sürdü.

Glaser, "Big Kitchen" türkçesiyle büyük mutfağı mekânda ilan edercesine gösterirken, aynı zamanda kafe ve yemek mekânını çevreleyen oturma, karşı alan ve mahremiyet alanlarını, işlev gören büyük ölçekli, bağımsız 2,3 m. yüksekliğinde heykelsi sans-serif harf formlarıyla yarattı. Restoranın alanları, yine Glaser tarafından tasarlanan özel bir yazı tipine dayanan her anıtsal harf biçimi, eski moda yemek mekânlarına grafik bir referans olarak bir dama tahtası motifıyla kaplandı. Bu kapsamlı entegrasyon programı aynı zamanda tabelalar, menüler, promosyon ve reklam malzemeleri, logo tipler ve iç mekanlar için sanat eserinin devreye alınmasını da içeriyordu. Ekip, bu uygulamayla New York City'de bulunan Dünya Ticaret Merkezi'nin daha düşük düzeydeki bir halka açık salonunu, hem halkın gözü hem de damak tadı için uyaran ve görsel açıdan heyecan verici bir dizi yemek mekânına dönüştürmeyi başarmıştır (Şekil 3.23).



Şekil 3.23 : “Big Kitchen” Mekânsal Entegrasyon Programı, New York, USA.

Yıl 1979'a geldiğinde, Sırbistan kökenli Dan Reisinger, İsrail'in Kudüs şehrinde devletin resmi müzesi ve Kudüs'teki Holokost kurbanları anıtı olan Yad Vashem Anıtı'nın dış cephesinde olağanüstü bir dramatik çalışmaya imza attı. Bugün mekân İsrail'de Ağlama Duvarı'ndan sonra en çok ziyaret edilen turistik mekânlar arasındadır. İncil'den bir alıntıyı, İbranice harf biçimlerinde 164 fit (50 m.) uzunluğundaki alüminyum dökümler kullanarak stilize eden Reisinger'in çalışması:

yakından bloklar halinde dikdörtgen, çukurlu, paslı ve hava koşullarına dayanıklı, yorgun ve bireysel birimler olarak görünür, ancak uzaktan bakınca topluca Eski Ahit'ten kelimelerle birleşmektedir. Bu tipografik uygulamada geçen ibrance yazının İngilizcesi ““And to them will I give in my house and within my walls a memorial and a name . . . that shall not be cut off.” (Şekil 3.24).



**Şekil 3.24 :** “Yad Vashem” Cephe Uygulaması, Jerusalem, İsrail.

1982 İtalyan otomobil üreticisi Fiat altmış yıl boyunca Lingotto arabası ürettiği muazzam büyük yeni tesisi için bir konsept arayışına girdi. Araba şirketi, süreçlerinin bir parçası olarak, uluslararası alanda tanınan yirmi mimara tasarım tekliflerini sunmaları için bir davet gönderdi. Telifteki tek şart, orijinal tesisin mimari bütünlüğüne saygı gösterilmesiydi. Sonuç, halkın değerlendirmesi için tüm önerileri gösteren bir sergi olan “Venti progetti per il futuro del Lingotto” (Lingotto'nun geleceği için yirmi proje) olarak adlandırıldı.

Gregotti Associates'ten İtalyan grafik tasarımcı Pierluigi Cerri, sunulan yirmi projeyi sergilemek için bir işaret sistemi içeren projenin program tasarımından sorumluydu.

Projenin ana kimlik işareti, fabrikanın ana girişinin dışında stratejik olarak yerleştirilmiş ve üzerinde “Lingotto” yazan büyük ölçekli, heykelsi sans-serif harf formlarından oluşuyordu. Bu üç boyutlu, anıtsal 4 metre harfler göğe doğru yükselerek, bazıları dik, bazıları açılı olarak yerleştirilmiş çeşitli yönelimleri nedeniyle

dinamik bir görsel ve uzamsal varlık oluşturdu. Lingotto'nun beton, metal ve camdan oluşan faydacı mimarisi, canlı mavi, yeşil, kırmızı ve sarı yekpare harf formlarının bu heykelsi gruplaması için uygun ve zıt bir zemin sağlamıştır (Şekil 3.25).



**Şekil 3.25 :** “Fiat Fabrikası Giriş”, Torino, İtalya.

1983'lerde, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki anıt mimari kavramı, mimar Maya Lin'in tartışmalı katkıları nedeniyle önemli ölçüde değişikliğe uğradı. Ülkede Cumhuriyetin kuruluşundan bu yana anıtlara egemen olan geleneksel ve klişe figüratif imgelerin yerini metafor, soyutlama ve mekânsal katılım aldı. Maya Lin heykel ve peyzaj sanatında yaptığı çalışmalarla tanınan Amerikalı bir sanatçı ve mimardır. Lin, en tartışmalı savaşlardan birinde her bir askerin kaybının önemini simgeleyen dramatik bir açıklık veya yeryüzünde bir "yara" adlı çalışmayı yaratarak geleneksel ve fiziksel olarak cennete ulaşan çoğu ulusal anıt tarafından belirlenen tarihi emsallerden kaçındı. Tasarım aldaticı bir şekilde basit ama duygusal olarak çok güçlü bir etki yaratmaktadır. Granit duvarlarda, öldükleri sıraya göre kronolojik olarak listelenen 58.261 Amerikan askerinin yazılı isimleri yer alır. Lin, başından beri anıtın yalnızca isimlerin gücüne dayanması gerektiğine inanarak “İsimler anıt olacaktır. Süslemeye gerek yoktur” demiştir. Ziyaretçiler isimleri okurken, dünyadan koptuklarının ve cilalı duvardaki kendi yansımalarıyla, sevdiklerinin sembolik ve yalnız bir kucaklaşmasıyla yüz yüze geldiklerinin hemen farkına varmaktadırlar. İsimlerin samimi ölçeği, tipografinin daha çok bir reklam panosu gibi ele alındığını ve geleneksel bir anıtın aksine bir kitap okumayı andırdığı görülmektedir (Şekil 3.26).



Şekil 3.26 : “Vietnam Gazileri Anıtı”, Washington, USA.

1992 yılında cam ve ışık malzemelerini etkin kullanabilen, grafik tasarımcılar Donovan & Green Inc. tarafından New York City'deki Corning Glass Şirket Genel Merkezi için bir koridor tasarladılar. Burada grafik tasarımcılar, insanlara zarar vermeyecek bir giriş koridorunu, optik ilkelere ve Corning'in fiber optik iletişim alanındaki öncü gelişmelerini tam anlamıyla ve sembolik olarak yansıtan en son teknolojiye dayalı ilgi çekici bir görsel deneyime dönüştürmüşlerdir.

Bu spektral görsel, personeli ve ziyaretçileri günlük olarak karşılayan nokta kaynaklı ışık, dikroik filtreler, prizmalar ve optik aynaların aktif bir bileşiminden meydana gelmiştir. 15,3 metre boyutunda olan bu duvar boyunca ortaya çıkan dinamik ışık desenleri, tipografi, beyaz ışığı aynalar ve prizmalar aracılığıyla görünür bir spektrum boyunca yansıtılan çeşitli renklerine ayıran farklı filtreler tarafından oluşturulmuştur. Nihai etkileri, koridoru dramatik ve ince renk desenleri ve tonlarından oluşan sürekli değişen bir ışık gösterisiyle boyamak ve yeniden boyamaktır.

“Corning'in kurumsal değerlerinin önemli yönlerini unutulmaz bir görsel deneyimle aktaran, sanatsal, ilgi çekici bir görsel sunum” olarak tanımlanan bu giriş koridoru, hem şirketin ışık iletimindeki geçmişteki yeniliklerini hem de ışık alanındaki gelecekteki gelişmelerinin bilimsel ruhunu ifade ediyordu (Şekil 3.27).



**Şekil 3.27 :** “Corning Class”, Kurumsal Genel Müdür. Girişi, New York, USA.

1992 yılında mimarları Barton Phelps & Associates tarafından tasarlanan Kuzey Hollywood Su Şebekesi İstasyonu, Los Angeles'taki Hollywood Otoyolu'nun bitişiğindeki devasa bir kalıp ve dökme beton kutu biçiminden oluşan bir yüzey uygulaması şeklinde yapıldı. 1.7 dönümlük tesis, Los Angeles'ın merkezine suyun çoğunu sağlayan on bir türbin pompasına ev sahipliği yapmaktadır.

Bina cephesi, binanın hikâyesini görsel olarak anlatan ve Los Angeles Şehri Su ve Enerji Departmanı'nın su farkındalık programını ilerleten topografik özelliklere sahip, arabayla geçerken rahat bir şekilde görülecek bir ölçekte hazırlanmış, bir haritadan oluşan kamu bilgilendirme duvar resmi işlevi görmektedir. Beton ve paslanmaz çelik harflerdeki -mavi ve yeşil kiremitli okyanustan uzak ve beton kara kütesine yerleştirilmiş olan- kesik çizgiler ve suyu Los Angeles'a yüzlerce mil ileten su kemeri sistemlerinin izini göstermektedir. Yine Los Angeles Şehri, haritada aydınlatılmış parlak yeşil bir LED ışığı olarak görünmektedir. Diğer taraftan bina, içinde barındırılan türbin pompalarının ürettiği yüksek makine gürültüsünün çoğunu azaltmak için tasarlanan bu işlevsel uygulama, aynı zamanda yayalar ve sürücüler için büyük ölçekli bir sivil reklam panosu işlevi de görmektedir (bpala.com). (Şekil 3.28).



**Şekil 3.28:** Kuzey Hollywood Su Şebekesi İstasyonu, Kaliforniya, USA.

Morgan Stanley tarafından 1995 yılında 1585 Broadway caddesinde 42 katlı, 1.3 milyon metrekare (121.000 m<sup>2</sup>) ofis kulesi satın alındı. Şirket, Times Meydanı'nı Yeniden Geliştirme Alanı imar düzenlemeleri kapsamında bina cephesinin büyük ölçeği taşıması gereken katı gereksinimleri devralarak, ışıklı ve kinetik işaretlerin olduğu bir konsept oluşturdu. Ve ortaya dev bir bilgi ekranı çıktı. New York'un Times Meydanı bölgesindeki ilk ışıklı ve hareketli cephelerden biri olan bu mekân temelde birkaç adet büyük ölçekli ışıklı tabela ögesinden oluşmaktadır. Times Meydanı'nın tam kalbinde yer alan bu postmodernist kule, gündüz ve gece her saat parlak tabelalarla aydınlanmaktadır. Bina köşelerinde bulunan ve her biri 13.4 m. yüksekliğindeki iki arkadan aydınlatmalı silindir, Morgan Stanley markasını kinetik bir tipografik kompozisyonda öne çıkarmaktadır. Üst kısımda, önceden programlanmış geleneksel gezici mesaj panolarının aksine, gerçek zamanlı olarak bilgi iletmek için LED/ışık yayan diyotlar kullanılmış ve birbiri üzerine yığılmış, 42.7 m. uzunluğunda üç elektronik kayıt paneli vardır. Haber bültenleri bir panelde, diğer iki panelde ise borsa kotasyonları canlı olarak verilmektedir.

Bu benzersiz tasarım konsepti, uzun süredir atıl durumda olan bir binaya yalnızca yeni bir hayat getirmekle kalmamış, Times Meydanı bölgesinin yeniden canlanmasına katkıda bulunmuş ve dünyanın en büyük menkul kıymetler ve finansal yönetim şirketlerinden birine yeni bir marka kimliği kazandırmıştır (Şekil 3.29).



Şekil 3.29: Morgan Stanley Genel Müdürlüğü, New York, USA.

### 3.3.1. 2000'ler -Yirmi Birinci Yüzyıl Başları

1990'lardan günümüze, post-modernizmin etkisi, grafik tasarımcılara ve mimarlara eklektik bir stil ve deyim yelpazesi sağlamıştır. Popüler kültür, grafiti ve film, video ve dijital medya gibi geleneksel olmayan yeni görsel iletişim biçimlerinin tümü, yalnızca grafik tasarım üzerinde değil, aynı zamanda yirmi birinci yüzyılda grafik tasarımın inşa edilen mekândanlar da nasıl gerçekleştirilebileceği üzerinde de muazzam bir etkiye sahip olmaya başlamıştır.

İnternet ve sosyal medya tarafından körüklenen küreselleşme, artık dünyanın her köşesinden insanların daha önce hiç yaşamadıkları bir düzeyde iletişim kurmasına izin verdi. Yeni ve yenilikçi teknolojiler hızla benimsendi ve kaçınılmaz olarak grafik tasarımcıları ve mimarları fikirlerinin gerçekleştirilmesi üzerinde daha fazla kontrol sahibi olmaları için güçlendirdi.

Yeni milenyumun başlangıcında, dijital devrim olağanüstü bir hızla ilerleyerek dünya çapında insan yaşamının her yönünü dönüştürdü. Yirmi birinci yüzyılın başında meydana gelen derin değişiklikler ve yeniliklerle kıyaslandığında, yirmi birinci yüzyılın başlangıcı, dünya ve inşa edilen yapıları çevrede radikal değişiklikler getirdi.

Yeni elektronik, bilgisayar ve dijital teknolojilerin hızlı gelişimi ile birleştiğinde, grafik tasarım ve mimari arasındaki ayırım artık tek ve etkili bir bakış açısına dönüşmeye başladı (Poulin, 2012, s.229).

2000 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nin en kalabalık ikinci metropol bölgesi olan Greater Los Angeles bölgesine hizmet veren birincil havalimanı, Los Angeles Uluslararası Havalimanıdır. Bölgede havalimanına giden geçit için, genellikle havalimanı kodu olan kısaltma LAX harfleri uygulama için seçilmiştir.

Çok disiplinli bir grafik tasarım firması olan Selbert Perkins tarafından tasarlanan LAX Airport Gateway projesi, yirminci yüzyıl boyunca grafik tasarımcılar ve mimarlar tarafından yaratılan dönüm noktası anıtlarını anımsatmaktadır. Dev ölçeğini ve işlevini yansıtan biçim, havaalanına bir geçit sağlamakta ve Los Angeles'a gelen ziyaretçiler için zihinlerde hoş bir mekân işareti bırakmaktadır (Şekil 3.30).



**Şekil 3.30:** LAX Havalimanı Geçidi, Kalifornia, USA.

2001 yılında yeniden düzenlenen Newark, New Jersey'deki Lucent Technologies Sanat Eğitimi Merkezi, bir sanat eğitimi okuludur. Okulun duvar yapısı, aslen 1940'ların başında inşa edilmiş ve yaklaşık 2.800 m2 bir alanı kaplamaktadır.

Pentagram'dan Paula Scher, binanın dış cephesini beyaza boyayarak, harf formlarıyla cepheyi kaplamış ve binaya yeni ve hatasız bir kimlik kazandırmak için büyük ölçekli sans-serif tipografi kullanmıştır. Şiir, müzik, drama, dans ve tiyatro gibi çağrışım yapan kelimeler, cephe boyunca kinetik bir desenle uzanmaktadır. Normalde o güne kadar şehirde bulunan okullarda bu tarz bir uygulama görülmemiştir ancak bu uygulama Newark şehri için canlı bir sembole dönüşmüştür (Şekil 3.31).



**Şekil 3.31:** Lucent Technologies Sanat Eğitimi Merkezi, New Jersey, USA.

Tokyo'nun Ulusal Gelişen Bilim ve Yenilik Müzesi veya Miraikan yani Türkçesi "gelecek müzesi", 2001'de açıldı ve robotların etkileşimi, sanal gerçeklik gezileri ve bilim ve teknolojiye en son gelişmelerin uygulamalı olarak keşfedilmesini sağlayan bir müze olarak hizmet vermektedir. Bu 40.589 metrekare alanı kapsayan müze, çevresi boyunca zemine ve kaldırım yüzeylerine entegre edilmiş işaret panelleriyle doludur. Bu uygulamayla ziyaretçiler müze içinde bulunan çeşitli bilgi masası, galeriler, mağaza, kafe, teras, tuvaletler, asansörler, yürüyen merdivenler ve otoparklara yönlendirilmektedir. İşaret panelleri yarı saydam lamine camdan yapılmıştır ve arkadan aydınlatılmalıdır. Ayrıca ziyaretçilerin ıslandığında kaymasını önlemek için noktalı cam tanecikleri ile kabartılıp işlenmiştir.

Bu yaklaşım, müzenin iç mekânlarının göze batmayan görünümünü sağlamanın yanı sıra, baştan sona şeffaflık duygusunu pekiştirirken, tabela programı aynı zamanda ziyaretçilere yol bulma için anında ve sezgisel bir araç sağlamıştır. Bilgiler çok dilli kullanılmış ve görsel olarak sergilerdeki ürünleri geri plana atmamak için siyah beyaz olarak renklendirilmiştir. Alfaniümerik tanımlama kodları ve piktogramlar, bilgilerin kısa ve öz bir şekilde iletilmesi için kullanılmış, tüm bilgi gereksinimleri için yuvarlatılmış terminallere sahip yeni bir tipografik monospace yazı tipi geliştirilmiştir. Bu yazı tipi ise hümanist sans-serif yazı yüzünden "Frutiger" temel alınarak üretilmiştir (Şekil 3.32).



**Şekil 3.32:** Lucent Technologies Sanat Eğitimi Merkezi, New Jersey, USA.

2002 yılında, İngilizce ismiyle Bibliotheca Alexandrina olarak bilinen Mısır'daki yeni İskenderiye kütüphanesi, 2000 yıl sonra kapılarını yeniden açmıştır. Yeni bina, dünyanın en çağdaş kütüphanelerinden birini yaratan on iki yıldan fazla süren uluslararası bir çabanın ürünüdür. Bina Norveçli mimarlar, Snøhetta mimarlık ofisi tarafından tasarlanmıştır. Kütüphanenin boyutları çok geniştir, 8 milyondan fazla üç dilde (Arapça, İngilizce ve Fransızca) kitap için raf alanı ve on bir seviyede 70.000 m<sup>2</sup> kapsayan bir ana okuma odası vardır. Bina kompleksi ayrıca bir konferans merkezine ev sahipliği yapmaktadır; haritalar, multimedya, kör ve görme engelliler, genç yetişkinler ve çocuklar için özel kütüphaneler; müzeler; geçici sergi galerileri; bir planetarium; ve bir el yazması restorasyon laboratuvarı barındırmaktadır. Yapının dış duvarlarında, Mısır'ın Nil Vadisi'nden gelen bölgeye ait gri Aswan graniti kullanılmıştır. Bu anıtsal taş duvarlar, dünya kültürlerinin çoğundan kumlanmış yazılar, işaretler, harfler ve sembollerle kaplıdır ve bu yirmi birinci yüzyıl tapınağının duvarlarında bulunan çok sayıda dili temsil etmektedir (Şekil 3.33).



**Şekil 3.33:** Bibliotheca Alexandrina (İskenderiye Kütüphanesi), İskenderiye, Mısır.

2002 öncesinde elyaf fabrikası olan ve yeniden tasarlanan ve 2004 yılında ise çeşitli tadilatlar ve düzenlemelerden sonra açılan, Museum of Modern Art'ın (MoMA) New York şehir merkezinde açılarak hizmete girmiştir. Modern Sanat Müzesi'nin (MoMA) hem ziyaretçileri Queens'teki geçici konumuna çekmesi, hem de sınırlı iç mekân sergileme alanını üst düzey bir farkındalıkla ortaya koyması gerekiyordu. Tabelalar ikonik bir yer duygusu yaratmaya yardımcı olmuştur. Tasarım ortakları Michael Maltzan Architecture ve Base Design ile birlikte tasarlanan büyük ölçekli tipografik formlar ve biçimler, şehir manzarasına karşı öne çıkmış, farkındalığı artırıp bir heyecan yaratarak, ziyaretçilerin metro hattı üzerinden müzeyi bulmalarına yardımcı olmuştur (twotwelve.com).

MOMA Panosu aslında anamorfik bir optikle, harekete odaklanma üzerine kurgulanmış, 7. trenle gelen ziyaretçilere en baştan görünebilir bir açıyla konumlandırılmıştır. Binanın çatısındaki mekanik ekipman kutuları, tren hareket ettikçe harfler tekrar kaybolarak hareket fikrini güçlendirmiştir. (denardis.com).

Binanın dış cephesi, çatı ve bina cephesini kaplayan boyalı MoMA bu süper grafiklerle büyük ölçekli bir tuval gibi işlenmiştir. Bu ekonomik ve ayırt edici tipografik özellik, parlak mavi bir cephede ortaya çıktı ve müzenin görsel kimliğini Manhattan'ın merkezindeki kalıcı evi ile tutarlı bir şekilde ilettiler. Ayrıca bu büyük ölçekli, anıtsal harf formları, ziyaretçilerin, özellikle New York City toplu taşıma

sisteminin yükseltilmiş trenleriyle binaya yaklaşırken, Long Island şehri'nin yoğun şehir görüntüsünde MoMA'yı uzaktan kolayca bulmasını sağlamıştır (Şekil 3.34).



Şekil 3.34: Modern Sanat Müzesi, New York, USA.

2003 yılında ise Mimar Denton Corker Marshall tarafından tasarlanan Melbourne Sergi Merkezi, Melbourne merkezinde, Yarra Nehri'nde kenarında belirgin bir şekilde konumlandırılan 29.062 m2 bir alana sahip bir yapıdır.

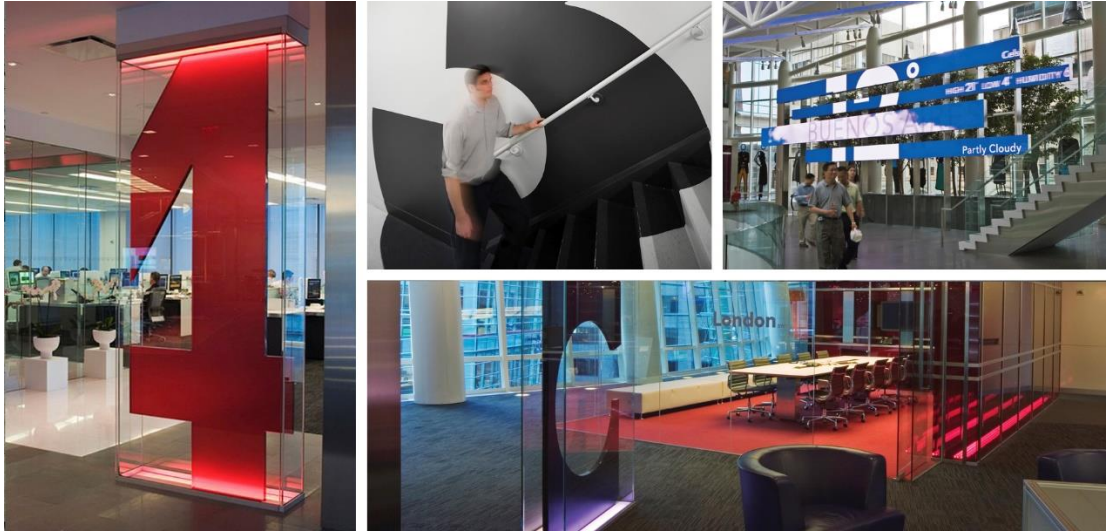
Grafik tasarım firması Emerystudio tarafından tasarlanan cesur grafik öğeler, çatı katından başlayıp büyük ölçekli, anıtsal tipografiler ve süper grafiklerle binanın iç mekânları boyunca uzanan Melbourne Sergi Merkezi'ni zihinlere işaretler. Her bir grafik düzlem, genel koridor boyunca kalın, yoğun sans-serif şablon harf formlarında sergi salonlarına girişi gösterir. Parlak renkler ve eğik açılar, bina için dinamik bir görsel karakter sağlayarak, herhangi birinin grafik tasarımının nerede bittiğini ve mimarının nerede başladığını anlamasını zorlaştırarak farklı bir dinamizm ve ritim yakalamıştır (Şekil 3.35).



Şekil 3.35: Melbourne Sergi Merkezi, Melbourne, Avustralya.

Pelli Clark Pelli Architects tarafından tasarlanan Bloomberg Tower, Manhattan şehir merkezinin doğu tarafında 246 m yüksekliğinde, 55 katlı, 130.000 m<sup>2</sup>, New York'ta bulunan bir binadır. Bina, bir finansal haber, veri ve analiz sağlayıcısı olan Bloomberg LP'nin genel merkez ofislerinin yanı sıra perakende satış mağazaları, restoranlar ve apartman dairelerini içinde barındıran bir merkezdir.

Studios Architecture ile birlikte çalışan Pentagram, Bloomberg'in ürün markasını ve hizmetlerini (veri, haber ve bilgi) çalışanlara, müşterilere ve ziyaretçilere sorunsuz bir şekilde ileten bir iç mekân yaratmıştır. Bu sayılarla oluşturulan tipografik ortam, katlar, odalar ve asansörler için tanımlama işaretleri içerir. Ayrıca rehber tabelalar yön bulmaya yardımcı olur. Bloomberg'in kendi haber ve veri akışlarından canlı içerik görüntüleyen birkaç dinamik, süper ölçekli medya panosu ayrıca bina girişinde konumlandırılmıştır. Pentagram ayrıca bilgi ekranlarının kolay içerik yönetimi için bir dijital medya dağıtım sistemi oluşturmuştur (pentagram.com). (Şekil 3.36).



Şekil 3.36: Bloomberg Headquarters, New York, USA.

2007 yılında açılışı yapılan New York Times Binası, New York'taki Manhattan şehir merkezinin batı tarafında bulunup, 52 katlı, 319 m yüksekliğinde, bir kuledir. Binanın mimarisi Renzo Piano Building Workshop tarafından tasarlanmış ve bina çelik konstrüksiyondan yapılmıştır. Cephe için bir kimlik çalışması düşünüldüğünde, ışık ve ısı alımını kontrol etmek için tasarlanmış beyaz seramik çubuklardan oluşan bir biçimsellik binanın duvarıyla entegre edilmiştir. (segd.org). Ayrıca kullanılan

buradaki biçimsellik semantik bir ifade yaratmış ve bir perde imajı sergilemiş, seramik çubuk aralıklarında tabandan tavana doğru artırılarak yapı için daha fazla şeffaflık sağlamıştır.

Yapının batı cephesinde ve alt kısmında yer alan, 134 metre uzunluğundaki “The New York Times” ikonoklastik blackletter logotype, yaklaşık bin adet ekstrüde boyalı alüminyum manşonun karmaşık bir birleşimi olarak bu seramik çubukların her birine entegre edilmiştir. Michael Bierut tarafından tasarlanan bu dinamik ve optik olarak yenilikçi uygulama, binaya son derece entegre bir bina tanımlama işareti sağlayarak ve şirket için anlamlı ve yankı uyandıran bir sembol sağlar (Şekil 3.37).

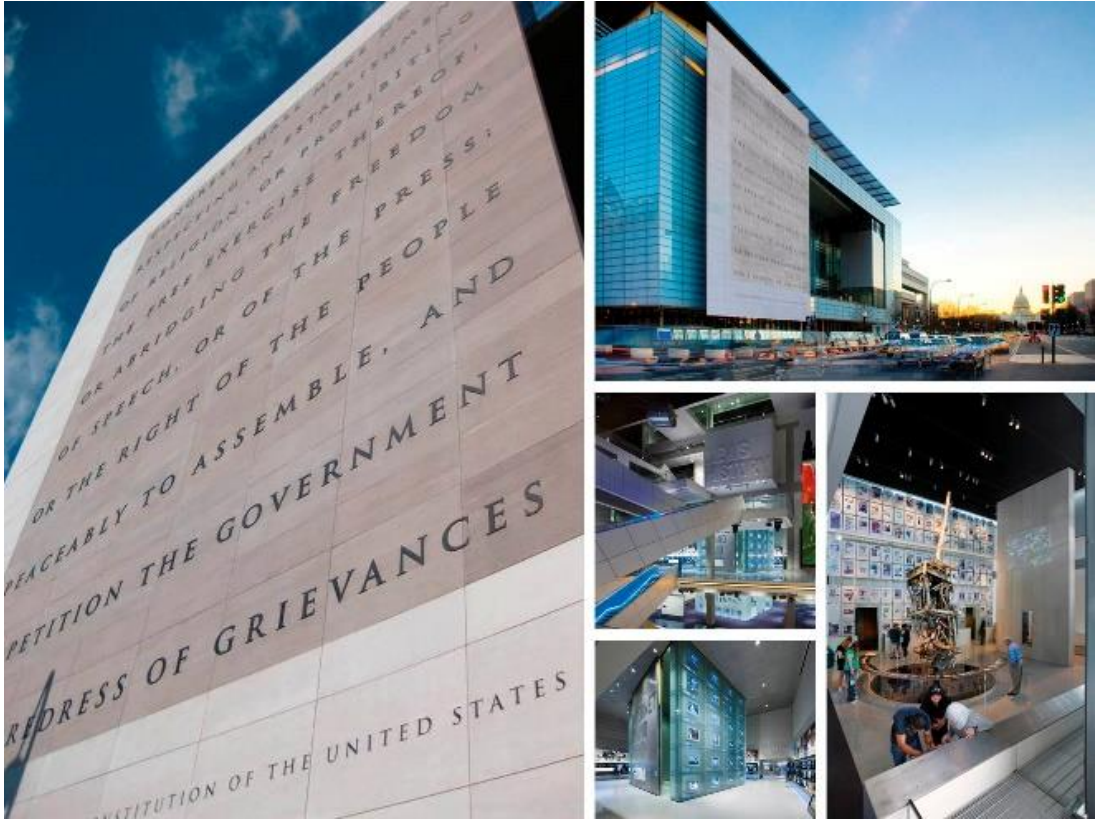


**Şekil 3.37:** The New York Times Binası, New York, USA.

Beyaz Saray arasında ve National Mall'daki Smithsonian müzelerinin bitişiğinde yer alan Newseum, yedi katlı, 23.000 m<sup>2</sup> interaktif bir müzedir. Nisan 1997'de Rosslyn, Virginia'daki ilk yerinde, Nisan 2008'de ise son yerinde açıldı (e-architect.com) . Polshek Partnership Architects tarafından inşa edilen bina galerileri, tiyatroları, perakende satış alanlarını ve ziyaretçi hizmetlerini içermektedir. Bina,

büyük 3 boyutlu bir gazete ve galeriler, yıllık içeriği, aylık ve hatta günlük olarak güncellenen gazetede ki gerçek sayfalar olarak tasarlandı. Temiz, çağdaş, cam-çelik mimarisi aynı zamanda temsil ettiği endüstrinin mecazi olarak bir yansımasıdır: yükselen cam, sergileri “kapalı kapılar ardına” koymak yerine, şeffaflık kavramını ve basın özgürlüğünün önemini pekiştirmektedir. Zamanla binada değişiklikler yapılmıştır ancak 2008 yılındaki binada ilk değişiklik ve düzenleme, 45 kelimeliden oluşan, binanın cephesinde 74 metrelik bir mermer levhaya oyulmuş tipografidir. Metnin içeriği Amerika anayasasının birinci değişikliğini anlatmaktadır (segd.org).

Dış cephedeki bu anıtsal özelliğe sahip levha, büyük harfli serif “Trajan” harf biçimlerinde ayarlanmış ve büyük ölçeğiyle tipografisiyle değişiklik yapılan anayasa maddesini vurgulamıştır. (Şekil 3.38).



**Şekil 3.38:** Newseum, USA.

2008 yılındaki diğer bir örneğimiz tipografinin ise fiziksel bir unsur olarak kamusal alanda konumlandırılmış “Evergreen” örneğidir. Hollanda’nın Oldenzaal şehrinde Thij Koleji tarafından yaptırılan bu tipografik bahçe, suni çimle kaplı dokuz

harften oluşturularak okul için dış mekân mobilyası olarak kullanılmıştır. Ortaokul çocukları için ilgi çekici bir alan olarak hizmet veren bahçe, suni çimin genellikle düz olan malzemesi, 20 metrelik bir daireye yayılan büyük boyutlu harfler aracılığıyla üç boyutlu bir form hâline dönüştürülmüştür. Dokuz büyük harf, hem oturma alanını hem de projenin adını oluşturmuş ve gençlerin rahatlayıp sosyalleşebileceği bir dizi eğlenceli dinlenme alanı hâline getirilmiştir (Şekil 3.39).



**Şekil 3.39:** Thij Koleji, Hollanda.

GreenPix, 2008 Yaz Olimpiyat Oyunları alanının yakınında, Pekin'deki Xicui Eğlence Merkezi'nin perde duvarına sürdürülebilir ve dijital medya teknolojisi uygulayan çığır açan bir projeye uygulandı. Proje dünyanın en büyük LED ışıklı duvar ekranına ve gün boyunca güneş enerjisini bir cam perde duvara entegre eden ilk fotovoltaik sisteme sahipti. Lamine cam cephe, hareketli görüntüleri gösteren ve video sanatçılara neredeyse sonsuz bir aydınlatma ve animasyon seçeneği sunan 2.292 ayrı programlanabilir LED renk düğümünden oluşur (Şekil 3.40).

Gece olunca bu perde duvar gün boyunca biriken enerjiyi, ışık patlamalarıyla göstererek cepheyi parlayan bir fenere dönüştürür ve binayı Pekin'in gece manzarası içinde baskın bir görsel deneyim haline getirir. Proje, yapılı çevre için yenilikçi çözümler geliştirme konusunda uluslararası bir üne sahip bir mimari ve mühendislik işbirliği olan Arup ve Simone Giostra & Partners tarafından tasarlanmış ve üretilmiştir.

GreenPix 2008'de Pekin'deki enerjik bir sanat hareketini hemen harekete geçiren ve Pekin sakinlerinin günlük hayatlarının bir parçası haline gelen sürekli değişen bir kamusal sanat eseri üreten bir dizi video sanatı enstalasyonu ile piyasaya sunulmuştur (Poulin, 2012, s.242).



**Şekil 3.40:** Greenpix Sıfır Enerji Medya Duvarı, Pekin, Çin.

2010 yılında ise tipograf ve sanat yönetmenleri Eric Chan ve Iris Yu tarafından tasarlanan Gough caddesindeki bu konsept, 1950'ler ve 1960'larda inşa edilmiş birkaç katlı binalardan oluşan eski bir Hong Kong mahallesidir. Çalışma Gough Street Festivali kapsamında, Eric Chan Design tasarım firması tarafından yapılmıştır. Çok uluslu bir bayrak sahnesini temsil etmek için kurulan bu harf ve renk kompozisyonu, mahalle sakinlerinin çamaşırlarını bambu çubuklara asma fikriyle birleştirilmiş (commarts.com). Bu ilginç ve benzersiz sahne içinde sokakta dolaşan kişiler, okudukları Çince Gough Sokağı yazısıyla sokağın ve semtin tarihini ve yer işaretini hafızalarında tekrar canlandırmışlardır (Şekil 3.41).



**Şekil 3.41:** Gough Caddesi, Hong Kong, Çin.

Yine 2010 yılında Çin'in Şen zen kentinde X Sergisi, beş ülkeden on bir genç tasarımcının yeteneklerini sergilemiştir. Serginin tasarım konsepti, serginin yaratıcı enerjisini ve kıymetli tasarımcılarının çalışmalarını ifade ederek, şehrin her yerine yerleştirilmiş yarı kalıcı kimlik yerleştirmeleri fikrini araştırmıştır.

X Exhibition'in grafik tasarımcıları olan 1999 yılında kurulan Sense Team, her mekân için tek tanımlayıcı olarak floresan ışık enstalasyonlarını ve ayrıca her tasarımcı ve disiplinin adını kullanmıştır. Floresan ışıklardan oluşan özel şablon benzeri tipografi formlar, serginin tek ışık kaynağı olarak ve sergide yaratıcı "kıvılcım"ı simgeleyen ana tasarım ögesi olarak kullanılmıştır. Bu "ışık karakterleri", Shenzhen şehri genelinde on bir tasarımcıdan oluşan bu grubun yaratıcı gücünü ve enerjisini ifade etmektedir (Şekil 3.42).



Şekil 3.42: X Sergisi, Shenzhen, Çin.

2014 yılında yapılan New York'ta yapılan eğlenceli ve işlevsel bir mekân uygulaması olan Bus Stop, tipografiyle minimal ve ilginç bir sanat alanına dönüşen kaçınılmaz bir bekleme noktası oluşturmuştur. Mekânlarda bu ve benzeri işleri görmek ferahlatıcıdır. Reklamlar, ilan panoları ya da başka bir şekilde dikkat çekmeyen New York'taki bu otobüs durağı, "şehrin ritminin ortasında bir eğlence alanı" hâline gelmiştir. Çok işlevli, kışları kar ve yağmura bir blok olarak hizmet eden bu uygulama, yaz sıcaklığında gölge yapıyor ve sonbahar yağmurlarından koruyor. Her harf dört metre yüksekliğinde ve 2 metre derinliğe sahiptir. Harfler tipik olarak kentsel mobilya yapımında kullanılan malzemeler olan ahşap ve çelikten yapılmıştır. BUS'un üç harfi, her biri iki ila dört kişiyi ağırlayacak ve onları yağmurdan, güneşten, rüzgârdan ve sert hava koşullarından koruyacak kadar büyüktür (mwww. tv). Harfler aynı zamanda ustaca planlanan bir kentsel mobilya parçalarıdır. Ve bu uygulama yalnızca çocuklar için değildir. S harfi, beklerken uzanmanıza izin vermek için özel olarak tasarlanmıştır; B harfi, sert havalarda barınak görevi görmek için planlanmıştır. Daha da önemlisi, bu uygulama, yeni insanlarla tanışmak ve bir topluluk olarak etkileşimde bulunmak için ikonik bir nokta hâline dönüşmüştür (Şekil 3.43).



**Şekil 3.43:** Newyork Otobüs Durağı, Baltimore Maryland, USA.

2015 yılında “Storefront for Art ve Architecture” adlı mekânında “kapalı dünyalar” hakkında sergi açıldı. Pentagram, “Kapalı Dünyalar” için kendi özel yazı tipi, görüntüleme metodolojisi ve organizasyon yapısı ile tamamlanmış, kendi içinde kapalı bir sistem olan yenilikçi bir sergi tasarımı yarattı. Tasarımcılar, serginin tasarımında sergi küratörü Lydia Kallipoliti ile yakın işbirliği içinde çalıştılar. 41 prototipin her biri kapsamlı bir şekilde araştırıldı ve tasarımcılar için zor olan, ziyaretçileri kapalı sistemler fikrine çekecek ve aynı zamanda veri ve bilgi hacimlerini organize edecek ilgi çekici bir bağlam yaratmaktı (Şekil 3.44).

Sergi, her bir prototipi kendi mini dünyası olarak sunmuştur. 41 projenin her biri tavandan sarkan bir silindir içinde sergilenmiş ve ziyaretçiler, sanki bir "egosfer" yaşıyormuş gibi içeriye adım atmaya davet edilmiştir. Uygulama, Kasım 2015'te Storefront'un ev sahipliği yaptığı “Kapalı Dünyalar Tasarım Yarışması'nda” kazanan proje olarak seçilmiştir (pentagram.com).



Şekil 3.44: Storefront for Art and Architecture, “Kapalı Dünyalar Sergisi” Manhattan (SoHo), New York, USA.

2020 yılında Asya'nın en prestijli çağdaş sanat bienalini anmak ve hatırlamak için Paula Scher, Gwangju'da büyük bir cadde için bir transit kiosk tasarlamakla görevlendirildi. 1995 yılında Güney Kore'de kurulan Gwangju Bienali, Asya'nın en eski ve en prestijli çağdaş sanat bienalidir. Tipografiden inşa edilen otobüs durağı, uluslararası sergi için ayırt edici bir kentsel dönüm noktası oluşturmuştur (Şekil 3.45).

Tasarım, kendinden destekli bir cam yapı oluşturmak için birleştirilen iki yan yana paralel kenardan oluşmaktadır. Duvar ve çatı, 2.4 metre yüksekliğindeki büfeyi yerinde tutmak için birbirine kilitlenen ekstrüde harf formlarıyla “Bienal” ve

“Gwangju” kelimelerini içeriyor. Şeffaf bir LED ekran ise orta banda yerleştirilerek, kioskun uzunluğunu belirterek, bilgi ve görüntüleri yansıtır (pentagram.com).



Şekil 3.45: Gwangju Bienali Kiosk, Gwangju, Güney Kore,

## SONUÇ

Fiziksel olarak içinde olduğumuz, deneyimlediğimiz her alanı ve zihinsel olarak kurguladığımız her zamanı, mekânın içinde karşılamaktayız. Tarihin derinliklerine gittiğimiz zaman, tipografinin mekânla olan birlikteliği insanların mağaralarda yaşadığı o dönemlere bizleri götürmektedir ki, bu ilk mekânların yazıdan bağımsız kurgulanmadığını veya kurgulanamayacağını bizlere gösteren en güzel örnekler piktogramlardır. Altamira'dan Lascoux'a hatta M.Ö. 9000 yıllarına ait Göbeklitepe'de vb. tarihsel izleri görebileceğimiz birçok mağara ve mekânda yapılan bu karalamalar, kabartmalar, kazımalar insanın içinde yaşadığı yere kendinden izler bırakma veya mekânı işaretleme isteğinin sonucu yani yaşamsal mekânın sonucudur. Öküzün o duvar yüzeyindeki resmediliş hali, kişinin yaşadığı mekânda diğer arkadaşlarına -bak onu ben avladım- demenin başka bir haliydi belkide... Kimbilir belkide avladığı hayvanın resmini kendi mekânında görmek onu gururlandırıyordu... Özellikle mağara duvarlarındaki bu piktogramlar, tipografinin mekansal entegrasyon sürecinde mekanın maddesel olmayan, algı ve deneyimlerle şekillenen zihinsel boyutuna vurgu yaparak yaşam mekanına farklı bir perspektiften bakılmasını sağlamıştır.

Araştırmada ortaya konulan yaklaşım ve örnekler üzerinden yapılan çözümlenelerde görüldüğü üzere, tipografinin mekânla bağlantılı işlevleri incelenmiş, mekânsal entegrasyona katkıları sorgulanmıştır. Grafik tasarımda tipografi, ürünün imajı için hedef kitleyle marka arasında subjektif bir bağlantı kurularak, çoğunlukla kitlenin duygularına yönelmeyi ister ve duygusal bir etkileşim gerçekleştirir. Bu ürün-tüketici ilişkisinde, tipografinin birincil görevi okunurluk olsada aslında, nihai sonuca bakıldığında zaman grafik tasarımın ulaşmak istediği olgu planlanan bir şekilde tüketiciye temas edebilmektir. İşte bu temas sonucunda tüketicide istenilen davranış değişikliği gerçekleşiyorsa sonunda başarı sağlanmış olur. Dolayısıyla aynı durum aslında tipografinin mekânla olan ilişkisi içinde geçerlidir. Tipografi, mekânda subjektifleştirerek aynı bağı mekân ve mekanı ziyaret edenler içinde kullanır. Yani mekanı bir marka ve ürün, mekanı ziyaret edenleri ve deneyimleyenleri ise tüketici (hedef kitlesi) görüp mekanı ziyaret edenlerde duygusal bir değer önerisi oluşturmak

için çalışır. İstenilen sonuç mekanın algılanması, deneyimlenmesi ve izleyicisinde bir farkındalık ve duygusal bir etkileşim yaratmaksa, başarılı bir sonuç içinde tipografinin mekansal entegrasyon sürecinde bulunması gerekmektedir. İşte bütün bu organizasyon sürecinde tipografinin mekânsal entegrasyona doğrudan katkısı beş temel başlıkta ele alınmıştır. Bunlar duygusal fayda, aidiyet hissi, farkındalık, problem çözme ve tamamlayıcı rol ve hepsinin finalinde ulaştığımız olgu estetikdir.

Araştırma sonucunda görmekteyiz ki tipografi mimarlık içinde vazgeçilmez bir plastik değer yaratan unsur olduğu gibi tipografi aynı zamanda bir mekânın retoriğidir. Her ne kadar yazının aslında herhangi bir boşlukta konumlandırılması, o alanı mekânsallaştırmak için yeterli olsa bile bu araştırmanın temel ekseninde gördüğümüz şey tipografinin mekânsal bileşenlere ve uyaranlara yaptığı nitelikli katkılardır. Yani hem geometrik mekânın hemde yaşamsal mekânın oluşumunda tipografinin vazgeçilmez bir unsur olduğunu söyleyebiliriz. Geometrik mekân daha çok mekânın tasarlanan inşasıyla ilgilirken yani strüktürü temele alırken, yaşam mekânı onun deneyimlenen, tüketilen tarafıyla ilgilidir ve tüketicisi üzerinde bıraktığı duygusal izlenimlerle ölçülür. Yaşamsal mekânın semantik yönü öncelikle temel olarak algıyla alakalı bir durumdur. Bu algı ise mekânı hissediş biçimimizdir yani mekânsal algıdır. Mekânda kullanılan tüm bileşen ve uyaranlar mekânsal algıyı oluşturacağı için bu elemanlar bir uyum ve bütünlük içerisinde olmak zorundadır. Tipografi ise bu bütünü ve uyumu bazen temel görev olarak ele alırken, bazen yardımcı unsur olarak bütünlüğe katkı sağlamakta ve mimariden daha farklı ve çok daha çeşitli bir dille yaratıcı bir entegrasyon süreci ortaya koymaktadır. Yani tipografi, plastik etkiyle mekâna bir duygu ve ruh katar ve bu bileşenlerdeki uyum üzerinden mekânın toplam kalitesine ve imajına bir yön vererek estetik bir olgu yaratır.

Çalışmada değinildiği üzere, Kahvecioğlu'nun (1998) bahsettiği mekânın iki ayrı (fiziksel ve kavramsal) boyutu olduğu görülmektedir. Yine literatürde bu ayrım “geometrik mekân” ve “yaşamsal mekân” olarakta kullanılmaktadır. Mimari, fiziksel boyutta mekân bileşenleriyle var olurken, zihinsel boyutta bu bileşenlere ve genel strüktüre mekânsal uyaranlar üzerinden bir anlam yüklemeye çalışır. Tipografi ise işlevselliğiyle fiziksel boyutta gerçekleştirdiği inovatif biçim ve formlarla, mekânın varlığına yaratıcı ve olağanüstü katkılar sunmaktadır. Zihinsel yani kavramsal boyuta

katkısı ise hiç azımsanmayacak kadar önemli olduğu gibi bir mekânın algılanabilirliği açısından olmazsa olmazlardandır.

Yine Özer'in (2021) belirttiği ve mimari literatürde genel anlamda kabul görmüş olan ve mekânsal entegrasyonun çıktılarını bize somut olarak gösteren, kavramsal olarak çeşitli çalkantılar geçirmiş olsalar bile günümüz mimarisinde de hala geçerliliğini koruyan temelde üç mimari bileşen çatısı vardır. Bunlar “Comodita-Perpetuita ve Bellezza” yani “kullanışlılık, uygunluk-süreklilik, kalıcılık-güzelliktir”. Tipografinin bu bileşenlere etkisini ise şu şekilde açıklayabiliriz:

Öncelikle “Comodita” yani kullanışlılık diğer bir ifadeyle işlevsellik, mekânda tipografiyle tamamen bilinenin ötesinde bir form ve biçim anlayışıyla ele alınmıştır. Mekânsal organizasyonun niteliğine etki eden ve bir farkındalık oluşturan tipografi bilgilendirici yönüyle bu noktada işlevselliği taçlandırmıştır. Ayrıca birçok örnekte görüleceği üzere problem çözücü ve tamamlayıcı rolü sayesinde zamandan tasarruf edilerek fonksiyonel manevraların pratik çözümü olabilmektedir. Yine bilgilendirme işlevinin haricinde mekânsal uyaranların ve bileşenlerin formuna veya biçimine yaptığı katkıyla, bizzat bileşenlerin mekana göre farklı işlevselliklerini kimi zaman sınırlayıcı kimi zaman birleştirici ve ayırıcı roller üstlenerek gerçekleştirdiğini görmekteyiz.

“Perpetuita” ise strüktür artı konstrüksiyona vurgu yaparken uygunluk ve sürekliliği temele alır. Bu noktada ise tipografi araştırmadaki birçok örnekte görüldüğü üzere, bazen üç boyutlu formun yani yapının bizzat kendisi olmakta veya tipografik form inşa edilen yapıda bir taşıyıcı sütun görevi yapmakta ve var olan mimariye fevkalade bir ayrıcalık katmaktadır.

Son olarak “Bellezza” yani kalıcılığın ve güzelliğin baz alındığı ve herhangi bir yapıyla mimari bir eseri ayırabilmemizi sağlayan sanatsal değer özelliğidir ki, tipografinin mekanda en dominant olduğu alan bu özellikle alakalıdır. Çünkü tipografi görsel bir dille hitabetini gerçekleştirdiği için özünde estetik bir değer yargısıyla hareket etmektedir. Çalışmanın temelini oluşturan ikinci bölümde özellikle tipografinin algısal uyarıcılar üzerinden bellezza yani sanatsal değere ulaşmak istediğini görürüz ancak tabiki sanatsal değerinin ifade edilmiş şekli yine tipografinin

mekan bileşenlerinde yaptığı işlevsellik ve uygunluklarda gösterilmiştir. Yani sanatsal değer, önceki iki mimari bileşenide içine katarak bir bütün olarak estetik bir temelle *bellezza* ilkesinide içine alarak ortaya çıkmaktadır. Tipografi ise bu noktada mekândaki sanatsal değerın ifade ediliş biçimi, dili veya sesi olmakta, izleyicisiyle bu estetik değer üzerinden iletişim kurmakta, mekânların atmosferini değiştirmekte ve farklı ambiyanslar ortaya çıkartarak izleyicileri ile mekân arasında bir duygusal bağ kurmalarına sebep olmaktadır. Oluşan bu iletişim dili ve duygusal bağ sayesinde, mekâna bir kimlik katan tipografi, mekânların zihinlerde kalıcı bir etki yaratmasında da fazlasıyla etkili olmaktadır. Bu nedenle çalışmadaki örneklerden de görüleceği üzere tipografi, özelde mekânlarda duygusal etkileşim ölçeğini üst düzeye çıkararak biçime ve forma verdiği anlamsallıklarla farkındalıklar oluşturmaya çalışır.

Bir mekândaki sanatsal değerın yani estetiğın aslında pozitif bilimlerdeki gibi analitik bir sonuç yöntemi yoktur. Çünkü estetik haz öznel bir olguyla duygulara yön verir ve konuyu doğal olarak sosyal bilimlerle de ilişkilendireceği için, bu doğru ya da yanlış olmuş, iyi veya kötü olmuş diye kesin bir yargı belirtemeyiz. Ancak bu duygusal etkileşimin temelde estetik bir hoşnutluk yaratacak şekilde ortaya konulması için mekânda kullanılan tüm uyarıcı unsurları ve bileşenleri, temel tasarım ilkeleri kapsamında bir bütünlük oluşturacak şekilde tasarlayarak gerçekleştirebiliriz. İşte tipografi ise bu bütünü oluştururken mekânda dokuyu, rengi, ışığı kullanarak forma veya biçime yepyeni anlamlar katmakta ve olağanüstü görsel tatminler oluşturmaktadır. Mekânsal entegrasyonu bir bütün olarak estetik kılacak tasarımlarda ve düzenlemelerde bu elemanlarla oluşturulan nitelikli tasarımlar, mekânı ziyaret eden bireyler üzerinde pozitif veya negatif yönde birçok his ve etki bırakacaktır. Öyle ki bu etkiler mekâna bir anlam yüklenmesine sebep olurken, mekân algısının da zihnimizde oluşmasını sağlayacaklardır. Özetle temelde doku bir malzeme, ışık bir aydınlatma, renk bir kimyasal iken tipografi bu unsurları bir forma veya biçime sokarak estetik hazı ortaya çıkaran bir uyaran hâline getirmektedir. Ayrıca tipografi, tasarım ve tasarımcı bağlamında mekânlarda bir sınırsızlığı ve sonsuz bir dinamizmi de ifade etmektedir. Bu durum tasarımcıların esasen uçsuz bucaksız hayal dünyasının uygulama sahalarını genişletmektedir. Yani tipografinin uygulanmadığı mimari veya çevresel mekânlar, bir süre sonra aynı tasarımların tekrarlandığı, tek düze, sıkıcı,

dinamik olmayan, alışlagelmiş bir görüntü verebilirken ve tasarımcıyı uygulama noktasında sınırlayabilirken, mekâna yeni dokunuşlar yapmayı da çoğu zaman zorlaştırır.

Bu çalışmada gördüğümüz diğer bir sonuçta tipografinin mimari mekânlardaki bileşenlerin statik ve dinamik yapısındaki değişimlere olan etkisidir. Duvar, merdiven, kiriş, kolon, döşeme gibi sınırlayıcı öğeler, belirli bir süre sonra durgunluk yaratacağı göz önüne alınarak tipografinin bu bileşenlerde yarattığı etkiyle var olan bu bileşenlerin statik yapısından dinamik bir yapıya bürünebildiği ve farkındalığıyla yaşamsal deneyimlerimizi şekillendirebildiği görülmektedir. Bu durumu tam olarak özetlersek, hali hazırdaki mimari bileşenlerin bilinen düz kullanımı statik bir yapı oluşturmakta (geometrik mekân), bu yapıya mekânsal uyarılar girdiği an yapı dinamik mimari bir forma (yaşamsal veya zihinsel mekân) kavuşmaktadır. İşte bu noktada geometrik mekan veya sonradan mekânsal uyanaranlarla dinamik mimari bir forma dönüşen yaşamsal mekan, tipografiyle biçimsellendirildiği an mekânın toplam kapasitesine ve niteliğine artı bir değer katmakta ve tam bir estetik dinamik form elde edilmektedir (bkz.:yuk. Şekil 2.2, 2.3, 2.4).

İşte tipografi sayesinde mekândaki formların veya biçimlerin tasarımcılara sonsuz bir alan açtığı gerçeği kaçınılmazdır. Çünkü biçimsel anlamda tipografik tasarımın bir sınırı yoktur ve tasarımcının öznel yetkinlikleri her seferinde farklı bir dokunuşla mekânlara yansıyabilir.

Bu bağlamda tipografi, günümüz dünyasında salt bir iletişim aracı olmanın yanında, mimariyle gerçekleştirdiği postmodern birliktelik sayesinde, görünürlüğüyle mekânlara bir aidiyet, hayat ve kimlik kazandırmakta yine duygusal bir fayda ile ziyaretçi-mekân arasında bir etkileşim gerçekleştirmektedir. Anlamsal yani yaşamsal değerler çerçevesinde mekânsal ifade için, dokuya, renge, ışığa ve forma çeşitli plastik değerler katmakta ve tüm mekân bileşenlerini ise bu kurgusal tasarımlarla daha anlamlı bir hale getirmektedir. Bunun haricinde tipografi sadece anlamsal değerler içinde mekâna bir çözüm getirmez. Bu daha çok tipografinin mekânsal entegrasyonda oluşturduğu yaşamsal mekâna sağladığı bir sonuçtur. O sonuca gelene kadar, araştırmada gördüğümüz üzere bazen işlevsel, bazen ekonomik, bazende teknolojik nitelikleriyle geometrik mekân entegrasyonuna olağanüstü yaratıcı çözümler

getirmektedir. Bu noktada tipografi mekânsal uyarılara plastik bir değer, yaratıcı biçimsellikler ve formlar katarak, estetik, görsel ve işlevsel düzenlemeler ile mekânın hem oluşturulma sürecinde geometrik mekâna bir pratiklik ve yaratıcılık sunar, hemde finalinde oluşturduğu duygusal etkileşimle mekânsal algının oluşumuyla yaşamsal mekâna ciddi katkılar sağlar.

Tüm bu bulgulara ek olarak, sosyolojik ve psikolojik boyutta belki daha derin bir çalışma alanına gerek duyulabileceği düşünülse, diyebilirizki tipografi, uygulandığı mekânlarda doğrudan olmasada dolaylı bir biçimde, çalışanlarda ya da mekânı ziyaret edenlerin zihin dünyasında, onlara ilham vermekte, heyecan katmakta, motive etmekte ve hatta onları eğitebilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Aaker, David A.** (1996), "Building Strong Brands," New York: The Free Press.
- Alnasser, Hayder Mohammed Fieq Abdul Ameer.** (2013). *Importance of color in interior architectural space on the creation of brand identity*, Thesis (M.S.), Eastern Mediterranean University, Institute of Graduate Studies and Research, Dept. of Interior Architecture, Famagusta: North Cyprus.
- Altan, İ.** (2012). "Mimarlıkta Mekân Kavramı", *Psikoloji Çalışmaları*, 19 (0), 75-88.
- Ambrose, G. & Harris P.** (2012). *Görsel Tipografi Sözlüğü*, İstanbul: Literatür Yayınları.
- Ambrose, G. Harris, P.,** (2018). *Tipografinin Temelleri*, 2. Basım, İstanbul, Literatür Yayınları.
- Amir, H., Aleksander, I.; Smith, L.; Barros, A.; Chrisley, R.; Cutsuridis, V.** (2009). *Brain Inspired Cognitive Systems 2008*. New York: Springer Science+Business Media.
- Antmen, A.** (2009). *Sanatçılardan Yazılar ve Açıklamalarla 20. Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar*, İstanbul: Sel Yayıncılık, 2. Baskı
- Archer-Parré, Caroline & Malcom DICK (Editors),** (2017). JOHN BASKERVILLE: Art and industry of the enlightenment, Liverpool: Liverpool University Press, (240x160mm), pp. xiii – xiv.
- Aydınlı, S.** (1986). *Mekânsal Değerlendirmede Algısal Değerlere Dayalı Bir Model*, Doktora Tezi, İ.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Aytuğ, A.** (2012). "Mimaride Doku Kullanımının Psikolojik Etkileri Üzerine Bir Araştırma", *Psikoloji Çalışmaları*, 17(0), 37-46.
- Becer, E.** (2007). *Modern Sanat ve Yeni Tipografi*, Ankara: Dost Kitabevi.
- Bektaş D.** (1992). *Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi*, Yapı Kredi Yayınları, Baskı Promat A.Ş., İstanbul
- Bigelow, C; Duensing P.H.;** (1989). "Gentry L. Fine Prim Magazine on Type and Typography", *Bedford Arts*, San Francisco.
- Blockmans, Wim, & Hoppenbrouwers, Peter** (2014). *Introduction to Medieval Europe, 300-1500*. New York: Routledge. 2nd ed.
- Bringhurst, R.** (2004). *The Elements Of Typographic Style: Version 2*, Hartley & Marks, Publishers
- Bumin T.** (2003). *Tartışılan Modernlik: Descartes ve Spinoza*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Carter R. & Maxa S. & Sanders M. & Meggs B. P. & Day B.** (2018). *Typographic*

- Design: Form and Communication. John Wiley & Sons, United States of Amerika, 6 Th Edition
- Castell, C. Hecht, H. ve Oberfeld, D.** (2019). “Wall patterns influence the perception of interior space”, *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, DOI: 10.1177/1747021819876637.
- Cevizci, A.** (2000). *Felesefi Terimler Sözlüğü*, İstanbul, Paradigma Yayınları.
- Chandler, Daniel ve Rod Munday** (2018). *Medya ve İletişim Sözlüğü*. (Çev. B. Taşdemir), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Clive B.** (2003). “The Aesthetic Hypothesis”, (Eds.) C. Harrison P. Wood, *Art in Theory 1900-2000*, USA: Blackwell Publishing, (s. 107-110).
- Craig J.** (2006). *Designing with type: essential duide to typography*, fifth edition, New york, Watson Guptill Publications.
- Cullen K.** (2012). *Design Elements, Typography Fundamentals: A Graphic Style Manual for Understanding How Typography Affects Design*, Rockport Puplichers, Beverly.
- Cunliffe B.** (2011). *Europe Between the Oceans: 9000 BC-AD 1000* Paperback – Illustrated
- Demand Metric** (2016). *Brand Consistency: Insight on the Impact and Value of Brand Consistency, Benchmark Report*.
- Demirağ, B. & Durmaz Y.** (2020). *Marka Yönetimi (Uygulamalı)*, Hiper Yayın, İstanbul.
- Denli, S.** (1997). *Göstergebilim Açısından Grafik Gösterge Anlamlarının İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Dinçer Ö.,** (2004). *Mimari Mekan Organizasyon Sürecinde Hem yüzey Birleşim ve Entegrasyon Kavramlarının Analizi*, Dokuz Eylül Üni, Doktora Tezi.
- Drucker, Margaret Re ; essays by Johanna; Mosley, James** (2003). *Typographically speaking : the art of Matthew Carter*, New York: Princeton Architectural. p. 36.
- Felici, James W.** (2012). *The Complete Manual of Typography: A Guide to Setting Perfect Type*, Second Edition. Adobe Press. p. 315.
- Galbraith Steven K., Smith Geoffrey D., Silver Joel B.** (2012). *Rare Book Librarianship: An Introduction and Guide*, Libraries Unlimited; Illustrated edition.
- Ganiz S.** (2004). *Yazı ve Tasarımcıları*, İstanbul, Kastaş Yayınevi.
- Garfield, S.** (2012). *Tam Benim Tipim*, 2. Baskı, Domingo Yayıncılık, İstanbul.
- Goleman, D.** (1996). *Duyusal Zekâ; Neden IQ'dan daha önemlidir*, çev: Banu Seçkin Yüksel, Varlık Yayınları.
- Gunaratne, Shelton.** (2001). *Paper, Printing and the Printing Press*. Gazette. 63. 459-

479. 10.1177/0016549201063006001.

- Gutwin, Carl; Greenberg, Saul** (September 2002). "A Descriptive Framework of Workspace Awareness for Real-Time Groupware". *Computer Supported Cooperative Work (CSCW)*, 411–446.
- Gültekin E.** (2015). *İletişim ve Tipografi*, Hayalperest Yayınları, İstanbul.
- Hasol, D.** (1998) *Ansiklopedik Mimarlık Sözlüğü*, Yem Yayın.
- Heller, Agnes-Ference Feher** (1993). *Postmodern Politik Durum*, (Türkçesi: Şükrü Argın, Osman Akınhay), Öteki Yayınevi, Ankara.
- Hicks J.** (Five Simple Steps, 2011). *The Icon Handbook (Graphic Design)*, BBS.
- İmamoğlu, V.** (2003). "Mekân ve insan psikolojisi", *Mimarlık Dergisi*, 2. Sayı, İstanbul: Küre Yayıncılık.
- Jeavons T ve Beaumont M.** (1990). "An Introduction to Typography" The Apple Press
- Joedicke, J.** (1968). "Worbemerkungen zu einer Theorie des Architektonischen, Zugleich Versucheiner standen bestimmung der Architectur", *Btwhonen*, sayı: 9.
- Kahvecioğlu, H.** (1998). *Mimarlıkta İmaj: Mekansal İmajın Oluşumu ve Yapısı Üzerine Bir Model*, Doktora Tezi, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Kotler P.** (1997). *Marketing management : analysis, planning, implementation, and control*, 9th ed., Prentice Hall, New Jersey, USA.
- Kuban, D.** (1992). *Mimarlık Kavramları*, İstanbul: YEM Yayınları.
- Küçük, M.,** (1993). *Modernite Versus Postmodernite*, Ankara: Vadi Yayınları.
- Lupton E.** (2010). *Thinking with Type, Second Revised and Expanded Edition: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, and Students*, Princeton Architectural Press, Newyork.
- Norberg-Schulz, C.** (1968). *Intentions in Architecture*, USA: MIT Press.
- Özdemir İ.E., Ural S.E., Gür Ş. Ö.,** (1991). "Yapı Bileşen ve Ögelerinin Mekan Örgütlenmesine Etkileri", *Uluslararası II. Yapı ve Yaşam Kongresi*, Bursa, Bildiriler Kitabı, 158-174.
- Özer, B.** (2021). *Kültür Sanat Mimarlık*, Yem Yayınevi, 7. Baskı, İstanbul.
- Poulin R.** (2012). *Graphic design and architecture: a 20th-century history*, Rockport Publishers.
- Ruder E.** (2001). *Typographie: A Manual of Design*, Niggli Verlag; 7th Revised Edition.

- Samara T.** (2006). *Typography Workbook A Real-World Guide To Using Type In Graphic Design*, Rockport Puplichers, Printed in China.
- Sarıkavak, N. K.**, (2006). “Tipografi Yazıları 3”, *Photoshop Magazin Dergisi*, Eylül, No 14.
- Sarıkavak, N. K.** (2014). *Çağdaş Tipografinin Temelleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Sarıkavak, N. K.** (2017). *Kaligrafik ve Tipografik Deneysel Tasarımlar*. İstanbul: Hayalperest Yayınevi.
- Steven Best, Douglas Kellner** (1991). *Postmodern Theory Critical Interrogations*, Macmillan Publishers Limited.
- Şahin, A. , Kılıç, E. & Denli, S.** (2021). Tipografi ve mekânsal algı. *Art-e Sanat Dergisi*, 14 (27) , 104-123.
- Tarde, G.**, (2012). *Monadology and Sociology*, trans. Theo Lorenc. Mel.
- Taşcıoğlu, M.** (2020). *Bir Görsel İletişim Platformu Olarak Mekân*, Ankara: Dost Kitapevi Yayıncılık.
- Williams, D.R., AND S.I. Stewart.** (1998). Sense of place: An elusive concept that is finding a home in ecosystem management. *J. For.* 96(5):18–23.
- Yılmaz, M.**, (2005). *Modernizmden Postmodernizme Sanat*, Ankara: Ütopya Yayınları.
- Ziauddin, S.** (1998) *Postmodernism and the Other the New Imperialism of Western Culture*, Pluto Press.
- Url-1** <<http://graficnotes.blogspot.com/2019/03/woodcut-oldest-form-of-printmaking.html> >, erişim tarihi 29.10.2021.
- Url-2** < *Cass J. (2020), justcreativedesign.com* >, erişim tarihi 01.11.2021.
- Url-3** < *Dair, C. - http://risdweb16.github.io/* >, erişim tarihi 08.11.2021.
- Url-4** < *Decker, A. (2019). The Ultimate Guide to Emotional Marketing. Accessed 4 December 2019 https://blog.hubspot.com/marketing/emotional-marketing.* >, erişim tarihi 27.11.2021.
- Url-5** < *Rafael Moneo, artsandculture.google.com* >, erişim tarihi 15.11.2021.
- Url-6** < *Mimarlık ofisi Abin Design Studio, https://www.contemporist.com/15-buildings-that-have-unique-and-creative-facades/* >, erişim tarihi 29.11.2021.
- Url-7** < *Kadawittfeldarchitektur, https://www.kadawittfeldarchitektur.de* >, erişim tarihi 29.11.2021.

- Url-8** < *Trademark*, <https://www.trademarkvisual.com/>>, erişim tarihi 30.11.2021.
- Url-9** < <https://www.pentagram.com/>>, erişim tarihi 02.12.2021.
- Url-10** < <https://avys.omu.edu.tr/>>, erişim tarihi 02.12.2021.
- Url-11** < *StitchFix*, <https://www.whatisblik.com/blogs/projects/stitch-fix-antler>>, erişim tarihi 03.12.2021.
- Url-12** < <https://www.behance.net/gallery/7837563/Bloomberg-LP>>, erişim tarihi 03.12.2021.
- Url-13** < <https://www.dwell.com/collection/austins-new-arthouse-71045de1>>, erişim tarihi 04.12.2021.
- Url-14** < <https://tumblr.weandthecolor.com/post/30795928271/bike-like-a-new-yorker-a-clever-image-campaign-by>>, erişim tarihi 05.12.2021.
- Url-15** < <https://amritpaldesign.com/blog/awesome-signage-design>>, erişim tarihi 05.12.2021.
- Url-16** < <http://moscowwalks.ru/2016/12/21/new-year-moscow/>>, erişim tarihi 06.12.2021.
- Url-17** < <http://www.vlanpaysages.ca/projets/rue-chabanel/>>, erişim tarihi 06.12.2021.
- Url-18** < <https://www.designboom.com/art/time-changes-everything-daku-start-india-graffiti-06-23-2016/>>, erişim tarihi 06.12.2021.
- Url-19** < <https://miriambarrio.com/project/caixabank-oficinas-dau/>>, erişim tarihi 07.12.2021.
- Url-20** < <https://www.cgpartnersllc.com/fresh/post/fresh-project-rfe-rl-in-prague/>>, erişim tarihi 07.12.2021.
- Url-21** < <https://landezine.com/roemer-plaza-by-klopper-martin-design-group/>>, erişim tarihi 08.12.2021.
- Url-22** < <https://www.ndc.co.jp/hara/en/works/2014/08/umedahospital.html>>, erişim tarihi 11.12.2021.
- Url-23** < <https://briansf.com/still-life-comes-alive>>, erişim tarihi 11.12.2021.
- Url-24** < <https://www.gizmodo.com.au/2011/04/garden-filled-with-typography-not-flowers/>>, erişim tarihi 12.12.2021.

- Url-25** < [http://architypereview.com/project/skin-pavilion-of-knowledge/?issue\\_id=1314](http://architypereview.com/project/skin-pavilion-of-knowledge/?issue_id=1314)>, erişim tarihi 13.12.2021.
- Url-26** < <http://www.designindaba.com/articles/creative-work/writing-trees>>, erişim tarihi 14.12.2021.
- Url-27** < <https://www.jenesaispaschoisir.com/2015/04/30/felice-varini-la-villette/>>, erişim tarihi 15.12.2021.
- Url-28** < <https://www.moma.org/calendar/exhibitions/1090?>>, erişim tarihi 15.12.2021.
- Url-29** < <https://retaildesignblog.net/2016/09/02/stafford-house-offices-by-nicholsbooth-architects-san-francisco-california/>>, erişim tarihi 16.12.2021.
- Url-30** < <https://www.officelovin.com/2019/01/a-tour-of-doordashs-new-san-francisco-hq/>>, erişim tarihi 16.12.2021.
- Url-31** < <https://dribbble.com/shots/7142370-Better-Together-Mural-w-Trevor-Wheatley/attachments/146400?mode=media>>, erişim tarihi 16.12.2021.
- Url-32** < <https://i.pining.com> >, erişim tarihi 17.12.2021.
- Url-33** < <https://worldlandscapearchitect.com/reinventing-the-university-campus-green/#.YcmXymhBxPa>>, erişim tarihi 18.12.2021.
- Url-34** < <http://luzboterofineart.com/artistas-2/mistura-boa/>>, erişim tarihi 03.12.2021.
- Url-35** < <https://64.media.tumblr.com/>>, erişim tarihi 18.12.2021.
- Url-36** < <https://i.pining.com/736x/0b/69/52/0b69526305295b7d823852b9e4f91bd5-hot-dog-stand-hot-dogs.jpg>>, erişim tarihi 19.12.2021.
- Url-37** < <https://www.visitcalifornia.com/in/attraction/hollywood-walk-fame>>, erişim tarihi 21.12.2021.
- Url-38** < <http://mullerbrockmann.blogspot.com/2011/10/10.html>>, erişim tarihi 23.12.2021.
- Url-39** < <https://alchetron.com/Jock-Kinneir>>, erişim tarihi 24.12.2021.
- Url-40** < <https://www.midcenturymodernfinds.com>>, erişim tarihi 27.12.2021.

- Url-41** < <https://alchetron.com/Gastrotypographicalassemblage>>, erişim tarihi 29.12.2021.
- Url-42** < <https://www.minniemuse.com/articles/musings/grand%27s-restaurant>>, erişim tarihi 1.1.2022.
- Url-43** < <https://www.mascontext.com/tag/sea-ranch/>>, erişim tarihi 3.1.2022.
- Url-44** < <https://www.moma.org/collection/works/89620>>, erişim tarihi 4.1.2022.
- Url-45** < <https://pbs.twimg.com/media/DpP2ywZUUAAE9y-.jpg>>, erişim tarihi 5.1.2022.
- Url-46** < <http://www.mountainsoftravelphotos.com/>>, erişim tarihi 8.1.2022.
- Url-47** < <https://wearethemutants.com/2019/04/04/the-big-kitchen-at-the-world-trade-center-1981/>>, erişim tarihi 3.2.2022.
- Url-48** < <http://bpala.com/project/los-angeles-department-of-water-and-powernorth-hollywood-pump-station>>, erişim tarihi 4.2.2022.
- Url-49** < <https://www.ontfin.com/Word/wp-content/uploads/2015/01/LA6.jpg>>, erişim tarihi 7.2.2022.
- Url-50** < [https://selbertperkins.com/wp-content/uploads/spd\\_sm-04842-web.jpg](https://selbertperkins.com/wp-content/uploads/spd_sm-04842-web.jpg)>, erişim tarihi 10.2.2022.
- Url-51** < <https://www.njpac.org/wp-content/uploads/2019/06/arts-ed-exterior-460x358.jpg>>, erişim tarihi 11.2.2022.
- Url-52** < <https://cdn.archilovers.com/>>, erişim tarihi 12.2.2022.
- Url-53** < <http://www.denardis.com/institutional-educational/moma-museum-of-modern-art-queens-ny.html>>, erişim tarihi 12.2.2022.
- Url-54** < <http://www.twotwelve.com/sports-arts-entertainment/moma-qns.html>>, erişim tarihi 13.2.2022.
- Url-55** < <https://www.pentagram.com/work/bloomberg-lp/story>>, erişim tarihi 15.2.2022.
- Url-56** < <https://segd.org/new-york-times-building-facade>>, erişim tarihi 17.2.2022.
- Url-57** < <https://www.e-architect.com/america/newseum-washington-dc>>, erişim tarihi 18.2.2022.
- Url-58** < <https://vollaerszwart.com/evergreen>>, erişim tarihi 21.2.2022.

**Url-59** < [www.thisiscolossal.com](http://www.thisiscolossal.com)>, erişim tarihi 21.2.2022.

**Url-60** < [www.commarts.com](http://www.commarts.com)>, erişim tarihi 24.2.2022.

**Url-61** < [sozluk.gov.tr](http://sozluk.gov.tr) >, erişim tarihi 25.2.2022.

**Url-62** < <http://www.mmmm.tv/>>, erişim tarihi 25.2.2022.

**Url-63** < <https://architectenweb.nl/nieuws/artikel.aspx?ID=23392>>,  
erişim tarihi 25.2.2022.

**Url-64** < <https://neutelings-riedijk.com/minnaert-building/>>, erişim tarihi 25.2.2022.

