

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
GÜZEL SANATLAR EĞİTİMİ ANABİLİM DALI
RESİM-İŞ ÖĞRETMENLİĞİ PROGRAMI
DOKTORA TEZİ

**GRAFİK TASARIMDA
GÖRSEL BÜTÜNLÜK OLUŞTURMADA
TİPOGRAFI İLE GÖRSELLER ARASINDAKİ İLİŞKİ
VE
SANAT EĞİTİMİNDEKİ YERİ**

Çınla YÜCEBAŞ

**Danışman:
Doç.Arif Ziya TUNÇ**

**İzmir
2006**

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa No</u>
YEMİN METNİ.....	i
DEĞERLENDİRME KURULU ÜYELERİ.....	ii
YÖK DÖKÜMANTASYON MERKEZİ TEZ VERİ FORMU.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
ÖNSÖZ.....	vi
ŞEKİL LİSTESİ.....	vii

BÖLÜM I

GİRİŞ.....	1
Problem Durumu.....	3
Amaç ve Önem.....	7
Problem Cümlesi.....	8
Alt Problemler.....	8
Grafik Tasarımda Görsel Bütünlük Kavramı.....	8

BÖLÜM II

İLGİLİ YAYIN VE KURAMSAL TEMELLER

Format.....	14
Tipografi.....	15
Yazı ve Tipografinin Tarihsel Gelişimi.....	17
Tipografinin Temelleri.....	49
Harfin Biçimsel Özellikleri ve Temel Ölçüleri.....	50
Yazı Karakterleri.....	54
Boşluk Düzenlemeleri.....	61
Görseller.....	67
Grafik Tasarımda Kullanılan Görsel Türleri.....	68
İllüstrasyon.....	68

Fotoğraf.....	70
---------------	----

BÖLÜM III

YÖNTEM / BULGU VE YORUMLAR

Araştırma Modeli.....	71
Evren ve Örneklem.....	71
Veri Toplama Araçları.....	73
Veri Çözümleme Teknikleri.....	73
Grafik Tasarımda Plastik Elemanlar.....	74
Grafik Tasarımda Görsel Bütünlük Oluşturmada Görseller ve Tipografi Arasında İlişki Kurma.....	81
Tipografi ve Görsellerin Ölçüleri ve Oransal İlişkileri.....	81
Tipografi ve Görseller Arasındaki Denge.....	92
Grafik Elemanlar Arasındaki Hiyerarşik Düzen.....	103
Görsel Bütünlük Oluşturmada Vurgulama.....	117
Ritmin Görsel Bütünlüğe Etkisi.....	126
Görsel Bütünlük Açısından Figür–Fon İlişkisi.....	137
Devamlılık ve Görsel Bütünlük.....	148
Grafik Tasarımda Görsel Bütünlük.....	159

BÖLÜM IV

SONUÇ VE ÖNERİLER

Eğitim.....	173
Sanat Eğitimi ve Grafik Tasarım.....	176
SONUÇ.....	179
ÖNERİLER.....	181
KAYNAKÇA.....	183
İNTERNAT KAYNAKÇASI.....	187

ÖZET

Günümüz bir iletişim ve enformasyon çağıdır. Kalabalık şehir merkezlerinde yoğun iş tempolarında çalışan bireylerin etrafı yüzlerce görsel mesaj ve grafik tasarım ürünü ile sarılmıştır: Amblem ve logolar, ilanlar, afişler, kitap, dergi ve albüm kapakları, gazeteler ve reklam panoları... Tüm bu grafik tasarım ürünleri birbiriyle büyük bir rekabet içindedir. Grafik tasarımın amacı okunan ve izlenen iki boyutlu görüntüleri tasarlayarak izleyiciye bir mesaj iletmek, bir ürün ya da hizmeti tanıtmaktır. Grafik tasarım ürününün başarısı, mesajını hedef kitesine iletebilmesine bağlıdır. Mesajın başarıyla iletilebilmesi için ise tasarımda görsel bütünlük oluşturmak gerekmektedir. Grafik tasarımda görsel bütünlük, tüm tasarım elemanlarının birbiriyle ilişki içinde düzenlenerek tamamlanmışlık hissi yaratılmasıyla sağlanır. İzleyici bir mesajda daima bütünlük arar; aksi halde tasarıma olan ilgisini kaybeder.

Sağlıklı bir iletişim için grafik tasarımcı birçok farklı alanda uzmanlaşmalıdır. Temel tasarım eleman ve ilkeleri; grafik tasarımın temel elemanları olan format, görsel ve tipografi; görsel algılama bu alanların başında gelmektedir. Tipografik elemanlar, sözel bilgileri içeren ve ileten harf, rakam ve noktalama işaretlerinden oluşan yazılarken; görsel elemanlar fotoğraf ve illüstrasyonlardır. Fotoğraf, ışığa duyarlı bir malzeme üzerine ışığın odaklanması ile oluşturulan görüntülerin genel adıyla; illüstrasyon çizim, boyama ya da bilgisayar ortamında alanında uzman programlarla resimleme gibi tekniklerle oluşturulan, biçimden çok konuyu vurgulayan görsellerdir. İnsan gözü etrafında gördüğü şeyleri bir bütün olarak algılamaktadır. Ve bu algılama modelinde parçaların tek başlarına sahip oldukları özelliklerin bütüne olan katkıları önem kazanmaktadır. Bu çalışma, grafik tasarımda görsel bütünlük oluşturmada görseller ve tipografi arasında kurulacak olan ilişkinin önemine dikkat çekmiş; bu ilişkinin kalitesinin nasıl yükseltileceği sorununa cevaplar bulmaya çalışmış ve sanat eğitimindeki önemini vurgulamıştır.

ABSTRACT

Our age is a communication and information age. In crowded city centers working people are surrounded with thousands of visual messages and graphic design products like emblems and logotypes, advertisements, posters, book, magazine and CD covers, newspapers and billboards... All these graphic design products compete each other very much. The aim of graphic design is to convey a message or present a product or a service by designing 2d readable and watchable visuals. The success of a graphic design product is related to its ability of conveying a message. Creating visual unity is necessary for a successful communication. Visual unity in graphic design can be provided with a feel of completeness which formed with a harmonic organization of elements. An audience always seeks wholeness in a message; otherwise he / she loses his / her interest in design.

For a healthy communication graphic designer should have expertise in different fields. Basic design elements and principles, the main elements of graphic design which are format, visuals and typography, and visual perception are major fields of expertise. Letters, numerals and punctuation marks are typographic elements which contain and convey verbal information. Visuals are photographs and illustrations. Photograph is the general name of a visual which created by a light focused on a light sensitive paper. Illustrations can be made by drawing, painting or with the help of a computer software. They emphasize theme, not form. Human eye perceives its surrounding as a whole. In this perception model the contributions of fragments to the whole is much more important than the characteristics of fragments themselves. This study put emphasis on the relation of typography and visuals in graphic design, try to find ways for making it high quality, and emphasize its place in art education.

ÖNSÖZ

Tipografi ve görseller grafik tasarımın vazgeçilmez elemanlarıdır. Grafik tasarımda kullanılan illüstrasyon ve fotoğraflar görseller olarak adlandırılırken; sözel bilgileri içeren ve ileten yazılar tipografik elemanlar olarak adlandırılmaktadır. Harf, rakam, noktalama işareti, sözcük ya da paragraflardan oluşan tipografik elemanlar hem sözel mesaj iletmekte hem de kendilerine özgü biçimleriyle tasarım yüzeyinde yer almaktadır.

Bir mesaj ileten ya da bir ürün veya hizmeti tanıtmakla yükümlü olan grafik tasarımın başarısı, izleyicisi ile kuracağı iletişimde yatmaktadır. İzleyenle başarılı bir iletişim kurabilmesi için grafik tasarımcısının birçok alanda uzman olması gerekmektedir. Bu alanların başında ise sözel bilgilerin farklı yazı karakterleri, büyüklük, satır uzunluğu ve boşluklama değerleri ile oluşturulması sanatı ve tekniği olan tipografi ile görseller arasında kurulacak olan ilişki gelmektedir.

Grafik tasarımcının mesajını izleyiciye ulaştırabilmesi için izleyici ile sağlıklı bir görsel ve sözel iletişim kurması gerekmektedir. İzleyici ile sağlıklı bir iletişim kurabilmek ve başarı ile mesaj iletilebilmek için tasarımda görsel bütünlük oluşturulması gerekmektedir. Çünkü izleyici bir mesajda daima bütünlük aramakta; aksi halde tasarıma olan ilgisini kaybetmektedir. Grafik tasarımda görsel bütünlük, tüm tasarım elemanlarının birbirleriyle benzer özelliklere sahip olması ile yaratılan tamamlanmışlık hissi sayesinde sağlanmaktadır.

Başarılı bir grafik tasarım ürünü ortaya koyabilmek için tasarımcı, görsel bütünlük kavramının ne olduğunu ve nasıl oluşturulacağını bilmelidir. Bu yüzden grafik tasarım eğitimi öğrencinin dikkatini görseller ve tipografi arasındaki ilişkinin kalitesine çekmelidir. Tipografik elemanların sadece sözel mesajlar ileten yazılar olmadığı, tıpkı görseller gibi aynı zamanda kendilerine özgü biçimlere, renklere, büyüklük ve konumlara sahip olan görsel elemanlar oldukları vurgulanmalıdır.

ŞEKİL LİSTESİ

1. Çivi Yazısı, M.Ö.2500 (http://web.mit.edu/~jsylee/www/photo/inscriptions/britishmuseum_cuneiform.jpg).....	19
2. Miken Yazısı, M.Ö.1850-1600 (http://en.wikipedia.org/wiki/Image:PhaistosDiskLarge.jpg).....	20
3. Mısır Hiyeroglifleri, M.Ö.2800 (http://www.humbert-online.de/pic/egy015.jpg).....	21
4. Fenike Alfabeti, M.Ö.1500 (http://maryourmother.net/Alphabet.jpeg).....	23
5. Çin'de Kağıt Yapımı, 105 (http://content.answers.com/main/content/wp/en-commons/thumb/b/bf/250px - Making_Paper.gif).....	24
6. Dürer'in Alfabeti, 1525 (http://www.fonty.pl/img/alphabet.jpg).....	30
7. Garamond Yazı Karakteri, 1530 (http://www.woodnshop.com/craft_images/Garamond%20UC.jpg).....	30
8. Caslon Old Style, 1730 (http://www.daleguild.com/Caslon471.jpg).....	32
9. Victoryen Tarzda İnsiyaller, 19.yy (http://www.abc-embroidery-designs.com/images/Alphabets_Designs/VictorianGlamour_index.gif).....	35
10. Eski Stil Yazı Karakteri.....	55
11. Geçiş Dönemi Yazı Karakteri.....	56
12. Modern Yazı Karakteri.....	57
13. Mısır Stili Yazı Karakteri.....	58
14. Serifsiz Yazı Karakteri.....	59
15. Dekoratif Amaçlı Yazı Karakteri.....	60
16. Koleksiyon Fotoğraf Sergisi Afişi, Werner JEKER, 1994 (Karol, 2001; 112).....	83
17. Skala 1:1 El İlanı, Sweden Grapics, 2000 (Fiell,2005;301).....	85
18. Fassbinder Film Gösterimi için Afiş, Yurdaer ALTINTAŞ, 1993 (Karol, 2001; 26).....	86
19. Keith Jarrett Konser Afişi, Dimitris AVRANİTİS, 1983 (Karol, 2001; 59).....	88
20. Lauender Champagne Vinegar için Etiket, Graphic Marketing Communications, 2006 (Eldridge,2006;98).....	90
21. Kamasutra için Ambalaj, Chase Design Group, 1980'ler (Fishel, 2005; 10).....	91
22. Le Corbusier'nin Doğumunun 100.Yılı Etkinlikleri Afişi, Werner JEKER, 1987 (Karol, 2001; 119).....	94
23. Lift 01 Afişi, Vince FROST, 2000 (Fiell,2005;132).....	95

24. Lois Greenfield Fotoğraf Sergisi Afişi, Werner JEKER, 1998 (Karol, 2001; 118).....	97
25. Shiseido için Parfüm Şişe ve Etiketleri, Shiseido, 2006 (Eldridge, 2006; 286).....	99
26. Fanta için Ambalaj, Z+Co., 2006 (Fishel, 2005; 144).....	100
27. Le Bon Marché Ambalaj Tasarımı, Carré Noir, 2006 (Eldridge,2006;21).....	101
28. Kovboy Hikayesi Kukla Tiyatrosu için Afiş, Andrey LOGVIN, 1991 (Karol, 2001; 167).....	104
29. Sasha – Bir Grafik Sanatçısı için Sergi Afişi, Andrey LOGVIN, 1992 (Karol, 2001; 145).....	105
30. The Animal in Photography Sergisi için Afiş, Neville BRODY, 1986 (Wozencroft, 2001; 153).....	107
31. Loud Mouth için Ambalaj, Vito COSTARELLA, 2006 (Fishel, 2005; 130).....	110
32. Zingerman’s Coffee Company Kese Kağıdı Tasarımı, Zingerman’s Graphics and Marketing Department, 2006 (Eldridge, 2006; 70).....	113
33. Gabriel Orozco: From Green Grass to Airplane Kitap Kapağı, MEVIS ve van DEURSEN, 2001 (Fiell,2005;213).....	115
34. Scar Culture Kitap Kapağı, Angus HYLAND, 1999 (Fiell,2005;163).....	118
35. Noir, Black, Schwarz, Nero Sergi Afişi, Werner JECKER, 1999 (Karol, 2001; 126).....	119
36. Devrim Tehlikede Sergisi Afişi, Andrey LOGVIN, 1995 (Karol, 2001; 141).....	121
37. Frost Levture Tur Afişi, Vince FROST, 1999 (Fiell,2005;129).....	122
38. Sensa Strawberry için Ambalaj, Sablingrafik, 2006 (Eldridge, 2006; 250).....	124
39. Sony Style Ambalaj Tasarımı, Frankfurt BALKIND, 2006 (Eldridge, 2006; 15).....	125
40. Teatro Amazonas Afişi, Worthington Design, 2001 (Fiell,2005;333).....	127
41. Celebrating the Poster Afişi, Philippe APELOIG, 2000 (Fiell,2005;63).....	128
42. Yeniden Canlandırma Oyun Afişi, Werner JEKER, 1999 (Karol, 2001; 123).....	130
43. In and Out of Architecture Sergi Afişi, The Designers Republic, 2001 (Fiell,2005;309).....	132
44. Disco Mania Albüm Kapağı, Neville BRODY, 1978 – 79 (Wozencroft, 2001; 6).....	134
45. Alphabet Soup için Ambalajlar, Sayles Graphic Design, 2000 (Eldridge,2006;28).....	135
46. Bob Geldof Konser Afişi, Dimitris AVRANITIS, 1991	

(Karol, 2001; 66).....	138
47. Etiket '95 Sergisi için Afiş, Andrey LOGVIN, 1995 (Karol, 2001; 160)	140
48. Irkçılığa Karşı Politik Bir Buluşma için Afiş, Nous Travaillons Ensemble, 1997 (Karol, 2001; 185)	142
49. Zingerman'ın Karamelleri, Zingerman's Graphics and Marketing Department, 2006 (Eldridge, 2006; 255)	143
50. Radio Smithsonian Kurumsal Kimlik Çalışması, Kinetik Communication Graphics, 2006 (Eldridge, 2006; 68)	145
51. Yacht Adlı Kitap için Kapak Tasarımı, Yatch, 2000 (Fiell,2005;342)	146
52. Digibird Ambalajları, Acne, 2001 (Fiell, 2005;49)	149
53. Depeche Mode CD Kartonnetleri, Intro, 1998 (Fiell,2005;174)	150
54. Bülten, UNA Designers, 2000 (Fiell,2005;317)	152
55. Fossil Brand Jeans için Etiketler, Fossil INC., 2006 (Eldridge, 2006; 125)	153
56. Lisa W için Ambalajlar, Erbe Design, 2006 (Eldridge, 2006; 216)	155
57. Twist için Etiket ve Ambalajlar, Hornall Anderson Design Works LLC, 2006 (Eldridge, 2006; 200)	157
58. Tasarımcıların Cumartesi Yıllık Etkinlik Tanıtım Afişi, Alan FLETCHER, 1982 (Karol, 2001; 78)	160
59. Dr.Faustus Oyun Afişi, Ames Design, 2002 (Fiell,2005;58)	162
60. What a Carve up! Kitap Kapağı, David FLODVARI, 2001 (Fiell,2005;120)	164
61. Bush Tetras Albüm Kapağı, Neville BRODY, 1981 (Wozencroft, 2001; 56)	167
62. Dirty Girl için Etiket, Haley Johnson Design, 2006 (Eldridge, 2006; 284)	168
63. Pol Roger için Ambalaj, Lewis Moberly, 2000 (Fishel, 2005; 194)	173

BÖLÜM I

GİRİŞ

İlk insan bundan otuz bin yıl önce yırtıcı hayvanlar ve tehlikelerle dolu vahşi dünyada tek başına hayatta kalma savaşı vermiştir. Birçok fiziksel donanıma sahip diğer canlıların tersine onun zeka kapasitesi dışında hiçbir şeyi bulunmamaktadır. Ne ısınmak için postu ne yırtıcılardan kaçabilecek kadar hızlı koşabilme yeteneği ne de onlardan korunmada kullanabileceği pençeleri vardır. Hayatta kalabilmek ve türünü devam ettirebilmek için zekasını ve yaratıcılığını kullanarak ilk aletleri yapmış, bu aletler sayesinde avcılık yapmış, korunmuş; yakaladığı hayvanlarla beslenmiş ve postlarıyla giyinmiştir. Binlerce yıl süren bu dönemde insanoğlu yaşadığı mağaraların duvarlarına bir takım hayvan ve avlanma resimleri yapmıştır. İster büyü ister başka amaçlarla yapılmış olsun, bazen sembolik bazen gerçekçi üsluplara sahip bu resimler görsel iletişimin ve dilin ilk örnekleri olmuştur.

İnsanoğlu buluş ve keşiflerini arttırdıkça yaşam şeklini değiştirmiş, tarım yapmaya başlamış, hayvanları evcilleştirmiş, kendi hayvanlarını yetiştirmiş ve yerleşik düzene geçmiştir. Nüfusunu arttırmış, köyler, kasabalar, şehir ve devletler kurmuştur. Ticaret yapmak, büyük savaş ve hikayeleri kaydetmek için yazı dilini bulmuştur. Yazının yolculuğu resimsel imgelerle başlamış, bu imgeler zamanla soyutlanarak kelimeleri anlatan simgelere, daha sonra da sesleri ifade eden sembollere dönüşmesi ile sürmüştür. Alfabeler farklı kültürler tarafından kendilerine uygun şekle dönüştürülmüş ve son olarak bugün kullandığımız Latin alfabesi ortaya çıkmıştır. Sesleri ifade eden bu semboller aynı zamanda görsel birer biçimdir. Geçen yıllarla birlikte temel sembollere bağlı kalan yazıcılar bu biçimlerde ufak tefek değişiklikler yapmış, böylece bugün yazı karakteri olarak adlandırılan kavram ortaya çıkmıştır.

Mısır'da yerel bir bitki olan papirüsten elde edilen yazı yüzeyleri, Romalılarda yerini arkalı önlü kullanılabilen ve kırılmadan katlanabilen, hayvan derisinden yapılmış parşömene bırakmıştır. Hemen hemen aynı dönemlerde Çin'de bitki ve paçavralardan ilk ilkel kağıt üretilmiş, daha sonra ise ağaçtan kağıt yapılmaya başlanmıştır. Mürekkep de yine Çin'de çam ağacı isı, lamba yağı, hayvan yağı ve miskten elde edilen jelatinin karıştırılmasıyla oluşturulmuştur.

Böylece tipografi ve görseller aracılığıyla bir mesaj ileten, bir ürün ya da hizmeti tanıtan bir görsel iletişim biçimi olan grafik tasarım için gerekli temel elemanlar olan görsel, kağıt, mürekkep ve yazı bulunmuş olur. Ünlü ortaçağ ressamı Dürer'in tarih sahnesine çıkmasıyla grafik tasarım ürünlerinin kitlelere ulaşmasını sağlayan baskı tekniklerinin de temeli atılmış olur. Dürer çizimlerini çoğaltmak için baskıyı bulmuştur.

Günümüz bir iletişim ve bilgilenme çağıdır. Kalabalık şehir merkezlerinde yoğun iş tempolarında çalışan bireylerin etrafı yüzlerce görsel mesaj ve grafik tasarım ürünü ile sarılmıştır: Amblem ve logolar, ilanlar, afişler, kitap, dergi ve albüm kapakları, gazeteler ve reklam panoları... Tüm bu grafik tasarımın ürünleri birbiriyle büyük bir rekabet içindedir.

Bir grafik tasarım ürününün başarısı, mesajını hedef kitlesine iletebilmesine bağlıdır. Kötü tasarlanmış bir ürünün izleyenle sağlıklı bir iletişim kurması mümkün değildir. Sağlıklı bir iletişim için grafik tasarımcı birçok farklı alanda uzmanlaşmalıdır. Tasarımcı, temel tasarım eleman ve ilkelerini çok iyi bilmelidir. Bunlara grafik tasarım elemanları olan format, görsel ve tipografi de eşlik etmektedir. Grafik tasarımda iki görsel türü kullanılmaktadır. Bunlar fotoğraf ve illüstrasyondur. Tipografi ise yazılı bilgilerin yazı karakterlerinin, ölçü ve satır uzunluklarının, satır ve harf aralarının düzenlenmesi sanat ve tekniğidir.

İnsan gözü etrafında gördüğü şeyleri bir bütün olarak algılamaktadır. Ve bu algılama modelinde parçaların tek başlarına sahip oldukları özelliklerin bütüne olan katkıları önem kazanmaktadır. Bu çalışmanın amacı grafik tasarımda görsel bütünlük oluşturmada görseller ve tipografi arasında kurulacak olan ilişkinin önemine dikkat çekmek; bu ilişkinin kalitesinin nasıl yükseltileceği sorununa cevaplar bulmak ve sanat eğitimindeki önemini vurgulamaktır.

Problem Durumu

Tasarım, imal edilecek bir ürünün biçimsel ve fonksiyonel özelliklerinin üretim öncesinde bir amaca göre belirlenmesidir. Berryman, tasarımı bir organizasyon, ikna aracı olarak tanımlamaktadır (Berryman,1979:2). 21.yy başlarına kadar Holland'ın da değindiği gibi tasarımın genel olarak kabul gören üç ana dalı bulunmaktaydı: Bunlar endüstriyel tasarım, çevre tasarımı ve grafik tasarımdır (Holland,2001:VII). Endüstriyel tasarım, üç boyutlu fonksiyonel nesnelerin tasarlanmasıdır; endüstriyel tasarımcı, makineler, araç-gereç ve mutfak aletleri tasarlamaktadır. Çevre tasarımı, bina, peyzaj ve iç mekanların tasarlanması anlamına gelmektedir. Grafik tasarım ise okunan ve izlenen görüntülerin tasarlanması anlamına gelmektedir; grafik tasarımcı, afişler, kitaplar, reklam ve broşürler tasarlamaktadır.

Ancak 21.yy'a gelindiğinde tasarım dallarının sayısı giderek artmaya başlamıştır. Daha önceden var olan ancak tasarım adıyla anılmayan moda tasarımı, teknolojik gelişmelerin bir gereği olarak ortaya çıkan iletişim ve multimedya tasarımı gibi çalışma alanları farklı şekillerde kategorize olmaya ve tasarım adı altında toplanmaya başlamıştır. Web tasarımı, video ve film teknolojisi, 3 boyutlu görselleştirme ve animasyon, ses ve hareketli görüntü ile tasarım, interaktif enformasyon tasarımı alanlarında ürünler veren multimedya tasarımı ile okunan ve izlenen 2 boyutlu görüntülerin tasarımı anlamına gelen grafik tasarım izleyici ile görsel, sözel veya işitsel iletişim kurdukları, bir mesaj ilettikleri veya bir ürün ya da hizmeti tanıttıkları için iletişim çatısı altında birleşmişler ve iletişim tasarımı alanını oluşturmuşlardır. İletişim tasarımı, ortak noktası görsel, işitsel ve sözel iletişim olan

alanları kapsamaktadır. Grafik tasarım, okunan ve izlenen iki boyutlu görüntülerin tasarlanmasıdır ve izleyici ile görsel ve sözel bir iletişim kurarak bir mesaj iletmekte veya bir ürün ya da hizmeti tanıtmaktadır. Bu sebeple de iletişim tasarımının bir dalıdır.

Landa, “*Grafik Tasarım Çözümleri*” adlı çalışmasında grafik tasarımı sanat ve iletişim becerilerinin iş ve endüstrinin ihtiyaçlarına hizmet eden uygulamaları olarak tanımlamıştır.(Landa,1996:XIII)

Landa burada da sözü edilen grafik tasarım uygulamaları pazarlama ve satış ürün ve hizmetleri; enstitü, ürün ve şirketler için görsel kimlik oluşturma; çevresel işaretler ve yayıncılıkta yer alan logolar, semboller, piktogramlar, kurumsal kimlik için antetli kağıt, zarf, kartvizit ve dosyalar, afişler, kitap ve albüm kapakları, ambalajlar, poşetler ve reklamlardır. Günümüzde gelişen teknoloji ile birlikte basılı malzemelerin yanı sıra bilgisayar ortamında yaratılan perde ya da ekranda izlenen hareketli grafik ürünleri de grafik tasarım uygulamaları arasındaki yerini almıştır.

Koren ve Meckler’e göre ise grafik tasarım, çeşitli eleman, kavram ve semaların etkili bir şekilde bir araya getirilmesinden başka bir şey değildir (Koren ve Meckler,1989:6).

Grafik tasarımcı kelime ve görselleri bir araya getirerek izleyici ile iletişim kurar, bilgi iletir, ikna eder ya da satar. Başarılı grafik tasarım mesajının açık olarak iletebilmeli, hoş ve yüksek estetik kaliteye sahip olmalıdır. Becer “*İletişim ve Grafik Tasarım*” adlı çalışmasında, grafik tasarımın tanımını yapmakta ve grafik tasarımda iletişim ile ilgili fikirlerini şu şekilde ifade etmektedir:

Grafik tasarım, görsel bir iletişim sanatıdır. Birinci işlevi de, bir mesaj iletmek ya da bir ürün ya da hizmeti tanıtmaktır. Grafik tasarımın problemleri daima iletişim ile ilgilidir. Tasarımcı hedef kitleye ulaştırmak istediği mesajı doğru ve etkili bir biçimde aktarmak zorundadır...

.... Bir tasarım ne kadar güzel olursa olsun, verilmesi istenen mesajı iletemiyorsa hiçbir değer taşımaz. Grafik tasarımcı, sözcükleri ve görüntü unsurlarını görsel bir iletişim oluşturacak biçimde bir araya getiren kişidir. Bu unsurlar, izleyicinin çözebileceği sözel – görsel bir denklem içinde sunulur. Grafik tasarımcı hem bir

mesaj aktarıcı, hem de bir biçim düzenleyicisidir. Grafik tasarım, iletişim sağlayıcı mesajı doğru ve yalın bir biçimde yansıtırken ton dizileri, kontrastlar, kadrajlama teknikleri, renk ve tipografiyi başarıyla kullanmak zorundadır. (Becer,1997:33-35)

Aynı zamanda bir iletişimci de olan grafik tasarımcı, mesajın, göndermenin ve yorumlamanın inceliklerini bilmelidir. Bowers'a göre mesajlar sadece elemanlar, renkler, semboller, harfler ya da fotoğrafik imgelerle oluşturulabilir. Tek ya da kombine olarak bu elemanlar gönderici ve alıcı arasında iletişim kurar ve fikir, kavram ve bilgilerin aktarılmasını sağlar (Bowers,1999:89)

Yine Bowers'a göre, iletişim kurarken tasarımcının anlamlı olanla, anlamsız olanı ve işe yarayanla yaramayanı ayırt etmesini bilmesi gerekmektedir (Bowers,1999:89). Format, biçim, ölçü, oranlar, yazı tipi ve düzenlemesi, görseller ve materyaller gibi tüm değişkenler bir araya geliş biçimleriyle görsel olarak tasarımın konseptini ifade ederler. Elemanların bir araya getiriliş biçimi, tasarımı özellikli kılan stildir.

Uçar, uygulama alanı gelişen ve değişen tasarım dalları ve grafik tasarımın yeri ile ilgili şu saptamalarda bulunmaktadır;

Tüm dünyada grafik tasarımın ve tasarımcısının gelişiminin baskı ve çoğaltma teknikleriyle anılmasına karşın, artık günümüzde bu mesleğin temel probleminin görsel iletişim tasarımı olduğu gerçeği çağımızda yaygınlık kazanmıştır. Grafik tasarımcısının ister kağıt üzerinde, ister duvarda, ister ışıklı noktacıların meydana getirdiği bilgisayar ve televizyon ekranlarında olsun, temel sorunsalının görsel iletişim problemlerinin çözümünde görevli kişi olduğu kesindir. (Uçar,2004:93)

Noble ve Bestley'e göre ise uzun zamandır bir tanıtım uygulamaları alanı olan grafik tasarım, etkinliklerini yeniden tanımlamaya başlamıştır. Bu tartışmalarda tasarımın sadece bir ürün olmadığı görsel bir yorum ve dokümantasyon süreci olduğu kabul edilmektedir (Noble ve Bestley,2001:8).

Başlangıçta her tasarım ebatları önceden belirlenmiş boş bir alanla başlamakta ve sınırları belirli bu boş alan format olarak adlandırılmaktadır. Bir tasarıma başlarken yapılacak ilk iş formatın ebatları ve biçiminin belirlenmesidir. Formatların

izleyicide arzu edilen duyguların oluşmasındaki etkisi göz ardı edilmemelidir. Broşür, afiş, kartvizit, ambalaj gibi tüm grafik tasarım ürünleri farklı formatlara sahiptir. Her formatın kendine özgü problem ve sınırlamaları bulunmaktadır. Formatın biçim ve ölçüsü tasarımın gücünü artırırken aynı zamanda da tasarımın gerektirdiği şekil ve ölçülerdedir. Örneğin afişler uzaktan, kitaplar ise yakından izleneceklerdir. Ayrıca standart formatlar da vardır. CD kartonnetleri, kartvizit, zarf ve antetli kağıtlar gibi...

Grafik tasarımda iki temel eleman türü bulunmaktadır. Bunlardan ilki tipografik elemanlar; ikincisi ise görsel elemanlardır. Tipografik elemanlar, sözel bilgileri içeren ve ileten harf, rakam ve noktalama işaretlerinden oluşan yazılarken; görsel elemanlar fotoğraf ve illüstrasyonlardır. Grafik tasarım, görsel elemanlarla tipografik elemanları tasarım ilkelerine bağlı kalarak ve estetik kaygılarla, belirli sınırlamalar dahilinde birleştirmek suretiyle izleyicisine bir ürün ya da hizmeti tanıtan, basılarak çoğaltılan ve geniş kitlelere ulaşan bir tasarım ve uygulama alanıdır.

Grafik tasarımcı, görsel ve tipografik elemanları başarılı bir iletişim kuracak şekilde bir araya getiren kişidir. Arnston'ın "*Grafik Tasarımın Temelleri*" adlı çalışmasında grafik tasarımın problemlerinin hemen hemen hepsinin iletişimle ilgili olduğunu ve mesajın iletilebilmesi için tasarımda bütünlük oluşturmak, bunu yaparken de birtakım metotlardan yararlanmak gerektiğini ifade etmektedir. (Arnston,1988:02)

Başarılı bir grafik tasarım, izleyiciye mesajını iletilebilen grafik tasarımdır. Mesajın başarıyla iletilebilmesi için ise tasarımda görsel bütünlük oluşturmak gerekmektedir. Grafik tasarımda görsel bütünlük oluşturmak için ise tasarımcı, görsel bütünlük kavramının ne olduğunu, grafik tasarımda görsel bütünlüğün nasıl sağlanacağını bilmelidir. Bunun için de görsel algılamanın doğasını bilmeli, grafik tasarım eleman ve ilkelerini tanımalıdır.

Grafik tasarım eğitimi, sanat eğitiminin bir dalıdır. Bu eğitim, tipografi, görsel algılama, illüstrasyon, tasarım ilke ve elemanları gibi alanların yanısıra, baskı teknikleri ve grafik tasarım için özel olarak üretilmiş bilgisayar programlarını kullanma becerilerini de kapsamaktadır. Örgün eğitimde, güzel sanatlar ve meslek liseleri, meslek yüksekokulları ve üniversiteler tarafından gerçekleştirilmekte olan grafik tasarım eğitiminin amacı yayıncılık, baskı, tanıtım ve ambalaj sektörleri gibi alanlarda ürün verebilecek tasarımcılar yetiştirmektir. Bu araştırma ise, grafik tasarımda görsel bütünlük oluşturmada tipografi ile görseller arasındaki ilişki ve sanat eğitimindeki yeri ile ilgilidir.

Amaç ve Önem

Grafik tasarım ürünü mesajını iki eleman türü kullanılarak iletilmektedir: Bunlar tipografik ve görsel elemanlardır. Bir grafik tasarım ürününün başarılı olması, mesajını hedef kitesine iletebilmesine ve oluşturduğu özgün düzenlemelerle kitlelerin dikkatini çekebilmesine bağlıdır. Tipografik elemanlar, sözel bilgileri ileten harf, rakam ve noktalama işaretlerinden oluşmaktadır. Bu elemanlar aynı zamanda tasarım yüzeyinde yer alan birer biçimdir. Görsel bütünlüğe sahip bir grafik tasarım ürünü dikkat çekicidir, kolay algılanır ve mesajını başarıyla iletir. Grafik tasarımda görsel bütünlük ise tipografik ve görsel elemanları tasarım ve görsel algılama ilkelerine uygun bir şekilde bir araya getirilmesi ile sağlanmaktadır.

Bu araştırmanın amacı, tasarımcıların başarılı grafik tasarım ürünleri ortaya koyabilmeleri için bilmeleri gereken görsel bütünlük, tipografi ve görsel kavramlarına dikkat çekmek; görsel bütünlük oluşturmada tipografi ve görseller arasında sağlanması gereken koşulları belirlemek ve sanat eğitimindeki önemini vurgulamaktır.

Problem Cümlesi

Grafik tasarımda görsel bütünlük oluşturmada tipografi ile görseller arasında ilişki kurma ölçütleri ve bu ölçütlerin sanat eğitimindeki yeri nedir.

Alt Problemler

Grafik tasarım nedir.

Grafik tasarımda görsel bütünlük nasıl oluşturulur.

Tasarım eleman ve ilkeleri nelerdir.

Gestalt Psikolojisi nedir.

Görsel algılamamanın doğası nasıldır.

Tipografi ve görsel nedir.

Grafik tasarımda iletişim nasıl sağlanır.

Grafik Tasarım eğitimi veren yerli / yabancı kurumlarda grafik tasarımda bütünlük oluşturmada tipografi ile görseller arasındaki ilişkiye verilen önem.

Grafik Tasarımda Görsel Bütünlük Kavramı

Türk Dil Kurumu'nun internetteki sayfasında bulunan Güncel Türkçe Sözlükte bütün, birlik, tamlık ve parçalanmamışlık olarak tanımlanmaktadır. (<http://www.tdk.gov.tr/TR/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAF6AA849816B2EF05A79F75456518CA>)Yine bir internet sözlüğü olan Cambridge Dictionary'de bütün8, tamamlanmış bir şey, bir şeyin bütünü olarak tanımlanmaktadır. (<http://dictionary.cambridge.org/results.asp?searchword=whole>)

Bir internet ansiklopedisi olan Wikipedia'da ise, bütünün onu oluşturan parçaların toplamından daha farklı bir şey olduğunu ileri süren Aristoteles ve metafizikçilerin görüşleri yer almaktadır. (<http://en.wikipedia.org/wiki/Whole>)

Meggs'e göre tasarımcı kelime, resim ve diğer grafik elemanlardan oluşan grafik malzemeleri bir görsel iletişim *gestalt*'ı oluşturmak için bir araya getirmektedir. Bu da sadece parçaların bir araya toplanması ile oluşturulamayacak bir şeydir (Meggs,1992:1).

Gestalt terimi 1912'de Almanya'da kurulan Gestalt Psikoloji Okulu'nda doğar. Amacı gözün nasıl gördüğü ve görsel bilgileri nasıl organize bir bütün olarak algıladığı ile ilgili araştırmalar yapmak olmuştur (Arnston,1988:74, http://en.wikipedia.org/wiki/Gestalt_psychology). 1890'da Alman psikolog Christian von EHRENFELS(1859-1932) "*Gestalt'ın Özellikleri*" adlı bir makale yayımlamış ve bütünün yani 'gestalt'ın sadece parçaların bir araya gelmesi olmadığını iddia etmiştir. Ehrenfels'e göre parçalar, birbirleriyle karşılıklı bir etkileşime geçerek yeni bir bütün oluşturmaktadır. Yine Ehrenfels'e göre, göz ve beyin parçalardansa bütünü görmeye eğilimlidir ve bir objenin algılanması, o objenin etrafında yer alan diğer objelerden etkilenmektedir. 1910'da Ehrenfels'in bir hayranı olan Max WERTHEIMER(1880-1943), sinemanın temelindeki hareket kavramı üzerinde araştırmalar yapmıştır. İmge algılamaları üzerinde çalışmış ve benzer işaret ya da nesnelerin bir grup olarak algılanması temeline dayanan Gestalt ilkelerine ulaşmıştır. Wertheimer'in çalışmalarını, Wolfgang KÖHLER(1887-1967), Kurt KOFFKA(1886-1941) ve daha sonra da Rudolf ARNHEIM(1904-) sürdürmüştür. Arnheim bu ikeleri görsel sanatlar ve görsel algılama alanlarıyla ilişkilendirmiştir. (Arnston, 1988:20-21)

Ellis'in 1950 tarihli "*Gestalt Psikolojisi için Kaynak Kitap*" adlı çalışmasının özel problemler bölümünde, Max Wertheimer'in yazdığı "*Gestalt Teorisi*" başlıklı bir bölüm bulunmaktadır. Bu kısımda Wertheimer, Gestalt Teorisini şu şekilde formüle etmektedir:

Onları oluşturan parçalar tarafından tanımlanamayan bütünler vardır ve parçalı olma bütünün asıl özelliğidir. Gestalt teorisinin bu bütünleri açıklaması umulmaktadır. Gestalt Teorisi bunun gibi bir formülle tanımlanmış olur (Ellis,1950:2).

Yine Wertheimer'a göre nesnelerin bir bütün olarak görülmesini sağlayan Gestalt ilkelerinin ilki benzerliktir(Ellis,1950:75). Görülen benzer şekiller, büyüklük, renk, konum, açı ve tonlar bir grup olarak algılanmaktadır. İkinci gestalt ilkesi ise

yakınlıktır (Ellis,1950:74). Birbirine yakın olarak konumlandırılmış elemanlar bir grup olarak algılanmaktadır. Yakınlık gözün bir elemandan diğerine geçmesini kolaylaştırmaktadır. Üçüncü ilke ise yöndür (Ellis,1950:81). Göz bir çizgiyi ya da eğriyi takip etme eğilimindedir. Köhler'e göre göz kesintiye uğramayan ve hatta hoş bir şekilde bir araya gelen şekillerden hoşlanmaktadır (Köhler,1992:290. Arnheim'ın belirlediği dördüncü ilke tamamlamadır. Göz yarım kalmış şekilleri tamamlama eğilimindedir. Sonuncu ilke ise figür-fon ilişkisidir. Gözün iki boyutlu bir yüzeyde yer alan iki boyutlu bir nesneyi algılaması için onu fondan ayırması gerekmektedir (Arnheim,1974:42-95).

Gestalt Psikologlarının yaptığı görme ve görsel algılama ile ilgili çalışmalar da tasarım ilkelerinin belirlenmesine yardımcı olmuştur. Grafik tasarımda bütünlük, tüm tasarım elemanlarının birbiriyle ilişki içinde düzenlenerek tamamlanmışlık hissi yaratılmasıyla sağlanır. İzleyici bir mesajda daima bütünlük arar; aksi halde tasarıma olan ilgisini kaybeder. Gestalt teorisi izleyicinin tasarım elemanlarını parçalarının toplamından daha büyük bir şey olan bütüne ulaşmak için birleştirmeleri olarak tanımlanır ve fiziksel bir süreçtir. Bütün iki farklı şekilde algılanabilir: Bunlardan ilki gruplandırmadır. Birbirlerine yakın olarak düzenlenmiş elemanlar bir grubun parçaları olarak algılanırlar. İkincisi ise figür–fon ilişkisi kurmaktır. Kendisi ile fonu arasında ton farkı bulunan bir şekil fonundan ayrılır ve bir biçim olarak algılanır. Yazıları okurken göz ve beyin onları kağıttan ayırt ederek okur.

Algılama, Active Study İngilizce Sözlüğünde, nesnelere duyularla fark etme ve akılla anlama olarak tanımlanmıştır (Longman,1991:495).

Algı, Sözen ve Tanyeli tarafından her tür gerçekliğin duyu organları aracılığıyla alınıp zihinde bilgiye dönüştürülmesi işlemi; başka bir deyişle gerçekliklerin farkına varılıp tanımlanabilirliğe kavuşturulması süreci olarak tanımlanmaktadır (Sözen ve Tanyeli,1992:17). Genç ve Sipahioğlu da algıyı nesnelere öz nitelikleri hakkında tek bilgi kaynağı olarak tanımlamaktadır (Genç ve Sipahioğlu,1990:29). Görsel algılama ise, bireyin etrafında var olan nesnelere görme

yetisi aracılığıyla fark etmesi, algılamasıdır (http://en.wikipedia.org/wiki/Visual_perception).

Görsel algılama iç ve dış etkenlerden etkilenmektedir. Avant ve Helson'a göre görsel algılama insan fizyolojisi ve nesnelerin özellikleri ile doğrudan ilişkilidir (Avant ve Helson,1990:4). Genç ve Sipahioğlu'na göre de görsel algılama, iletişimin kalitesinden, içerik ve geçmiş kişisel deneyimlerden etkilenmektedir (Genç ve Sipahioğlu,1990:42-43).

Bloomer'a göre de insan gözü ve beyni gördüğü her şeyi anlamlandırmaya çalışmaktadır. Bunun için tamamlanmamış biçimleri tamamlamakta, benzer olanları gruplandırmakta ve bir figür-fon ilişkisi kurmaya çalışmaktadır. Bilinen herhangi bir nesneye benzeyen tanıdık biçimler ilk bakışta tanınmakta ve dikkat çekmektedir. Benzer biçim, ölçü, renk, açı ve tonal değerlere sahip olan ve birbirlerine yakın yerleştirilmiş elmanlar bir grup olarak algılanır ve anlamlandırılırlar. Benzerlerin arasında farklı olan ve diğer biçimlerden ayrı bir kısma yerleştirilen yalnız bir biçim de oldukça dikkat çekicidir (Bloomer,1990:51-60).

Grafik tasarımda iletişim için iki boyutlu herhangi bir yüzeydeki görsel ve tipografi sağlıklı bir şekilde algılanmalıdır. Kağıt üzerindeki her hangi bir işaret, figür; o işaretin etrafındaki alanı ise fon olarak algılanır. Yine farklı tonlardan oluşan bir yüzeyde koyu tona sahip olan biçimler figür, açık tona sahip olanlarsa fon olarak algılanırlar. Birçok çizgi arasında kapalı bir biçim oluşturanlar, belli bir dokuya sahip olan alanlar ve dışbükey çizgilerden oluşan basit ve simetrik biçimler; yatay bir bölüntüyle ayrılan dörtgenin alt kısmı; geniş bir alanın içinde farklı renge, tona ya da dokuya sahip küçük bir alan figür olarak algılanır.

Bir nesne ancak etrafından, fonundan ayırt edilebilirse görülebilir. Carter'a göre yazıların okunmasını sağlayan kural da tam olarak budur. Tek renk bir fon üzerinde farklı renge sahip yazılar. Fon ve figür arasındaki renk kontrastının artması yazıların kolay okunmasını sağlamaktadır. İnsan gözü siyah fondaki beyaz yazıyı beyaz

fondaki yazıdan bir miktar küçük olarak algılanmaktadır. Bunun sebebi gözün okurken olduğu gibi beyaz üzerinde siyahı algılamaya alışkın olması ya da gözün fizyolojisi olabilir (Carter, Demad ve Wheeler,2000:40). Tüm harf, rakam, noktalama işaretleri ve semboller özünde biçimdir ve bu özellikleriyle temel tasarım elemanları arasında yer almaktadırlar.

Tipografik karakterlerin görsel olarak algılanmaları nesne algılamalarından pek de farklı değildir; ancak tasarlanmalarında dikkat edilecek bazı hususlar bulunmaktadır. T ve L harfleri kare, O ve C harfleri daire, V harfi ise üçgen biçimindedir. Bu üç ana şekil insan gözü tarafından farklı algılanmaktadır. Kare biçimli harfleri oluşturan dört nokta taban ve büyük harf çizgisi arasında hizalanmıştır. Üçgen ve daire daima bu kareden daha küçük olarak algılanmaktadır. Bu sebepten dolayı yuvarlak ve sivri uçlu harfler diğerlerine göre biraz daha uzundur; bu sebeple büyük harf yüksekliğinin üzerine ve taban çizgisinin altına bir miktar taşmaktadır. V harfinin sivri ucu taban çizgisine yerleştirildiğinde daha yukarıdaymış gibi algılanır; bunun sebebi sadece bir küçük noktanın tabana basmasıdır. L’de ise durum bunun tersidir. İki çizginin kesişerek oluşturdukları birleşme noktaları çizgilerin kendilerinden daha ağır olarak algılanmaktadır. İki çizginin birleştiği bu noktalarda çizgiler birbirlerine çok yaklaşırlar ve bu alan diğerlerinden daha koyu renkte ya da belirsizdir. Bunu önlemek için bu kesişim noktalarına doğru çizgiler hafifçe inceltilmektedir. Harf tasarımcıları, sağlamlık etkisi yaratmak için harf ve rakamların alt kısımlarını üste oranla daha dolgun tutarlar.

Farklı yazı karakterleri farklı biçimsel özelliklere sahiptir. Kalın çizgilerden oluşan harfler ve bu harflerin yan yana gelmesiyle oluşan sözcük, cümle ve paragraflar, ince çizgilerden oluşanlardan daha koyu lekeler oluştururlar ve çok daha dikkat çekicidirler. Metinlerdeki harf, kelime ve satır aralarının sıkı ya da gevşek olması da yazının leke değerini değiştirir. Okuma yönü, soldan sağa ve yukardan aşağıya doğrudur. Bu yüzden gözü aşağıdan yukarı hareket ettirmeye çalışan bir tasarım amacına ulaşamaz. Aynı zamanda sayfanın üst kısmına altı boş bırakılarak yerleştirilen yazılar yerçekimi ilkesine ters düştüğü için etrafımızda gördüğümüz

dünyadan farklıdır; bu yüzden daha dikkat çekicidir ve izleyende gerginlik hissi uyandırmaktadır. Yine okuma yönüne bağlı olarak göz ilk önce dörtgenin sol üst köşesine yönelir; tıpkı kitap sayfasındaki satırlar gibi tüm yüzeyi tarar ve sağ alt köşeden terk eder. Gözün dörtgene giriş ve çıkış yaptığı bu iki noktaya dikkat çekmesini istediğiniz elemanları yerleştirebilir; iki nokta arasındaki doğal diyagonalden yararlanılabilir. Çizgileri takip etme eğiliminde olan insan gözü tamamlanmış ve uyumlu bir şekilde bir araya gelmiş biçimler görmek istemektedir. Onun için küçük ve karmaşık biçimler büyük ve yalın olanlardan daha dikkat çekicidir.

Bir grafik tasarım ürününün başarısı, mesajını hedef kitlesine iletebilmesine bağlıdır. Kötü tasarlanmış bir ürünün izleyenle sağlıklı bir iletişim kurması mümkün değildir. Sağlıklı bir iletişim için grafik tasarımcı birçok farklı alanda uzmanlaşmalıdır. Tasarımcı, temel tasarım eleman ve ilkelerini çok iyi bilmelidir. Bunlara grafik tasarımın üç temel elemanı olan format, görsel ve tipografi de eşlik etmektedir. Grafik tasarımda iki görsel türü kullanılmaktadır. Bunlar fotoğraf ve illüstrasyondur. Tipografi ise yazılı bilgilerin yazı karakterlerinin, ölçü ve satır uzunluklarının, satır ve harf aralarının düzenlenmesi sanat ve tekniğidir.

İnsan gözü etrafında gördüğü şeyleri bir bütün olarak algılamaktadır. Ve bu algılama modelinde parçaların tek başlarına sahip oldukları özelliklerin bütüne olan katkıları önem kazanmaktadır. Grafik tasarımda görsel bütünlük oluşturmada görseller ve tipografi arasında kurulacak olan ilişkinin biçimi çok büyük önem taşımaktadır.

BÖLÜM II

İLGİLİ YAYIN VE KURAMSAL TEMELLER

Format

Tasarımda format terimi; biçimi, ölçüsü ve genel şekli tasarlanan ürünün özellikleri tarafından belirlenen kompozisyon alanı; tasarım yüzeyi anlamına gelmektedir. Peterson'a göre de üzerinde tasarım yapılan, sınırlandırılmış iki boyutlu bir yüzey format olarak adlandırılmaktadır (Peterson,1996:17). Ambalaj, web sitesi, afiş, takvim gibi tüm grafik tasarım ürünlerinin kendilerine özgü formatları; yani ölçü ve biçimleri bulunmaktadır. Baskı dünyasında ise format terimi tasarımların baskı yüzeyine basılma, kesilme, katlanma ve birleştirilme şekline göre yerleştirilmesi anlamına gelmektedir.

Tasarım yüzeyinin ölçüleri izleyicinin gerçek dünyayı algılama şekline göre belirlenmektedir. İnsan dünyayı dikey olarak içinde bulunduğu, genişliği yüksekliğinin iki katı olan oval bir yatay olarak algılamaktadır. Doğal görüş alanı oval olmasına rağmen insan çevresini bir dörtgen olarak görme eğilimindedir. (Evans&Thomas, 2004:40)

Bir formatın ölçüleri, yatay ya da düşey olarak kullanılması izleyenin algılamasını etkilemektedir. Formatın yatay kullanılması; yani tasarım alanının eninin boyundan fazla olması izleyende doğallık ve sakinlik hissi uyandırırken; düşey formatlar çağdaşlığı ve mimari özellikleri temsil etmekte ve izleyende heyecan uyandırmaktadır; kare formatlar ise nötr ve durağan bir his yaratmaktadır.

Tipografi

Tipografi kelimesinin kökeninde, Yunanca “typos” ve “graphein” kelimeleri bulunmaktadır. Typos, biçim; graphein ise yazmak anlamındadır (http://en.wikipedia.org/wiki/Graphic_design). Becer’e göre de terim, *ilk olarak matbaanın mucidi olarak tanınan Gutenberg’in metal harflerini tanımlamak için kullanılmıştır* (Becer,1997:176). 15.yy’dan günümüze kadar grafik tasarım ve matbaa alanında yaşanan gelişmeler tipografi kelimesinin anlamını değiştirmiştir.

Baines ve Haslam, “*Yazı ve Tipografi*” adlı çalışmalarında tipografiyi mekanik bir işaretler sistemi ve aynı zamanda dilin düzenlenmesi olarak tanımlarken, son derece geniş bir alan olan tipografinin kesinleşmiş bir tanımı bulunmadığının ve var olan tüm tanımların sürekli geliştirilmesi ve uygulama alanı ile ilişkilendirilmesi gerektiğinin altını çizmişlerdir (Baines ve Haslam,2002:7).

Becer de “*İletişim ve Grafik Tasarım*” adlı çalışmasında tipografiyi tüm baskı yazıları ve noktalama işaretlerinin sanatsal ve tasarıma dayalı özellikleri ile üretim teknolojilerini konu alan bir uzmanlık alanı olarak tanımlamaktadır (Becer,1997:176).

Uçar’ın “*Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*” adlı çalışmasında yaptığı tanıma göre de tipografi yazı ve yazı ilişkili tasarımların çalışıldığı bir sanat-tasarım dalıdır (Uçar,2004:139).

Sarıkavak’ın “*Çağdaş Tipografinin Temelleri*” adlı çalışmasındaki tipografi tanımlaması tüm yazı elemanlarının estetik olarak ve mesajı doğru olarak iletilecek şekilde düzenlenmesi gereğine yani işlevselliğine dikkat çeken bir tanımlamadır. Sarıkavak’a göre tipografi; harf, sözcük ve satırlarla, boşluklarının düzenlenmesi gereken diğer öğelerle belirlenmiş bir sayfa üzerinde yapılan görsel ve işlevsel düzenlemelerdir (Sarıkavak,2004:1).

Baudin tipografiyi kaligrafinin mirasını arttırarak aktaran teknoloji olarak tanımlamaktadır. (Baudin,1989:18) Meggs'e göre de tipografi geleneksel olarak metal kalıplar aracılığıyla bir metnin basılması işlemiyken, günümüzde ise bir bilgi aktarma aracıdır (Meggs,1992:17). Simon'a göre ise tipografide asıl amaç uyum ve okunurluk sağlamaktır (Simon,1963:1). Haller, günümüz tipografisini karma karışık bir çantaya benzetmekte ve yüzlerce yazı karakteri arasında seçim yapmanın zorluğuna dikkat çekmektedir (Halle,1999:8-9)

Sonuç olarak tipografi, izleyiciye sözel mesajları iletmek üzere tasarlanmış harfler, rakamlar ve noktalama işaretlerinden oluşan tüm yazıların çeşit ve büyüklüklerinin seçimi; bu yazılarla oluşturulan metinlerdeki satır ya da satır uzunluklarının belirlenmesi; satır, kelime ve harf aralarındaki boşlukların düzenlenmesi sanatı ve tekniğidir. Bir tasarım ürününde ya da sayfa düzeninde yer alan yazıların görsel yapısının biçimlendirilmesi ve bu yazıların organizasyonu da tipografinin konusunu oluşturmaktadır.

Tipografik eleman ve kuralların grafik tasarımdaki vazgeçilmez varlığı ve rolü, bu eleman ve ilkeleri genel tasarım eleman ve ilkeleri olmaktan çıkarıp onları grafik tasarım eleman ve ilkeleri yapar. Zaten Evans ve Thomas'a göre de *grafik tasarım görsel ve tipografik elemanların etkili bir iletişim oluşturacak şekilde düzenlenmesidir* (Evans ve Thomas, 2004: 4). Grafik tasarımda kullanılan fotoğraf, illüstrasyon ve grafikler görsel elemanlar olarak adlandırılırken; harf, rakam, noktalama işaretleri, semboller ve bunların yan yana gelmesiyle oluşan sözcük, cümle ve paragraflar tipografik elemanlar olarak adlandırılmaktadır.

Yazı ve Tipografinin Tarihsel Gelişimi

Yazı ve tipografinin tarihsel gelişimi beş bölüme ayrılarak incelenebilir. Bunlardan ilki insanın ilk çizgilerini oluşturduğu M.Ö.30.000 yılından başlar. Primitif yazı sistemleri ilk olarak M.Ö.3500 yılında görülmüştür. Yazı ve tipografi tarihinde ikinci bölümde M.S.500 yılında Roma İmparatorluğu'nun kuruluşu ve Orta Çağın başlamasından Rönesans'a kadar olan 1000 yıllık zaman dilimindeki gelişmeler yer alır. Rönesans tipografisi ve yazının basılması üçüncü bölümün konusunu oluştururken, kolonileşmenin başladığı ve endüstri devriminin gerçekleştiği 17.yy'dan başlayan ve 20.yy'a kadar süren zaman dilimi ise dördüncü bölümü oluşturur. Son bölümde ise 20.yy tipografisi incelenir.

Primitif Yazı Sistemleri:

M.Ö. 30.000'de insan oğlu büyü ya da tapınma amaçlı Willendorf Venüsü gibi ilk yaratıcı ürünlerini ortaya çıkarmıştır. Mağara duvarlarına yapılmış en eski resimler Fransa Lascaux'dadır ve M.Ö.15.000 yıllarına aittir. Bu mağara resimlerinin hiçbiri standart sembollerin kullanıldığı bir sistemden oluşmadıkları için alfabe değildir ve sadece hayvanların görsel biçimini aktarmaktadır. M.Ö. 8000'lerde insan toprağı işlemeye başlamış, dereceli bir şekilde göçebelikten yerleşik düzene geçmiştir. Zamanının çoğunu yemek aramakla geçiren insan tarım yapmaya başlayınca yaşam koşullarını iyileştirecek zamanı bulabilmiştir. Evcilleştirdikleri hayvanları tarımda ve taşımacılıkta kullanmışlardır. Bu dönem aynı zamanda insanın hafızasının da geliştiği dönem olmuştur; çünkü kabilelerin yaşlıları tüm bildiklerini kabilenin gençlerine aktarmışlardır (Arnston,1988:16, Becer,1997:83-84, Clair, 1999: 1-5, Ganiz,2004:15, Meggs,1998:4-6, Meggs,1992:4, Uçar,2004:20).

Yazılı iletişim tarihin başlangıcıdır; çünkü ondan önce tarih kaydedilememektedir. Yazı sistemleri dünya ve insanlık için kısa sayılan bin yıl gibi bir süre içinde, Sümer, Mısır ve Çin'de ortaya çıkıp gelişmiştir. M.Ö.4-5.yy'larda

Dicle ve Fırat Nehirleri arasında yer alan Mezopotamya’da yaşayan Sümer’ler ilk yazı sistemini geliştirmişlerdir (Becer,1997:84, Clair, 1999:8, Dinçol,1982:20, Ganiz,2004:16, Jean,2004:12, Meggs,1998:6, Pischel,1983:34-35, Uçar,2004:20). Bugün çivi yazısı olarak adlandırılan bu yazının ilk gelişim basamağında bir sözcüğü ya da kavramı temsil eden ve resim özelliği taşıyan simgeler olan *piktogramlar* bulunmaktadır (Becer,1997:197, Meggs,1998:6-8).

Piktogramların ortaya çıkış nedenleriyle ilgili farklı görüşler bulunmaktadır: Piktogramlar ilk olarak içlerinde ticari malların bulunduğu toprak kaplara tutulmasında, bir eşyanın sahibinin tanımlanmasında ya da önemli olayların tasvirlerinde kullanılmış olabilirler. Ancak piktogramlar sadece isimler için uygundur; karmaşık fikir, duygu, kavram ve etkinlikleri aktaramamaktadır. Zamanla piktogramlar fikir ve kavramları ifade edecek şekillerde yan yana kullanılmaya başlamış ve ideogramlara dönüşmüştür. Toplumların kültür ve geleneklerine göre şekillenen ideogramları anlamak için bakmak yeterli değildir; onları anlamak için bir yorumcu ya da çevirmen gerekmektedir (Clair,1999:6-7, Ganiz,2004:17).

Sümer kültürü Fırat ve Dicle Nehirleri arasında kalan verimli topraklarda ortaya çıkmıştır. Yunanca’da iki nehir arasında kalan alan demek olan Mezopotamya kuzeyindeki tepeler sayesinde düşman akınlarından kolayca korunmuştur. Nehirlerden sağlanan temiz su Sümerlerin kendi meyve ve sebzelerini yetiştirmelerini, yerleşik düzene geçmelerini, bir devlet düzeni kurmalarını ve bir yazı biçimi geliştirmelerini sağlamıştır. Nehir yataklarından elde edilen kilden yazı yüzeyleri oluşturulmuştur. Üzerine yazı yazılan ıslak kil yüzeyler güneşte kurutulmuş tabletlere dönüştürülmüştür. Sümerler sözleşme ve edebi yapıtlarını kil tabletler üzerine kaydetmişlerdir. Yazılı iletişimin biçimsel özellikleri kullanılan yazı yüzeyi ve yazı aletlerinden etkilenmiştir. Sümerliler M.Ö.3200’lerde basit isimleri ifade etmek için piktogramlar kullanılırken yumuşak kil yüzeye sivri uçlu stylus adı verilen çubukları batırıp sürükleyerek yazı yazmışlardır. M.Ö.3100’lerde ise sadece

yazıcıların çözebildiği piktogramlardan oluşan şifreli bir sistem gelişmiştir (Clair,1999:8, Meggs,1998:8).

Geçen yüz yıl içinde daha hızlı ve hatasız yazmak için yazıcılar tabletleri enine kullanmaya başlamıştır. Yazı yönü de bu dönüşüme bağlı olarak değişmiş; yazılar yukardan aşağıya yerine sağdan sola yazılmaya başlanmıştır. Bu kullanım değişikliği piktogramların ilişkilendirilmesini olumsuz yönde etkilemiştir ve Sümer yazısı bu noktada resimsel sembollerden kopmaya başlamıştır (Clair,1999:8-9).

Yazıcıların sivri uçlu çubukların yerine üçgen uçlu çubuklarla yazmaya M.Ö.2500 yılında başlamışlardır. Böylece yazım hızlanmış ve biçimler soyutlaşmıştır. Biçimler bu üçgen uçların farklı açılar ve gruplar halinde kile batırılmasıyla oluşturulmuştur. Bu dönemde ifade biçiminde oluşan iki yenilikten ilki farklı kelimelere karşılık gelen biçimlerin yan yana gelerek yeni kelimeler oluşturması, ideogramlar ve kelimelerin ilk harf veya harflerinin okunması ile sesler oluşturulması, fonogramlar olmuştur. Kuzeyden gelen Asurlular hem Sümerleri istila etmiş hem de çivi yazısını kendilerine adapte etmişlerdir. Asurlular çivi yazısını ancak 560 farklı karaktere indirgeyebilmiştir (Becer,1997:85, Clair,1999:9, Faulmann,2005:65-75, Jean,2004:14-23).



Şekil 1: Çivi Yazısı

M.Ö.2500

(http://web.mit.edu/~jsylee/www/photo/inscriptions/britishmuseum_cuneiform.jpg)

Bazı tarihçilere göre Girit Adasındaki Miken uygarlığının yazıyı ilk bulan ve kullanan uygarlıktır. Bu konudaki bulgular yetersiz ve tartışmalıdır. Miken uygarlığının volkanik bir patlama sonucu oluşan dev dalgalar tarafından yok edildiğine inanılmaktadır. Phaistos şehrinde bulunan birkaç kil disk üzerinde merkezden başlayarak spiral şeklinde dizilmiş miken sembolleri henüz çözümlenememiştir. Bazıları bu diskleri hikaye diskleri olarak nitelerken bazıları da yuvarlak kalıpların kile bastırılması ile oluştuğunu ileri sürmüşlerdir. Miken disklerinin Mısır hiyeroglifleri ve Fenike alfabesi ile ilişkisi olabilir; ancak bu henüz kanıtlanamamıştır (http://en.wikipedia.org/wiki/Phaistos_Disk, Clair,1999:9-10, Jean,2004:44).



Şekil 2: Miken Yazısı
M.Ö.1850-1600
(http://en.wikipedia.org/wiki/Image:PhaistosDisk_Large.jpg)

Piktogramlardan oluşan Eski Mısır *hiyeroglif* yazısı ilk olarak renklendirilmiş rölyefler şeklinde M.Ö.2800'lerde tapınak ve mezar duvarlarında görüldüğünden bahsetmektedir. En ince ayrıntılara kadar tüm detayların görüldüğü bu çalışmalar günlük yazı kayıtlarından çok sanat eserleridir. Ticari kayıtlarda görülen hiyeroglif sembollerden oluşan yazılar ise temiz ve düzgün kontürlerden oluşmuştur ve hızlı yazabilmek için detaylarından arındırılmıştır. Hiyeroglifler genellikle sayfa yüzeyinde düşey kolonlar halinde yer almışlardır. Yukardan aşağıya doğru okunan bu kolonlar her zaman sağdan sola doğru sıralanmak durumunda değillerdir. Mısır hiyerogliflerinde kolonları birbirlerinden ayıran bir ya da iki tane renkli ince şerit gerekmektedir. Hiyerogliflerde okuma yönü tüm insan ve hayvan figürlerinin baktığı yöndür (Becer,1997:86-87, Clair,1999:10, Ganiz,2004:18, Jean,2004:26-30, Meggs,1998:11, Uçar,2004:20).

Tanrının oğlu sayılan firavunların isimleri fonogramlar şeklinde ölümsüzlük anlamına gelen, köşeleri yuvarlatılmış çerçevelerin içlerine yazılmıştır. Bu hiyerogliflerde kullanılan bu fonogram sisteminin bir düzeni olmadığından bahsetmektedir. Fonogramlar her sesin bir sembolle ifade edildiği alfabenin temeli olmuştur. Hiyeroglifler M.Ö.2600'den M.S.400'e kadar tam 3000 yılda toplam 300 farklı sembol kullanılmış; ancak hiçbir zaman soyut sembollerin sesleri ifade ettiği bir alfabeğe dönüşmemiştir. Bunun sebebi de Eski Mısır dilinde ünlü harfler olmaksızın çiftler çiftler tekrar eden ünsüz harflerin bulunması ve kelimelerin tek tek telaffuz edilememesi olabilir (Clair,1999:10, Meggs,1998:12-13).



Şekil 3: Mısır Hiyeroglifleri
M.Ö.2800
(<http://www.humbert-online.de/pic/egy015.jpg>)

M.Ö.2400'de bir bataklık bitkisi olan papirüsün gövdesinden elde edilen tabakaların ıslatılması, dövülmesi ve birleştirilerek kurutulmasıyla ilk ilkel kağıt formu oluşturulmuştur. Kömür ve demir cevherinden elde edilen mürekkeplerle ise papirüs üzerine hiyeroglif yazılar yazılmıştır. O zamana kadar mezar duvarlarında kazıyarak resimlenen hikayeler ilk olarak M.Ö.1580'de elyazmaları olarak papirüslerde görülmüştür. Kullanılan malzemenin özellikleri hiyerogliflerin biçimini de etkilemiştir. Fırça kullanımı hiyerogliflere akıcı, kıvrımlı ve zarif bir hava katmıştır. Köşeler yuvarlanmış ve hiyeroglifler tek bir fırça darbesinden oluşmaya başlamıştır. Ucuz, hafif, taşınabilir ve yazımı kolay olan papirüsler M.S.500 yıllarına kadar antik batı dünyasının ana yazı yüzeyleri olmuştur (Clair,1999:11, Jean,2004:40-42, Meggs,1998:14-15).

M.Ö.1500'lerde papirüs ve fırça kullanımına bağlı olarak resimsel hiyeroglifler sadeleşmiştir. İlk başta dini metinler için kullanılan kamış uçla yazılan *hiyeratik yazı* sonraları ticari metinlerde de kullanılmıştır. M.Ö.500'lerde hiyeratik yazı yerini resimsel hiyerogliflerin soyutlanması ile oluşmuş ve yaygın olarak kullanılan *demotik yazıya* bırakmıştır. İnsanlar için anlamına gelen demotik yazının sıradan insanlar tarafından kullanılmasına izin verilmiştir; ancak hiçbir sıradan insan yazıcı olarak yetiştirilmemiş, bilim ve dinle ilgili bilgilere ulaşamamıştır (Clair,1999:11-12, Faulmann,2005:21-37, Jean,2004:42-43, Meggs,1998:16-19).

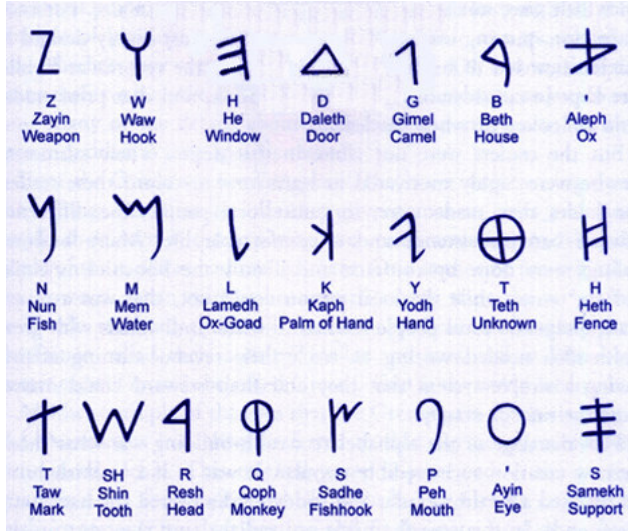
Diğer bir kralla yarış içine giren bir firavunun bilgilerin Mısır dışına çıkmasını engellemek üzere papirüsü yasaklaması alternatif bir yazı yüzeyinin bulunmasını sağlamıştır (Clair,1998:13). Bir internet sözlüğü olan Cambridge Dictionary'de parşömen, buzağı, koyun ve keçi derisinden yapılan, iki yüzüne birden diğer yüze mürekkep geçmeden yazı yazılabilen ve kırılmadan katlanabilen antik yazı yüzeyi olarak tanımlanmaktadır (<http://dictionary.cambridge.org/define.asp?key=57566&dict=CALD>, Uçar,2004:97).

Kırılgan papirüs rulolarının tersine yazmaya, katlamaya ve hatta kitap halinde birleştirmeye daha elverişli olan parşömenin üretimi o yıllarda papirüsten çok daha zahmetli ve pahalıdır. Parşömenle yapılmış pahalı kitaplar satılmış ve hükümdarlar tarafından zenginlik göstergesi olarak koleksiyonu yapılmıştır.

Bilinen ilk alfabeden oluşan yazı Fenikelilere aittir. Bugünkü Lübnan, Suriye ve İsrail'in bulunduğu bölgede yaşamış olan Fenikeliler M.Ö.1500'ler civarında soyut biçimlere sahip ve 22 sessiz harften oluşan ilk alfabeyi oluşturmuşlardır. Günümüz Latin alfabesi, sağdan sola doğru yazılan, sesli harflerin bulunmadığı ancak okunduğu bu alfabenin değişmesi ve gelişmesiyle oluşmuştur. Uluslar arası ticaret yolu üzerindeki Fenikeliler denizcilik ve ticaretle uğraşmışlardır. Fenike kültürü Akdeniz'i çevreleyen ülkeler kadar Arap ve Pers tacirlerden de etkilenmiştir.

Bu yüzden bu alfabenin etkilendiği kaynaklar çeşitli, karmaşık ve belirsizdir (Clair,1999:14, Ganiz,2004:20, İstek,2004:71, Uçar,2004:20).

Fenike alfabesinin en önemli özelliği konuşma dilini bir dizi sese ayırmış ve her sese bir sembol atamış olmasıdır. Semboller okumaya yetecek kadar yalınlaştırılmıştır. Sembol sayısındaki bu azalma okuma ve yazma öğrenmeyi kolaylaştırmıştır. Bu alfabe diğer diller için de kullanılmış ve bir dilden diğer bir dile çeviriler yapılmıştır. Fenike alfabeti paketlere iliştilmiş ve paket sahiplerini belirten toprak etiketlerde kullanılmıştır (Clair,1999:14).



Şekil 4: Fenike Alfabeti
M.Ö.1500
(<http://maryourmother.net/Alphabet.jpeg>)

M.Ö.800'de antik Yunan tacirleri Fenikelilerden öğrendikleri bu alfabeyi kendi dillerine adapte etmişlerdir. Yunanlı öğrenciler yazı denemelerini balmumu tabletler üzerinde fildişi ya da metal çubuklarla yapmışlardır. Yunanlılar, Fenike alfabetinin beş harfini kendi dillerinde bulunan sesli harflerin yerine kullanmışlar, Yunanca'da bulunan ancak Fenike dilinde bulunmayan sessiz harfler için de yeni semboller bulmuşlardır. Yunanlılar okuma yazma yönünü soldan sağa olacak şekilde değiştirmişlerdir (Becer,1997:90, Clair,1999:15, Faulmann,2005:169, Ganiz,2004:21, İstek,2004:71, Jean,2004:60, Meggs,1998:31-32).

Yunanlıların Fenike alfabesini kullanmaya başlamalarından 300 yıl sonra M.Ö.500'de Yunan kültürü sanat ve bilim alanında altın çağını yaşamıştır. Yazılı dil sayesinde kanunları, oyun ve felsefi düşüncelerini yazma olanağını bulmuşlardır. M.Ö.300'de Büyük İskender idaresindeki Yunanistan topraklarını genişletmiş ve batı dünyasında büyük bir güç haline gelmiştir. Helenistik kültür gibi Yunan alfabesi de Mısır, Mezopotamya ve Hindistan'a yayılmış; Kiril, Etrüsk ve Latin alfabelerinin temelini oluşturmuştur. Büyük İskender'in ölümünün ardından generalleri imparatorluğu parçalamış küçük krallıklar kurmuşlardır (Clair,1999:15-16, Becer,1997:90, Meggs,1998:32-35,).

塘漂竹斬



Şekil 5: Çin'de Kağıt Yapımı

M.S.105

(http://content.answers.com/main/content/wp/en-commons/thumb/b/bf/250px-Making_Paper.gif)

Keçi, geyik, at, kurt, tilki ve tavşan gibi hayvanların kıllarından yapılan ilk fırça İ.Ö.3000'lerde Çin'de kap-kacak süslemesinde kullanılmıştır. Keresteden elde edilen karbonla hayvansal ve bitkisel yağların karışımından oluşturulan mürekkep ve fırçalarla yazılan Çin kaligrafisinde her sözcük bir karaktere karşılık gelmektedir. İlk kağıt M.S.105'de yine Çin'de doğal lifler, kenevir, dut ağacı kavuğu, bambu, ipek, keten ve paçavranın suda ıslatılıp dövülmesiyle yapılmıştır. Hamur haline gelen karışım elekten süzöldükten sonra elek üzerinde kalan hamur tabakası elle düzeltiliyor

ve kurutulup kağıt haline getiriliyordu (Clair,1999:17, Becer,1997:87-89, Uçar,2004:97).

Çin'in grafik tasarım tarihine ikinci büyük katkısı Clair'in de bahsettiği gibi kendi geleneğinin bir parçası olarak kullanılan mühürlerinin baskıya dönüşmesidir. Bambu, fildişi, taş gibi malzemelere alçak rölyef şeklinde oyulan imgeler kağıt yüzeyinde siyah ya da vermilion kırmızısı fonda beyaz şekiller oluşturmaktaydı. M.Ö.270'den M.S.500'e kadar alçak rölyef olarak hazırlanan mühürler bu tarihten itibaren pozitif yazı elde edilecek şekilde yüksek rölyef olarak hazırlanmaya başlanmıştır. M.S.1034'te Pi Sheng harf ve kelimeleri tekrar birleştirildiklerinde yeni kelime ve cümleler oluşturabilmek için ayrı kalıplara oymuştur (Becer,1997:87-89, Clair,1999:17, Loxley,2006:8, Meggs,1998:20-28, Uçar,2004:98).

Roma Dönemi ve Orta Çağ Tipografisi:

M.Ö.185 ve 145 arasında kalan 40 yıl boyunca Roma İmparatorluğu düzenlediği aralıklı akınların sonunda M.S.146 yılında Yunanistan'ı ele geçirmiştir. Roma alfabesi, Yunan alfabesinden türemiş, Roma'nın hemen yukarısındaki bölgede yerleşmiş olan Etrüskler aracılığıyla Romalılara geçmiştir. Roma alfabesinde 21 harf bulunmaktadır. Bu alfabe M.S.100 yılında Roma İmparatorluğu ile birlikte kuzeydeki İngiltere'ye, batıdaki İspanya'ya, güneydeki Mısır'a, doğudaki Pers Körfezi'ne kadar yayılmıştır. Ele geçirdikleri bölgelerde asker ve savaş arabalarını geçirebilmek için şehirleri birbirine bağlayan yol ve köprüleri, zafer takları ve anıtları tarihte ilk olarak Romalılar inşa etmiştir. Zafer tak ve anıtlarında taşlara oyulmuş ve kırmızı toprak rengine boyanmış Romalıları öven metinlerde *klasik roma kapitalleri* kullanılmıştır (Clair,1999:24-25, Ganiz,2004:23).

Romalılar, Yunanlıların Fenikelilerden aldıkları alfabelerini kendi dillerine uyarlamışlardır. 25 büyük harften oluşan roma alfabesi bugünkü Latin alfabesinin oluşmasına kaynaklık etmiştir. Harfler taşa kazınırken oluşan pürüzleri yok etmek

için harflerin bitim yerlerine keski ile serifler yapmışlardır. Son dönemde yapılan çalışmalara göre bu seriflerin kazıma öncesinde yazıların kamış fırça ile taşta yazılması esnasında oluşan fırça izlerinin bir sonucu olabileceğini öne sürmektedir (Clair,1999:25-26, İstek,2004:71, Meggs,1998:36-39).

M.S.1.yy'da büyük bir imparatorluk haline gelen Roma'da oluşturulan birçok yazı üslubundan en önemlisi olan *capitalis quadrata*, *klasik roma kapitallerine* benzemektedir. Kamış kalemle yazılırken düz ve kıvrımlı çizgiler arasındaki organik bütünlük köşeli kapitaller oluşmasına sebep olmuştur. Pahalı malzemeler olan parşömen ve papirüsün üzerinde daha az yer kapladığı için bir süre sonra *capitalis quadratanın* sıkışık bir uyarlaması olan *rustik kapitallere* geçilmiştir. Parşömen tabakalarının kesilmesi ve bugünkü kitaplar gibi dikilmesi ile ilk olarak "codex" sisteminde kitaplar bu yüzyılda oluşturulmuştur (Clair,1999:26, Ganiz,2004:27, Jean,2004:80).

M.S.325 yılında İmparator Constantine Doğu ve Batı Roma'yı birleştirmiş, Hıristiyanlığı benimsemiş ve Orta Asya'ya doğru genişleyen İmparatorluğun başkentini Roma'dan Constantinople'a (İstanbul) taşımıştır. M.S.5.yy boyunca Vizigotlar ve Barbarların tekrar iki bölüme ayrılan Roma İmparatorluğu'na düzenlemiş oldukları akınlar sonucunda Doğu Roma Alman Barbarlarının idaresine geçmiştir. M.S.476'da Roma İmparatorluğu'nun çöküşü ile Avrupa'da karanlık ortaçağ başlamıştır. Feodal düzene geçilmiş, Roma Hıristiyan Kilisesi Avrupa'nın tek hakimi olmuştur. Derebeylerinin oluşturduğu kapalı arazilerde yaşayan ve kendi ihtiyaçlarını kendileri karşılayan topluluklar arasında bilgi alışverişi ve ticaret durmuştur. Avrupa'da eğitim ve kültürden manastırlar sorumlu olmuştur (<http://www.roman-empire.net/children/index.html>). Bu manastırlarda yaşayan rahipler tarafından elle çoğaltılan kitaplar *elyazması* olarak adlandırılmaktadır (Jean,2004:82-92, <http://dictionary.cambridge.org/define.asp?key=48722&dict=CA> LD)

M.S.430'da ortaya çıkan Kelt elyazmalarını misyoner St.Patrik'in İrlanda'ya gitmesiyle ilişkilendirmiştir. Bu elyazmaları konumu ve esinlendiği kaynaklar gereği çok renkli ve hareketlidir. Keltler Roma alfabesinden daha yuvarlak biçime sahip, dört çizgi üzerine hızlı bir şekilde yazılabilen *ünsiyaller* adı verilen harfleri kullanmaktaydı. Kelt ünsiyallerinin genel özellikleri yuvarlak biçimleri, belirsiz serifleri, aşağı ve yukarı uzantılarıdır. Ünsiyaller günümüz küçük ve büyük harflerinin kaynağıdır. Tarihte ilk olarak Keltler kelime aralarında boşluk bırakmışlardır (Clair,1999:30, Meggs,1998:43-46,).

M.S.800'de Papa 3.Leo feodal beylikleri birleştirmek isteyen birçok kraldan biri olan Frenk Kralı Şarlman'ı Kutsal Roma İmparatoru ilan etmiştir. Şarlman elyazmalarının sayfa düzeni, yazı ve süslemelerine standart getirmek üzere Kelt yazısı eğitimi almış rahip Alcuin'i görevlendirmiştir. Şarlman sunulan yazıların arasından günümüz küçük harf alfabesinin öncüsü olan Şarlman Miniskülü olarak bilinen *karolenj* yazısını seçmiştir (Becer,1997:91-92, Clair,1999:32, Loxley,2006:7, Meggs,1998:47-49).

12.yy'da dini bütün ve feodal bir toplum içinde oluşan Roman üslubu yerini 11.yy'dan 15.yy'a kadar Avrupa'da egemenliğini sürdürecektir. Gotik üsluba bırakmıştır. *Celtic* ve *rustik* temelli *romanesk* yazının kullanıldığı elyazmalarında harflere ilaveler yapılmış, harfler birbirlerine bağlanmış ve kaynaştırılmıştır. Bugün Almanya'nın bulunduğu bölgede *romanesk* yazı sıkıştırılıp, eğilerek düşeyde kalın çizgilere sahip olan ve hiç kıvrımı bulunmayan *gotik* yazıya dönüştürülmüştür. Gotik yazının uzun ve kalın çubukları sayfa yüzeyinde eşit aralıklarla yan yana geldiğinde kumaş dokusuna benzer bir etki oluştuğu için *textura* olarak adlandırılmıştır. Kelime aralarında boşluk bulunmadığı, yukarı ve aşağı uzantıları kısa, satır araları dar tutulduğu için *textura* okunması zor bir yazı olmuştur (Clair,1999:33-34).

1100 yılında İtalya'da artık paçavralardan kağıt yapılmaya başlanması kitap basımını ucuzlatmış ve kitabın alınıp satılmasını kolaylaştırmıştır. Erken 15.yy'da yaygın olarak kullanılan iki karakter bulunmaktaydı: *textura* ve *rotunda*. *Rotunda*

Fransa ve İtalya'da popüler olan sıkışık ve açılı siyah yazıdan daha açık ve yuvarlaktır. Gotik yazı olan textura ise 1900'lere kadar Almanya'da kullanılmaya devam etmiştir ((Clair,1999:35-36, İstek,2004:73).

Rönesans Tipografisi ve Baskı:

Gombrich'in de bahsettiği gibi Rönesans'ın başlamasından kısa bir süre önce Avrupa şehirleri yeni açılan üniversiteleriyle önem kazanmış; ticaret, seyahat ve bilim artmıştır. Bilimin tekrar doğuşu olarak tanımlanan Rönesans 1400'de başlamış ve 200 yıl sürmüştür. Edebiyat, müzik, tiyatro, felsefe, tıp ve hukuk alanlarında ortaçağ Hıristiyan skolastik düşüncesinden tamamen farklı olan antik Roma ve Yunan düşüncesine dönüş hümanizm hareketini doğurmuştur. 1467'de Roma Kapital Yazısı ile Şarlman Minüskülü'nü biraraya getirilerek bugün kullanmakta olduğumuz çift kodlu alfabeyi yaratmışlardır. 1492'de Christopher COLUMBUS(1451-1506) Amerika'ya yelken açmıştır. 1517'de Martin LUTHER(1483-1546) Katolikleri reforma çağıran 95 maddeden oluşan tezini Almanya'daki Wittenberg kilisesinin kapısına asmıştır (Gombrich,1995:223-325).

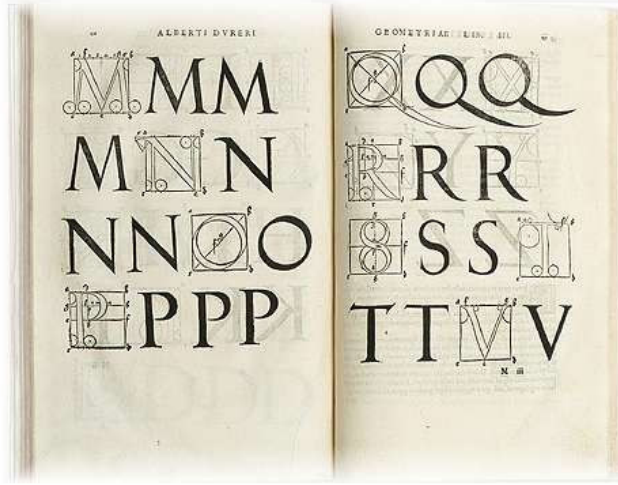
1450'de Johann GUTENBERG(1398-1468) üzerlerinde yüksek kabartma bir harfin bulunduğu; yer değiştirebilen ve tekrar tekrar kullanılabilen döküm harf kalıpları aracılığıyla uzun metinlerin basılabildiği matbaayı bulmuştur. Kitaplardaki resimlerin ağaç baskı ile basıldığı 1430'larda Gutenberg şarap yapımında kullanılan üzüm ezme presini baskı presine dönüştürmüştür. Yükseklikleri eşit olan ancak genişlikleri değişen döküm harfleri metal bir çerçeve ile tutturmayı ve yine kendisinin bulduğu yapışkan bir mürekkeple basmayı başarmıştır. Gutenberg, o dönemde var olan tek kitap biçimi olan elyazmalarındaki harf karakterlerini kullanmıştır. Kitaplardaki gibi bir elyazması etkisi oluşturabilmek için üzerinde birbirine bağlı iki harf bulunan kalıplar da dahil 270 farklı kalıp dökmüştür. Gutenberg, 1430'da bulunan yağlı boyadan esinlenerek ince ve kağıdı ıslatan doğru mürekkeplerinden farklı, metal harflere yapışan ve ancak üzerinde baskı

oluşturulduğunda kağıda transfer olan bir mürekkep icat etmiştir (Arnston,1988:16, Becer,1997:92-93, Clair,1999:44-45, Faulmann,2005:201-202, Ganiz,2004:45-46, , İstek,2004:72, Jean,2004:93-95, Loxley,2006:11-13, Meggs,1998:64-67, Uçar,2004:100-101).

Matbaanın yaygınlaşması ile birlikte elyazmalarındaki harf karakterlerinden esinlenilerek yeni karakterler tasarlanmış ve elyazmalarındaki karakterler yavaş yavaş terkedilmiştir. Harf tasarımının başlangıcı olan bu yeni karakterler tarihi formlar olan karolenj ve ünsiyallerden esinlenerek oluşturulmuşlardır. Böylece tipografi üzerinde çalışılacak, ilkel şekliyle yazı yazmaktan farklı bir sanat haline gelmiştir.

Matbaa 1458’de İtalya’ya geldiğinde açık ve yuvarlak hatlı Roman stilinde bir yazı olan *littera antika*, Gotik yazıya tercih edilmiştir. Fransız demir para ustası Nicholas JENSON(1420-1480), Kral VII. Şarl tarafından baskı alanındaki yenilikleri Fransa’ya getirmesi için İtalya’ya gönderilmiştir. İtalya’ya yerleşen Jenson ilk saf Roman karakterini tasarlamıştır. Saçteli ile kalın olan çizgisi arasında çok az kalınlık kontrastı bulunan bu karakterin belirsiz ve fazla destekli serifleri bulunmaktadır. Eğik vurguya sahip bu karakterler taban çizgisi çok iyi hizalanmış ilk karakterlerdir. Büyük harflerin boyu yukarı uzantılarinkinden kısadır. Siyah yazı etkisini ortadan kaldıran bu eski stil karakter *cloister*’dır. *Cloister*, *garamond* ve *goudy* eski stil yazı karakterlerinin önemli örneklerindendir (Becer,1997:93, Clair,1999:50-51, Ganiz,2004:47, Meggs,1998:90).

1506’da kitap basımcısı İtalyan Aldus MANUTIUS’un (1449-1515), *papal chancery* el yazısından esinlenerek Francesco GRIFFO(1450-1518) ile birlikte ilk italik yazıyı tasarladığını belirtmiştir. Roman harflerinden esinlenerek tasarlanan karakter sadece küçük harflerden oluşmuştur. İtalik büyük harfler için bir çeyrek yüzyıl geçmesi gerekmektedir. Griffo’nun tasarladığı diğer yazı karakteri ise *bembo*’dur (Clair,1999:51-52, Meggs,1998:95-97).



Şekil 6:
Dürer'in Alfabeti
1525
(<http://www.fonty.pl/img/alphabet.jpg>)

Rönesans'ın zirvesi sayılan 1500'lerde sanatçılar grafik sanatlar, tipografi ve güzel sanatları bugünkü gibi birbirlerinden ayırmıyor, yazıyı da üzerinde çalışılacak bir ifade aracı olarak görüyorlardı. Dönemin sanatçılara göre ideal harfin oranları insan vücudunun oranları olmalıydı. 1525'te Albrecht DÜRER(1471-1528) harfleri bir karenin içine yerleştirerek daireler yardımıyla kendi alfabetini oluşturmuştur (Clair,1999:52, Ganiz,2004:49, İstek,2004:72, Meggs,1998:80-81, Uçar,2004:20).



Şekil 7:
Garamond Yazı Karakteri
1530
(http://www.woodnshop.com/craft_images/Garamond%20UC.jpg)

Fransa'da büyümüş olan Claude GARAMOND'un(1480-1561) 1530'da *aldus roman* harf tasarımından esinlenerek kaligrafik formlardan bağımsız bir karakter tasarladığını belirtmiştir. *Aldus roman* karakterine asalet, sadelik katmış, parçaları birbirlerine kaynaştırarak karakterin okunurluğunu arttırmıştır. Garamond tarihteki ilk harf tasarımcısı ve imalatçısıdır. Garamond'un en az büyük harfleri

kadar güzel olan küçük harfleri kitap kapaklarında kullanılabilen ilk küçük harflerdir. Günümüzde eski stil yazı karakteri grubuna giren *garamond* 1700'lerde tüm Fransa ve İtalya'da kullanılan tek karakter olmuştur (Clair,1999:54, Ganiz,2004:52-53, İstek,2004:73, Loxley,2006:32:33, <http://en.wikipedia.org/wiki/Garamond>)

1450 yılında Avrupa Manastır ve kütüphanelerinde 50 bin elyazması bulunurken matbaanın bulunmasının ardından 1500 yılında kitap sayısı 35 bin farklı kitabın çoğaltılması ile 9 milyona çıkmıştır. Avrupa'da 140 şehirde matbaalar kurulmuştur (http://en.wikipedia.org/wiki/Printing_press).

Kolonyel ve Endüstriyel Tipografi:

1607'de Jamestown, Virginia'ya yerleşen Avrupalılar Amerika'yı kolonileştirmeye başlamışlardır. Bu yıllarda Avrupa'da afiş ve el ilanları en az gazete kadar yaygındır. Hollanda'da yelek cebine kolaylıkla sığacak ebatlarda basılan kitaplarda sıkıştırılmış (condensed) stilde yazı karakterleri kullanılmaktaydı. Amerikan kolonilerinde ilk matbaa 1640'da kurulmuştur. Matbaa olmasaydı Amerikan devrimi hiç gerçekleşmeyebilirdi. 1775'te 13 Amerikan kolonisinde 50 matbaa bulunmasına rağmen Avrupa'dan en çok ithal edilen şeyler kitaplardı. 1692'de Fransa Kralı XIV.Louis, Fransız Bilimler Akademisi için bir yazı karakteri tasarlanmasını istemiştir. Çizgileri arasında aşırı kalınlık kontrastı bulunan; uzun, ince ve köşeli seriflere sahip bu karakter kusursuz matematiksel analizler yapılarak tasarlanan ilk karakterdir (Clair,1999:61).

1700'lü yıllar aynı zamanda zarif çizgiler ve kıvrımlarla ifade bulan rokoko dönemidir (<http://en.wikipedia.org/wiki/Rococo>). Dönemde yaygın olarak kullanılan bakır kazıma bu stile katı baskı presinden daha uygundur.

1737’de Fransız baskı ve yazı tasarımcısı Pierre Simon FOURNIER(1712-1768) tipografik ölçü sistemine bir standart getirmiştir (http://en.wikipedia.org/wiki/Pierre_Simon_Fournier).

Bu yüzyılın başında, makineleşme başlamadan önce 1785’te Nottinghamshire’da bir çırkrık fabrikasına buharlı makine yerleştirilmiş, Marie ANTOINETTE(1755-1793) ve Fransa Kralı XVI.Louis(1754-1793) Fransa’daki diğer asillerle birlikte öfkeli halk tarafından öldürülmüş, 1799’da Napoleon BONAPARTE(1769-1821) Fransa’nın idaresini eline geçirmiştir (Clair,1999:63).

A B C D E F G
H I J K L M N
O P Q R S T U
V W X Y Z & \$
ı 2 3 4 5 6 7 8 9 0
a b c d e f g h i j
k l m n o p q r s
t u v w x y z ff fi
fl ffi ffl et () []
. , - ’ : ; ! ?

Şekil 8:
Caslon Old Style
Yazı Karakteri
1730
(<http://www.daleguild.com/Caslon471.jpg>)

İngiltere’de 1694’te matbaanın yasallaşmasının ardından, İngilizce’de birbirine karışık olan I, J, U, V ve W sesleri birbirlerinden ayrılmış ve alfabe bugünkü şeklini (26 harf) almıştır. Bu yıllarda İngiltere’de divit uçlu tüy kalemin kullanılmaya başlanması ile ince ve kalın çizgilerden oluşan yazı yaygınlaşmıştır. 1730’da William CASLON I (1692-1766), eski dönemlerden esinlenerek *old face* adında bir karakter tasarlamıştır (Becer,1997:94, Bektaş,1992:16, Clair,1999:63, Ganiz,2004:58-59, İstek,2004:73, Jean,2004:105, Loxley,2006:32:33, Meggs,1998:119-120, http://en.wikipedia.org/wiki/William_Caslon).

Çizgiler karakterin okunurluğunu arttıracak şekilde biraz kalınlaştırılmıştır. Metin içinde çok rahat okunabilen bu sade yazı karakteri dönemin kitap yazısı haline gelmiştir. Anayasa ve Bağımsızlık Bildirgesi'nde kullanılan bu yazı karakterinin italik ve çalkantılı kapitaleri antik Amerikan etkisi yaratmakta kullanılmaktadır. Serifleri fazlaca desteklenmiş *old face* Eski Stil bir yazı karakteridir.

1700'lerde John BASKERVILLE(1706-1775) de Gutenberg gibi baskı kağıt, pres ve mürekkebini iyileştirmiştir (http://en.wikipedia.org/wiki/John_Baskerville). Var olan yazı karakterlerinden memnun olmayan Baskerville özellikle ince ve düz serifli, kalın çizgilerden oluşan bir geçiş dönemi yazı karakterleri tasarladığından bahsetmektedir (Bektaş,1992:16, Clair,1999:64-65, Loxley,2006: 45-46, Ganiz,2004:62-63, İstek,2004:73, Jean,2004:105, Meggs,1998:122).

1788'de İtalyan tasarımcı Giambattista BODONI(1740-1813) ilk gerçek modern yazı karakteri Baskerville'den esinlenerek ve oyma aletlerinin olanakları dahilinde tasarlamıştır (http://en.wikipedia.org/wiki/Giambattista_Bodoni, Becer,1997:95, Bektaş,1992:16, Ganiz,2004:66-67, İstek,2004:73, Jean,2004:105, Loxley,2006:62-64, Meggs,1998:123-124). Yeni karakter ince, düz ve desteksiz serifleriyle kontrast oluşturan çizgilere ve düşey vurguya sahiptir. Çizgileri arasında da kalınlık kontrastı bulunan karakterin x-yüksekliği büyük harf yüksekliğinden biraz az, harfler normalden dar ve yukarı uzantıları harf yüksekliğine eşittir.

1803'de Henry FOURDRINIER(1766-1854) ağaçtan rulo halinde kağıt yapma makinesi (http://encarta.msn.com/text_761557788__1/Paper.html), 1814'de ise Friedrich KOENIG(1774-1833) bir saatte 1100 sayfa basan buharlı baskı presini icat etmiştir (<http://www.kba-print.de/de/unternehmen2/geschichte.html>, Becer,1997:96, Jean,2004:106, Meggs,1998:139-140).

Orjinali serifsiz olan Yunan ve Fenike harflerine sonradan eklenen serifler ilk olarak 1816'da Caslon'un tasarladığı sans serif yazı karakterinde terk edilmiştir (Becer,1997:96, Meggs,1998:133-135).

1820'lerde artan reklamcılık ve tanıtım gereksinimleri yazı tasarımcılarını o güne kadar metin içinde kullanılmak amacıyla tasarlanmış olan tüm yazılardan farklı gösterişli yazı karakterleri tasarlamak zorunda bırakmıştır. Uzaktan algılanabilen kalın siyah çizgiler ve kalın, köşeli serifler. Bu yazı karakterlerinin genel olarak Mısır Stili olarak adlandırılmalarının sebebi ise Mısır yazılarındaki kadar kalın çizgilere sahip olmaları olmuştur .

Pratik bir yazı makinesi olan daktiloyu 1829'da Amerikalı William Austin BURT(1792-1858) icat etmiştir. Daktiloda önce *bodoni*'ye benzeyen bir karakter kullanılmıştır. Ancak harf aralarındaki boşlukların çok iyi ayarlanamadığı daktilo için *bodoni*'nin ince serifleri uygun bulunmamıştır. Farklı genişlikteki harflerin serifleri farklı ölçülerde uzatılarak harfler birbirlerine yakınlaştırılmış, harf arası boşluklama sorunu ortadan kalkmış ve okuma kolaylaştırılmıştır. Daktilo için özel olarak değiştirilerek oluşturulan bu karakter *pica*'dır (<http://inventors.about.com/library/inventors/bltypewriter.htm>).

Atar'ın da belirttiği gibi Alois SENEFLDER(1771-1834) 1796'da taşbaskı tekniğini keşfetmiştir ve bu teknikte tasarımlar kireç taşı üzerine yağlı bir kalemle çizilmektedir (Atar,1995:70-71, Becer,1997:97-98, İstek,2004:73, Meggs,1998:155, Uçar,2004:103). Taşbaskılarda serbest elle çizim yapıldığı için çok farklı harf tasarımları ve renkler ortaya çıkmıştır. Yazılar istenildiği gibi dalgalanarak incelmış, kalınlaşmış, espirili inisiyaller tasarlanmıştır. "Dönemin en popüler reklam aracı olan posterlerde vurgu yaratmak amacıyla çok büyük harfler kullanılmaktaydı. Darius WELLS'in(1800-1875) 1827'de ahşaptan yaptığı harfler hem ucuz hem de hafif olmaları sebebiyle tercih edilmişlerdir (Clair,1999:70-71, Meggs,1998:137, Arnston,1988:16).

1800'lü yılların ikinci yarısı, 1837'de Kraliçe Victoria'nın(1819-1901) 18 yaşında Britanya tahtına çıkmasının ardından Viktoryen Dönem olarak adlandırılmıştır. Kraliçe Victoria 1901'e kadar tahtta kalmıştır. Viktoryen tarzın naif optimist romantizminin harf tasarımlarına uyarlanması sonucunda aşırı süslü

okunması güç yazı karakterleri ortaya çıkmıştır. Bu döneme ait yazı karakterlerinin çoğu günümüzde sadece süslü inşiyaller olarak metinlerde ya da bazı başlıklarda kullanılmaktadır (<http://www.history.ac.uk/ihr/Focus/Victorians/index.html>, Meggs,1998:172-173).



**Şekil 9: Viktoryen Tarzda
İnsiyaller**

19.yy
(http://www.abc-embroidery-designs.com/images/Alphabets_Designs/VictorianGlamour_index.gif)

20. Yüzyıl Tipografisi:

19.yy'ın sonunda Avrupa ve Amerika'da endüstri devrimi ve ticari yaklaşım hayatın her alanına egemen olmuştur (Lynton,1991:13-20). Bauhaus ve Dada hareketleri yaklaşmaktayken Charles DARWIN(1809-1882) evrim teorisi ile ilgili *Türlerin Kökeni* adlı çalışmasını 1859'da yayımlamıştır. Darwin, insanın maymun soyundan geldiğini iddia ederek Victoria dönemi toplumunu şaşırtmıştır (<http://www.aboutdarwin.com>). Aynı yıllarda psikoloji alanında ise Sigmund FREUD(1856-1939), id, ego ve süper ego teorisini geliştirmekteydi (<http://www.iep.utm.edu/f/freud.htm>). Buharlı lokomotif Amerika kıtasının iki ucunu birbirine bağlarken telgraf uzak mesafelerin hızlı iletişim aracı olmuştur. Fransa'da izlenimciler sanat ve gerçeklikle ilgili görüşümüze değiştirmişlerdir (Tunalı,1989:37-46, Arnston,1988:16,19).

Estetik kaygılardan uzak üretim ve sıradan ürün miktarındaki artışın bir sonucu olarak hem estetik hem de fonksiyonel ürünler yaratmak amacıyla, 1884'te bir grup sanatçı *Sanat İşçileri Derneği*'ni kurmuşlardır. William MORRIS(1834-1896) 1861'de el yapımı ev mobilyaları üretmek amacıyla Morris & Company'i kurmuştur.

Elde üretilen yüksek kalitede ürünler pahalı oldukları için sadece zengin kesime ulaşabilmişlerdir. Ancak bu girişim endüstri ürünlerinde de yüksek kalite ve estetik gereksinimini doğurmuştur. Sıradan endüstriyel üretime karşı ortaya çıkan bu hareket sanatlar ve el sanatları anlamına gelen Arts & Crafts hareketi olmuştur (Bektaş,1992:14-15, Clair,1999:87-88, İstek,2004:74, Loxley,2006:79-92, Meggs,1998:178-179,).

Arts & Crafts'ın önderi olarak kabul edilen William Morris, 1889'da Kelmscott Yayınevini kurmuş ve Nicholas Jenson'ın 1470 – 76 yılları arasında tasarladığı Venedik Roman harf karakterlerini incelemiş; 15.yy'a ait kitaplar basmıştır. Morris, bu kitaplar için 1890'da Roman bir harf karakteri tasarlamış ve ortaçağ sanatları, bitki ve hayvan motiflerinden etkiler taşıyan bu karaktere *golden* adını vermiştir. İlk sayfada bu ağır ve koyu renkli karakter orta çağ elyazmalarındaki gibi yine koyu renkli, dekoratif ağaç baskı bordürler ve insiyallerle çevrelenmiştir. Takip eden dönemde Morris, matbaacılık ve kağıtla ilgili çalışmalarının yanında *chaucer* ve *troy* adını verdiği iki karakter daha tasarlamıştır (Becer,1997:99-100, Bektaş,1992:14-15, Clair,1999:88, Ganiz,2004:70, Meggs,1998:263-269, http://en.wikipedia.org/wiki/William_morris, <http://special.lib.gla.ac.uk/teach/privatepress/kelmscott.html>).

Gutenberg'in metal döküm harf kalıplarını el ile tek tek dizerek gazete sayfaları oluşturmak saatler almaktaydı. New York gazeteleri bu süreyi azaltacak buluşlar için yarım milyon Dolar ödül vaat etmişlerdir. Otto MERGENTHALER(1854-1899) ilk lino tipi dizgi makinesini 1886'da tasarlamıştır. Bu makinenin daktilo tuşlarından oluşan kısmına oturan bir kişi makaleyi yazarken harfler buldukları bölümlerden çıkararak dizilmekteydiler. Lino tipi dizgi makinesi elle dizgi işleminden on kat daha hızlıdır. Hızlı dizgi gazete üretimini ucuzlatmış baskı adetini arttırmıştır (Clair,1999:89, <http://www.xs4all.nl/~knops/timetabc4.html>, Becer,1997:98-99, Meggs,1998:140-141, Uçar,2004:105).

1900'lerin ilk yarısında çok önemli buluş ve yenilikler yer almıştır. Sokak ve evlerin gaz lambasına kıyasla ucuz ve güçlü aydınlanmasını sağlayan elektrik,

Guglielmo MARCONI'nin(1874-1937) radyo dalgaları, Wright Kardeşler Orville WRIGHT(1871-1948) ve Wilbur WRIGHT(1867-1912) motorlu uçakları ve Henri FORD'un(1863-1947) ilk 1915 model otomobili... Sürrealizm, Freud tarafından ortaya çıkarılan düste ve bilinçsiz olma durumundan esinlenirken, kübist ressamlar bir objenin aynı anda tüm yönlerini göstermeye çalışmaktaydılar. Bu hızlı gelişmeler Avusturya-Macaristan İmparatorluğu'nun komşu ülkeleri ele geçirmek istemesi ile ortaya çıkan I.Dünya Savaşı ile kesintiye uğramıştır. On milyon erkek bu savaşta hayatını kaybetmiştir. Yüzyılın sonundaki Bolşevik devriminde ise Rusya'da beş milyon kişi hayatını kaybetmiştir. Bolşevikler Çar II.Nikola'yı(1868-1918) tahtından indirmiş ve Vladimir LENIN'in(1870-1924) idaresi altında komünist bir toplum oluşturmuşlardır. Sanat karşıtı Dada hareketi I.Dünya Savaşı'nın yol açtığı duygusuzluk ve acıya cevap olarak ortaya çıkmıştır (<http://en.wikipedia.org/wiki/Modernism>).

Viktoryen dönemin estetik anlayışı ve Arts & Crafts hareketi birleşerek, zarif kıvrımlı çizgiler ve anıtsal genç kadın figürlerine dayanan Art Nouveau hareketi ortaya çıkmıştır. Bu dönemde yaygın olarak litografi tekniğiyle yapılan ve yeni yazı karakterlerinin kullanıldığı afişler görülmüştür. Döneme Alphonse MUCHA'nın(1860-1939) yazı ile illüstrasyonların görkemli ve zarif bir şekilde bir araya geldiği eserleri damgasını vurmuştur. Otto ECKMANN(1865-1902) ve Henri van de VELDE(1863-1957) dönemin zarif sanat anlayışı ile sert metal yazıları birleştirmeye çalışmışlardır (Bektaş,1992:17-34, Becer,1997:100-101, İstek,2004:74, Meggs,1998:190-214, <http://www.artsmia.org/modernism/Dintro.html>, http://en.wikipedia.org/wiki/Art_nouveau)

İngiltere, Kelmscott'ta basılan kitapları inceleyen ve yazı seçiminde orta çağ karakterlerine ağırlık veren Rudolf KOCH(1876-1934), Almanya Offenbach'taki Arts & Crafts Okulunda kaligrafi öğretmenidir. Ortaçağ karakterlerinin çeşitlemeleri üzerinde çalışan Koch, kapak tasarımlarında kullanılan, köşeli kıvrımları ve yalınlığı yüzünden ahşap baskıları anımsatan, rustik etkili *neuland* karakterini tasarlamıştır. Koch yaygın olarak çocuk ürünlerinde kullanılan sans serif bir karakter olan *kabel*'i

de tasarlamıştır. *Kabel* kolay okunabilen, içbükey terminalleriyle eğlenceli ve güzel bir yazı karakteridir (Bektaş,1992:15, Clair,1999:91, Ganiz,2004:72-73, Meggs,1998:185-186).

Tüm diğer Amerikalı baskıcılar gibi Kelmscott Basımevi'nden etkilenen yazı tasarımcısı Frederick W.GOUDY'nin (1865-1947) mükemmel kağıt kalitesi ve kusursuz baskı işçiliği baskı alanındaki kalite standartını yükseltmiştir. Goudy tüm zamanların ilk tam zamanlı yazı tasarımcısı olmuştur. Güzellik ve işlevselliği birleştirerek 122 farklı karakter tasarlamıştır. İtalya ve Fransız Rönesans'ı döneminin tipografik tasarımından esinlenen ve günümüzde de yaygın olarak kullanılan *goudy* adındaki yazı karakterlerini tasarlamıştır. *Goudy old style* karakteri Goudy'nin kaligrafi ile olan ilişkisini gözler önüne sermiştir. Kitap tasarımı ve sayfa mizanpajla ilgili kitaplar yazmıştır (Bektaş,1992:16, Clair,1999:91, Ganiz,2004:72-73, Loxley,2006:93-102, Meggs,1998:186, Uçar,2004:110-111).

Victoryen dönem yazı karakterlerini daha yalın ve akıcı yazı karakterleriyle olan eğilim takip etmiştir. Bazı tasarımcılar klasik Roman yazı karakterlerinden ilham alırken, bazıları erken dönem serifsiz yazı karakterleri oluşturmuşlardır. İngiliz kaligraf ve yazı öğretmeni Edward JOHNSTON(1872-1944) 1916'da Londra metrosu için ilk modern sans serif yazı karakterini tasarlamıştır. Bu karakter, harflerinin biçimi ile erken dönem örneklerinden ayrılmaktadır (Bektaş,1992:87, Clair,1999:91, Loxley,2006:118, Meggs,1998:301).

Johnston'ın öğrencilerinden biri olan Eric GILL(1882-1940) *railway* yazı karakterine çok şey borçludur. Eric Gill yazı alanındaki kariyerine kaligraf ve taş kesicisi olarak başlamıştır. Gill'in ilk yazı karakteri olan *perpetua* klasik örneklerden esinlenmiş serifli bir karakterdir. 1928'de klasik karakterleri bırakarak sayfa üzerinde kolayca ayırt edilebilen ve okunabilen, detaylarında kaligrafik tatlar bulunan, sans serif *gill sans* karakterini tasarlamıştır. *Joanna* ve *bunyan* Gill'in diğer yazı karakterleridir (Becer,1997:105, Bektaş,1992:87-88, Clair,1999:91, Ganiz,2004:88-89, Loxley,2006:163, Meggs,1998:301, Uçar,2004:111-113).

1905'te ilk döner ofset litografi bulunmuş ve kullanılmıştır. Taş litografi gibi ofset de yağ ve suyun ayrışma prensibine dayanmaktadır. Bu yeni litografi türünde taş yerini bir silindirin çevresine sarılmış ince alüminyum tabakaya bırakmıştır. Silindir kullanımını baskı hızını arttırmıştır(Clair,1999:92,http://en.wikipedia.org/wiki/Offset_lithography, http://www.ipaper.com/PDF/PDFs_for_Papers/History%20of%20Lithography.pdf.)

1920'ler kutlama ve özgürlük yıllarıdır; savaş bitmiştir. Ancak Alman markı çok fazla değer kaybetmiş ve fakirlik baş göstermiştir. Bu yıllarda birçok sanat ve tasarım akımı ortaya çıkmıştır. Avrupa'da Art Deco, Fütürizm, Konstrüktivizm, Art Nouveau, Süprematizm, Empresyonizm, Ekspresyonizm, Kübizm, De Stijl, Sürrealizm, Jugendstil, Dada, Sosyal Realizm ve Bauhaus düşüncelerinin görüldüğü tarihler çakışmıştır (Clair,1999:92-93, Becer,1997:101, Bektaş,1992:39, Arnston,1988:29-30).

Dada sayfa yüzeyinde yazının düzenlenmesine karşı çıkmıştır. 1909 yılında fütürist bir manifesto yayınlayan Filippo MARINETTI(1876-1944) ve arkadaşları bütün tipografi ve imla kurallarını altüst ederek yenilikçi bir tipografi dili geliştirmişler; özellikle fütürist şiirlerinde kullandıkları bu dinamik yazı tasarımı anlayışına "özgür tipografi" adını vermişlerdir. Geçmişin düşey ve yatay hizalamalarını reddederek farklı büyüklük ve karakterlerdeki harflerle serbest kompozisyonlar oluşturmuşlardır. Bunun sebebi I.Dünya Savaşı'ndan sağ çıkan bireyler üzerindeki korku ve tedirginlik olmuştur (Clair,1999:93, Becer,1997:101-102, Meggs,1998:240-49, Bektaş,1992:44-49, Arnston,1988:22-23).

Art Deco'nun en belirgin özelliği geometrik çizgisel yapısıdır. Art Deco tasarım ve yazı karakterlerinde koyu ton ve renkli kısımlar, geometrik şekiller ve ince paralel çizgiler kullanılmıştır. Dönemin yazı ve grafik tasarımcısı Adolphe M.CASSANDRE(1901-1968) kübistlerden ve art deco estetik anlayışından esinlenerek *peignot* yazı karakterini tasarlamıştır. Yalınlaştırmaya çalıştığı harflerde çizgi kalınlıklarının oluşturduğu siyah-beyaz kontrastı bulunmaktadır

(Becer,1997:103, Clair,1999:92-93, Loxley,2006:152-153, Ganiz,2004:183, Meggs,1998:263-269).

I.Dünya Savaşı'nın ardından kurulan Alman tasarım okulu Bauhaus; "biçim işlevi takip eder", "az şey daha çok şeydir" prensipleri üzerine kurulmuştur. Sadece on dört yıl eğitim vermiş olmalarına rağmen bu ilkelerin 20.yy'ın sanatına da yansımaları olmuştur. Temiz yalın ve süslemeden uzak tasarım iyi tasarımın amacıdır ve ancak bu şekilde tasarlanmış ürünler toplumda ilgi görürler. Sans serif yazı karakterlerini yalınlaştıran, temel biçimlere indirgeyen Herbert BAYER(1900-1985) 1925'te tasarladığı *universal* yazı karakterinde kapitallere yer vermemiştir. Naziler 1933'de Bauhaus okullarını kapatmışlardır (Clair,1999:93-94, Becer,1997:103, Meggs,1998:288-291, Bektaş,1992:69-81).

Yükselen Bauhaus ve Bolşevizm felsefesinin bir sonucu olarak bazı sanatçılar klasik tuval anlayışını reddetmişlerdir. Rusya'da De Stijl hareketinin, kübistlerin ve fütüristlerin fikirleri, yeni sanat akımları olan konstrüktivizm ve süprematizmden etkilenmişlerdir. "Sanat için sanat" fikrinden uzaklaşarak toplum için afişler, kitaplar, dergiler ve yazı karakterleri tasarlamışlardır. Konstrüktivist grafiğin temel biçimsel özellikleri serifsiz yazılar, geometrik diyagonal kompozisyon, bar adı verilen yalın, kalın şeritlerin ve fotomontajın kullanılmasıdır. Geometrik barlardan oluşmuş harfler tasarlayan ve çalışmalarında renk olarak sadece kırmızı, beyaz ve siyah kullanan konstrüktivist El LISSITZKY'nin (1890-1941) tipografik düzenlemeleri sonraki kuşakları etkilemiştir (Clair,1999:94-95, Becer,1997:104, Meggs,1998:272-275, Bektaş,1992:60-63, Arnston,1988:25-27).

1917'de Hollanda'da ortaya çıkan De Stijl hareketini oluşturan eserlerde Piet MONDRIAN'ın(1872-1944) çalışmalarındaki gibi dengenin evrensel ilkelerini gösteren soyut geometrik şekiller yer almıştır. Tipografik çalışmalarda yazı ve boşlukları ayıran koyu renkli düşey ve yatay barlar kullanılmıştır. Theo van DOESBURG(1883-1931), De Stijl teorilerine bağlı kalarak *an alphabet* adlı bir yazı karakteri tasarlamıştır. Kareden yola çıkılarak tasarlanmış bu karakterde temiz,

modern ve geometrik estetik yaklaşımı uğruna eğri ve diyagonaller terkedilmiştir (Clair,1999:95, Becer,1997:104, Meggs,1998:281-285, Bektaş,1992:67-69, Arnston,1988:27).

Bauhaus ve Rus Konstrüktivistler'in görüşlerinden etkilenen Jan TSCHICHOLD(1902-1974), 1928'de bu hareketlerin tipografi anlayışını yeni tipografi anlamına gelen "Die Neue Typographie" başlığı altında yayınladığı kitapçığında açıklamıştır. Asimetrik düzenlemeyi, diyagonallığı, sans serif geometrik yazı karakterlerinin karelere ayrılmış bir sayfa üzerinde organizasyonunu savunmuştur. Dejenere olmuş harf karakterleriyle yapılan düzenlemelerin niteliksizliğini görerek kendi zamanının ruhunu, anlayışını ve görsel duyarlılığını yansıtan yeni bir tipografi anlayışı yaratmıştır. Tschichold, tipografide asimetrik düzenlemeler konusunda öncü çalışmalar yapmıştır. İletişimin işlevini ön planda tutmuş ve süslemeyi reddetmiştir. Ona göre renk sayfa üzerinde light, bold, condensed ve extended sans serif karakterlerin dengelenmesi ile oluşturulabilirdi. Beyaz boşluk ise bütün çalışmaların ayrılmaz bir elemanıdır. Hayatının ileri dönemlerinde Tschichold bu görüşlerinden vazgeçecek ve klasik yazı karakterleri ve düzenlemelerine değer verecektir (Arnston,1988:27-28, Becer,1997:103-104, Bektaş,1992:86-87, Clair,1999:95, Ganiz,2004:102-103, Loxley,2006:146-147, Meggs,1998:297-301, Uçar,2004:114-115).

Diğer bir erken dönem sans serif tasarımcısı Paul RENNER'dir(1878-1956). Renner 1927'de Almanya'da harfleri sadeleştirerek geometrik biçimlere dönüştürüp sans serif yazı karakteri *futura*'yı tasarlamıştır. Bu karakterin biçimi öncekilerden çok farklıdır. Son halinde yuvarlak harfler tam bir daire, açılı harfler ise tam üçgenler oluşturmaktadır. Genişletilerek bir yazı ailesine dönüştürülen *futura*, günümüzde de kullanılan yalın biçimli, dengeli ve işlevsel bir yazı karakteridir (Bektaş,1992:88-89, Clair,1999:95-96, Ganiz,2004:84-85, İstek,2004:75, Loxley,2006:142, Meggs,1998:302-303, Uçar,2004:113-114).

1929'da New York borsasının kalbi Wall Street'de hisse senetlerinin bir anda değer kaybetmesi ile Büyük Bunalım başlamıştır. Bankalar kapanmış, iş dünyası başarısız olmuştur. 1934'de faşist lider Adolf HITLER(1889-1945) Almanya'da, Benito MUSSOLINI(1883-1945) İtalya'da, Francisco FRANCO(1892-1975) İspanya'da, Joseph STALIN(1878-1953) Sovyetler Birliği'nde başa geçmişlerdir. 1927'de sesli sinema başlamıştır (Clair,1999:96).

İngiliz Monotipi Derneği'nin yazı danışmanı Stanley MORISON(1889-1967) 1932'de London Times Gazetesi için yeni bir yazı karakteri tasarlamakla görevlendirilmiştir. *times new roman* karakterinin en önemli özelliği kolay okunabilir olmasıdır. Önceki örneklere göre daha kısa üst ve alt uzantılara, kalınlık kontrastı yapan çizgilere sahip olan karakterler hafifçe daraltılmıştır (Becer,1997:105, Bektaş,1992:89, Clair,1999:96-97, Ganiz,2004:87, Loxley,2006:131, Meggs,1998:303).

1941'de Japonların Pearl Harbour'a saldırılarının ardından Amerika Birleşik Devletleri de II.Dünya Savaşı'na girmiştir. Savaş 1945'de Harry S.TRUMAN'ın(1884-1972) Hiroşima ve Nagazaki'ye atom bombası atması ve Almanya topraklarının İngiliz ve Ruslar tarafından işgal edilerek ikiye bölünmesi ile sona ermiştir. 1950'ler ise dünyanın büyük güçlerinin depolarına silah yığıldıkları soğuk savaş yılları olmuştur. Amerika 1950 – 53 yıllarında Kore savaşına katıldığında tüm evlerde televizyon vardı. Soyut ekspresyonistler sanat alanında varlık gösterirken teknoloji devrimi yaşanmış ve plastik popüler olmuştur. Ruslar ve Amerikalılar arasında aya ilk ayak basma yarışı 1957'de başlamıştır (Clair,1999:97).

İsviçre doğumlu tasarımcı Adrian FRUTIGER'in(1928-) 1954 – 57 arasında yirmi bir versiyondan oluşan *univers* dizisini tasarlamıştır. *Univers*'in Farklı kalınlıklara sahip, italik, condensed ve extended çeşitlemeleri bulunmaktadır. Frutiger karakterleri yan yana geldiklerinde düzgün bir doku oluşturacak şekilde tasarlanmış ve her çeşitlemeye kodlu bir numara vermiştir. Tasarımı üç yıl süren

univers yazı ailesi olarak tasarlanan ilk karakterdir (Bektaş,1992:129, Clair,1999:97-98, Loxley,2006:173-174, Ganiz,2004:128-134, Meggs,1998:336, Uçar,2004:116-117).

1950'lerde Almanya ve İsviçre'de nesnel açıklık ve anlaşılabilirliğe dayalı İsviçre Stili adı verilen bir tasarım stili egemen olmuştur. Bütün görsel imgeler milimetrik kağıtlar üzerinde inşa ediliyor, serifsiz yazılar asimetrik bir kompozisyon anlayışı içinde sola ya da sağa hizalanıyordu. Eski Bauhaus okulu mensubu İsviçre okulu filozofları yeni sans serif karakterler tasarlamışlardır. Yine 1950'lerin ortalarında Max MIEDINGER(1910-1980), İsviçre'deki Haas Yazı Dökümhanesi için *new haas grotesque* adını verdikleri serifsiz bir yazı tasarlamışlardır. Okunurluğu arttırmak için x-yüksekliği miktarını arttırmışlardır. Tasarımında zarif kıvrımları bulunan bu karakter bir tasarımcı grubu tarafından yazı ailesine dönüştürülmüştür. Bu yazı 1961 yılında Alman yazı firması Stempel AG tarafından latince İsviçre anlamına gelen *helvetica* adı ile tescil edildi. Optik kurallara dayalı anatomisi ve kusursuz görsel ritmi, *helvetica*'nın 20.yy'ın son çeyreğinde en yaygın kullanılan yazı karakteri olmasına yol açmıştır (Becer,1997:105-106, Bektaş,1992:130, Clair,1999:98, Ganiz,2004:100-101, İstek,2004:77, Meggs,1998:336-337.).

40 yıllık bir kaligrafi ve tipografi geçmişi olan Nürnberg'li Hermann ZAPF(1918-) 1950'lerde kaligrafi ile ilişkisi kolayca görülebilen *palatino*'yu tasarlamıştır. *Palatino*'yu 1952'de engin, zarif ve köşeli bir karakter olan *melior* takip etmiştir. 1400'lerin Floransa'sına ait elyazmalarını inceleyen Zapf, 1958'de sans serif bir karakter olan *optima*'yı tasarlamıştır. Seriflerin yerini genişleyerek biten terminallere bıraktığı *optima* soğuk ve mekanik görüntüden uzak zarif bir hümanist karakterdir (Becer,1997:105, Bektaş,1992:89, Clair,1999:98-99, Ganiz,2004:114-116, Meggs,1998:337-338).

İtalyan Aldo NOVARESE(1920-1995) ve Alessandro BUTTI'nin(1945-1947) tasarladıkları sadece büyük harfleri bulunan *microgamma* ve hem büyük hem de küçük harf serisi bulunan *eurostile* karakterleri köşeli, sıradan ve mekanik

görünümlüdür. Her iki karakter de sayfayla uyumlu, sıkı bir dokuya sahiptir. Novarese, yalın, zarif ve dengeli karakterler olan *ITC novarese*, *ITC fenice* ve *ITC mixage*'ı da tasarlamıştır (Clair,1999:99, Ganiz,2004:117-121).

Freeman CRAW(1917-), dönemin Amerikalı harf tasarımcısı son derece dengeli, yalın ve endüstriyel görünümlü olan *craw clarendon*, *craw modern* ve *ad lib* karakterlerini tasarlamıştır. Bu karakterlerin x-yükseklikleri harf yüksekliklerine oranla daha fazladır ve harfler bir miktar genişletilmiştir (Clair,1999:99).

Dizgi teknolojisini fotoğraf teknolojisi ile birleştirmeye çalışan birçok girişim olmuştur. Foto tipi dizgi makinesi matris yerine karakterlerin negatiflerini kullanmaktadır. Negatifler bir büyütme lensini ile ışığa duyarlı kağıt arasına yerleştirilmekte, bilgisayar aracılığıyla karakterler istenen punto büyüklüğünde ayarlanmakta ve yansıtılan ışık negatiflerin ortasından geçerek ışığa duyarlı kağıt yüzeyinde harfleri oluşturmaktadır. Sadece bir negatifle 4 puntodan 36 puntoya kadar 33 farklı büyüklükte harf dizilebilmektedir. Negatif karakterler daha kısa sürede pozlamaya imkan veren disklerle ya da şeritlere yerleştirilmektedir. Işığa duyarlı kağıt daha sonra kasetlere ve daha sonra da bir dizi merdane ve sıvı banyodan geçirilmektedir. Foto tipi dizgi makinesinde harfler ve çizgiler üst üste gelebildiği için harf aralıkları kolayca ayarlanabilmektedir. Foto tipi dizgi sayesinde daha keskin ve siyah olan yazı özelliğini kaybetmeden %500 büyütülebilmektedir. Foto tipi dizgi aynı zamanda üretim sürecini kolaylaştırdığı için de ekonomiktir (Clair,1999:99-100).

Foto tipi dizgi makinesi harf tasarımını metal kalıplamanın sınırları içinden çıkartmış ve yeni tasarımlara olanak sağlamıştır. Harfler artık deforme edilerek birbirlerinin üzerine gelebilmekte ve okunurluğu arttırmak için sıkışık dizgi yapılabilmektedir. 1960'larda foto tipi dizgi makinesi yatay ve düşey boşluklama sınırlılıklarını ortadan kaldıracak ve çok hızlı dizgi yapabilecek şekilde geliştirilmiştir. Artık yazılar doldurulmak istenen alana göre şekillendirilebilmekte,

hatta bazen okunurluğun limitlerini zorlayacak şekilde sıkıştırılabilmektedir (Clair,1999:100, Meggs,1998:370-372, Bektaş,1992:152).

Uluslararası Yazı Karakteri Derneği ya da ITC'yi Amerikalı tasarımcı ve sanat yönetmeni Herb LUBALIN(1918-1981), 1970 yılında yazı tasarımına lisans kavramını getirmek ve tasarımcılara, yazı döküm firmalarına yeni tipografik karakterleri doğrudan ulaştırabilmek amacıyla Edward RONDTHALER (1905-) ve Aaron BURNS(1922-1991) ile birlikte kurmuştur. ITC'nin temel ilkesi okunaklılığı arttıran ve okumayı kolaylaştıran yazı karakterleri tasarlamaktır. ITC, eski klasik karakterleri tekrar tasarlamakta, onları daha okunur ve dengeli hale getirmektedir. Bunu da x-yüksekliklerini arttırarak ve yuvarlak kısımlardaki terminalleri düzleştirip uzatarak sağlamaktadır. Yalın ve uzun olan ITC yazı aileleri kendi içlerinde tutarlıdır. ITC tasarımcılar tarafından geliştirilen tasarımların tüm haklarını satın almakta; alıcıya lisanslı ve tutarlı karakterler sunmaktadır (Becer,1997:106-107, Bektaş,1992:156, Clair,1999:100-101, Ganiz,2004:110-111, Loxley,2006:202, Meggs,1998:377).

Beş yüzün üzerinde karakter tasarlamış olan Edward BENGUIAT'ın(1927-) *benguiat* yazı karakterinde enteresan köşe ve kıvrımlar birlikte kullanılmıştır. Keskin ve sivri, diken görünümlü serifleriyle *benguiat*'ın genel etkisi sert ve kabadır. *ITC benguiat gothic*, *ITC tiffany*, *ITC souvenir*, *ITC bookman*, *ITC panache* ve *ITC korinna* tasarımcının tasarladığı yazı karakterlerinden bazılarıdır. Benguiat'ın tüm yazı karakterleri gibi yenilikçi olan *benguiat gothic*, yuvarlatılmış terminallerle biten, kıvrımlı bir yapıya sahiptir ve ilk olarak kıvrımlı yatay barlar bu karakterde görülmüştür (Clair,1999:101, Ganiz,2004:110-113).

II.Dünya Savaşı'nın ardından 1960'lar Amerikan endüstrisinin güçlü ve gelişmekte olduğu yıllardır. Savaşın ardından iyileşmekte olan Avrupa ülkelerinin en önemli ve tek tedarikçisi durumundaki Amerika dünyanın bir numaralı üreticisidir. Kurumlaşmaya karşı olan çiçek çocuklar jenerasyonu politik gösterilerde aktiftir. Üniversite çağındaki öğrenciler medeni haklar ve kadın haklarının kazanılması için

mücadele etmektedir. Amerika refah ve huzur içindeki bir orta sınıf tüketim toplumu haline gelmiştir (Clair,1999:101-102).

60'lı yılların yazı karakteri tasarımları op art denen sanat akımının etkisi altındadır. Harfleri kıvrımlı ya da girdaplı gibi baş döndürücü yapabilmek için afişler art nouveau dönemindeki gibi elde yazılmaktadır. Okunaklılık göz önüne alınmaksızın izleyicinin bir rock afişindeki mesajları anlaması beklenmektedir. Seymour CHWAST (1931-) dönemin estetik değerlerinde beş yazı karakteri tasarlamıştır: *artone*, *blimp*, *filmsense*, *myopic* ve *buffalo*. *Artone*, son derece kalın kare serifleri ile dolgu topuk ve çan etek modasını yansıtırken, kalınlıkları dereceli bir şekilde değişen çizgilerden oluşan *blimp* ise yuvarlatılmış, patlayacakmış hissi vermektedir. *Filmsense*, harfleri siyah, gri ve beyaz tonlama ile tanımlayan yuvarlatılmış bir sans serif karakterken, *myopic* harflerin ardarda tekrarlanması, *buffalo* ise bold sans serif bir karakterin değiştirilmesi ile oluşmuştur. 60'lı yılların sanat ve tasarım anlayışını yansıtan bu karakterler günümüzde modası geçmiş izlenimi yaratmaktadırlar. Bu dönemi çağrıştırmayı istenen çalışmalar için son derece uygundur (Clair,1999:102, Bektaş,1992:151).

Foto tipi dizgi makinesinin tasarım olanaklarını kullanan tasarımcılardan biri olan Herb Lubalin fikir, duygu ve sürprizleri yazı ile ifade etmiştir. Verimli bir tasarımcı olmasına rağmen birkaç karakter tasarlamıştır. *Avant garde* Lubalin'in editörlüğünü yaptığı bir derginin idareciler listesini vermek için tasarlanmış bir karakterdir. Farklı çeşitlemelere sahip geniş bir aile olan *avant garde* için Lubalin sıkışık dizgide kullanmak üzere iki harfin birleşmesinden oluşan karakterler tasarlamıştır. *Serif gothic* de Lubalin'in tasarladığı kıvrımlara dayalı, terminallerinde hassas ve ince seriflerin bulunduğu bir yazı karakteriyken, *lubalin graph*, *avant garde*'ın kare serifli çeşitlemesidir (Clair,1999:102, Meggs,1998:373-375, Bektaş,1992:152-155, Arnston,1988:32).

1970'lerde Amerika Vietnam'a girmiş, barış işareti savaş karşıtları ve asker kaçaklarının sembolü haline gelmiştir. Televizyon sayesinde korkunç savaş Amerikan

evlerine girmiştir. John F.KENNEDY(1917-1963) ve Martin Luther KING,Jr.(1929-1968) suikaste uğramış, sorumlu tutulan Siyah Panterler dağıtılmıştır. Irkçılık Amerika'nın güneyinde varlık gösterirken kadınlar bazı haklar kazanmışlardır. Richard NIXON(1913-1994) orduları Vietnam'dan geri getirmiş, Çin'i ziyaret etmiş, Dışişleri Bakanı Henry KISSINGER(1923-) orta doğu barışında büyük adımlar atmış, Sovyetler Birliği ile imzalanan anlaşma sonucunda Soğuk Savaş dönemi çözülmeye başlamıştır. 70'ler Japonların ucuz kameralar, hesap makineleri, televizyonlar ve arabalarla Amerikan pazarına girdikleri ve Amerikan firmalarını yeniden yapılanmaya zorladıkları yıllar olmuştur. New York'ta Op ve pop art yerini soyut ekspresyonizme bırakmış, happeningler ve performans sanatlarını kavramsal, çevresel ve minimal sanatlar takip etmiştir (Clair,1999:102-103).

Yine 70'lerde grafik tasarımda minimalist sanatın etkisi görülürken tasarım ve mizanpajda İsviçre Stili tasarım anlayışına dönülmüştür. 70'ler disko müziğinin, boş vakitlerin, petrol borularının ve ambargolarının, yoga ve meditasyonun yıllarıdır (Clair,1999:103).

80'lerin sonunda tasarıma eklektik bir yaklaşım olan post modernizm ve eşsiz geometrik biçim, canlı renk ve desenlerde tasarlanmış mobilyalarla karakterize Memphis stili endüstriyel tasarım yaygındır. Bu duyarlılıkta tasarlanmış yazı karakterlerin yanı sıra Amerika'nın seçkin bazı tasarımcılarının retro hareketinden etkilenen yazı tasarımları da bulunmaktadır. Yeni taze fikirler üretmek yerine bu tasarımcılar ilham için geçmiş sanat akımlarını incelemişler, bunları dönemin mesajlarında tekrar kullanmışlardır. Yeni tasarım anlayışı olarak dada yazı karakteri tasarımları tesadüfi olarak karıştırılmış, konstrüktivist ağaç baskı illüstrasyonları ve fotomontaj teknikleri kullanılmıştır. bulunamayan eski yazıların ağaç ya da metal kalıplarını yapmak için ustalar çalıştırılmış ve eski yeni gibi görülmüştür (Clair,1999:103).

Daniel PELAVIN(1948-), 80'lerin sonunda tasarladığı *ITC anna*'da 20'lerin art deco stilinden esinlenmiştir. Bazı yuvarlatılmış harfleri ve köşeli terminalleri ile bir condensed sans serif karakterdir (Clair,1999:104, Meggs,1998:464-465).

Bilgisayarların icadı o zamana kadar elde ve büyük ölçülerde yapılan yazı karakteri tasarımını etkilemiştir. Olgunlaşana kadar tekrar tekrar elde çizilen harfler daha sonra yan yana geldiklerinde oluşacak etki ve uyumu görmek için diziliyorlardı. Londralı tipograf Neville BRODY(1957-) Rus konstrüktivizmi etkisinde condensed, kare biçimli ve köşeli yazı karakterleri tasarlamıştır. *Industria inline* ve *arcadia* geçmiş dönemin tarzının tam bir yeniden tasarımı değil, fazlasıdır. Onun karakterleri en az yazıya sıra dışı ve hoş bir farklılık katan bazı harflerin gelenek dışı biçimleri kadar farklı ve modern yuvarlak biçimlere sahiptir. Brody'nin geometrik yazı karakterleri minimalist olmaları ve tarihi referanslarından farklı ve yenilikçi olmaları yüzünden çağdaştır (Bektaş,1992:245-250, Clair,1999:105, Loxley,2006:225, Ganiz,2004:167, İstek,2004:78, Meggs,1998:467-468).

Max KISMAN(1953-) da yenilikçi bir dizi dijital yazı karakteri tasarlamıştır. *Vortex, traveller, jacques, slim* ve *tegentonen* Kisman'ın tasarladığı garip açılı yazı karakterleridir. Bazıları yoğunlaştırılmış ve biçimsel, bazıları da rastlantısaldir (Clair,1999:105-106, Ganiz,2004:186).

Tipografinin Temelleri

Grafik tasarım elemanları arasında sözel mesajları yazılı olarak iletme görevini üstlenen yazı, tasarımcılar tarafından üç ana biçimde kullanılmaktadır: kaligrafi, yazı ve tipografi.

Kaligrafi, fırça ya da divit ucu gibi bir çizim aracı yardımıyla serbest elle yazılan güzel yazı sanatıdır.

Yazmak, geleneksel biçimde tasarlanmış harfleri elle ya da kalem, fırça gibi bir araçla ya da bilgisayarla yazmaktır.

Tipografi; harflerin, mekanik olarak -genellikle görsel iletişimde yaygın olarak kullanılan harf, rakam ve noktalama işaretlerinin iki boyutlu yüzeyler üzerinde, tek başlarına, kelimeler ya da metinler olarak hangi büyüklük ve türde kullanılacak ve bir araya geleceklerini belirleyen kurallar sistemidir.

Tipografiyi çalışmalarında başarı ile kullanabilmek için grafik tasarımcıların tipografinin temel araçları ve ilkelerini çok iyi bilmeleri gerekmektedir.

Harfin Biçimsel Özellikleri ve Temel Ölçüleri

Harfler konuşma dilimizde kullandığımız seslere karşılık gelen ve belli biçimlere sahip olan işaretlerdir. Alfabedeki her harf benzersiz bir biçimsel özelliğe sahiptir ve sunulduğunda okunur olmalıdır. Baudin, alfabeyi belli sayıda fonetik sembolden oluşmuş bir sistem olarak tanımlamaktadır (Baudin,1989:23).

Bir yazı karakterini diğerlerinden kolay ayırabilmek için harf karakterinin biçimsel özelliklerini çok iyi bilmek gerekmektedir. Ancak bu sayede karakterlere şık ya da günlük olmak gibi özellikler ekleyen küçük farklar karşılaştırılabilir.

Bu iki yazı karakteri stili birbirinden kolayca ayırt edilebilmektedir. Düz duran yazılar roman, eğik olanlar italik olarak adlandırılmaktadırlar. Baudin'in de belirttiği gibi italik, bir yazı karakterinin eğilmesi ile değil, eğik olarak tasarlanması ile oluşturulmaktadır (Baudin,1989:42). Bir yazı karakterinin gerçek kalitesi italik stiline ve romanla olan ilişkisine bakılarak anlaşılmaktadır. Bir yazı karakterinin italik stili o yazı karakterinin kendi biçimsel özelliklerini taşımalı ve roman stilinden kesinlikle farklı olmalıdır. Bazılarında harfler el yazısı gibi birbirine bağlı bazılarında ise eğik roman gibi ayrı olabilir.

Kapital, majiskül ve uppercase terimleri büyük harf yerine kullanılmaktadır. Büyük harflerin yüksekliği yazı alanında var olduğu kabul edilen iki paralel yatay çizgi olan *üst çizgi* ve *taban çizgisi* arasında kalan mesafe kadardır. Tüm büyük harflerin yükseklikleri eşittir. Miniskül ve lowercase, küçük harfleri tarif etmektedir. Küçük harflerin boyu genellikle *x-yüksekliği* kadardır. Küçük harflerin *x-yüksekliği* ile birlikte harf yüksekliğini de bir miktar geçebilen *yukarı uzantıları üst uzanım çizgisine* kadarken *aşağı uzantıları* taban çizgisinin altından *alt uzanım çizgisine* kadar uzanmaktadır. Yukarı ve aşağı uzantıların bir araya gelerek farklı biçimler oluşturması okuyucuların kelimeleri birbirlerinden daha kolay ayırt etmesini sağlamaktadır. Bazı yazı karakterlerinde yukarı uzantıları büyük harfler gibi üst çizgide biterken bazı yazı karakterlerinde harf yüksekliğini geçer ve üst uzanım çizgisinde biter. Bazı yazı

karakterlerinde büyük ve küçük harflerle birlikte boyları x-yüksekliğini biraz geçen ve küçük harflerle birlikte kullanılabilen ve küçük kapitaller olarak adlandırılan büyük harfler bulunmaktadır. Tüm dizisi cap-yüksekliğinde olan rakamlar *lining rakamlar* olarak adlandırılırken; eski yazı karakterlerinde ve bazı modern yazı karakterleinde bulunan, küçük harflerle görsel bir denge kuran, kimilerinin tepe noktası x-yüksekliğinde kimilerinin cap-yüksekliğinde olan rakamlar *non-lining rakamlar* olarak adlandırılmaktadır (Conover,1985:45-47).

Gutenberg'in matbaasında kullanılan metal harfler dikdörtgen prizmaların üzerinde çevreleri oyularak oluşturuluyorlardı. Tüm harfler yeni kelimeler oluşturacak şekilde tekrar tekrar yan yana getiriliyorlardı. Farklı gövde genişliklerinin sabit bir ölçüye getirilmesi fikri ilk olarak 1683'de baskıci Joseph MOXON'un(1627-1691) aklına gelmiştir. Fransız Kraliyet Bilimler Akademisi'nden Jean TRUCHET(1657-1729) 1695'te gövde ölçüleri için bir sistem geliştirme girişiminde bulunmuştur. Bu sistem Fransız ayak ölçüsünün terminoloji ve bölümlerini temel alan on ikilik bir sistemdir ve ulusal bir standart olarak belirlenmemiş olsa da Fransız Kraliyet Basım Ofisi tarafından kullanılmıştır (Conover,1985:58-61).

Bu ölçü 1737'de Pierre Simon Fournier tarafından kopyalanmış ve kendisine ün kazandırmıştır. Sistem Fransa ve Hollanda'da hızla yayılmasına rağmen 1783'de François-Ambroise DIDOT'nun(1730-1804) revize edilmiş versiyonuyla değiştirilmiştir. Bu versiyonda ebatlar direk olarak modern ölçülerle ilişkilendirilmiştir. Fournier gibi Didot da yazının ölçüsünü ifade eden en küçük birimine *punto* adını vermiştir. 12 punto bir *cicero* olarak kabul edilmekte; böylece büyük ölçülerde kolaylık sağlanmaktadır. Cicero ile çizgi uzunlukları ölçülmektedir. (Meggs,1998:115-116)

Fransa'da 1801'de yasal olarak metrik sistem kabul edilse de Didot'nun sistemi Avrupa'ya yayılmıştır. Didot milimetrik sistemi (1812 – 15) François-Ambroise'nin oğlu Firmin DIDOT(1764-1836) tarafından oluşturulmuştur. (Meggs,1998:125)

Britanya ve Kuzey Amerika'da bir standardizasyon sistemi ihtiyacı ancak 19.yy'da fark edilmiştir. Yine bu yüzyıla kadar yazı karakterleri de kategorize edilmemiştir. Anglo – amerikan punto sistemi de Fournier ve Didot'nunki gibi on ikiliktir. 72 punto çok az bir farkla 1 inç olarak ölçülmekte ve 12 punto ise 1 pikaya karşılık gelmektedir (Funk ve Wagnalls,1971:954). Sistem ilk olarak Chicago'lu Marder, Luse & Co. tarafından 1872'de fabrikalarında çıkan yangının ardından toparlanmak için tanıtılmıştır. Birleşik Devletler Yazı Tasarımcıları Derneği'nin 1886'daki toplantısında Philadelphia'lı McKellar, Smiths & Jordan tarafından kullanılan ölçünün pika olarak kabul edilmesine kadar yaygın olarak kabul görmemiştir.

Britanyalı yazı üreticileri yüzyılın bitişinden önce adapte ettikleri sistem I.Dünya Savaşı'nın başlamasıyla birlikte tüm Britanya koloni ve sömürgelerinde hemen hemen evrenselleşmiştir.

Geç 20.yy'da fotodizgi alanındaki gelişmelerle varolmayan bir gövdenin ölçülmesi gereği ortadan kalkmıştır. Uluslararası metrik punto sistemine geçilmesi, punto sisteminin terk edilip metrik birimlere geçilmesi gibi iki farklı öneri ortaya atılmış, ancak bu önerilerin metrik sisteme geçmek üzere olan Britanya'dan ya da varlığından bile habersiz olduğu kabul edilen Birleşik Devletler'den geldiği için yazı imalatçıları tarafından antipatik bulunmuştur. Daha mantıklı, pratik ve aynı zamanda da ISO'ya da sahip önerilerden biri karakteri büyük H harfini temel alarak ölçmek (1978) olmuştur.

Bugün harf yüksekliği hala punto ile ölçülmektedir ve punto harfin var olmayan gövdesinin ölçüsüdür. Apple bilgisayarların 1985'te adobe sayfa tanımlama dili postscripti lazer yazıcıları için geliştirmesi ve kullanmaya başlaması ile 72 puntunun ölçüsü de 1 inç düşürülmüştür.

Bugün tipografik ölçü sistemi punto, birim ve pika adı verilen üç ana birim kullanılmaktadır. Punto ile harfin yüksekliği, birim ile genişliği, pika ile ise harf çizgileri ölçülmektedir.

Harfler ve çizgi kalınlıkları punto birimi ile ölçülmektedir. Punto ölçüsü hesaplanırken ascender ve descender çizgisinin arasındaki mesafe ölçülmektedir. 14 ve 14'ten küçük punto değerine sahip yazılar metin yazılarıdır; kitap, gazete ve dergi metinlerinde kullanılmaktadırlar. 14 puntodan büyük olanlar ise sergileme yazılarıdır; başlık türlerinde, afiş ve billboardlarda kullanılmaktadırlar.

Çizgilerin uzunluğu ve kolon genişlikleri pika ile ölçülmektedir. 1 inç, 6 pika; 1 pika 12 puntodur.

Birim ile yazının genişliği ölçülmektedir. Ancak harfler büyürken ya da küçülürken yazı karakteri özelliklerine bağlı olan oranları sabit kalmaktadır. Pika ve punto sabit ölçülerken birim oransal bir ölçü birimidir.

Yazı Karakterleri

Yazı biçimi, belirli bir tasarım anlayışına göre biçimlendirilmiş büyük ve küçük harfler dizisini ifade etmektedir. Halkın kullanımına sunulmuş, tüm noktalama işaretleri ve rakamlarıyla tamamlanmış bir yazı karakterinden farklı olarak sadece bir tasarımcının harfler için tasarladığı yeni biçimi tarif etmektedir.

Yazı karakteri ise, aynı biçimsel özellik ve oranlara göre tasarlanmış büyük harf, küçük harf, rakam, noktalama işaretleri, matematiksel sembollerden oluşan tamamlanmış ve kullanıma sunulmuş bir diziyi ifade etmektedir. Harfin karakterini oluşturan bu biçimsel özellik ve oranlar sayesinde harf karakteri birbirlerinden ayırt edilebilir.

Yazı ailesi, bir yazı karakterinin biçimsel özellikleri temel alınarak tasarlanmış birçok yazı karakterinden oluşmuş bir yazı takımıdır. İstek'in de belirttiği gibi bir yazı ailesinde orijinal yazı karakterin biçimsel özellikleri temel alınarak oluşturulmuş farklı kalınlıklardaki uyarlamaları extra light (çok ince), light (ince), book, demi (yarım), medium (orta), bold (kalın), extra bold (çok kalın), heavy (ağır) ve ultra (aşırı)dır. Farklı kalınlıklara sahip bu uyarlamaların condensed (yoğunlaştırılmış), regular (normal) ve extended (seyreltilmiş) uyarlamaları, farklı açılara sahip roman (dik) ve italik (eğik) uyarlamaları ile işleme seçenekleri outline (kontür), shaded (gölgeli), decorated (süslü) de bulunmaktadır (İstek,2004:10).

Yazı karakterlerinin sınıflandırılması çok fazla sayıda yazı karakterinin tasarlanmış olduğu 19.yy'da başlamıştır. Yazı karakterleri katalog ve bilgisayarlarda alfabetik sırada bulunmaktadır. Bu sistemde aranılan karakter adı ile bulunabilmektedir. Oysa ki biçimsel özelliklerine göre yapılan bir sınıflandırma yazı karakterlerini tanımayı, benzer özelliklere sahip karakterler arasında seçim yapmayı, yazının tarihsel gelişimini öğrenmeyi sağlamakta ve kolaylaştırmaktadır. Yazı karakterleri tarihsel gelişimlerine, genel özelliklerine, kaynaklarına ve dokularına göre sınıflandırılmışlardır (Craig ve Bevington,1999:31-33, Ganiz,2004:39).

Eski Stil Yazı Karakterleri:

Harfleri oluşturan çizgilerin devamı gibi duran serif yapıları gereği bu karakterler sayfa üzerinde organik bir görünüme sahiptir. Uçları yuvarlatılmış serifler biçim olarak insan ayağına benzemektedir. İncelen kısımları bile sağlamlık ve dengelilik etkisi yapacak bir kalınlıktadır. Bu yazı karakterlerini ağırlıkları yüzünden kolayca ayırt etmek mümkündür. Eski stil yazı karakterlerinin tasarlandığı dönemde harf kalıpları elde oyuluyorlardı. Harf biçimleri elde oyma işlemini kolaylaştıracak şekilde gelişmiştir. Üzüm ezme presinden dönüştürülmüş baskı presinin altında ezilmeyecek kadar güçlü olmalıydı. Bu karakterlerin tasarımında estetik dayanıklılığın önüne geçmiştir.

Kaligrafinin ascenderların büyük harf yüksekliğini geçme özelliği eski stil yazı karakterlerine geçmiştir. Küçük harf yükseklikleri yeni yazı karakterleriyle karşılaştırıldığında bazen x-yüksekliğinden kısadır. Yeni karakterlerde x-yüksekliği okunabilirliği arttırmak için yükseltilmiştir.



Eski stil yazı karakterleri el yazılarına olan benzerlikleri sebebiyle belirgin şekilde zariftir. Zariflik küçük harf a,c ve r'nin üzerinde bulunan damla şeklinde terminallerle pekişmektedir. Bu küçük özellik yazı karakterinin organik olmasını da sağlayan özelliklerden biridir. Eski stil yazı karakterleri modern uygulamalarıyla birlikte özenli bir şekilde kullanıldıklarında klasik ve geleneksel bir ifade yaratmaktadırlar.

Kalın ve ince kısımlar arasında çok az kontrast farkı, ana hatta bir eğriyle birleştirilmiş serifler, karakterlerde eğri vurgu, büyük harf yüksekliğini geçen

ascender yüksekliği, yuvarlatılmış serifler, bazı küçük harflerde bulunan damla şekilli terminaller eski stil yazı karakterlerinin genel özellikleridir.

Geçiş Dönemi Yazı Karakterleri:

Adından da anlaşıldığı gibi geçiş dönemi yazı karakterleri organik yapılı eski sivil yazı karakterleriyle mekanik yapılı modern yazı karakterleri arasında bir geçiş sağlamaktadır. Bu yazı karakterleri her iki dönemden de bir şeyler taşımaktadır: Sivrilerek incelmış içbükey serifleri ile hala eski stil yazı karakterlerinin zarafetine sahiptir. İnce çizgileri hafifçe inceltilmiş; yuvarlak uçlu, ayağa benzeyen serifler incelerak sivrilmiştir. Okunurluğu arttırmak için küçük harflerin genişliği çok hafifçe artırılmış ve daha geniş ve tam bir yuvarlak alan (iç boşluk) oluşturulmuştur. Bu yazı karakterinin kıvrımları geniş, yuvarlak ve ağırdır; genişletilmiş gibi gözükmektedir.

Transitional

*Şekil 11:
Geçiş Dönemi
Yazı Karakteri*

İnceltilmiş çizgiler yüzünden kalınlarla inceler arasındaki fark artmıştır. Geçiş dönemi yazı karakterlerinin italik uyarlamaları şıklık, denge ve el yazısı özelliklerini aynı anda barındırdıkları için eşsizdir. Taban çizgisinde dans eden harfler 200 yaşında olamayacak kadar dinamik ve canlı görünmektedir.

Kalın ve ince hatlar arasında güçlü kontrast, zarif tasarlanmış serifler, hemen hemen düşey vurgu, büyük harf yüksekliğine eşit ascender yüksekliği, çok kısa ve geniş, uzamış gibi görünen küçük harfler geçiş dönemi yazı karakterlerinin genel özellikleridir.

Modern Yazı Karakterleri:

Mekanik görünümlü yazı modern yazı karakterleriyle birlikte başlamıştır. Modern yazı karakterlerinin vurgusu düşey, katı ve yukardan aşağı doğrudur. Serifler ana parçalardan 90 derecelik bir açıyla çıkmaktadır. Seritlerin uçları keskin kareler şeklindedir. Kaligrafinin güzelliği geometri temelli uyumun korunması için terk edilmiştir. Karakter hafifçe yoğunlaştırılmıştır. Geçiş dönemi yazı karakterlerinde fazlaca dolu ve şiş gözüken yuvarlaklar tamamen terk edilmiştir.

Bir mantık çerçevesinde tasarlanan *bodoni* hiçbir akım ya da modayı takip etmemektedir. Modern bir yazı karakteri olan *bodoninin* italik uyarlamasında enteresan bir şekilde damla şeklindeki güzel terminaller ve kıvrımlı çizgiler bulunmaktadır. Ancak 7'den küçük puntolarda yazı karakterlerinde meydana gelen kırılmalar düşük çözünürlükte ince çizgilerde baskı problemi oluşur.



Şekil 12: Modern Yazı Karakteri

Harfi oluşturan çizgilerin kalınlıklarındaki aşırı kontrast, seriflerin ana çizgiyle birleşme yerlerinde 90 derecelik köşelerin oluşması, etkili dikey vurgu, küçük harflerde büyük harf yüksekliğine oranla daha kısa gövde yüksekliği ve bazı harflerde bulunan dairesel terminaller modern yazı karakterlerinin genel özellikleridir.

Mısır Stili Yazı Karakterleri:

Mısır stili yazı karakterleri bağımsız bir şekilde ortaya çıkmıştır. Sadece geometrik açıklığı ve dikey vurgulu yapısı ile modern yazı karakterlerine

benzemektedir. Mısır stili yazı karakterlerinin tüm çizgi kalınlıkları yaklaşık olarak aynıdır. Bu özelliğiyle harfi oluşturan ana çizgileri farklı kalınlıkta olan erken dönem yazı karakterlerinden ayrılmaktadır. Geniş, kare serifler sayfadaki baskın görüntüsü ile dikkati üzerine çekmektedir. Serifler gövdeye nasıl bağlanırlarsa bağlansınlar daima kalındır. Seriflerin yapısı ve var olup olmaması harfin biçimsel özellikleri kadar önemlidir.

Egyptian

*Şekil 13: Mısır Stili
Yazı Karakteri*

Son derece sağlam bir etkiye sahip olan harfler basit geometrik şekillere dayanmakta, daireler tam birer daire ve kareler de tam 90 derecelik karelerdir. Harflerin kalınlığını arttıran özellikleri elimine etmek için x-yüksekliği biraz fazla tutulmuştur. Bu sayede yazı karakteri en küçük puntolarda bile kolay okunabilmektedir. Diğer yandan kalın yazıların yarattığı kesik ama güçlü kontrastlar okumayı yavaşlatabilir.

Eşit kalınlıkta çizgiler, küçük harflerde normalden uzun gövde yüksekliği, kalın ve kare serifler, tasarlanmadan bırakılmış serif bağlantıları, düşey vurgu Mısır stili yazı karakterlerinin genel özellikleridir.

Serifsiz Yazı Karakterleri:

“Sans”, bir şeyin yokluğu anlamına gelen Fransızca bir önektir. Sans serif yazı karakterlerinin serifi bulunmamaktadır. Sans serif yazı karakterlerinin farklı ağırlık, biçim ve stilleri bulunmaktadır. Geometrik şekilleri ve *roman kapitallerinin* oranlarını temel alan serifleri değiştirilmiş ve dışbükey çizgileri olan çeşitleri bulunmaktadır.

Çoğu sans serif karakterin farklı kalınlık ve detaylara sahip varyasyonları bulunmaktadır. Sans serif yazı karakterleri mekanik olmak zorunda değildir; bir çoğu çok eski el yazıları temel alınarak tasarlanmıştır.

Sans Serif

*Şekil 14: Serifsiz
Yazı Karakteri*

Harfleri oluşturan çizgilerin kalınlıklarının birbirlerine çok yakın olması, büyük harf yüksekliğine oranla uzun gövde yüksekliği, çoğunlukla köşeli terminaller ve seriflerinin bulunmaması sans serif yazı karakterlerin genel özellikleridir.

Dekoratif Amaçlı Yazı Karakterleri:

Dekoratif amaçlı yazı karakterleri Art Deco stilinde büyük harflerden, oyulmuş görkemli Arts & Crafts harflerine, bebek dişi gibi anlaşılması güç, garip görünümlü harflerden Frankfurter gibi asil harflere uzanan geniş bir spektrumu kapsamaktadır. Bu yazı karakterlerinin metin içinde ve küçük puntolarda okunurluğu azdır. Bir paragrafın ilk harfi, başlıkta yer alan birkaç sözcük ya da bir logodaki tek sözcük olarak kullanıldığında rahatça okunabilmektedir.

Display Fonts

*Şekil 15:
Dekoratif Amaçlı
Yazı Karakteri*

El yazıları, içten ve dıştan çizgili, kontürlü, gölgeli yazı karakterleri, çok süslü yazı karakterleri, tarihsel yazı karakterleri, resimli büyük harfler, rustik yazı karakterleri, çok fazla sıkıştırılmış ve genişletilmiş yazı karakterleri, Western ve Sirk yazı karakterleri dekoratif amaçlı gösterim yazı karakterlerinin çeşitleridir.

Collier, bu sınıflandırmaya yenilik getirmiş; serifsiz yazı karakterlerini ‘geometrik’ ve ‘hümanist’ olarak ikiye ayırmış, dijital karakterler için ‘modern dijital’ olarak adlandırdığı yeni bir grup eklemiştir (Collier,1990:18-19).

Boşluk Düzenlemeleri

Metin Boşluk Düzenlemeleri:

Baudin'e göre alfabe düzenlenirken harflerin biçimleri göz önüne alınmamıştır (Baudin,1989:30). Oysa ki harfler biçimlerine göre altı gruba ayrılmaktadır. Benzer gruplardan ilkini "I,J,L,F,E", ikincisini "P, B, R, S", üçüncüsünü "O,Q,C,G,D", dördüncüsünü "M,W", beşincisini "H,U,N,T", altıncısını ise "A,V,X,Y,Z,K" oluşturmaktadır. En dar harf 'i' en geniş olanlar ise 'W' ve 'M'dir. Kelime içinde yan yana gelen bu farklı genişlikteki harflerin zaman zaman aralarındaki boşlukların düzenlenmesi gerekmektedir. Kelimelerdeki harf aralıklarının az olması biçiminin daha çabuk algılanmasını sağlamak suretiyle okumayı kolaylaştırmaktadır. Harf aralarındaki boşluğu azaltmak yazının yoğunluğunu arttırmaktadır. Yazının yoğunluğu leke değerini ifade etmektedir. Yazının leke değerinin %50'lik bir gri tonu olması istenirken daha koyu bir etki elde ediliyorsa bunun sebebi harf aralarının fazla sıkışık olması ya da bold bir karakterin seçilmiş olması olabilir. Bazı yazı karakterlerinin otomatik düzenleme tabloları bulunmaktadır. Bu tablolarda harf aralığının ayarlanması gereken harfler bulunmaktadır.

Metin içerisindeki harf aralarını kontrol etmenin iki yolu bulunmaktadır: Bunlardan ilki beyaz sayfanın tersinden ikincisi ise aynadan kontrol etmektir. Bunu yaparken harfler soyut biçimler olarak algılanır ve harflerin aralarında kalan beyaz boşlukların eşit alanlara sahip olup olmadıklarına bakılmalıdır. Yazılara aynadan ya da tersten bakmak harflerin soyut biçimler olarak algılanmasını kolaylaştırdığı için yararlıdır.

Sözcük Boşluk Düzeni; Sözcüklerin arasında kalan boşlukların ölçüsü küçük harf "ı"nın genişliği kadar olmalıdır. Tüm yazı karakterlerinde tasarım farklılıklarına bağlı olarak "ı"nın kalınlığı değişmektedir. Sözcük aralıklarının ölçüsü kullanılan yazı karakterine ve puntoya bağlı olarak değişmektedir.

Doğru sözcük aralığı deneme yanılma yöntemiyle bulunur. Çok örnek görmek ve deneme yanılma yöntemi ile yapılan çalışmalar gözü bu konuda eğitilebilir.

Satır Boşluk Düzeni; Satırların arasında bulunan boşluk okuyucunun okuduğu satırı ayırt edebilmesini, bir satırdan diğerine aynı satırı tekrar okumadan ya da satır atlamadan kolayca geçmesini sağlamaktadır. Satır arası boşluk ayarlamaları satırların taban çizgileri arasındaki mesafenin değeri arttırılarak ya da azaltılarak yapılmaktadır. Bunun sebebi ascender ve descender yükseklikleri değişirken taban çizgisinin sabit olmasıdır. Satır arası boşluk ölçüsüne harfin ascender, descender ve gövde yüksekliğinden oluşan puntosu da dahil olduğu için satır arası ideal boşluk ölçüsü kullanılan yazının punto değerine 2 eklenerek bulunur. Yazılarımızın ölçüsü 10 punto ise satır arası değeri 12 olmalıdır. Kullandığımız bilgisayar programının ilgili bölümünde $^{10}/_{12}$ değeri bulunacaktır.

Başlık Boşluk Düzenlemeleri:

Grafik tasarım ürünleri arasında yer alan broşür, dergi, afiş, reklam ya da gazetelerde en önemli tipografik elemanlar başlıklardır. Bir başlık okuyucunun dikkatini çekecek ve okumayı teşvik edecek uzunlukta olmalıdır. Aksi takdirde metnin okunmama ihtimali vardır. Başlıklar sayfaya hükmetmelidir; ancak aynı hükümdarlık metin yazıları için söz konusu değildir. Bilgisayar ortamında uygulanan çeşitli efektlerle farklı biçimlere dönüştürülen başlıklar 4 satır ve üzerinde oldukları zaman sağdan, soldan, ortadan hizalanabilmektedir. Bazı problemler harf kombinasyonları nedeniyle başlıklardaki harf, satır ve kelime aralarındaki boşluklar düzenlenmelidir. Başlıkların, izin verdiği ölçüde sıkı dizilmesi harf aralarında kalan boşlukları azaltarak okumayı kolaylaştırmaktadır. Ancak satır araları ayarlanırken harflerin üst ve alt uzantılarının birbirleri ile birleşmemesine dikkat edilmelidir. Başlık nasıl biçimlenirse biçimlensin kullanılan yazı karakteri başlığın mesajı ile uyumlu olmalıdır.

Harf Boşluk Düzeni; Büyük puntolarda kullanılan ve az sayıda kelimededen oluşan başlıkların harf aralıklarının dikkatli bir şekilde düzenlenmesi gerekmektedir. Yapılan küçük bir boşluk düzenlemesi okunurluğu büyük ölçüde arttırabilmektedir.

Sözcük Boşluk Düzeni; Metinleri oluşturan sözcüklerin aralarında küçük harf “ı” genişliğinde bir boşluk bırakmak sözcüklerin birbirinden ayırt edilmesi için yeterlidir; ancak bu genişlik satırın bütünlüğünü bozan boşlukları engellemeyebilir. Başlıklarda ise bu kural bozulur ve sözcük aralarındaki boşluklar iyice azaltılır. Böylece kelimeler birbirlerinden etkilenir ve daha bütünü algılayan bir görüş ve buna bağlı olarak daha akıcı bir okuma gerçekleşir. Sözcük aralarında yapılacak olan bu düzenleme önceki kelimenin son harfi ve bir sonraki kelimenin ilk harfine bağlıdır. Eğer önceki kelime “ı” ile bitiyor ve ardından gelen “i” ile başlıyorsa bu iki düşey çizginin arasında oluşan boşluk azaltılmalıdır. Önceki sözcüğün yuvarlak biçimli bir harfle bittiği ardından gelenin yine yuvarlak biçimli bir harfle başladığı durumlarda ise yuvarlaklar, sözcükler arasındaki boşluğa yayılıyormuş gibi görüldüğü için aradaki boşluk normalden dar algılanır. Sözcük aralıkları başlıkta kullanılan yazı karakterine, başlığın büyük, küçük ya da küçük büyük harflere yazılmasına göre de farklılaşmaktadır.

Başlıklardaki sözcük aralıklarının düzenlenmesinde bilgisayar ortamında yapılacak sıkışık bir düzenlemeden başlamak ve aralıkları adım adım genişletmek doğru aralığın bulunmasına yardım eden bir yöntemdir. Bu yöntemin ikinci basamağında ise her aralık birbirinden bağımsız olarak değerlendirilmelidir.

Satır Boşluk Düzeni; Başlıklar düzenlenirken okuyucunun bütünü kısa bir sürede algılayabilmesi için satır aralarında negatif dizgiden yararlanılmaktadır. Satır araları o kadar azaltılır ki harflerin üst ve alt uzantıları aynı aralıkta yer alırlar ve üst 8üste gelmemelerine dikkat edilmelidir. Negatif dizgi sayesinde başlıklar sınırlı alanları içerisinde kullanılabilen en büyük puntoda kullanılabilir.

Dizgi Düzenlemeleri:

Hizalama; dizgi düzenlemesi, satırların sayfada yüzeyinde düzenlenmesidir. Satırların sola, sağa yaslanması ya da her iki tarafa da yaslanarak bloklanması izleyiciyi ve tipografik iletişimi farklı şekillerde etkilemektedir. Hemen hemen tüm düzenlemeler farklı hizalamaların çeşit ve kombinasyonlarıdır.

Satırların aynı uzunlukta olması; aynı anda hem soldan hem de sağdan hizalanması en yaygın kullanılan düzenlemedir. Tüm satırların aynı uzunlukta olması metnin sol ve sağ kenarlarının düzgün olması durgun ve sakin bir görüntü oluşturmaktadır. Okumanın rahat olması açısından bu hizalama en sık tercih edilen hizalama şeklidir. Okuyucunun ilgisi dağılmaz; okuyucu biçimden çok içeriğe odaklanır. Bu hizalama tipi kitap, dergi ve gazetelerde tercih edilmektedir. Ancak satır uzunluklarının eşitlenmesi için kelime aralarında ufak değişiklikler yapılmaktadır. Bu aralıkların düzenine dikkat edilmeli, metnin içersinde nehir olarak adlandırılan düşeyde takip edilen dalgalı boşlukların oluşması engellenmelidir.

Kelime aralarında eşit boşluklar bırakılması farklı uzunluktaki satırların oluşmasına sebep olmaktadır. Farklı uzunluktaki bu satırların sola yaslanması ve bittikleri kısımların sayfa yüzeyinde düzensiz bir dalgalı seyir izlemesi diğer bir hizalama türüdür. Kelime aralarının eşit olması nehirlerin oluşumunu engeller. Satırların soldan hizalanması izleyicinin bir sonraki satıra kolayca geçmesini sağlarken; sağ taraftaki serbestlik ise sayfayı ilgi çekici hale getirir. Satır uzunlukları arasında hoş bir uyum oluşturulmalı, aşırı farklardan kaçınılmalıdır.

Nadir olarak kullanılan diğer bir hizalama türü ise satırların sağa yaslanması ve sol taraflarının serbest bırakılması ile oluşan türdür. Diğer hizalamalara göre son derece dikkat çekicidir. Dikkat çekiciliğinin yanı sıra izleyeni zorlayan bu hizalama kısa metinler için kullanılmaktadır.

Kelime aralıklarının eşit olmasına olanak sağlayan diğer bir hizalama türü de merkezi olanıdır. İki tarafıda düzensiz dalgalanmalar oluşturan bu hizalama dikkat çekici olduğu kadar saygındır. Satır aralıklarının sınırlar dahilinde mümkün olduğu kadar fazla tutulması hem saygınlığı arttırmakta hem de bu tip metinlerin okunmasını kolaylaştırmaktadır. Merkezi hizalama duyurular, davetler gibi kısa metinler için daha uygundur.

Satır uzunluk, konum ve düzenlemesinin hiçbir kurala bağlı olmadan yapılması sonucunda oluşan serbest düzenlemeler okumanın ikinci sırada hedeflendiği yerlerde kullanılır. Afiş, kitap, dergi kapakları ve reklamlarda kullanılan bu düzenleme son derece dikkat çekici ve çarpıcıdır. Serbest hizalamada bireysel tercihler ve esneklikler okumayı güçleştirebilir ancak imkansız hale getirmemelidir. Yazıların düz satırların yerine kıvrımlar, spiraller ve karmaşık desenler oluşturan dalgalar halinde dizilebilirler.

Paragraf Düzenlemeleri; Paragraflar bir metinde içeriğin değiştiğini gösteren bölünmelerdir. İzleyiciye bir paragrafın bittiğini ve bir diğerinin başladığını göstermenin farklı yolları bulunmaktadır.

Satır başında punto ölçüsünde kare bir boşluk bırakmak paragraf başlangıcını belirtmenin en yaygın yoludur. Daha etkili ve dikkat çekici bir başlangıç için bu ölçü artırılabilir.

Paragraflar aynı zamanda aralarında yarım, tam ya da bir buçuk satır boşluk bırakılarak da gösterilebilir.

Paragraf belirlemede diğer bir yaklaşım ise ne girinti kullanmak ne de paragraflar arasında boşluk bırakmaktır. Paragrafın son satırının bittiği yerde alt satıra geçme ve yeni cümle ile yeni paragrafa başlamada, eğer paragrafın son satırının uzunluğu metnin satır uzunluğuna eşit ise yeni paragraf algılanamamaktadır.

Son derece sıra dışı diğer bir paragraf gösterme yolu ise ilk satıra erken başlamaktır. Bu yöntem genellikle sözlük ve referans kitaplarda kullanılmaktadır.

Baskının erken dönemlerinde paragraf belirlemede kullanılan diğer bir yöntem ise metni bölmeden paragrafın son cümlesi ile yeni paragrafın ilk cümlesi arasına paragraf işareti olarak adlandırılan biçimlerin yerleştirilmesidir.

Tüm bu geleneksel paragraf gösterme türlerine, 21.yy’da bilgisayar kullanımı ile birlikte deneysel türler de eklenmiştir: Farklı geometrik ya da amorf biçimlere sahip paragraflar, yazı ölüsünün, kullanılan yazı karakterinin ve renginin değişmesi.

Görseller

Meggs'e göre "görsel" kavramı en basit piktogramdan, en karmaşık illüstrasyon ve fotoğraflara kadar her tür imgeyi ifade etmektedir (Meggs,1992:19).

Green, grafik tasarımda görsellerin önemini şu şekilde ifade etmektedir:

Görseller, kelimelerden daha yüksek sesle konuşmaktadır. Çalışmalarınızı mesajınızı netleştiren görsellerle doldurmaktan çekinmeyin (Green,2002:34).

Grafik tasarımda görsel bilgiler içeren ve ileten iki çeşit görsel bulunmaktadır. Bunlar illüstrasyon ve fotoğraftır.

Grafik Tasarımda Kullanılan Görsel Türleri

İllüstrasyon

Çizim, boyama ya da bilgisayar ortamında alanında uzman programlarla resimleme gibi tekniklerle oluşturulan, biçimden çok konuyu vurgulayan görseller illüstrasyon olarak adlandırılmaktadır. Green' e göre illüstrasyonun amacı bir hikaye, şiir ya da metni süslemek ya da daha kolay anlaşılmasını sağlamaktır (Green,2002:34).

Collins Cobuild'in Essential İngilizce Sözlüğünde illüstrasyon, bir konuyu açıklamak ve göstermek olarak tanımlanmıştır (Collins Cobuild,1994:389).

Işingör, Eti ve Aslier, illüstrasyonu bir konunun resimle anlatımı olarak tanımlamaktadır (Işingör, Eti ve Aslier,1986:191).

İllüstrasyonlar, bir hikyedeki karakterleri oluşturma, akademik bir metindeki öğeleri örneklerle açıklamak, teknik bir kullanım kılavuzundaki talimatları adım adım göstermek, bir öyküyü resimlemek, gözle görülmeyecek kadar küçük olan şeyleri göstermek, objeleri olduğundan farklı göstermek için kullanılmaktadır.

Becer de *İletişim ve Grafik Tasarım* adlı çalışmasında diğer iki tanıma eş bir illüstrasyon tanımı vermektedir:

Başlık, slogan ya da metin gibi sözel unsurları görsel olarak betimleyen ya da yorumlayan bütün unsurlara genel olarak *illüstrasyon* adı verilir. (Becer,1997:210)

Genel olarak yazı ile anlam ilişkisine sahip olan ve bir grafik tasarım ürünüde birlikte kullanılan illüstrasyon türleri çizim, boyama resim ve şekillerdir.

İlk illüstrasyonlar mağara duvarlarındaki tarih öncesi dönemlere ait resimlerdir. baskı makinelerinin icadından önce el yazması kitaplarda elle yapılan illüstrasyonlar bulunmaktadır. 15.yy boyunca kitaplarda ağaç baskı illüstrasyonlar kullanılmıştır. 16. ve 17.yy'daki illüstrasyon teknikleri ise kazıma ve oyma olmuştur. 18.yy'ın sonunda ise lithografi tekniği illüstrasyonların kalitesini yükseltmiştir.

İllüstrasyonun altın çağı 1880'lerden I.Dünya Savaşının sonuna kadar sürmüştür. Bu dönemde gazete, dergi ve resimli kitaplar en yaygın kitle iletişim araçları olmuştur. Baskı teknolojisindeki gelişmeler illüstrasyonların da gelişmesine sebep olmuştur.

1990'larla birlikte geleneksel illüstrasyon, Adobe Illustrator, Photoshop ve Corel Draw gibi bilgisayar programları ile rekabet etmek zorunda kalmıştır. 2000'li yıllara gelindiğinde bilgisayar programları illüstrasyonun vazgeçilmezleri haline gelmiştir.

Fotoğraf

Fotoğraf, ışığa duyarlı bir malzeme üzerine ışığın odaklanması ile oluşturulan görüntülerin genel adıdır. İlk fotoğraf 1826 yılında Joseph Nicéphore NIEPCE(1765-1833) tarafından çekilmiştir. Bu işlem daha sonra Niépce ve Louis DAGUERRE(1787-1851) tarafından geliştirilmiştir. Daguerre, gümüşü önceden iyot buharına, daha sonra ışığa tutmuş ve fotoğrafın çekilmesinin ardından civa dumanına sokarak gözle seçilemeyen görüntüler oluşturmuş ve tuz banyosu ile bu görüntüleri sabitlemiştir.

Fotoğraf makinesi ya da kamera görüntü biçimleyici alet; fotoğraf filmi ya da dijital saklama kartları ise kayıt araçlarıdır. Geleneksel fotoğraf iki aşamalı kimyasal bir teknikle oluşturulmaktadır. Film üzerinde bulunan negatif görüntü pozitif bir görüntü olarak fotoğraf kağıdına aktarılır. Orijinalinde tek renkli olan filmler 19.yy'ın sonlarında renkli fotoğraf geliştirmek için çalışmalar bulunmasına rağmen ancak 1940 ve 50'lerde renklenmiştir.

Fotoğraf icadından bu yana bilim adamları ve sanatçıların ilgisini çekmiştir. İnsan ve hayvan hareketleri ile ilgili araştırma yapan Eadweard MUYBRIDGE (1830-1904) gibi bilim adamları fotoğrafı kayıt tutma ve hareketler üzerinde çalışmak için kullanmışlardır. Sanatçılar da fotoğrafın bu özellikleriyle ilgilenmişler ancak aynı zamanda gerçeğin foto-mekanik ifadesinin yanı sıra resimsel hareket gibi farklı yollar keşfetmeyi denemişlerdir. Ordu, polis, güvenlik güçleri fotoğrafı gözetleme, ayırt etme ve bilgi depolama amaçlı kullanmaktadırlar. Fotoğraf sevilen anıların saklanması ve eğlence aracı olarak da kullanılmaktadır. Grafik tasarımda fotoğraf birçok şekilde kullanılmaktadır: Bir hizmeti ya da ürünü tanıtan fotoğraflar genellikle reklam ajansları ya da tasarım firmaları tarafından; bir dergide yer alan hikaye ya da fikirleri resimlemek için yayıncılıkta; gerçek olay ve kişileri gösteren haber fotoğrafları olarak gazetelerde ve sanatsal ifade aracı olarak fotoğraf sanatçıları tarafından çekilen fotoğraflar birçok grafik tasarım ürününde kullanılmaktadır.

BÖLÜM III

YÖNTEM / BULGU VE YORUMLAR

Araştırma Modeli

Araştırmanın modeli betimsel; alan yazın ile yerli ve yabancı basılı örneklerin taranması ve çözümlemeye olmaktadır.

Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini güzel sanatlar ve meslek liseleri, meslek yüksekokulları ve üniversiteler, grafik tasarım ürünleri veren ajans ve matbaalar, okullar, fuarlar, web ortamı ve kütüphanelerden oluşmaktadır.

Çalışmanın örneklemini ise ulaşılabilen eserler olan; Çivi Yazısı, M.Ö.2500 (http://web.mit.edu/~jsylee/www/photo/inscriptions/britishmuseum_cuneiform.jpg), Miken Yazısı, M.Ö.1850-1600 (http://en.wikipedia.org/wiki/Image:Phaistos_DiskLarge.jpg), Mısır Hiyeroglifleri, M.Ö.2800 (<http://www.humbert-online.de/pic/egy015.jpg>), Fenike Alfabesi, M.Ö.1500 (<http://maryourmother.net/Alphabet.jpeg>), Çin'de Kağıt Yapımı, 105 (http://content.answers.com/main/content/wp/en-commons/thumb/b/bf/250p_x_-_Making_Paper.gif), Dürer'in Alfabesi, 1525 (<http://www.fonty.pl/img/alphabet.jpg>), Garamond Yazı Karakteri, 1530 (http://www.woodnshop.com/craft_images/Garamond%20UC.jpg), Caslon Old Style, 1730 (<http://www.daleguild.com/Caslon471.jpg>), Victoryen Tarzda İnsiyaller, 19.yy (http://www.abc-embroidery-designs.com/images/Alphabets_Designs/VictorianGlamour_index.gif), Koleksiyon Fotoğraf Sergisi Afişi, Werner JEKER, 1994 (Karol, 2001; 112), Skala 1:1 El İlanı, Sweden Grapics, 2000 (Fiell,2005;301), Fassbinder Film Gösterimi için Afiş, Yurdaer ALTINTAŞ, 1993 (Karol, 2001; 26), Keith Jarrett Konser Afişi, Dimitris AVRANITIS, 1983 (Karol, 2001; 59), Lauender Champagne Vinegar için Etiket, Graphic Marketing Communications, 2006

(Eldridge,2006;98), Kamasutra için Ambalaj, Chase Design Group, 1980'ler (Fishel, 2005; 10), Le Corbusier'nin Doğumunun 100.Yılı Etkinlikleri Afişi, Werner JEKER, 1987 (Karol, 2001; 119), Lift 01 Afişi, Vince FROST, 2000 (Fiell,2005;132), Lois Greenfield Fotoğraf Sergisi Afişi, Werner JEKER, 1998 (Karol, 2001; 118), Shiseido için Parfüm Şişe ve Etiketleri, Shiseido, 2006 (Eldridge, 2006; 286), Fanta için Ambalaj, Z+Co., 2006 (Fishel, 2005; 144), Le Bon Marché Ambalaj Tasarımı, Carré Noir, 2006 (Eldridge,2006;21), Kovboy Hikayesi Kukla Tiyatrosu için Afiş, Andrey LOGVIN, 1991 (Karol, 2001; 167) Sasha – Bir Grafik Sanatçısı için Sergi Afişi, Andrey LOGVIN, 1992 (Karol, 2001; 145), The Animal in Photography Sergisi için Afiş, Neville BRODY, 1986 (Wozencroft, 2001; 153), Loud Mouth için Ambalaj, Vito COSTARELLA, 2006 (Fishel, 2005; 130), Zingerman's Coffee Company Kese Kağıdı Tasarımı, Zingerman's Graphics and Marketing Department, 2006 (Eldridge, 2006; 70), Gabriel Orozco: From Green Grass to Airplane Kitap Kapağı, MEVIS ve van DEURSEN, 2001 (Fiell,2005;213), Scar Culture Kitap Kapağı, Angus HYLAND, 1999 (Fiell,2005;163), Noir, Black, Schwarz, Nero Sergi Afişi, Werner JECKER, 1999 (Karol, 2001; 126), Devrim Tehlikede Sergisi Afişi, Andrey LOGVIN, 1995 (Karol, 2001; 141), Frost Levture Tur Afişi, Vince FROST, 1999 (Fiell,2005;129), Sensa Strawberry için Ambalaj, Sabingrafik, 2006 (Eldridge, 2006; 250), Sony Style Ambalaj Tasarımı, Frankfurt BALKIND, 2006 (Eldridge, 2006; 15), Teatro Amazonas Afişi, Worthington Design, 2001 (Fiell,2005;333), Celebrating the Poster Afişi, Philippe APELOIG, 2000 (Fiell,2005;63), Yeniden Canlandırma Oyun Afişi, Werner JEKER, 1999 (Karol, 2001; 123), In and Out of Architecture Sergi Afişi, The Designers Republic, 2001 (Fiell,2005;309), Disco Mania Albüm Kapağı, Neville BRODY, 1978 – 79 (Wozencroft, 2001; 6), Alphabet Soup için Ambalajlar, Sayles Graphic Design, 2000 (Eldridge,2006;28) Bob Geldof Konser Afişi, Dimitris AVRANITIS, 1991 (Karol, 2001; 66), Etiket '95 Sergisi için Afiş, Andrey LOGVIN, 1995 (Karol, 2001; 160), Irkçılığa Karşı Politik Bir Buluşma için Afiş, Nous Travaillons Ensemble, 1997 (Karol, 2001; 185), Zingerman'ın Karamelleri, Zingerman's Graphics and Marketing Department, 2006 (Eldridge, 2006; 255), Radio Smithsonian Kurumsal Kimlik Çalışması, Kinetik Communication Graphics, 2006 (Eldridge, 2006; 68),

Yacht Adlı Kitap için Kapak Tasarımı, Yatch, 2000 (Fiell,2005;342), Digibird Ambalajları, Acne, 2001 (Fiell, 2005;49), Depeche Mode CD Kartonnetleri, Intro, 1998 (Fiell,2005;174), Bülten, UNA Designers, 2000 (Fiell,2005;317), Fossil Brand Jeans için Etiketler, Fossil INC., 2006 (Eldridge, 2006; 125), Lisa W için Ambalajlar, Erbe Design, 2006 (Eldridge, 2006; 216), Twist için Etiket ve Ambalajlar, Hornall Anderson Design Works LLC, 2006 (Eldridge, 2006; 200), Tasarımcıların Cumartesi Yıllık Etkinlik Tanıtım Afişi, Alan FLETCHER, 1982 (Karol, 2001; 78), Dr.Faustus Oyun Afişi, Ames Design, 2002 (Fiell,2005;58), What a Carve up! Kitap Kapağı, David FLODVARI, 2001 (Fiell,2005;120), Bush Tetras Albüm Kapağı, Neville BRODY, 1981 (Wozencroft, 2001; 56), Dirty Girl için Etiket, Haley Johnson Design, 2006 (Eldridge, 2006; 284), Pol Roger için Ambalaj, Lewis Moberly, 2000 (Fishel, 2005; 194)'dan oluşmaktadır.

Veri Toplama Araçları

Araştırma verileri, araştırmanın modeli gereği basılı kaynakların ve grafik tasarım ürünlerinin incelenmesi esasına dayandığından alan-yazın taraması kullanılmıştır.

Veri Çözümleme Teknikleri

Grafik Tasarımda Görsel Bütünlük Oluşturmada Tipografi ile Görseller Arasındaki İlişki ve Sanat Eğitimindeki yeri adlı çalışmanın alt problemlerini oluşturan grafik tasarım, görsel bütünlük, tipografi, görsel, tasarım eleman ve ilkelerinin neler olduğu alan-yazın taraması yapılarak araştırılmıştır. Bunun için ulaşılabilen yerli ve yabancı kaynaklar taranmıştır. Araştırmalar sonucunda çalışmanın temelini oluşturan bu kavramlar tanımlanmış ve başarılı bir ürün ortaya koyabilmek için aralarında kurulması gereken ilişkiler belirlenmiştir.

Ulaşılabilen yerli ve yabancı grafik tasarım ürünleri incelenmiş; bu ürünler arasından, grafik tasarımda görsel bütünlük oluşturmada tipografi ile görseller arasında başarılı bir ilişki kurmuş olanlar seçilmiş; benzer olanlar gruplanmış ve analiz edilmiştir.

Yapılan analizler sonucunda tipografi ve görsellerin birarada kullanılma ölçütleri belirlenmiştir. Sanat eğitiminin bir dalı olan grafik tasarım eğitimi sürecinde tasarımcı adayında bulunması gereken bilgi ve becerilere tipografi ile görsellerin birarada kullanılma ölçütleri de eklenmiştir.

Grafik Tasarımda Plastik Elemanlar

Görsel bir iletişim sanatı olan grafik tasarımın başarısı, iletmekle yükümlü olduğu mesajı hedef kitesine kesintisiz ulaştırabilmesine bağlıdır. Mesajın başarıyla iletilmesi için görsel bütünlük şarttır. Grafik tasarımda görsel bütünlük oluşturmak ise; ancak üç temel eleman olan format, görsel ve tipografi kavramlarını bilmek; artistik öğeleri tanımak ve tüm bunların hangi prensipler dikkate alınarak bir araya getirileceğini öğrenmekle mümkün olabilir.

Peterson, bu elemanları tanıtırken, onları yemeğe konan malzemelere, grafik tasarımın oluşum sürecini ise malzemelerin hangi sırayla yemeğe katılacağı ve yemeğin pişiriliş aşamalarına benzetir. Formatın belirlenmesinin ardından tasarımda kullanılacak elemanlar toplanmaya başlanmakta, gerekli dönüşümlerden geçerek tasarımda yerlerini bulmaktadır. (Peterson,1996:11) Ancak incelenen kaynaklarda grafik tasarımda kullanılan artistik eleman ve prensiplerin neler oldukları konusunda bazı farklılıklar bulunmaktadır: Kaye, tasarımcının başarılı bir grafik tasarım ürünü ortaya koyabilmek için; çalışma alanındaki elemanların organizasyonu anlamına gelen mizanpaj, renk ve tipografiden oluşan üç temel alanı çok iyi bilmesi gerektiğini belirtmiştir. (Kaye,2002: 6) Evans ve Thomas'ın grafik tasarım elemanları biçim ve karşı biçim, çizgi, ölçü, renk, doku ve tipografi; temel tasarım ilkeleri bütünlük ve

çeşitlilik, hiyerarşi ve oran; yardımcı tasarım ilkeleri ise ölçü, denge, ritim ve tekrar ve boşluktur. (Evans ve Thomas,2004: 4) Peterson'a göre ise dört temel grafik tasarım elemanı çizgi, yazı, biçim ve doku ve yine dört temel grafik tasarım ilkesi ise denge, kontrast, bütünlük, renktir.(Peterson,1996:13) Resnick, “*İletişim Tasarımı: Grafik Tasarımın Kavramsal Temelleri*” adlı çalışmasında tasarım elemanlarını çizgi, biçim, doku, boşluk, ölçü ve ton; tasarım ilkelerini ise denge, vurgu, ritim, bütünlük ve zıtlık olarak belirlemektedir. (Resnik2003:24-25) Landa'ya göre grafik tasarım elemanları çizgi, biçim, oylum, doku, renk ve format; grafik tasarım ilkeleri ise denge, vurgu, ritim, bütünlük, pozitif-negatif alan ve 3.boyut yanılması yaratmadır. (Landa, 1996: 5-6) Lidwell, Holden ve Butler, “*Tasarımın Evrensel Prensipleri*” adlı çalışmalarında algılamayı etkileyen, kullanışlılığı ve çekiciliği arttıran, tasarımla ilgili daha iyi kararlar almayı sağlayan ve tasarlarken eğiten 100 evrensel ilke belirlemiştir (Lidwell, Holden ve Butler,2003:8-9).

Sonuç olarak bir grafik tasarım ürününün görsel dilini oluşturan artistik elemanlar olan nokta, çizgi, ton, doku, renk, biçim-karşı biçim, oylum ve boşluktur. Grafik tasarımda kullanılan bu artistik elemanlar görsel bütünlük oluşturmak için çeşitlilik, hiyerarşi, oran ve ölçü, denge, bütünlük, ritim ve tekrardan oluşan prensipler dikkate alınarak bir araya getirilmektedir.

Tasarım, parçaların uyumlu bir bütün oluşturacak şekilde düzenlenmesidir. Grafik tasarımı oluşturan üç temel eleman olan format, görseller ve tipografi de görsel sanatların elemanları olan nokta, çizgi, ton, doku, renk, biçim-karşı biçim, oylum, boşluktan oluşmaktadır.

Nokta:

Nokta, incelenen kaynakların sadece ikisinde artistik elemanlar arasında bulunmaktadır. Baired, Turnbull ve McDonald'a göre grafik tasarımın artistik elemanları nokta, çizgi, şekil, ton, doku ve boşluktur (Baired, Turnbull ve

McDonald,1987:22-30). Odabaşı'na göre ise grafik tasarım elemanları nokta, çizgi, şekil-biçim, form, doku, leke ve renktir (Odabaşı,1996:8-10). Ancak nokta, her türlü yazı ve çizimin temelidir. Son derece küçük bir iz olarak tanımlanan nokta sınırları belirlenmiş bir yüzeyde tek başına ancak bir konumu ifade etmekteyken; birden fazla noktanın yan yana gelmesi ile çizgiler, dokular ve şekiller oluşmaktadır. (<http://dictionary.cambridge.org/define.asp?key=23337&dict=CALD>) Noktanın ölçüsü yoktur; noktalar büyüdükçe şekillere dönüşmekte ve nokta olma özelliklerini kaybetmektedir. Ancak uzak mesafelerden izlenecek görüntüleri oluşturan noktalar şekil olmalarına rağmen hala nokta olarak algılanmaktadır.

Nokta günümüz baskı teknolojisinin de temelidir. Kağıt yüzeyindeki noktanın bilgisayar ekranındaki karşılığı piksel adını almaktadır. Farklı renklere sahip pikseller yan yana gelerek görüntüleri oluşturmaktadır. Pikseller baskı kalıplarına farklı aralıklara sahip noktalar olarak aktarılmakta; kağıda boyayı transfer ederek baskıyı gerçekleştirilmektedir.

Çizgi:

Birçok noktanın birleşmesiyle oluşan çizgi bir kalem, fırça, mouse ile çizilebileceği gibi bir yüzey kazınarak da oluşturulabilir. Çizgiler düz, kıvrımlı ya da köşeli gibi farklı türlerde olabilir; düşey, yatay ya da diyagonal gibi farklı yönlere gidebilir ve aynı zamanda da kırılğan, kalın, yumuşak, kırık, kalın, ince, düzenli düzensiz gibi farklı niteliklerde olabilir.

En yalın tasarım elemanı olan çizginin düzenleyici etkisi çok büyüktür. Çizgi dekoratif amaçlı olarak kullanılabilceği gibi izleyende bir ruh durumu oluşturmak amacıyla ya da elemanları birbirleriyle ilişkilendirmek veya birbirlerinden ayırmak için de kullanılabilir.

Formatın ortasına yatay bir şekilde yerleştirilmiş düz bir çizgi izleyende sakinlik ve rahatlık hissi, aynı çizgi 30 derecelik bir açıyla yerleştirildiğinde daha dinamik bir gerginlik hissi; düşey düz çizgiler düzenlenmiş bir hareket hissi, kıvrımlı ve açılılar ise akıcılık ve hareketlilik hissi yaratırlar.

Şekil:

İki boyutlu bir yüzeyde aynı renk, ton ve dokuya sahip ya da bir kontürle çevrelerinden ayrılmış alanlar şekil olarak adlandırılırlar. Şekiller geometrik ya da organik olabilirler. Grafik tasarım ürünlerinde kullanılan yazı, fotoğraf ve çizimler bir biçime sahip figürler yani pozitif alanlardır. Bu figürlerin arasında kalan boşluklar da zemin yani negatif alanlardır. Tıpkı pozitif alanlar gibi negatif alanların da bir şekli vardır. Grafik elemanların dinamik ve ilgi çekici bir şekilde sunulması için bu negatif alanların da tasarlanması gerekmektedir.

3 boyutlu nesnelere, 2 boyutlu yüzeyde ifade edilirken şekillere dönüştürülürler. Tasarımın bir kısmına dikkat çekmek için; bir tasarımdaki elemanları düzenlemek için ve kavramlar oluşturmak için şekillerden yararlanılabilir. Tipografik elemanların da kendilerine özgü şekilleri olduğu unutulmamalıdır.

Renk:

Grafik tasarımcının rengi doğru ve etkili kullanabilmesi için rengin algılanma prensipleri, göz ve beyinde gerçekleşen süreçler ve temel renk terminolojisini iyi bilmesi gerekmektedir. Renk eğitimi sürecinde uygun renk armonilerini seçebilme ve rengi amacına hizmet edecek şekilde kullanabilmenin yanı sıra renk sistemleri ve renk psikolojisi de incelenmelidir. Bir tasarım elemanı olarak tüm grafik tasarım

ilkeleri üzerinde etkiye sahiptir. Bir elemanın vurgulanmasını sağlar; çeşitlilik yaratır; hiyerarşi oluşturulmasını sağlar...

Tüm renkleri içinde barındıran saf güneş ışığı beyazdır (Bronowsky,1975:227). Güneş ışığı herhangi bir objeye geldiğinde, objenin sahip olduğu renge ait ışın geri yansıtılırken, onun dışındaki tüm renk ışınları obje tarafından emilmektedir. Beyaz objeler, tüm ışık ışınlarını geri yansıtırken, siyahlar hepsini emmektedir. Bu yüzden siyah ve beyaz renk olarak kabul edilmemektedir. Beyaz ışıktaki bulunan üç ana renk; mavi, kırmızı ve yeşildir. Bilgisayar ekranında renkler bu üç renkli ışığın birleşmesiyle oluşturulmaktadır. Kırmızı ile yeşil ışığın birleşiminden sarı, kırmızı ve maviden pembeye çalan bir renk olan magenta, yeşil ve maviden su yeşilini andıran cyan oluşmaktadır. Bu üç ana renkli ışık birleştiğinde ise tekrar beyaz ışık oluşmaktadır. Bilgisayar ekranında siyahı oluşturmak imkansız olduğu için “K” olarak adlandırılan kilit eleman siyah sisteme sonradan eklenmektedir.

Sanatçı ve tasarımcıların çalışmalarında kullanmaları için üretilen boyalarda renkler pigmentlerle oluşturulmaktadır ve bu sefer ana renkler sarı, kırmızı ve mavidir. Ana renkler olarak adlandırılan bu renkler karışarak ara renkleri oluşturmaktadırlar: Sarı ile mavinin karışımından yeşil, kırmızı ile sarıdan turuncu, mavi ile kırmızıdan mor. Tüm bu renklerin farklı oranlarda karıştırılmasından sonsuz sayıda renk ve siyah oluşmaktadır (Parramon,2003:16-17). Işığın aksine pigmentlerle ise beyaz rengi oluşturmak mümkün değildir. Rengin üç boyutu bulunmaktadır. Bunlardan ilki rengin türü; kırmızı, mavi ya da turuncu olmasıdır. Tek bir rengin sahip olduğu açık koyu değerler renk elemanının ikinci boyutudur ve rengin tonal değeridir. Bir rengin canlı ya da soluk olması ise rengin üçüncü boyutudur ve rengin yoğunluğu olarak adlandırılır.

Herbert E. IVES(1882-1953) (http://en.wikipedia.org/wiki/Herbert_E._Ives), Johannes ITTEN(1888-1967) gibi bilim adamları tarafından geliştirilmiş olan renk çemberinde ana renklerden biri olan sarı saat 4 yerine, mavi 8’e, kırmızı ise 12’ye yerleştirilmiş ve böylece renklerin birbirlerine karışarak sürekli bir renk döngüsü

oluşturulmuştur (Itten,1987:31). Birren'a göre renk, izleyende duygusal tepkiler yaratan bir elemandır; tek başlarına kültürel mesajlar iletebilir, bir tavır ya da ruh halini ifade edebilirler (Birren,1978:24-25). Tasarımda renk çemberinde yan yana gelen renklerin oluşturduğu benzer renkler armonisi kullanıldığında izleyende gergin ve dramatik bir etki yaratılmaktadır. Sadece mavi, yeşil ve grilerin yarattığı soğuk etki ya da kırmızı,turuncu ve sarıların yarattığı dinamizm gibi... Renk çemberinde birbirlerinin karşısında bulunan ve birbirleri ile karıştırıldıklarında renkliliklerini kaybeden mavi-turuncu, yeşil-kırmızı ve sarı-mor gibi renkler tamamlayıcı renkler olarak adlandırılmaktadırlar. Tamamlayıcı renk armonilerinin kullanıldığı tasarımlar ise izleyende rahatlatıcı ve uyumlu bir etki yaratmaktadır.

Siyah bir yüzey üzerindeki gri bir karenin beyaz bir yüzey üzerinde olduğundan daha açık olarak algılanması, renklerin onları çevreleyen diğer renklerden etkilendiklerini göstermektedir. Bunu ilk olarak 19.yy'da Michel Eugene CHEVREUL(1786-1889) fark etmiştir ([http://www.colorsystem.com /projekte/engl/17chee.htm](http://www.colorsystem.com/projekte/engl/17chee.htm)); Joseph ALBERS(1888-1976) 20.yy'da bu konuda detaylı çalışmalar yapmıştır (Albers,1975:18:20).

Grafik tasarımda renkler seçilirken ürünün özellikleri, hedef kitlenin renk tercihleri ve iletilmek istenen mesajın içeriği dikkate alınmaktadır. Çocuklara, gençlere ve yetişkinlere hitap eden renkler birbirlerinden son derece farklıdır. Bankalar ciddiyeti, sağlamlığı ve güvenilirliği temsil eden lacivert ve gri gibi koyu ve soğuk renkleri tercih etmektedir. Bir spor salonu için enerji ve dinamizmi temsil eden canlı ve parlak renkler daha uygunken; şık restoranlarda huzur verici ve dinlendirici olan tamamlayıcı renkleri tercih edilmektedir.

Ton:

Başarılı bir grafik tasarımın temelinde sağlam bir açık – koyu dengesi yatar. Ton, bir rengin ışığa bağlı olarak değişen açık – koyu değeridir. Bir elemanın diğer

bir elemanla kurduğu açık koyu ilişkisi ton farkı, kontrast olarak adlandırılır. Bu kontrast sayesinde nesnelere ayırt eder, yazıları okuruz. Birbirlerine yakın tonların kullanıldığı düşük kontrastlı çalışmalarla birbirinden farklı tonların kullanıldığı yüksek kontrastlı çalışmalar arasında görsel ve duygusal farklılıklar bulunmaktadır.

Doku:

Doku etrafımızdaki tüm nesnelere yüzey özelliklerini anlatan bir terimdir. Tasarım yüzeyinde farklı kalınlık ve nitelikteki çizgilerle, noktalar yan yana getirilerek, ton ve renk kullanılarak gerçek nesnelere dokuları görsel olarak oluşturulabilir. Dokuları oluşturan çizgiler izleyicinin gözünü istenildiği şekilde yüzeyde dolaştırabilir; görsel dinamizm ve hareket yaratabilirler. Çalışırken dokulardan yararlanmak ise tasarımlara çeşitlilik ve derinlik kazandırır.

Doku oluşturmakla tekrar eden desenler oluşturmak benzerdir. Desenler belirli bir düzen içinde tekrar eden elemanlardan oluşmaktadır. Dokular genellikle desen sayılabilecek şeyler oluştururlar, ancak desenler her zaman dokulara sahip değildir. Grafik tasarımda temel doku kullanılan kağıdın dokusudur. Kullanılan tüm yapay dokular, tasarımı desteklemeli ve iletilen mesajı hizmet etmelidir.

Grafik Tasarımda Görsel Bütünlük Oluşturmada Görseller ve Tipografi Arasında İlişki Kurma

Görsel bir iletişim sanatı olan grafik tasarımın başarısı, elemanlarının görsel bütünlük oluşturacak şekilde bir araya gelmesine bağlıdır. Cullen, “*İşe Yarayan Promosyon Tasarımları*” başlıklı çalışmasında Chris Perks Tasarım Firması’nın grafik tasarımda kullanılan fotoğraf ve illüstrasyonlarla bütünlüyci ya da kontrast bir ilişki kuran tipografinin başarısına dikkat çekmektedirler (Cullen,2001:92). Grafik tasarımda görsel bütünlük tipografi ve görselleri oluşturan plastik elemanların tasarım prensiplere uygun bir şekilde bir araya getirilmesi ile mümkündür. Bunu sağlamanın yolları sekiz ana başlık altında incelenmektedir.

Tipografi ve Görsellerin Ölçüleri ve Oransal İlişkileri

Oran ve ölçü tasarım aşamasında birlikte düzenlenen iki grafik tasarım ilkesidir. Ölçü, kompozisyonu oluşturan parçaların birbirleriyle olan büyüklük-küçüklük ya da uzunluk-kısalık ilişkisiyken; oran, tasarımı oluşturan parçaların hem formatla hem de birbirleriyle olan ilişkisidir. Tasarımcı çalışırken hem kompozisyonu oluşturan elemanların birbirleriyle ilişkilerini hem de bu elemanların formatla olan ilişkilerini belirlemelidir. Belirli formatlara sahip olan CD kasetleri, kitap kapakları, afişler gibi grafik tasarım ürünlerinin ölçüleri, ürünün özellikleri dikkate alınarak düzenlenmiştir. Günümüz kağıt ölçülerinde de bu formatlar gibi uluslararası ISO standartları geçerlidir.

Bir grafik tasarım ürünü için format belirlenirken, izleyicide yaratılmak istenen görsel etki, kullanılacak elemanların türü, biçimi ve miktarı, basılacak kağıt ölçüsünün uygun olup olmadığı, ürünün çeşidi ve kullanıma uygunluğu göz önüne alınmalıdır. Sanat, mimarlık ve tasarım alanında ‘altın oran’ yüzyıllardır kullanılmakta olan bir oran sistemidir. Antik Yunan’a dayanan altın oran, her dönemde tasarım dünyasında geniş yer bulmuştur. Matematikte 1:1.618’e karşılık

gelen ve aynı zamanda son derece estetik olan altın orana, doğadaki bitki ve yaşam formları incelenerek ulaşılmıştır. Bu yüzden aynı zamanda 'ilahi oran' olarak da anılmaktadır.

Ardışık gelen doğal sayıların toplanmasıyla oluşan sayı çiftleri de altın orana sahiptirler. 1×1 , $(1+1) 1 \times 2$, $(1+2) 2 \times 3$, $(2+3) 3 \times 5$, $(3+5) 5 \times 8, \dots$ gibi (http://en.wikipedia.org/wiki/Golden_section). Örneğin kısa kenarı 5'in, uzun kenarı 8'in katı olan $20 \times 32 \text{cm}$ 'lik bir dörtgen 'altın dörtgen' olarak adlandırılmaktadır. Grafik tasarım bu matematik temelli oran ve ölçü sisteminin yarattığı görsel uyum ve çekicilikten yararlanmaktadır.

Werner JEKER(1944-), 1994 yılında Elysée Lausanne Müzesi'ndeki bir fotoğraf sergisi için aşağıda görülen afişi tasarlamıştır. Afiş, uzaktan izlenebilecek, kamuya açık iç ve dış mekanlarda sergilenirken orada bulunan kişilerin dikkatini çekebilecek ve onları bilgilendirebilecek büyüklükte olmalıdır. Afişin eni 70cm boyu ise 100cm'dir. Bu ölçü, afiş için önceden belirlenmiş sabit bir ölçüdür. Aynı zamanda da 2×3 altın oranın katıdır. Yani altın bir dörtgendir.

Afişin fonunu siyah-beyaz bir fotoğraf oluşturmaktadır. Bu fotoğrafta griler yok denecek kadar azdır; ton kontrastı son derece fazladır. Fotoğraf, birbirinden keskin sınırlarla ayrılan siyah ve beyaz lekelerden oluşmuştur. İki beyaz lekeden oluşan kıvrılmış kolun içinde siyah bir üçgen alan oluşmaktadır. Bu siyah üçgenin içerisinde de tekrar beyaz ağırlıklı bir alan olan yüz görülmektedir. Ancak farklı açılara sahip olan kolların aksine yüz, düşey vurgunun belirgin olduğu bir yarı ovaldir.

Fotoğraf kadrajlanırken siyah-beyaz bölüntü ve oranlamalar altın kesim dikkate alınarak düzenlenmiştir. Dörtgenin sağ kenarındaki beyaz lekenin siyah leke ile kesiştiği nokta, sağ kenarı tam ikiye bölmemiş, orta noktanın bir miktar üstünde yer almıştır. Bu tavır dörtgenin tüm kenarlarındaki ve içindeki siyah-beyaz ilişkilerinde de aynı olmuştur.



**Şekil 16: Koleksiyon
Fotoğraf Sergisi Afişi
Werner Jeker, 1994
(Karol, 2001; 112)**

Hafif bükümlü ve çapraz hatların böylesine vurgulu olduğu, asimetrik dengeye sahip bir fotoğrafın üzerine yerleştirilecek olan tipografik elemanların sergilediği tavır tüm bunlardan dikkat çekici şekilde farklı olmalıdır. Aksi halde tüm yüzeye karmaşanın hakim olduğu, bu sebeple de izleyenle başarılı bir iletişim kuramayan bir grafik tasarım ürünü oluşturmak kaçınılmazdır. Jeker, dörtgen çalışma yüzeyini hayali bir yatay çizgi ile ikiye bölmüş ve tüm bu hareketlere aykırı, durağan ikinci bir sistem oluşturmuştur. Bu ikinci sistemde iki yatay dörtgen bulunmaktadır. Oluşturulan iki dörtgen de yine standartlara uyan, estetik olduğu kabul edilmiş dörtgenlerdir. Fotoğrafın alt ve üst olmak üzere ayrılan iki yarısı siyah beyaz denge açısından incelendiğinde alt yarıda, beyazların kapladığı alanın siyahlardan fazla olduğu görülmektedir. Jeker alt-üst ilişkisinde denge sağlamak ve yüzdeki ifadeyi tek başına bırakarak vurgulamak için tüm tipografik elemanları alt yarıya yerleştirmiştir.

21.yy tasarım ve bilgisayar dünyası grafik tasarımcılara sayısız yazı karakteri seçenekleri sunmaktadır. Tüm bu karakterlerin bireysel çekiciliklerinin etkisi altında kalmadan görsellerle uyumlu, mesajı hedef kitlesine başarı ile ulaştırabilecek uygun yazı karakterinin seçimi amatörler için oldukça güçtür. Görsellerin biçimsel özelliklerinin analizi bu zor cevabı çok kısa bir sürede tasarımcının önüne koymaktadır. Bu afişte kullanılan fotoğrafın kontrastı yüksek, sınırları belirli siyah ve beyaz lekelerden oluştuğundan bahsedilmiştir. Jeker bu yalınlıkta serifsiz modern bir karakter seçmiş ve onu yine bütünlüğü ve yalınlığı bozmayacak şekilde siyah beyaz olarak kullanmıştır. Okunurluğu sağlamak için fotoğrafın siyah yerlerine kalan tipografik karakterleri beyaz, beyaz yerlerine gelenleri siyah yapmıştır.

İzleyiciye ulaştırması gereken sözel mesajları, içeriğine göre serginin adı ve tarih-yer bilgileri olarak iki ana gruba ayırmıştır. Serginin adını daha büyük puntolarda, satır ve harf aralarında normalden fazla boşluk bırakarak, soldan hizalamıştır. Böylece halka açık iç ve dış mekanlarda uzak mesafelerden görüş sağlamış ve başarılı bir iletişim kurmuştur. Tarih, yer ve diğer bilgiler daha küçük puntolarda sağa hizalanarak, bazı satırların devamıymış gibi konumlandırılmıştır. Sergi ile ilgilenen kişiler uzaktan afişi görecekle, mekan ve tarih ile ilgili bilgi edinmek istiyorlarsa yakına gelip öğreneceklerdir. Farklı önceliklere sahip sözel bilgilerin önem sırasına göre düzenlenmesi hiyerarşi olarak adlandırılmakta ve okuyucuyu yönlendirerek etkili bir iletişim kurulmasını sağlamaktadır.

Sweden Graphics, 2000 yılında 'Skala1:1' adlı doğaçlama tiyatrosu için el ilanları tasarlamıştır. İki oyuncu arasındaki gerçekleşecek olan diyalogların ve davranışların içeriklerinin belirsizliğini vurgulamak için Sweden Graphics iki figürü yapboz parçaları halinde ifade etmiştir. Bu, üst kısımdaki yapboz parçalarıyla alt kısımdakiler arasındaki oransal ilişkiden anlaşılmaktadır. Çünkü bu oran insan başı ile vücut yüksekliği arasındaki orana benzemektedir. İki ana figür birbiriyle iletişim halindeyken baş figürleri kendi vücutları ile de iletişim halindedir. Bu ise düşünce ve davranışlar arasında olabilecek çelişkileri göstermektedir.



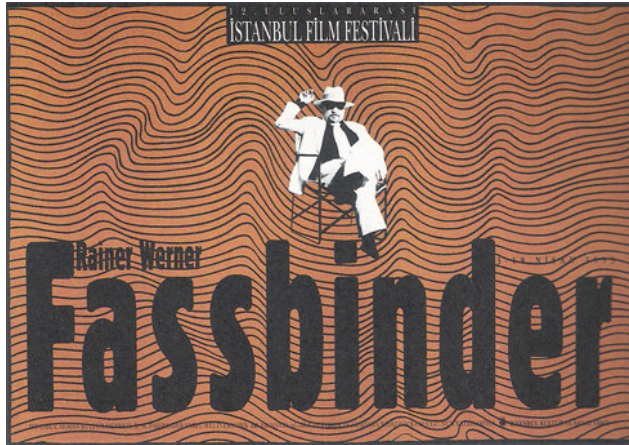
Şekil 17: Skala 1:1 El İlanı
 Sweden Graphics, 2000
 (Fiell,2005;301)

Vurgu tamamen yapboz parçaları olan figürlerdedir; çünkü sayfa yüzeyindeki en büyük eleman grubu onlardır ve sarı-beyaz fon üzerinde büyük lacivert lekelerden oluşmuşlardır. Onlar gibi lacivert renge sahip ve tipografik elemanlar arasında en büyük olan bir diğer eleman 'skala1:1' yazısıdır. Yazı için kalın ve bodur bir karakter seçilmiş ve hemen yapbozların altına yerleştirilmiştir. Gözün yapbozların ardından başka bir yöne kayma şansı kalmamıştır.

Görsel algılama ilkelerine göre göz, dörtgen yüzeye sol üst köşeden girmekte; yüzeyi satır satır taramakta ve sağ alt köşeden terk etmektedir. Bu sebeple ikinci derecede önem taşıyan sözel bilgiler en altta sarı bir şerit üzerinde orta kısımdaki

metinden daha büyük puntoda yer almışlardır. Tasarımda tek bir yazı karakteri seçilmiş ve iki farklı stilde; bold ve regular olarak kullanılmıştır. Tipografik elemanların puntoları okunma sırasına göre ayarlanmıştır. Tasarım yüzeyi, yükseklikleri birbiriyle altın orana göre düzenlenmiş enine üç ana bölüme ayrılmıştır. En büyük alana sahip üst parçada sadece yapboz parçaları bulunmaktadır. Üç renkten oluşan çalışmanın ikinci bölümde sarıya hiç yer verilmemesi bu bölümü diğerlerinden farklı kılmış; ilk parçanın üçte birinden küçük olmasına rağmen vurgulanmasına sebep olmuştur; bunda amaç 'skala1:1'i çok kısa sürede okutmaktır. En altta bir şerit halinde yer alan üçüncü bölüm de gerek kullanılan punto ve sarı fonu ile 'skala1:1'in hemen arkasından okunmak istendiğini ve arada kalan metinden önemli olduğunu göstermektedir.

Yurdaer ALTINTAŞ(1935-), 1993'de Rainer Werner FASSBINDER(1945-1982) film gösterimi için bir afiş tasarlamıştır. Afişin en büyük elemanı olan 'Fassbinder' yazısının yüksekliği ile afişin tasarlandığı dörtgenin yüksekliği arasındaki altın oran ilişkisini fark etmemek olanaksızdır. Yazının üzerinden geçen hayali çizgi altın kesim çizgilerinden biridir. Seçilen karakter serifsiz, kalın, çok hafif bombeli ve köşeleri yuvarlatılmış, tok bir karakterdir. Altıntaş, afişte düz bir fon kullanmak yerine "Fassbinder" yazısı gibi siyah ve karakterin bombeli biçimine uygun kıvrımlı çizgilerle bezeli hareketli bir fonu tercih etmiştir.



*Şekil 18: Fassbinder
Film Gösterimi için Afiş
Yurdaer Altıntaş, 1993
(Karol, 2001; 26)*

Fassbinder'in beyaz takımı ile yönetmen koltuğunda oturduğu siyah beyaz fotoğrafı simetrik dengeyi destekler şekilde ortaya yerleştirilmiştir. Ancak fotoğraf kendi içinde dengeli değildir; sağ taraftaki beyaz lekenin yönü ve büyüklüğünün yarattığı ağırlık 'F' harfinin üst çizgisinin devamına yerleştirilmiş iki ilk isimle dengelenmiştir. İlk isimlerin, 'F' harfinin çizgi kalınlığına eş yüksekliğe sahip puntolarda dizilmiş olması uyumu ve tasarım bütünlüğünü desteklemektedir.

Afişin dengesini desteklemek amacıyla üst ortaya konumlandırılmış festival adı siyah fon üzerine Fassbinder'in takımı ile aynı renk olan beyazdır. Festival adı, puntosunun küçüklüğü ile hiyerarşideki yerini almış, fonu ile oluşturduğu güçlü kontrastla da okunurluğunu garantilemiştir. Tarih ve saat gibi gerçek festival izleyicilerini ilgilendiren bilgiler ise büyük 'F' harfine simetrik olarak yerleştirilmiş, bütünlüğü bozmayacak büyüklük ve renkte kullanılmışlardır. Afişin siyah, beyaz ve kahve renginden oluşan armonisi eğitim ve yaş seviyesi yüksek olan festival seyircisinin dikkatini çekecek ciddiyettedir; hedef kitlenin özellikleri ile uyumludur.

Dimitris ARVANITIS(1948-), 1983 yılında Amerikalı piyanist ve besteci Keith JARRETT'ın(1945-) konser afişini tasarlamıştır. Portresi ile afişte yer alan Jarrett, kıvrık ve kabarık saçlarıyla kolay ayırt edilebilen bir imaja sahiptir. Avranitis; Jarrett'ın kabarık saçlı imajına dikkat çekerek daha kolay tanınmasını sağlamak için saçlarını deforme etmiş; altın kesim oranlarının getireceği avantajlardan yararlanmıştır. Jarrett'ın yüzü sayfanın alt yarısından geçen altın kesim çizgisine hizalanmış; saçları üstte kalan geniş alanın tamamını kaplayacak şekilde uzatmıştır.

Afişte sadece kırmızı, lacivert ve beyaz kullanılmıştır. Jarrett'ın portresi kırmızı-beyaz ve lekeseldir. Beyaz yüz ve boyundaki koyu tonlar kırmızı leke ve çizgilerle ifade edilmiştir. Konserle ilgili bilgiler, afişin dörtte üçünü kapsayan kırmızı alanın üzerine yerleştirilmiştir. Avranitis'in afişinde kırmızının mı yoksa beyazın mı fon olduğunu anlamak oldukça güçtür. Beyaz alanlar üzerinde kırmızı, kırmızı alanlar üzerinde beyaz kullanımı başarılı bir figür ve fon ilişkisi

oluşturmuştur. Düşey bir şekilde yerleştirilmiş ‘Keith Jarrett’ yazısının uzunluğu ile altta kalan beyaz parçanın uzunluğunun birbirine oranı da estetik kaygılar göz önünde bulundurularak düzenlenmiştir; aynı tavır afişin sağ kenarında da gözlenmektedir: sonuç dikkat çekici derecede sıra dışı ve estetikdir.



Şekil 19:
Keith Jarrett Konser Afişi
Dimitris Avranitis, 1983
(Karol, 2001; 59)

Yazılar için seçilen karakter, illüstrasyonda birbirlerinden belirgin bir şekilde ayrılan kırmızı ve beyaz lekeler gibi net kontürlere sahip, kalın ve düz bir karakterdir. Ana hatları düz olan bu yazı karakterinin kıvrılırken dairesel biçimler oluşturması yüze, saça ve gözlüklerin ovaline uymaktadır. Jarrett’ın saç, kaş ve bıyıklarına aldanarak seçilen kıvrımlı bir yazı karakteri hem kendisinin hem de Jarrett illüstrasyonunun özgünlüğünü yok ederdi. Jarrett’ın gözlüklerinde ustaca

piyano çalan eller izleyicide afişi sıradan bir portre olmaktan çıkartmaktadır. Lacivert sadece piyanistin adında ve gözlüklerinde kullanılmıştır. Bu renk ilişkisi gözü isimden gözlükteki yansımalara yöneltmekte; böylece izleyene daha ilk bakışta ‘usta piyanist Keith Jarrett’ mesajını vermektedir.

Bu afişte de sözel bilgiler içeriklerine göre üç ana gruba ayrılmıştır. İzleyicinin dikkatinin çekilmek istendiği ilk yazı Keith Jarrett’ın adıdır. Bunu konser ile ilgili bilgiler takip eder. Bu iki grup arasında azami bir büyüklük kontrastı bulunmaktadır. konserle ilgili bilgiler ve festival ismi gibi bilgilerin işleniş tavrı birbirine yakındır.

Her görsel çalışmada, üç ana tonal değer arasında da bir denge aranmaktadır. Bu denge, çalışma yüzeyinde koyu, orta ve açık tonların kapladığı alanların miktarlarının birbirlerine olan oranında yatmaktadır. Avranitis’in afişinin siyah beyaz bir fotoğrafı çekilse; lacivert alanlar koyu grilere, kırmızılar ortadan daha koyu tonda grilere dönüşür. Beyazlar da doğal halleriyle kalır. Afiş ton dengesi açısından incelendiğinde, orta ton olan kırmızının kapladığı alanın en fazla, beyazın ondan daha az, siyahın ise çok az olduğu görülmektedir. Farklı tonlara sahip olan alanların dengelenmesinde de tasarımcının kılavuzu altın orandır.

Grafik Marketing Communications firmasının Lauender Champagne firması için tasarladığı şişe etiketi, firmanın logosu gibi son derece zariftir. Yüksekliği genişliğinden fazla olan bir dikdörtgen altın kesimden iki yarıya ayrılmıştır. Üst yarı ile alt yarı birbirlerinin zıttı olacak şekilde düzenlenmiştir. Alt yarıda beyaz fon üzerine zarif bir el yazısı ile oluşturulmuş ‘Lauender Campagne’ logosu yerleştirilmiştir. Zarif el yazıları her zaman asaletin, kalitenin ve zenginliğin işareti olmuştur. Koyu bebek mavisi logonun altına onun gibi zarif ince bir çizgi çekilmiş; çizginin altına yerleştirilmiş olan ve ürünün cinsini belirten ‘vinegar’ yazısı bambaşka bir tavır segilemektedir. Kullanılan yazı karakteri son derece düz ve yalındır. Zerafetini kaybetmemesi için seyrek dizilmiş; harf aralarında normalden fazla boşluk bırakılmıştır. Üst yarıda ise koyu bebek mavisi fon üzerinde açık kreme kaçan sarı renkte, tıpkı el yazısı gibi kesintisiz bir çizginin kıvrılarak oluşturduğu

üzüm salkımı stilizasyonu bulunmaktadır. Stilize üzüm salkımı sağ kenara yaklaştırılmış; sola uzanan kıvrımlı bir dal sağ taraftaki bu ağılığı dengelemiştir. İki sayfadan oluşan etiketin arasından görüldüğü kadarıyla iç yüzey de dış yüzeye uyum içerisinde tasarlanmıştır.koyu bebek mavisi fon üzerine yalın bir karakterle gevşek dizilmiş 'reciepe' yazısı bunun kanıtıdır.



Şekil 20:
Lavender Champagne Vinegar için
Etiket
Grafik Marketing
Communications, 2006
(Eldridge,2006;98)

Grafik Marketing Communications şişe etiketini tasarlarken, şişenin özelliklerini göz önüne almış ya da ikisini birlikte bir bütün olarak tasarlamıştır. Mavi şişe, gümüş rengi folyo, etiketi şişeye tuturan ip ve etiketin oluşturduğu uyumlu bütünü görmemek imkansızdır.

Hint kökenli bir ürün olan 'kama surta'nın ambalajları Chase Design Group tarafından 80'lerde yenilenmiştir.

Hint çiçek bezemeleri ile süslenmiş bir fon üzerine yine çiçek bezemeli bir isim kemeri yerleştirilmiştir. Bu kemer fonun aksine siyah beyaz ve büyük çiçeklerle bezenmiştir. Ambalaj yüksekliğinin eşit olmayan ancak en uyumlu iki parçaya bölünmesi istendiğinde cevap altın oranda saklıdır. İsim kemeri tam olarak altın kesime yerleştirilmiştir. Kemerin ve isim armasının siyahı kapakta ve kutunun en altında da ince bir çizgi olarak tekrarlanmıştır. İsim için seçilen yazı karakteri biçimsel olarak uzak doğu bezemelerinde kullanılan biçimleri andırmaktadır.



Şekil 21:
Kamasutra için Ambalaj
Chase Design Group, 1980'ler
(Fishel, 2005; 10)

Marka, özel bir yazı karakteri ile siyah fon üzerinde krem rengi ve daha büyük punto ölçüsündeyken; ürünün çeşidi daha yalın bir karakterle daha küçük puntolarda kullanılmıştır. gramaj ve içindikiler gibi detaylar çok daha küçük ölçülerde ve ambalajın arka yüzeyinde bulunmaktadır.

Tipografi ve Görseller Arasındaki Denge

İnsan, yerçekiminin var olduğu bir gezegen olan dünyada yaşamaktadır. Gezegenin sahip olduğu merkezi çekim gücü nesnelere kendine çekmekte, yüzeyden bağımsız olarak havada durmasını engellemektedir. İnsan hiçbir bağlantısı olmadan havada duran nesnelere görmeye alışkın değildir. Yaşadığı deneyimlere göre havada bırakılan nesnelere yere düşmekte, ağırlıklarına ve yapılmış oldukları malzemenin özelliklerine göre kırılıp parçalanmaktadır. İnsan kendisi de havada duramamakta, uçamamakta ve dengesini kaybettiğinde yere düşüp yaralanmaktadır.

İnsan izlediği iki boyutlu tasarımlarda da bu dengeli ve yere basan durumu aramaktadır. Bir terazi ancak iki kefesinde de eşit ağırlıkta nesnelere bulunduğu zaman dengelenir. Tasarımda denge kurmak için öncelikle yüzey hayali düşey bir çizgi ile iki eşit yarıya ayrılmaktadır. Bu iki eşit dörtgen birbiriyle karşılaştırılmaktadır.

Bir dörtgenin içerisinde yer alan 2 boyutlu elemanların ağırlıkları sahip oldukları ölçü, renk, ton ve konumlarına göre değişmektedir. Kompozisyonların merkezleri, kenarlara oranla daha fazla ağırlık taşıyabilir; yani merkezde yer alan elemanlar kenarlarda duranlara oranla daha hafif olarak algılanırlar. (Landa,1996:22) Kompozisyonun kenarındaki küçük bir biçim merkezdeki büyük bir biçimle dengelenebilir. Büyük biçimler küçüklere göre daha ağır olarak algılanırken, aynı büyüklükteki ancak farklı ton değerine sahip iki biçimden koyu olanı daha ağır olarak algılanır.

Çalışma yüzeyinin iki yarısındaki elemanlar arasında kurulacak denge simetrik ya da asimetrik olabilir. Simetrik düzenlemede tasarım yüzeyinin düşey iki yarısının ağırlığı benzer büyüklük, renk ve tonal değerlere sahip elemanların simetrik olarak yerleştirilmesiyle eşitlenmektedir. Asimetrik düzenlemede ise; benzer elemanların simetrik olarak yerleştirilmesi prensibi yerini farklı büyüklük, renk ve

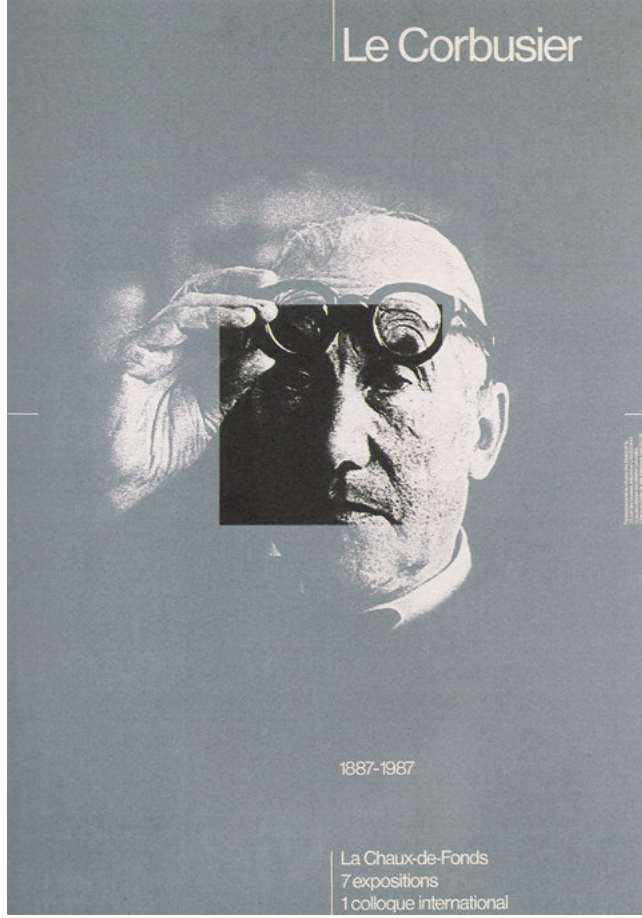
tonal değere sahip elemanların farklı şekillerde ve asimetrik yerleştirilmesine bırakmaktadır.

Bir tasarımda dengenin varlığı ya da yokluğu, simetrik ve asimetrik olması tasarımın konusuna, iletilecek mesajın türüne ve izleyicide oluşturulmak istenen duyguya göre değişmektedir. Asimetrik olarak dengelenmiş tasarımlar modern gelişen ve değişen dünyanın simgesi haline gelmişlerdir.

Werner JEKER(1931-2006), 1987 yılında ‘Le CORBUSIER’in(1887-1965) Doğumunun 100.Yılı Etkinlikleri’ için aşağıdaki afişi tasarlamıştır. Fonda kullanılan siyah beyaz fotoğrafta Le Corbusier’nin yüzü merkezde yer almakta, gözlüğü kaldıran eli ile beyaz yakası birbirini kısmen dengelemektedir. Le Corbusier’in yüzü kadraja alınmış; bu kadrajın dışında kalan yerlerin rengi ve netliği yeniden düzenlenmiştir. Göz Le Corbusier’in ifadeli bakışlarına odaklanmıştır. Le Corbusier modernizme katkıları bulunmuş Fransız bir mimardır.

Kadrajlanan dörtgen afişin tam ortasında yer almasına rağmen Le Corbusier’in bakışları izleyicinin gözünü sol tarafa yönlendirmektedir. Afiş hayali düşey bir çizgi ile iki eşit parçaya ayrıldığında sağ yarıda kalan koyu alanların sol yarıdakilerden daha fazla olduğu görülmektedir. Bu miktar farkı, gerçek dünyadaki algılama deneyimlerine bağlı olarak, izleyen tarafından ağırlık farkı olarak algılanmaktadır. Jeker, uçuk gri renkte / beyaz olan tipografik elemanların hepsini afişin sağ yarısına yerleştirerek sağ yarıdaki koyu alanların miktarını azaltmıştır; iki yarıyı asimetrik bir düzenleme ile dengelemiştir.

Fon ile figür arasındaki ton kontrastı arttıkça yazının okunabilmesi de kolaylaşmaktadır. İnsan gözünün yazıları fondan ayırt ederek kolayca okuyabilmesi için yazı ve fon arasında azami ton kontrastı olmalıdır. Kontrast azaldıkça okunabilirlik de tehlikeye girmektedir. Koyu fon üzerinde yer alan açık renkteki yazılarda okunma güçlüğü bulunmamaktadır.



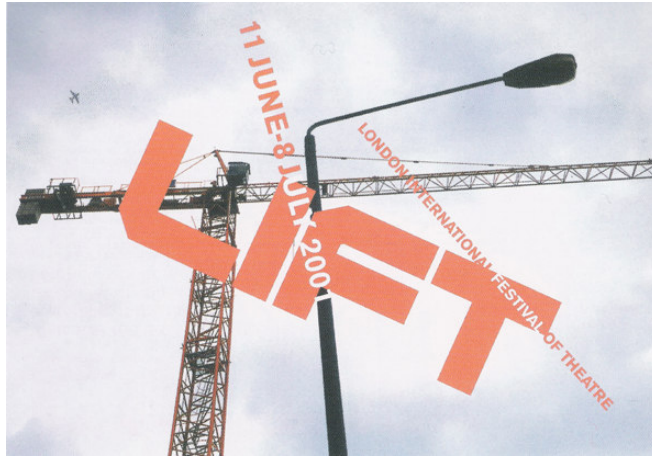
Şekil 22:
Le Corbusier'in Doğumunun
100.Yılı Etkinlikleri Afişi
Werner Jeker, 1987
 (Karol, 2001; 119)

Afişin yalın geometrisine uyması; bütünlüğü bozmaması için serifsiz, yalın ve ince bir karakter seçilmiştir. Karakterin büyük 'C' harfi ile Corbusier'nin gözlüklerinin kavisi hemen hemen aynıdır. Bu benzerlik seçilen yazı karakterinin uygunluğu ile ilgili bir ipucu niteliğindedir.

Jeker'm afişinde içerdikleri sözel mesajların türüne bağlı olarak dört yazı grubu bulunmaktadır. En fazla dikkat çekmesi istenen sözel mesaj 'Le Corbusier'nin adıdır. Bu yüzden büyük puntolarda ve asimetrik dengeyi destekleyecek şekilde sağ üstteki yerini almıştır. Diğer detaylar da önem sıralarına uygun büyüklük ve yerlere yerleştirilmiştir. Afişin yalınlığının ve bütünlüğünün bozulmaması için tüm yazılarda aynı karakter kullanılmıştır.

Etkinliklerle ilgisi bulunmayan, Le Corbusier'in hayatıyla ilgili ekstra bir bilgi olan doğum ve ölüm tarihi diğer bilgiler gibi ince çizgilerle afişin kenarları ile ilişkilendirilmemiştir; tek başlarına Le Corbusier'nin sağ göğsüne yerleştirilmiştir. Tarihlerle alttaki yazı grubu birleşerek üstteki büyük puntolu 'Le Corbusier' yazısını dengelemektedir.

Vince FROST(1964-), 2000 yılında Londra Uluslararası Tiyatro Festivali 'LIFT' için yatay formata sahip bir afiş tasarlamıştır. 'London International Festival of Theatre'ın baş harflerinin yan yana gelmesi ile oluşan 'LIFT', İngilizce'de aynı anda 'kaldıraç' ve 'yükselme' gibi anlamlara gelmektedir. Devasa bir kaldıraçın fotoğraflanması esnasında kadrage kaldıraçın hemen yanındaki sokak lambası ve o esnada gökyüzünde uçmakta olan bir uçak da girmiştir. Kullanılan tüm objeler yükseklik fikri ile bir anlam bütünlüğü içerisindedir.



Şekil 23: Lift 01Afişi
Vince Frost, 2000
 (Fiell,2005;132)

Fotoğrafın fonunda yer alan gökyüzü farklı açılara sahip düşey ve yatay hatlara bölünmüştür. Kaldıraçın hem yatay hem de düşey parçası yüzeyi altın kesim çizgilerinden bölmektedir. Sokak lambası da ufak tefek kalınlık ve açı farkları ile kaldıraçla aynı tavrı göstermektedir. Ancak kaldıraçın aksine siyah bir silüet olarak görülen sokak lambası fotoğrafa çeşitlilik, buna bağlı olarak da zenginlik katmaktadır.

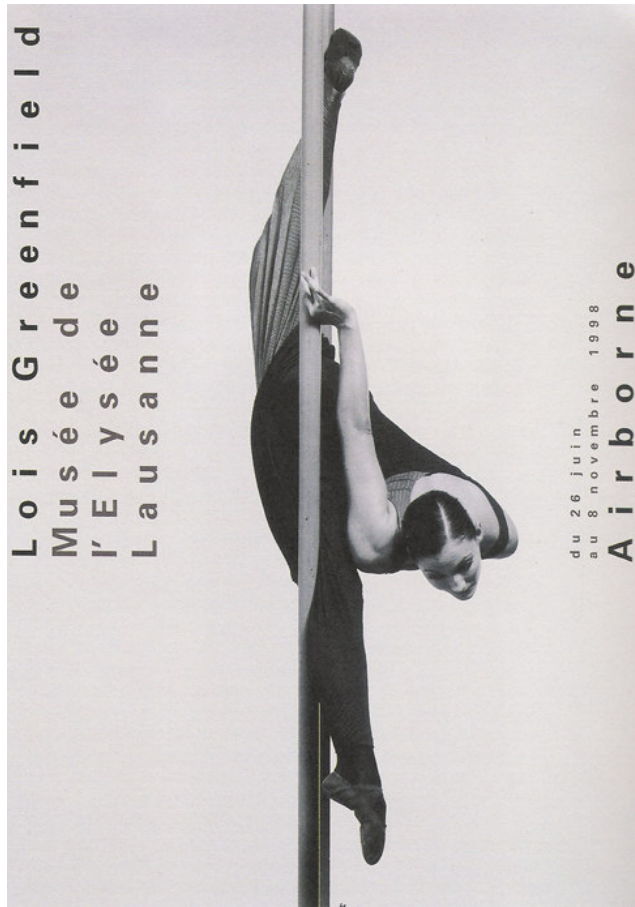
Tasarımcı kaldıracın çelik konstrüksiyonunda var olan çok sayıda ince çizgiye hatta onlardan çok daha kalın olan sokak lambasının çizgisine bile baskın olabilecek et kalınlığına sahip, oldukça düz ve serifsiz bir yazı karakteri seçmiştir. Afişin sol yarısında yer alan kaldıraç ve sokak lambasının üst kısımları gibi açılı yatay parçalar da gözü afişin sol kısmına yönlendirmektedir. Tüm bu hareketler gözü sol üst köşeden sağ alt köşeye yönlendiren devasa bir 'LIFT' yazısı ile asimetrik olarak dengelenmiştir. Yazı, fotoğrafı oluşturan nötre yakın renklerin aksine çekici bir turuncudur. Kaldıracın konstrüksiyonunda bulunan çok ince çizgilerden bazıları da turuncudur. Afişte bulunması gereken diğer sözel mesajlar da aynı karakter ve aynı renkte dizilmiş; aynı tavırla yüzeye serpiştirilmiştir. Kesiştikleri yerlerde renk değiştiren yazılar tasarıma dinamizm katmıştır. Tüm diğer örneklerde görüldüğü gibi burada da mesajlar hiyerarşik bir sıraya sokulmuş; büyüklük ve konumları hiyerarşiye göre düzenlenmiştir.

'LIFT' yazısında tıpkı sokak lambası ve kaldıraçta olduğu gibi bir noktadan başlayan ve daha sonra köşe yaparak sağa ya da sola dönen iki harf bulunmaktadır; bunlar 'L' ve 'F'dir. Frost doksan derece açı yapan bu köşeleri kesip atarak bir görsel olan sokak lambası ile tipografik elemanlar olan harfler arasında ustalıkla bir biçimsel ilişki kurmuştur. Gökyüzünde süzülen uçakla 'Theatre' kelimesinin; kaldıracın solundaki kütle ile sokak lambasının sağ ucundaki ampul haznesi arasında kurulan asimetrik denge de bu ustalıktan izler taşımaktadır.

Bir önceki 'Le Corbusier'in Doğumunun 100.Yıl Etkinlikleri' örneğinde de olduğu gibi bu afişte de renk kullanımı oldukça kısıtlı tutulmuştur. Bunun sebebi hedef kitlenin doğru şekilde analizinden kaynaklanmaktadır. Eğitim düzeyi yüksek ve entelektüel bireyler renkten çok biçime dikkat etmektedir.

Werner Jeker, Lois GREENFIELD'in(-) 'Airborne' başlıklı fotoğraf sergisi için bir afiş tasarlamıştır. 'Airborn' İngilizce havada duran, uçan anlamına gelmektedir. Jeker, afişte kullanmak için Greenfield'in son derece dikkat çekici bir fotoğrafını seçmiştir. Siyah-beyaz fotoğrafta baş aşağı duran, düşey bir boruya

sadece tek eliyle tutunarak bacaklarını boruya paralel açmış bir balerin vardır. Omuzları ve başı afiş yüzeyini iki parçaya bölen borunun sağ tarafına doğru uzanmıştır. Bu yüzden boru dörtgenin tam ortasına yerleştirilmemiş; bir miktar sola kaydırılmıştır. İki omuzun ve dizin oluşturduğu hayali yatay çizgi, balerin figürünü ve afiş yüzeyini altın kesimden iki yarıya ayırmıştır. Jeker'in sözel bilgileri afişin üst yarısına düşey şekilde yerleştirilmesi havada olma kavramını pekiştirerek izleyende gerilim hissi yaratmaktadır. Düşey yazılar figürle de biçimsel bir bütünlük oluşturmaktadır.



**Şekil 24: Lois Greenfield
Fotoğraf Sergisi Afişi
Werner Jecker, 1998
(Karol, 2001; 118)**

Seçilen yazı karakteri net, okunur, serifsiz ve modern bir karakterdir. Fotoğrafın yalın anlatımı ile son derece uyumludur. Göz tasarım yüzeyine ilk olarak sol üst köşeden girdiği için fotoğrafçı Greenfield'in adı en solda yer almıştır. Sözel

bilgiler arasında en fazla dikkat çekmesi istenen eleman budur. Beyaz fon önündeki balerin figürünün en baskın tonu siyahtır. Serginin adı, gözün afiş yüzeyini terk ettiği sağ kısımda, sanatçı adı ile aynı puntoda ve siyahtır. Tasarımda kullanılan en büyük punto ve en koyu ton bu iki tipografik elemanda kullanılmıştır. Fotoğrafta bulunan gri tonları ise daha küçük puntoda yazılmış ve sanatçı adının yanında konumlanmış yer adında kullanılmıştır. Fotoğraf sergileri ile ilgilenen özellikle Lois Greenfield'in fotoğraflarını görmek isteyenleri ilgilendiren tarih bilgisi en küçük puntoya sahiptir. Eğer tüm sözel bilgiler aynı punto ve renkte kullanılsalardı bir okuma sırası oluşturulamaz; bilgiler önem sırasına sokulamazdı. Balerinin uzunluğunu vurgulamak için tüm harf araları geniş bırakılmış; gevşek dizilmiştir.

Yazılar iki gruba ayrılmış ve daha fazla yer kaplayan sanatçı ve yer adı balerin figürünün soluna; daha az yer kaplayan serginin başlığı ve tarihi ise sağına yerleştirilmiştir. Bunun sebebi balerinin omuzları, sırt ve başının ağırlığını dengeleyebilmektir. Böylece afişin sağ yarısındaki elemanlarla sağ yarısındakilerin ağırlığı eşitlenmiş ve denge sağlanmış olur. Afişte kullanılan siyah beyaz figürün vurgusunu zayıflatmamak, hareketini ön plana çıkartmak ve ton zenginliğini öne çıkartmak için renk kullanımından kaçınılmıştır.

Bir Japon firması olan 'Shiseido'nun tasarım grubu, logoları ile aynı rengi taşıyan simetrik dengeye sahip bir parfüm şişesi tasarlamıştır. Japonca'nın yazım yönü yukardan aşağıya doğrudur. Parfümün adını oluşturan Japonca karakterler doksan derecelik yatay ve düşeyler olarak ince çizgilere dönüştürülmüştür. Stilize edilen yazılar incelik ve zarafete sahiptir. Tasarlanan dikdörtgen şişe stilize Japon karakterlerinin düşey ve yataylarına; şişenin boyu da parfümün adının kapladığı alana uygundur. Dikdörtgen şişenin üzerinde diğer simetrik geometrik şekiller olan silindirden oluşturulmuş ağız ve yuvarlak kapağı bulunmaktadır. Şişenin son derece tutarlı, kendi içinde çelişmeyen bir tasarım tavrı vardır. Bütünlüğü ve yalınlığı bozmamak için şişe, ağız ve kapak aynı malzeme ve renge sahiptir.

Shiseido Tasarım Grubu, etiket tasarımında da aynı yalın tavrı sergilemiştir. Parfümün adı gibi ince uzun bir forma sahip etiket, şişenin merkezine yerleştirilmiş; yukarıda ve aşağıda eşit boşluklar bırakılmıştır. Etiket rengi Shiseido markasının orijinal rengi olan kırmızının koyusu bir bordodur. Parfümün Japonca adı da marka ile aynı renktedir. Parfümün adı etiketin üst kısmına, markanın logosu da etiketin alt kısmına iki yanda eşit boşluklar bırakılarak yerleştirilmiştir. Shiseido parfüm şişe ve etiket tasarımı simetrik dengeye mükemmel bir örnektir.



*Şekil 25: Shiseido için
Parfüm Şişe ve Etiketi
Shiseido, 2006
(Eldridge, 2006; 286)*

Kendine genç bir hedef kitlesi seçmiş olan 'Fanta', 2000'lerle birlikte hem şişesini hem de etiketinde biçimsel değişikliklere gitmiştir. Tasarımcı Z+Co Firması,

fanta şişesini kapağın altından bombe yapan ortada incelen sonra tekrar bombe yapan yumuşak hatlı bir biçime dönüştürmüştür. Bu yuvarlak hatlar bütünde bir amaca hizmet etmektedir. Çünkü aynı tasarımcı firma logoyu ve etikette yer alan diğer biçimleri de yuvarlatmıştır.

'Fanta' yazısı için kalın bir fırçayla yazılmış gibi duran, dışı kıvrımlı bir yazı karakteri kullanılmıştır. 'N' harfinin üzerinde yer alan serbest el çizimi, lacivert kontürlü yaprak da logonun bir parçasıdır ve o da kıvrımlardan oluşmuştur. Fonda klasik fanta turuncusu doku elemanı ile zenginleştirilmiş; gençlerin ruhları gibi enerji doludur. Logonun üzerinde durduğu beyaz halka logoya boyut katmış, yuvarlak hatlarını da bir kez daha vurgulamıştır.

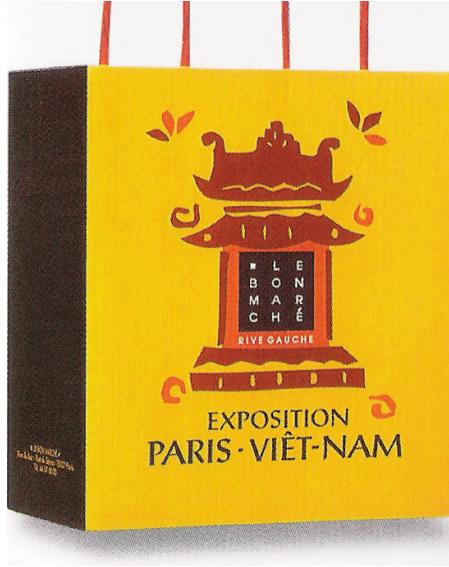


Şekil 26: Fanta için Ambalaj
Z+Co., 2006
(Fishel, 2005; 144)

Kırkbeş derecelik bir açı ile sola yatırılmış 'fanta' yazısı, altına yerleştirilmiş serbest el yazısı biçimindeki 'orange' yazısı ile dengelenmiştir. 'Fanta', içeceğin adıyla; 'orange' türüdür. İçeceklerle dolu bir dolabın içinden aradığımız içeceği bulmamızı sağlayan 'fanta' yazısıdır. Bu yüzden 'fanta' fondaki renklerle kontrast yapan lacivert renkte ve neredeyse etiketi kaplayacak büyüklükteyken; 'orange' açık yeşil ve daha küçük puntolarla yazılmıştır. İçindekiler, gramaj gibi tüm ambalajlarda bulunması gereken bilgiler sınırlı olan etikette az yer kaplamaları için çok küçük okunur olmaları içinse lacivert yazılmıştır. Etiketinin dengesini bozmamaları için logonun iki tarafına simetrik olarak yerleştirilmişlerdir.

Etikette kullanılan renk armonisi yarım karşıtlar armonisidir. Turuncu ve mavi iki karşıt renk; fıstık yeşili ve sarısı fazla turuncu da turuncuya komşu renklerdir. Tasarımda en fazla turuncu ile sarı arasında kalan renkler kullanılmıştır. Lacivertler orta, fıstık yeşili ise en az kullanılan renktir.

Le Bon Marché, 19.yy'da Paris'te kurulmuş bir ticaret merkezidir. Geçen yıllar içinde büyümüş; içerisinde mağazaların, restoran, bar ve sergi salonlarının bulunduğu bir kompleks haline gelmiştir. Vietnam'da çekilen fotoğraflardan oluşan sergi etkinliği için Carré Noir bir karton poşet tasarlamıştır.



**Şekil 27: Le Bon Marché
Ambalaj Tasarımı
Carré Noir, 2006
(Eldridge,2006;21)**

İçinde iyi mallar anlamına gelen 'Le Bon Marché', alt kısmında da sol kıyı anlamına gelen 'Rive Gauche' yazan kahverengi kare, Le Bon Marché'nin logosudur. Paris-Vietnam konulu sergi için yöresel bir tapınak seçilmiştir. Bu grafiksel bir dille ifade edilmiş, uzak doğu çiçek ve bitki desenleriyle süslenmiştir. Vietnam'ın sıcaklığını çağrıştıran sarı fon üzerine yerleştirilen tapınak da kızıl kahve ve turuncudan oluşmuştur. Sergi anlamına gelen 'exposition', 'Paris' ve 'Viêt-Nam' için uçlarına doğru genişleyen; uç kısımlarında içbükey kavisler bulunan ve bu özellikleriyle uzak doğunun simgesi haline gelmiş bambu bitkisini andıran bir yazı karakteri seçilmiştir. Fon ile en fazla ton kontrastı yapan elemanlar da bu yazılardır.

Serginin teması olan Paris-Vietnam en büyük puntolarda en alta yerleştirilmiştir. Tapınağın yere sağlam basan kaidesi gibi algılanmaktadır. Etkinliğin türüne işaret eden 'exposition' onun üzerinde bir miktar daha küçük olarak yer alır ve bir basamak olarak algılanır. Bu düzenleme insan zihnindeki tapınak imajı ile örtüşmektedir. İki satır birbirine yaklaştırılmış; bir grup olarak algılanması sağlanmıştır. Aynı yakınlık ilişkisi tapınağı oluşturan kızıl kahve lekelerde de bulunmaktadır. Görsel biçimlerle tipografik elemanların birbirleriyle ilişkilerinde görülen bunun gibi benzerlikler bütünlük sağlamaktadır.

Poşetin ön yüzünü hayali düşey bir çizgiyle iki yarıya ayrılrsa, sağ ve sol yarıda benzer elemanların simetrik bir şekilde yer aldığı görülür. Kağıt poşetin ön yüzünde simetrik bir denge kurulmuştur. Kağıt poşetin yanları ön yüzdeki tipografik elemanlar gibi kahverengidir; mekan ile ilgili bilgiler Vietnam sarısıyla alt orta kısımda yer almıştır. Yan yüzlerde de simetrik dengenin hakimiyeti sürmektedir.

Grafik Elemanlar Arasındaki Hiyerarşik Düzen

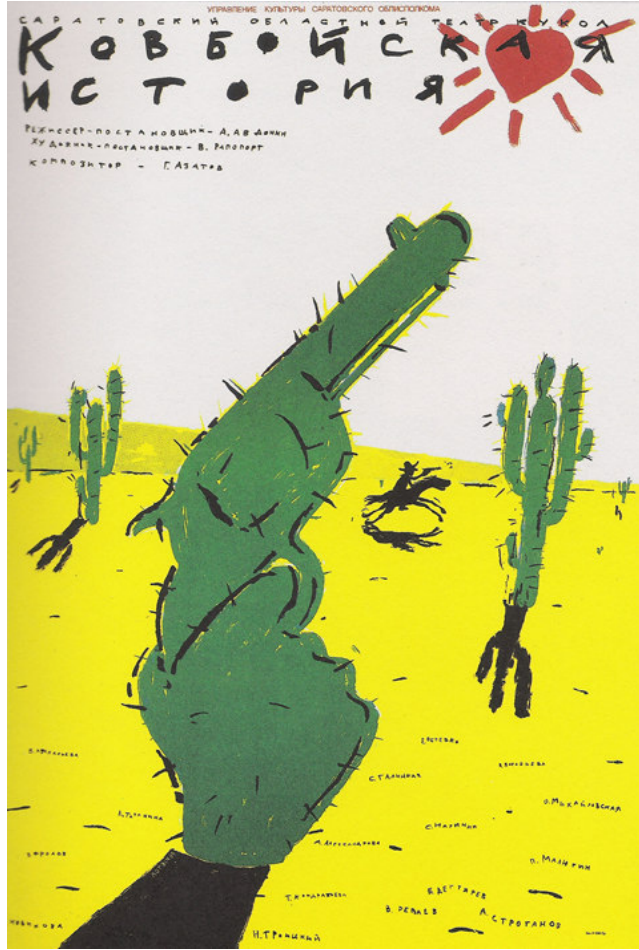
Hiyerarşi, kompozisyonda yer alan elemanların doğru ölçülere sahip olmaları, doğru konumlandırılmaları ile sağlanır. Yapılan düzenleme ile göz tasarım yüzeyinde istenildiği gibi gezdirilebilir; tıpkı sıradan bir cümledeki kelimeler gibi aynı anda aynı yüzeyde var olan fotoğraf ve yazılar takip sırasına sokulabilir.

Bir tasarımda en dikkat çekici elemanların ton kontrastı fazla olan kısımlar, insan yüzleri ve daha önce hiç görülmemiş olan şekilsiz biçimler olduğu unutulmamalıdır. Gözün tasarım yüzeyindeki yolculuğu en kolay tanımlayabildiği elemanlardan başlar; bu elemanlardan daha az hatta hiç tanımadığı diğerleriyle devam eder ve bu yolculuk ancak tüm elemanların anlamlandırılmasıyla son bulur. Bu düzenlemeler yapılırken dikkat edilecek diğer bir husus olan okuma yönünün de kültürlere göre farklılık gösteriyor olmasıdır. Batı kültüründe okuma yönü soldan sağa doğru iken Arap okuma yönü sağdan sola, Japon okuma yönü ise yukarıdan aşağıya doğrudur. Elemanların hiyerarşiye göre düzenlenecek elemanların önem dereceleri iletilecek mesajın içeriğine göre belirlenir.

Andrey LOGVIN'in(1964-) 1999 yılında 'Kovboy' adlı kukla tiyatrosu için bir afiş tasarlamıştır. Çölün kumları ve gökyüzü birbirlerinden eğik bir çizgi ile ayrılmıştır. Ortaya çıkan parçalar iki eşit büyüğe sahip asimetrik yamuklardır. Çalışmanın dinamizmi bu şekilde yaratılmış; fonda bulunan çeşitli büyüklüklerdeki kaktüsler ve şok noktasına yerleştirilmiş devasa kaktüs tabanca ile pekiştirilmiştir. Kaçan atlı kovboy figürü, kaktüslerin gölgeleri tekrar eden büyüklü küçüklü siyah lekelerden oluşmuşlardır. Yeşil kaktüsler gibi tekrar eden siyah gölgeler de ritim ve dinamizm oluşturur. Tüm bunlar özellikle de kaktüs tabanca çocukların dikkatini çekecek elemanlardır. Gökyüzüne kırmızı bir kalp şeklinde yerleştirilmiş güneş de oldukça sıra dışıdır.

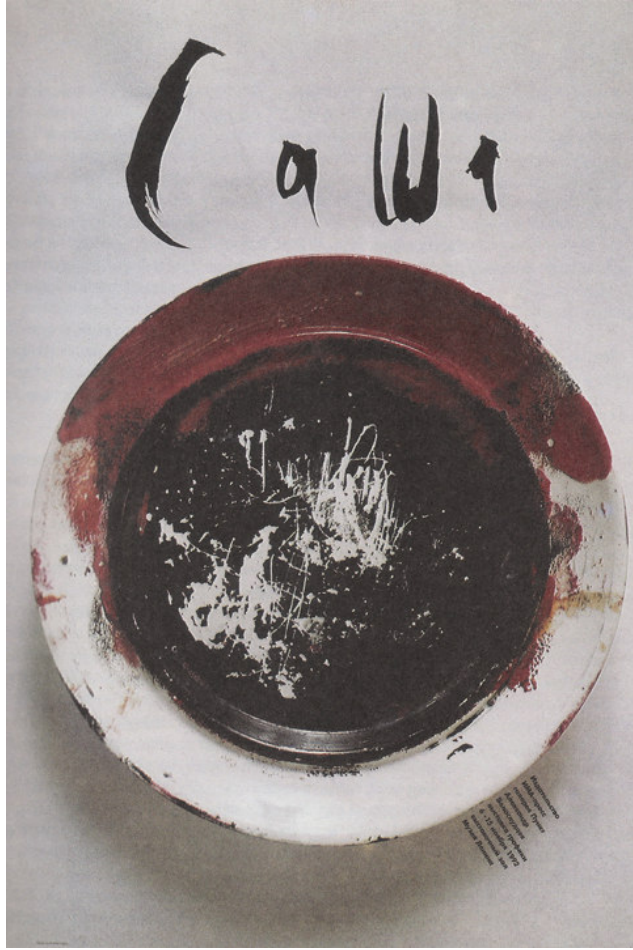
Bu tasarımda elemanlar arasında asimetrik bir denge kurulmuştur. Her dörtgende bulunan dört şok noktasından sol alttakine yerleştirilen kaktüs tabanca sağ

tafta yer alan irice bir kaktüs, kaçan atlı kovboy, ve kalp şeklindeki güneşle dengelenmiştir. Çöl ve gökyüzünü ayıran eğik çizginin de bu amaçla düzenlendiği oldukça belirgindir.



**Şekil 28: Kovboy Hikayesi
Kukla Tiyatrosu için Afiş
Andrey Logvin, 1991
(Karol, 2001; 167)**

Tiyatronun adı ve sözel bilgilerin çoğu siyah fırça darbeleriyle serbest elle oluşturulmuştur. Burada amaç illüstrasyondaki siyah fırça darbeleri ile tipografi arasında biçimsel bir bütünlük ilişkisi kurmaktır. Yazılar önem sırasına göre farklı büyüklüklerde tasarlanmışlardır. Sadece en üst ortada yer alan yazıların kırmızı olmasından, bu yazıların kukla tiyatrosunun adından, tarih ve saatinden farklı bir bilgi içerdiği anlaşılmaktadır.



**Şekil 29: Sasha - Bir Grafik
Sanatçısı için Sergi Afişi
Andrey Logvin, 1992
(Karol, 2001; 145)**

Andrey Logvin, 1992 yılında bir grafik sanatçısı olan Sasha'nın sergi afişini tasarlamıştır. Logvin, afişte görsel eleman olarak palet olarak kullanılmış gibi duran bir tabağın beyaz zemin üzerinde çekilmiş fotoğrafını kullanmıştır. Tabağın merkezi alt yatay altın kesim çizgisine yerleştirilmiştir ve tabağın üzerinde kalan boşluk altında kalanın iki katıdır. Tabağın iki yanında da bir miktar boşluk bırakılmıştır. Modern resim görünümündeki tabakta üç renk bulunmaktadır. Ortadaki siyah alan sivri uçlu bir şeyle kazınmış ya da ince bir fırçayla beyaza boyanmıştır. Tabağın üst kısmındaki kırmızı kısım alt taraftaki beyazın yarısı kadardır. Tabağın üst ve altında kalan boşlukların oranı ile tabağın kırmızı ve beyaz olan kısımlarının birbirine oranı arasında aynı ilişki bulunmaktadır.

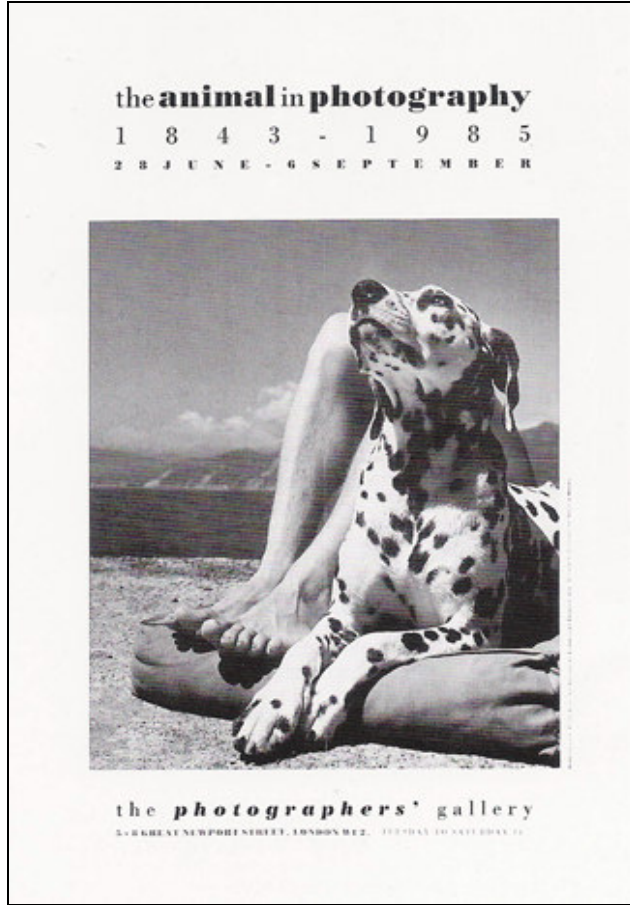
Afişin en büyük ve dikkat çekici elemanı olan tabağın üstünde kalan boşluğa sanatçının adı fırça darbeleri ile yazılması aynı anda birden fazla amaca hizmet etmektedir. Sanatçının adının bir performans aracı olan fırça ile ve serbest elle yazılmış olması sanatçı olma kavramı vurgulamaktadır. Tabaktaki boya lekeleri ile bir fırça yardımıyla serbest elle oluşturulmuş sanatçı adında kullanılan malzeme ve oluşturuluş biçimi açısından benzerlikler bulunmaktadır. Logvin'in afişinde başarıyla sağlanmış görsel bütünlük fotoğraf ve tipografi arasındaki bu görsel uyumdan kaynaklanmaktadır.

Afişte bulunması gereken tipografik elemanlar, sanatçının adı ve diğer bilgiler olmak üzere iki gruba ayrılmışlardır. Tanınmış ya da tanınması istenen bir sanatçıya ait olan serginin afişi olduğu için ilk önce okunması istenen tipografik eleman sanatçının adıdır. Bu sebeple mümkün olduğunca büyük ölçülerde ve fon ile en fazla kontrast yapan siyah renkte tasarlanmış ve tabağın üstünde yer alan boş kısma yani üst altın kesim çizgisine yerleştirmiştir. Afişin yalınlığını korumak ve bu bilgilerin sergi ile ilgili detaylar olduğunu göstermek için diğer tipografik elemanlar, son derece küçük bir şekilde, soldan hizalanmış bir metin görünümünde düzenlenmiştir. Bu metin bloğu, afişin sol üstünde yer alan büyük 'C' harfini asimetric olarak dengelemek için tabağın sağ alt kısmına, gölgenin içine yerleştirilmiştir. Böylece ilk okunması istenen tipografik elemanla daha sonra okunması istenen elemanlar arasında oluşturulan büyüklük ve konum farkı ile hiyerarşi sağlanmıştır.

Göz afiş yüzeyine sol üstten girmekte, sanatçının adını okumakta, daha sonra bir sanat nesnesi konumundaki tabağı ve en son da sergi ile ilgili bilgilerin yer aldığı metin bloğunu görmektedir. Sasha'nın sergisini gezmek isteyenler metin bloğunu daha yakından incelemekte ve gerekli bilgileri edinmektedir. İnsan gözü iki boyutlu bir yüzeyi sağ alt köşeden terk ettiği için bu kısma yerleştirilmiş bir eleman da hak ettiği ilgiyi görmektedir.

Neville BRODY(1957-), 1986 yılında The Photographer's Gallery'deki 'Fotoğrafta Hayvan' başlıklı fotoğraf sergisi için bir afiş tasarlamıştır. Son derece

sade bir düzenlemesi olan afişin en dikkat çeken elemanı kullanılan siyah beyaz fotoğrafıdır. Dikdörtgen fotoğraf, çalışma alanına üzerinde, altındakinin iki katı boşluk kalacak şekilde yerleştirilmiştir; iki yanında eşit boşluklar bırakılmıştır.



Şekil 30: The Animal in Photography Sergisi için Afiş
Neville Brody, 1986
(Wozencroft, 2001; 153)

Sözel bilgiler altı farklı kategoriye ayrılmış ve izleyiciye farklı içeriklere sahip olduklarını göstermek için altı farklı yaklaşımla düzenlenmiştir. Brody her bilgi grubunu fotoğrafın eninden bir miktar kısa birer satır oluşturacak şekilde farklı yazı karakteri, punto ve espas kullanarak düzenlemiştir.

Brody, sözel bilgiler arasında kurduğu hiyerarşik düzene bağlı olarak sergi başlığı olan 'the animal in photography' kelime grubunu en büyük puntoda, küçük harflerle yazmıştır. Serginin iki temel kavramı olan hayvan ve fotoğraf kelimelerini vurgulanmak için bold yapmıştır. Seçilen yazı karakteri, düşey ve yatay çizgileri

arasında azami kalınlık kontrastı bulunan bir karakterdir. Son derece ince seriflere sahip, et kalınlığı fazla olan bir karakterdir. Küçük harfler halinde kullanıldığında her harf yuvarlak hatlara sahip lekelerle dönüşmektedir. Siyah beyaz fotoğrafta görülen dalmaçyalı cinsi köpeğin benekleri ile kullanılan bu karakter arasında biçimsel bir benzerlik bulunmaktadır. Beyaz kürkün üzerindeki siyah benekler ve beyaz kağıdın üzerinde benek etkisi yapan siyah harfler...

Brody, aynı karakteri bir kere daha galeri adını vurgulamak ve böylece tanıtımını yapmak için kullanmıştır. Galerinin adını fotoğrafın altına daha küçük puntolarda yazmış; 'photographers' kelimesini vurgulamak için daha büyük puntoda ve italik olarak kullanmıştır.

Sergide 1843 ile 1985 arasındaki çekilen fotoğraflar yer almaktadır. Bu bilgi başlıkla ilişkili bir bilgidir. Bu yüzden başlığın altında yer alarak başlıktan sonra; ancak diğer sözel bilgilerden önce okunması sağlanır. İnce ve zarif bir yazı karakteri seçilmiştir. Büyük puntolarda kullanılmış, rakamların araları satır uzunluğunu diğerleriyle eşitleyecek kadar açılmıştır. Gevşek boşluklama olarak da adlandırılan bu durumda beyazların kapladığı alan siyahlara göre daha fazla olduğu için yazının leke değeri başlığa göre daha açık bir gridir.

Üçüncü satırda serginin tarihi yer almaktadır. Başlıkta kullanılan yazı karakterinin büyük harfleriyle yazılmış; gevşek boşluklama ve puntosunun küçük olması onun hiyerarşideki yerini belirlemiştir. Leke değeri olarak da fotoğrafın hemen üzerinde yer alan bir çizgi olarak algılanmaktadır.

Afişin en altında yer alan satırda kullanılan punto değeri iyice küçülmüştür. Satırın yarısını kaplayan adres bilgilerinin bir bütün olarak algılanması ve satırın diğer yarısındaki serginin gezilebileceği günlerle ilgili bilgilerden ayırt edilebilmesi iki yarı arasında ton farkı yaratılmıştır. Bu ton farklılıklarını oluşturmada tasarımcı yazı karakteri, punto değeri ve boşluklama gibi değişkenlerden yararlanmaktadır.

İzleyici ilk olarak dalmaçyalı cinsi köpeği algılamakta ve ona odaklanmaktadır; başlıkta kullanılan yazı karakteriyle benekler arasındaki biçim benzerliği sebebiyle başlık ilk okunan tipografik elemandır. Galerinin adında kullanılan yazı karakterinin başlıkla aynı olması onu tipografik hiyerarşide ikinci sıraya yerleştirir ve göz bir anda fotoğrafın üstündeki yazıları okurken altındakileri okumaya başlar. Galeri adının ardından büyük puntolarla son derece gevşek boşluklanmış tarih bilgisi farklılığıyla dikkati çeker. Onun altında sergi tarihi ile ilgili, biçimi itibarıyla çizgi etkisi yapan satırla afişin en altında yer alan ve yine çizgi etkisi yapan diğer bir satır arasında gerçekleşen gelgitler sonucunda göz bütün yüzeyde gezmiş olur.

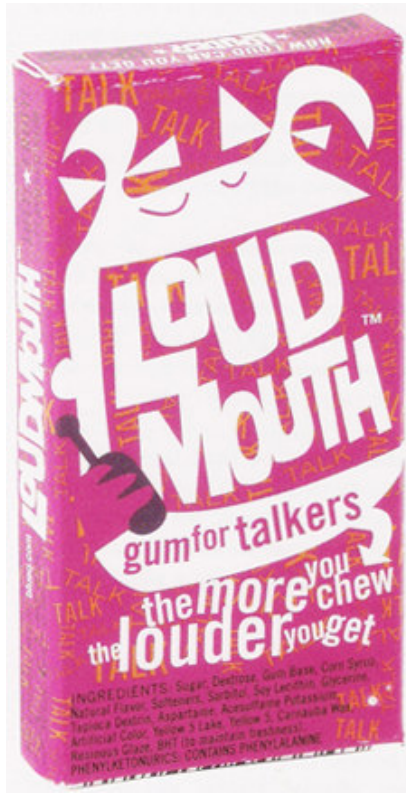
Son olarak afişte kullanılan fotoğrafın kime ait olduğu ve ne zaman çekildiği ile ilgili bilgiler çok küçük bir punto değerinde yazılmış ve fotoğrafın sağına düşey olarak yerleştirilmiştir. Bütünlüğü bozmamak amacıyla bu yazı köpeğin sırtında başlamakta ve fotoğrafla birlikte sonlanmaktadır.

Fotoğrafın sahip olduğu asimetric dengenin aksine tipografik elemanlar arasındaki denge afişin formatı, fotoğrafın dikdörtgen kadrajı gibi simetrik. Sonuç, huzur verici ve dingin olduğu kadar dikkat çekici ve etkileyicidir.

Vito COSTARELLA'nın(-) 'Loud Mouth' adlı sakız için tasarladığı kutu ambalajı son derece esprilidir. Hedef kitlesi olan gençlerin yanı sıra erişkinler için de cezbedicidir. Geveze anlamına gelen 'Loudmouth' sakızının üzerinde kocaman ağız ile elinde tuttuğu telsiz ya da telefon benzeri cihazla konuşup durmakta olan bir kız illüstrasyonu bulunmaktadır. Kız konuşmaktan son derece memnun bir yüz ifadesine sahiptir. Sakızın adı farklı punto ve harf aralıklarıyla serbest bir şekilde yan yana gelmiş büyük harflerden oluşturulmuştur; ve bir konuşma balonuymuş gibi illüstrasyonla bütünleştirilmiştir. İllüstrasyonun ve onun bir parçası olan sakız adının hiçbir biriminin birbirine eşit büyüklük ve biçime sahip olmaması dinamizminin kaynağıdır. Serbest elle çizilmiş gibi duran illüstrasyonun kendisi beyaz fonu ise

koyu pembe; fon ve figür arasında illüstrasyonu hızla algılamamıza yetecek miktarda ton kontrastı bulunmaktadır.

Ürünün iki ayrı sloganı bulunmaktadır. Bunlardan ilki ‘konuşanlar için sakız’ anlamına gelen ‘gum for talkers’dir. Slogan aynı dağınık ancak dengeli tavırla kızın alt çenesine yerleştirilmiştir ve koyu pembe. İkinci slogan olan ‘çığnedikçe daha çok ses çıkarın’ anlamına gelen ‘the more you chew the louder you get’ hemen çenenin altında irili ufaklı elemanlarla oluşturulmuş ve serbestçe yerleştirilmiştir. Bu sefer koyu fon üzerine denk gelen yazı da kız illüstrasyonu gibi beyazdır. Figür fon ilişkisinde dinamizmi arttıran coşkulu bir iç içe geçmişlik tüm ön yüze hakimdir.



Şekil 31:
Loud Mouth için Ambalaj
Vito Costarella, 2006

Koyu pembe fon üzerinde ‘konuşma’ anlamına gelen ‘talk’ kelimesi ufak tefek punto ve açı farklarıyla tekrarlanmaktadır. Rengi, pembe ile benzer renkler armonisi kuran turuncudur. Kutunun tamamını kaplayan bu tekrarlar bütünde doku etkisi yapmakta, tasarıma dinamizm ve hareket katmaktadır.

Sakız kutusunun sol üst köşesinden tasarım alanına giren göz ilk önce diğer tüm yazılardan çok büyük olan ve kız illüstrasyonunun bir parçası olmuş olan ‘loudmouth’ yazısını okumaktadır. Daha sonra sakızın ilk sloganı olan ‘gum for talkers’ okunmaktadır. Bunun ilk sebebi bu yazının sakız kutusundaki beyaz fona sahip tek koyu pembe yazı olmasıdır. İkinci sebep ise okuyucunun alt alta gelen satırları art arda okuma alışkanlığına sahip olmasıdır. Üçüncü sebep sloganın altın kesim çizgisinin tam üzerine yerleştirilmiş olmasıdır. Bu düzen ancak daha altta yer alan bir satırda vurgunun arttırılmasıyla bozulabilir. Burada düzen bozulmamış; tam tersi sloganın hiyerarşik düzende ikinci sırada yer alması renginin de diğer yazılardan farklı olmasıyla garanti altına alınmıştır.

Göz ilk sloganın ardından ikinci slogan olan ‘the more you chew the louder you get’ kelime grubunu okur. İllüstrasyon ve isim grubu gibi pembe fonda beyazla yazılmış olan bu sloganda bazı kelimeler ilk slogandan daha büyük bazılarıysa daha küçük puntolarla yazılmış; serbest şekilde dizilmiştir. ‘Daha fazla’ ve ‘daha sesli’ anlamına gelen ‘more’ ve ‘louder’ kelimeleri büyük puntolarla yazılarak vurgulanmıştır. Bu sloganda kullanılan tasarım tavrı da kutunun genelinde gözlenen dinamik tavrıdır.

Tüm bu birinci derecede bilgi içeren yazılar okunduktan sonra göz kızın elinde tuttuğu telsiz – telefona yönelir. Bu cihazın rengi siyaha yakın koyu bir mordur. Mor da turuncu ve pembenin oluşturduğu benzer renkler armonisi içinde yer almaktadır. Tüm ambalajlarda bulunması zorunlu olan içindekiler ve gramajla ilgili yazıların amacı tüketiciyi bilgilendirmektir. Bu bilgiler küçük bir puntoda, siyaha yakın mor renkte bir metin bloğu oluşturacak şekilde yazılmıştır. Sakız kutusunun tüm ön yüzüne egemen olan dinamizm, hepsi aynı büyüklükte ve espasta dizilmiş bu bilgilerin ambalajın alt kısma yerleştirilmesi ile dengelenmiştir.

Üç boyutlu bir grafik tasarım ürünü olarak değerlendirilen ambalaj tasarımında tasarlanacak birden fazla yüzey bulunmaktadır. Kutuya hangi yönden

bakılırsa bakılsın bunun ‘Loudmouth’ adlı sakız olduğu kolayca anlaşılmalıdır. Tasarlanacak altı yüzü bulunan bu sakız kutusunun üst ve yan yüzünde de sakızın adı ve sloganlar aynı dinamik tasarım tavrı ile yer almaktadır.

Bu grafik tasarım ürününde bütünlük, kullanılan illüstrasyon ve tipografik elemanların serbest elle çizilmiş izlenimi yaratan tavrı; tasarımın tümüne beyazın eşlik ettiği bir armoninin hakim olması ve tüm elemanların yüzeye dinamizm yaratacak şekilde serbest bir yaklaşımla sıkış tepiş yerleştirilmiş olması ile sağlanmıştır. Tipografik elemanların görsellerden fazla olduğu bu tip çalışmalarda hiyerarşik düzenleme zorunludur. Aksi halde hedef kitle gönderilen hiçbir mesajı alamaz; ne sakızın adını ayırt edebilir, ne de onu süper market raflarında bulabilir. Bir ürünün tanıtımının yetersizliği anlamına gelen bu durum o ürünün sonunu bile getirebilir.

Zingerman’s Kahve Firması için tasarlanan kese kağıtları da küçük ölçüler içinde tipografik elemanlarla iletilecek sözel bilgilerin görsellerden fazla olduğu bir grafik tasarım ürünüdür. Oluşabilecek karmaşayı ortadan kaldırmak için Zingerman’ın Grafik ve Pazarlama Bölümünde çalışan tasarımcılar fonu yeşil bir şeritle üç parçaya ayırmışlardır. Yeşil şerit, Zingerman’s Coffee Company’nin orijinal logosu, kahve fincanı illüstrasyonu ve slogan çalışma yüzeyine açılı bir şekilde yerleştirilmiştir. Şeridin üzerindeki boşluk altından fazla tutulmuş; şerit broşürün tam ortasına yerleştirilmemiştir. Bu kurulacak asimetrik dengenin ilk adımıdır.

Kese kağıdının ön yüzünde yer alacak sözel bilgiler dört farklı kategoriye ayrılmıştır. Bunlar Zingerman’ın logosu, slogan, kullanılan kahve çekirdeklerinin türüne ait bilgiler ve gramaj bilgileridir. Logo, yeşil şeridin üstünde kalan kısımdaki altın kesim çizgisine denk getirilmiştir. Birden fazla farklı özelliği bünyesinde barındıran logo tek başına yeterince dikkat çekicidir. Bu yüzden üst boşlukta tek başına yer almış; diğer elemanlarla arasında oluşabilecek bir etkilenmenin önüne geçilmiştir.



Şekil 32:
Zingerman's Coffee Company
Kese Kağıdı Tasarımı
Zingerman's Graphics and
Marketing Department, 2006
 (Eldridge, 2006; 70)

Kese kağıdının ön yüzünde serbest elle biçimlendirilmiş bir illüstrasyon kullanılmıştır. İllüstrasyonun mesajı fincanda dumanı tüten mis gibi kahvenin Zingerman'inki olduğudur. Fincanın üzerindeki 'Z' harfi fincanın Zingerman'a ait olduğunu bir kere daha vurgulamaktadır. Yeşil şerit fon, onun altındaki buz beyazı alan da masa kabul edilerek fincan, masanın kenarına yerleştirilmiş illüstrasyonla fon arasında bütünlük sağlanmıştır. Serbest elle çizilen kahve illüstrasyonu ile biçimsel bütünlük yakalamak için serbest elle yazılmış slogan, fincanın altındaki boşluğa yeşil şeride paralel olarak yerleştirilmiştir.

Çalışma alanında bulunan beş elemandan dördü gözü sola yönlendiren bir açı ile yüzeye yerleştirilmiştir. Bu durumda tasarımın sol yarısı sağ yarısından ağırlaşmakta ve denge bozulmaktadır. Üretimde kullanılan kahve çekirdekleri ile ilgili bilgiler sağ yarıda kahve fincanının üstünde yer alan şok noktasına yerleştirilmiştir. Sol yarıda toplanan bu ağırlıkları dengeleyebilmek için daire en az fincan kadar büyüktür. Rengi logoda, kahvede ve diğer yazılarda kullanılan kahve rengidir. Dairenin içine önce kahve çekirdeklerinin cinsi olan 'indian coorg' büyük

puntolarla turuncu renkte yazılmıştır. Kullanılan dinamik yazı karakteri de serbest el yazılarına benzemektedir. Hemen altında parantez içinde yazılmış ilave bilgi de çekirdeğin adı gibi turuncudur. Bu renk ortaklığı ikisi arasındaki bir anlam ilişkisine işaret etmektedir. Indian Coorg cinsi kahvenin özellikleri ise yine buz beyazıyla dairenin alt yarısına yerleştirilmiştir. Kahve rengi dairenin alt kısmında bırakılan küçük beyaz boşlukta da kahvenin gramajına ait bilgiler yer almaktadır. Bu bilgiler için ince ve yalın bir yazı karakteri seçilmiştir. Çok küçük ve açık turuncu olmaları onları tüm diğer elemanlardan ayırmakta; farklılığını vurgulamaktadır.

Kese kağıdının arkasında da aynı filiz yeşili şerit bu defa üst altın kesim çizgisinden geçmekte ve gözü yüzeyin üst kısmına odaklamıştır. En üstte bulunan logo bu sefer kahverengi ve köşeleri yuvarlanmış bir dörtgen içine yerleştirilmiştir. Gözü sol aşağı çeken logo ve yeşil şeridi bu sefer de bir daire içine alınmış neden anlamına gelen ‘why?’ yazısı ile onun hemen altına yerleştirilmiş ‘gerçekten büyük 2 neden’ anlamına gelen ‘2 really big reasons’ kelime grubu dengelemektedir. Seçilen yazı karakteri ve renk kese kağıdının ön yüzünde kullanılanlarla aynıdır. Zingerman’s’ı seçme nedenleri ise düz metinler olarak başlığın altında küçük puntolarla anlatılmaktadır.

Buz beyazı zeminde yeşil şerit, son derece dikkat çekici bir logo, kocaman bir kahve fincanı, komşu renkler armonisine ait kahve-turuncu ve filiz yeşili kese kağıdında birleşerek başarılı bir grafik tasarım ürünü oluşturmuşlardır. Bu tasarımı bu kadar akılda kalıcı ve kolay tanınabilir yapan şey elemanların yan yana gelerek uyumlu bir bütün oluşturmuş olmalarıdır.

Mevis ve van DEURSEN(-), Meksikalı postminimalist bir sanatçı olan Gabriel Orozco’nun işlerinin bulunduğu ‘Gabriel OROZCO(-): From Green Glass to Airplane’ adlı kataloğa 2001 yılında bir kapak tasarlamışlardır. ‘From Green Glass to Airplane’in Türkçe’de ‘yeşil camdan uçağa’ anlamına gelmektedir. Bir video, enstelasyon, desen ve heykel sanatçısı olan Orozco’nun sanat yolculuğunun kayıtlarını tutan bu katalog için tasarlanan kapak da bir uçak bileti görünümündedir.

Eni boyundan fazla olan açık gri dikdörtgen fon tam ortadan iki eşit parçaya ayrılmıştır. Üst yarısı beyaz yatay çizgilerle; alt yarısı ise dikey siyah çizgilerle doldurulmuştur. Çizgilerin birbiriyle eşit kalınlık ve aralıklara sahip olmasından özenle kaçınılmıştır.

Siyah çizgilerin altta olmasının yarattığı dengesizliği ortadan kaldırmak için tüm sözel bilgiler üst yarıya yerleştirilmiştir. Yazılar için dijital baskıdan çıkmış gibi görünen, modern ve serifsiz bir karakter seçilmiştir. Yazarın adı tıpkı bir uçak biletinde yazıldığı gibi arada '/' işareti kullanılarak en üst sola yerleştirilmiştir. Hemen onun altında yolcunun nereden nereye gideceğini gösteren 'from' ve 'to' ibareleri alt alta kapağın solunda yer almıştır.



**Şekil 33: Gabriel Orozco:
From Green Glass to Airplane
Kitap Kapağı
Mevis ve van Deursen, 2001
(Fiell,2005;213)**

Gelinen yerin adı olan 'Green Glass' büyük puntoda küçük harflerle yazılırken; gidilecek yerin adı gelinenle aynı puntoda ancak büyük harflerle yazılmıştır. Bunun nedeni soldaki küçük yazılar arasında büyüklük kontrastı oluşturarak dikkati bu kısma çekmek ve soldaki sayıca çok ancak puntoda küçük olan küçük olan yazıları dengelemektir. Bu sebeple alt alta gelen bu iki yazı dörtgenin ortasının bir miktar solundan başlamaktadır. Kapakta yer alan diğer bir bilgi kitabın türünü belirten ve kayıtlar anlamına gelen 'recordings' ibaresidir. Bu

ibare soldaki küçük yazılarla aynı büyüklüktedir; ancak büyük harflerle yazıldığı için diğerlerinden farklı bir bilgi verdiği anlaşılmaktadır.

Tipgrafik elemanlar arasında hiyerarşik bir düzen izleyicinin doğru yönlendirilebilmesi için gereklidir. Sol üst köşeden kapağı taramaya başlayan göz ilk önce sanatçı Orozco'nun adını okur; ön adı küçük harfle soyadı ise büyük harflerle yazılmıştır; bunun sebebi soyadı vurgulamaktır. Sanatçılar her zaman soyadları ile tanınmış ve anılmışlardır. Okuma alışkanlıklarına bağlı kalan göz enine beyaz çizgileri takip eder kitabın tüm adını okur; en son 'recordings'i okuduktan sonra siyah çizgileri takip ederek sayfanın en altına ulaşır; orada bir şey bulamaz ve çizgiler onu tekrar büyük puntolarda yazılmış 'green glass' ve 'airplane' kelimelerine götürür. Konumunun yakınlığı ile oradan tekrar 'Orozco'ya geçilir ve bu şekilde kişi kapağa baktığı sürece otomatik olarak sürekli bir yüzey tarama eylemi gerçekleşmiş olur. Tasarımcı bu şekilde amacına ulaşmış olur.

Görsel Bütünlük Oluşturmada Vurgulama

Bir tasarımda izleyicinin var olan elemanların arasından en fazla önem taşıyanına tasarımcı tarafından farklı yöntemlerle odaklatılması ancak o elemanın vurgulanması ile mümkündür. Bir elemanı vurgulamak onu odak noktası haline getirmek demektir. Bir elemanı odak noktası haline getiren sayfadaki konumu, diğer elemanlarla arasındaki büyüklük, biçim, renk, ton, parlaklık ve doku kontrastıdır. Tasarımdaki elemanların tümünü vurgulamanın hiç birini vurgulamamak anlamına geldiği unutulmamalıdır.

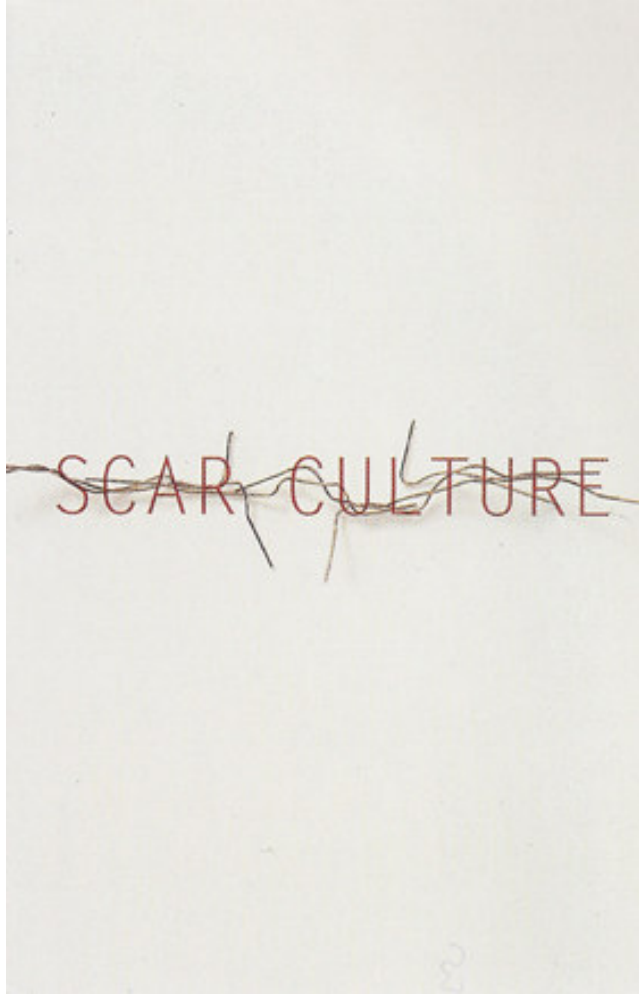
Landa, *Grafik Tasarım Çözümleri* adlı çalışmasında bir elemanı odak noktası haline getirmek için şu önerilerde bulunmaktadır:

Tasarımın en parlak elemanı olsun; farklı bir renkte olsun; diğer tüm elemanlar siyah beyazsa o renkli, diğer elemanlar renkliyse o siyah beyaz olsun; farklı bir yönde yer alsın, farklı bir ton değerine, farklı bir dokuya sahip olsun, en önde dursun, diğer elemanlardan farklı bir biçime sahip olsun; izole edilsin; diğer elemanlar puslu ya da buğuluysa o net olsun; hepsi düzse o ters dursun; diğerleri şeffafsa o mat, diğerleri matsa o parlak olsun. (1996:26)

Angus HYLAND(-), 1999 yılında Tony DAVIDSON'ın(-) 'Scar Culture' adlı kitabı için bir kapak tasarlamıştır. Hyland, iz ya da yara izi anlamına gelen 'scar'ın duygusal şiddetini ve gerginliğini ifade etmek için birkaç farklı yöntemi bir arada kullanmıştır.

Bu yöntemlerden biri bembeyaz bir yüzeyde üzerinde tellerden dağınık bir örgü oluşturmak bunu formatın tam ortasına yatay bir şekilde yerleştirmektir. Bir dörtgenin tam ortasına yatay yerleştirilen bir hat ufuk çizgisinin izleyende yarattığı huzur hissini yaratmaz; çünkü altın-ilahi orana uymamaktadır.

Örgünün altında kalan, normalde gözü görmeye alışık olmadığı boşluktan yararlanarak izleyende bir gerginlik hissi oluşturmaktır. Çünkü nesnelere gerçek dünyada havada duramazlar. Havada durur şekilde gösterilen nesnelere izleyende her an yere düşecekmiş hissi uyandırır; endişe ve korkuya neden olur.



**Şekil 34: Scar Culture Kitap
Kapağı**
Angus Hyland, 1999
(Fiell,2005;163)

Yine Hyland'ın kullandığı dörtgenin yüksekliği ile tel ve tipografik elemanların yükseklikleri arasındaki büyüklük farkı şiddetli bir kontrast yaratmakta ve tasarımı son derece yalın ve dikkat çekici hale getirmektedir.

Tasarımda tellerle aynı kalınlığına sahip, son derece ince ve yalın bir karakter tercih etmiştir. Kullanılan karakterin harf yüksekliği de tel etkisi yaratmaya yetecek kadar uzundur. Böylece tasarımdaki kavram bütünlüğü bozulmamış ve tipografik elemanlar da biçimsel özellikleri ile verilmek istenen görsel mesajın birer parçası olmuşlardır. Sözel mesajları iletme görevi üstlenen harf, rakam ve noktalama işaretlerinin her biri kendilerine özgü biçimlere sahiptirler ve hem tek başlarına hem de yan yana geldikleri kelime ve metin blokları oluşturdukları zaman da biçim olma

özelliklerini korumaktadırlar. Çalışmadaki renk seçimi de oldukça etkilidir. Tipografik elemanların kırmızı olması yara, kan ve acı temalarıyla uyum sağlarken, yazının kahve rengi tellerin arasından seçilmesini kolaylaştırmaktadır.



Şekil 35:
Noir, Black, Schwarz, Nero
Sergi Afışı
Werner Jeker, 1999
(Karol, 2001; 126)

Werner Jeker, 1999'da 'Siyah' başlıklı bir sergi için aşağıdaki afişi tasarlamıştır. Siyah beyaz olarak fotoğraflanmış bir patlıcan afişin ortasına şaşırtıcı bir etki yaratacak büyüklükte yerleştirilmiştir. 'Siyah' dört farklı dilde yazılmış ve yine siyah olarak yazılmıştır. Taban ve x yüksekliğinden geçen ince ve açık gri çizgilerle alt alta hizalanmış bu dört kelimededen oluşan yazı grubunun üst çizgisi altın kesimden geçmektedir. Açık gri çizgiler sayesinde siyah yazılar patlıcanın üzerine geldiğinde de okunurluklarını kaybetmemişlerdir. Siyah kelimesinin tekrarlanması bir vurgu yaratmıştır ve izleyicinin bu kavrama odaklanmasını sağlamıştır.

Dört farklı dilde yazılmış siyah kelimesi için seçilen yazı karakteri modern ve serifsizdir. Aynı yazı karakteri müze bilgileri ile ilgili yazılarda da kullanılmıştır. Ancak bu sefer ikinci derecede öneme sahip oldukları için kullanılan punto ölçüsü daha küçüktür. Bu yazılar düşey şekilde afişin sağına yerleştirilmiştir. İki yazı grubu üzerlerinden geçen hayali bir çizgi ile hizalanmışlardır. Üçüncü derecede öneme sahip olan bilgiler ise bir çizgi olarak algılanacak küçüklükte yazılmış ve müze bilgilerinin üst kısmında yer almışlardır. Onlar gibi düşey dizilmişler aynı karakter kullanılarak küçük harflerle yazılmışlardır.

Afişin yüzeyindeki beyaz alanların toplamı siyah alanlardan fazladır. Beyaz afiş yüzeyinde bu dört elemandan başka hiçbir şey bulunmamaktadır. Patlıcan fotoğrafı da kullanılan tek görsel elemandır ve diğerleri ile arasındaki büyüklük kontrastı onu afişin en dikkat çekici elemanı haline getirir. Bu afişle halka açık bir mekanda karşılaşan izleyici orijinali mor olan bu siyah patlıcandan gözlerini alamaz. Afişi bu şekilde hedefine ulaşmış olur.

Andrey Logvin, 1995 yılında ‘Devrim Tehlikede Sergisi’ için bir afiş tasarlamıştır. Kan kırmızı bir fona siyah çizgi ve lekeler ile bir Lenin portresi çizilmiştir. Korkunç bir yüz ifadesine sahip olan portre tüm afiş yüzeyini kaplamıştır. Serginin başlığı portre ile aynı dağınık leke ve çizgilerden oluşmuş bir yazı karakteri ile yazılmış ve afişin üst kısmına ortalanarak yerleştirilmiştir. Lenin’in ifadesini bu kadar korkunç hale getiren şeylerden ilki gözleri arasındaki konum ve büyüklük farkıdır. Siyah kırmızı portrenin sadece gözlerinin beyazı ve birkaç dişi beyaz bırakılmış, yüzdeki korkunç ifade bu şekilde vurgulanmıştır.

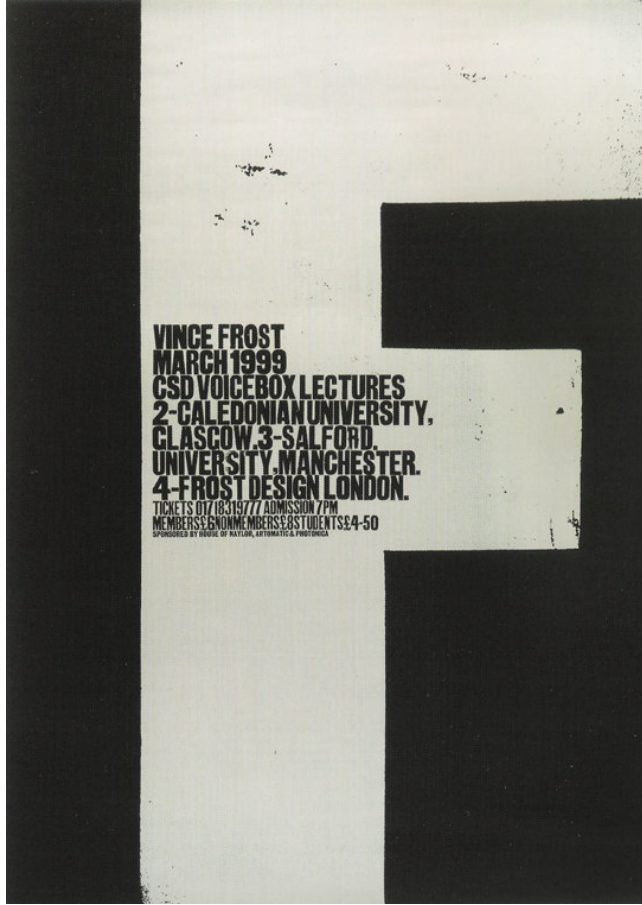
Serbest elle oluşturulmuş portrenin leke değerleri asimetric dengeye sahiptir. Afişte kullanılan tüm tipografik elemanlar ise kendi aralarında ve formatla olan ilişkilerinde simetrik bir denge oluşturmaktadır. Üstte yer alan dağınık yazılar gibi en altta yer alan ve son derece okunur bir yazı karakteri ile düzgün bir şekilde oluşturulmuş metnin satır uzunluğu da afişin eni kadardır.



Şekil 36: Devrim Tehlikede Sergisi Afişi
Andrey Logvin, 1995
 (Karol, 2001; 141)

Afişin en altında yer alan tek satırlık siyah yazı afişin tümünden biçimsel olarak çok farklı tasarlanmıştır. Modern, serifsiz bir yazı karakteri ile bold olarak yazılmıştır. Kullanılan punto değeri diğer elemanlardan küçük olduğu ve en altta yer aldığı için en son okunmakta; ancak bir şekilde insanın beynine kazınmaktadır. Afişin biçimsel olarak farklı tek elemanı olması dikkatin onun üzerine toplanmasına sebep olmuştur.

Vince FROST'un(-) 1999'da tasarladığı Frost Levture Tur afişinin en dikkat çekici elemanı afiş boyu boyunca kaplayan beyaz 'F' harfidir. Bu 'F' harfinin afişin bütününde kapladığı alan o kadar büyüktür ki dikkat çekmemesi olanaksızdır. Siyah fon üzerinde beyaz olarak tasarlanmış olması da maksimum ton kontrastı maksimum okunurluk demektir.



Şekil 37:
Frost Levture Tur Afişi
Vince Frost, 1999
 (Fiell,2005;129)

Ancak 'F' harfinin bu kadar büyük olması figür-fon arasında bir zıtlık yaratmış, bu karmaşa sonucunda da 'F' harfi yerine bir sokağı çağrıştırmaktadır. Sokağın ortasında bulunan metin bloğu da bu mekan duygusunu desteklemektedir. Her biri bir bireymiş gibi duran harfler bir grup olarak toplanmış yolun ortasında durmaktadır sanki. Bunun sebebi harf aralarındaki boşlukların minimum tutulması; diğer bir deyişle sıkışık boşluklamadır. Metnin afişin merkezinin soluna denk gelen bu noktada yer almasının biçimsel nedeni ise devasa 'F' harfinin sağa doğru uzanan iki kolunu dengelemektir.

Sözel bilgiler için seçilen yazı karakteri yüksekliği genişliğinden fazla olan, çizgi kalınlığı sabit, modern ve serifsiz bir karakterdir. Metnin içindeki hiçbir eleman diğerlerinden farklı tasarlanarak özel olarak vurgulanmamıştır. Sadece son

üç satırdaki bilgiler daha küçük puntolarda yazıldığı için onların içeriklerinin farklı olduğu anlaşılmaktadır.

Az sayıda eleman kullanılarak tasarlanan bu siyah beyaz afiş tüm boşlukları doldurulmuş bir afişten daha vurgulu ve dikkat çekicidir. Çünkü içerdiği siyah ya da beyaz boşluklar izleyenin alışık olmadığı bir kaygısızlığın izlerini taşımakta ve yalnızlığa bağlı gerginlik hissi uyandırmaktadır.

Sensa marka meyve suları için Sabingrafik tarafından tasarlanan bu şişede tek bir illüstrasyon kullanılmıştır. Bu illüstrasyon çileğin birebir tasviri değil, genel özelliklerinin vurgulandığı bir ifadesidir. Çilek pembe, yuvarlak hatlı, yeşil sapı olan ve üzerinde çok küçük noktacıklar bulunan bir meyvedir. Çileğin yuvarlak hatları siyah tek bir çizgi ile ifade edilmiştir. Çizgi, başladığı ve bittiği noktalarda bir miktar kalınlaşmaktadır; tıpkı 'sensa' yazarken kullanılan yazı karakterinde olduğu gibi. Bu karakterde harfleri oluşturan çizgiler uçlara doğru kalınlaşmakta ve ince seriflerle sonlanmaktadır. Bir illüstrasyona uygun yazı karakteri seçilirken dikkat edilmesi gereken şey illüstrasyonla yazı karakteri arasındaki biçimsel benzerliklerdir. Yazı karakterleri ürünün ya da hizmetin cinsine ve hedef kitlenin özelliklerine de uygun olmalıdır.

Çilekli meyve suyu için tasarlanan şişenin formu da çileğin formuna benzemektedir; kendine özgü ve farklıdır. Süper market rafında benzersiz biçimiyle kolaylıkla fark edilebilir. Meyve suyunun çeşitlerine göre de şişelerin renkleri ve kullanılan illüstrasyonlar değişmektedir. Beyaz kapağın altından kırmızı olarak başlayan fon altın kesime yerleştirilmiş marka adından önce açık maviye dönüşmüştür. İçeceğin markası ve çeşidi siyahken; en altta ve en küçük puntolarla yazılmış olan litre bilgisi pembedir.



**Şekil 38: Sensa Strawberry için
Ambalaj
Sabingrafik, 2006
(Eldridge, 2006; 250)**

Ambalajın en dikkat çekici yönü üzerinde bulunan çilek illüstrasyonu ve altın kesimden önce ambalajın renk değiştirmesidir. Üzerine baskı yapılmış ince bir plastikle kaplanan şişenin orijinal rengi kırmızıdır. Şişenin en alt kısmından görünen ince kırmızı hat tasarımı tamamlamıştır.

Şişenin tasarımında kullanılan elemanlar simetrik olarak dengelenmiştir. Tüm elemanlar hayali düşey bir çizgi üzerine merkezleri temel alınarak hizalanmışlardır. Genel olarak sakinleştirici ve dingin bir havası olan şişenin en dinamik elemanı çilek illüstrasyonudur.

Frankfurt BALKIND(-), Sony Style New York için karton bir poşet tasarlamıştır. Sony Style elektronik cihazlar satan bir mağazalar zinciridir. Marka için seçilen yazı karakteri son derece modern ve dijital dünyayı çağrıştıran bir karakterdir. Yazı karakteri seçiminde kullanılan illüstrasyon değil satılan ürünlerin türü dikkate alınmıştır. Kıvrımlı ve sıra dışı bir karakter olduğu için harf aralarında optik düzenlemeler yapılmış, harf aralarında oluşabilecek boşluklar ve düzensizliklerin önüne geçilmiştir. Yazı karton kutunun altına yakın bir mesafede kutu ortalanarak yerleştirilmiştir.

'New York' kelime grubu için ise, Sony Style için kullanılan yazı karakterinden daha yalın ve ince bir yazı karakteri seilmiştir. Puntosu daha küçüktür ve konum olarak da Sony Style'ın altına yerleştirilmiştir. Simetrik dengeyi desteklemek için iki yazının merkezleri düşey olarak hizalanmıştır.



*Şekil 39: Sony Style
Ambalaj Tasarımı
Frankfurt Balkind, 2006
(Eldridge, 2006; 15)*

Tasarımcı dünya çapında son derece tanınmış bir marka olan Sony'nin elektronik cihazlarını değil; Sony Style'ın New York ile olan ilişkisini vurgulamak için fonda bir New York manzarası kullanmıştır. Karton kutuyu çepeçevre sarmış olan fotoğraf altın kesim çizgisinden itibaren netliğini kaybetmeye başlamış ve kısa sürede yok olmuştur.

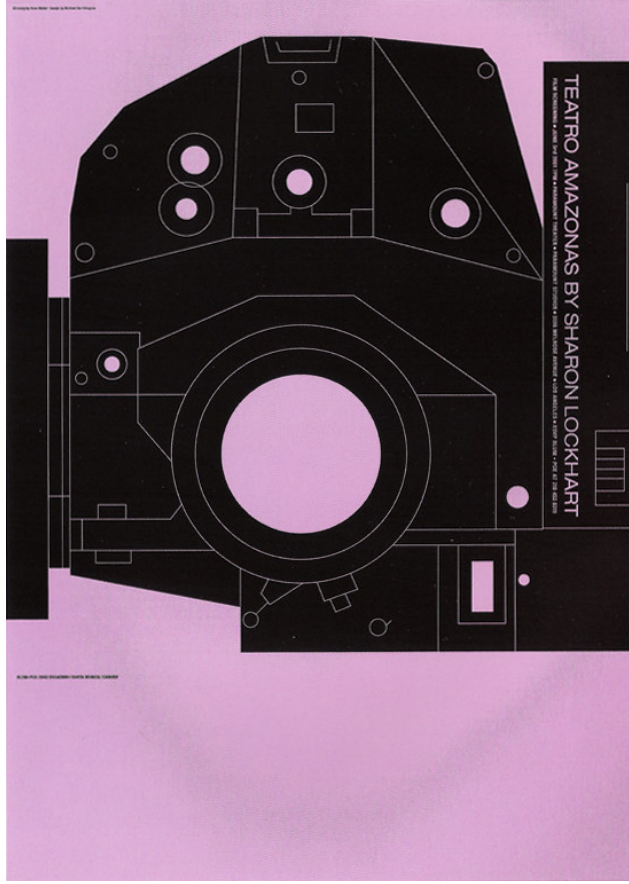
Ritmin Görsel Bütünlüğe Etkisi

İnsan gözü tasarımda belli aralıklarla tekrarlanan elemanları takip etme eğilimindedir. Eşit aralıklarla sıralanmış aynı kalınlık ve renkteki düşey çizgiler monoton bir ritim oluşturur. Tekrar eden elemanların biçimsel özellikleri ve aralıkları sistemli bir şekilde değiştiği zaman dinamik ritimler oluşur. Dinamik bir ritme sahip olan tasarımlarda göz bir birimden ötekine geçerken devinim olarak da adlandırılan hareket, doğal bir akış ve çekicilik oluşur.

Tek bir görsel elemanın tasarım yüzeyinde eşit aralıklarla tekrarlanması dinamik bir ritim oluşturulması için yeterli değildir. Kullanılan elemanların renklerinin, büyüklüklerinin, biçimlerinin, konum ve aralıklarının çeşitlendirilmesi ritmin dinamizmini artırır. Çizgisel elemanların eşlik ettiği çeşitli şekil, büyüklük ya da renklerin oluşturduğu ritim tasarımı dinamik ve dikkat çekici yapar.

Worthington Design, 2001'de Tearto Amazonas için tasarladığı afiş sadece siyah ve eflatundan oluşan bir afiş tasarlamıştır. Alt ve üst kısmı eflatun alanlarla çevrelenmiş tanımlanamayan siyah biçimin en uzun kısmı ile arda kalan eflatun kısımlar arasında yine hiçbirine birbirine eşit olmayan altın oran ilişkisi bulunmaktadır. Hiçbir kenarın birbirine eşit olmadığı eşsiz bir biçime sahip olan siyah alan ile eflatun alanlar birbirlerinden kesin çizgilerle ayrılmaktadır. Siyah biçim ince eflatun çizgilerle bölümlere ayrılmış bir mimari çizimi andırmaktadır. Bölüntüler tekrar eden farklı büyüklükteki dairelerle birlikte dinamik bir bütün oluşturmaktadır.

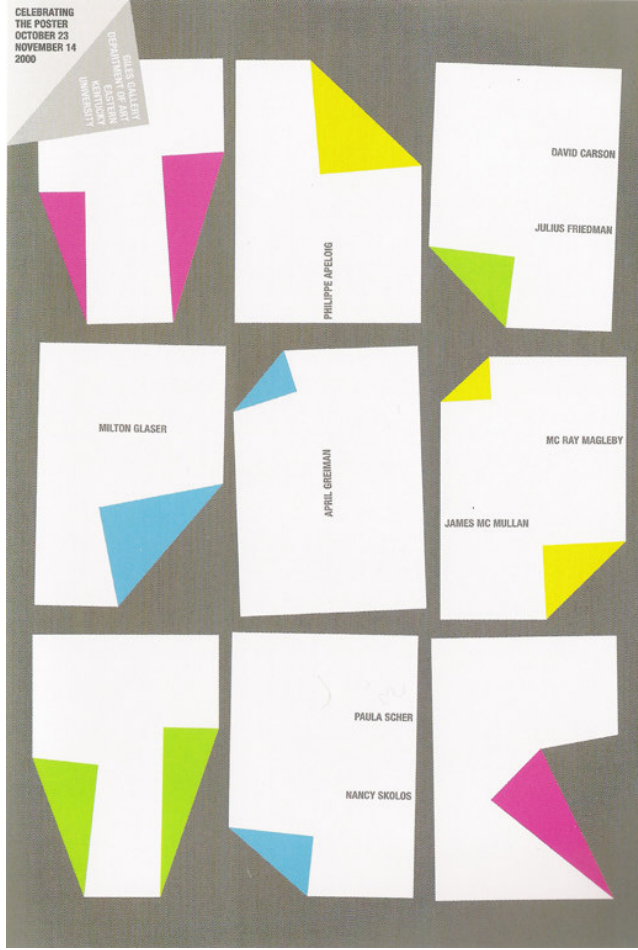
Merkezin biraz sol altına yerleştirilen büyük daire, sağdaki tipografik elemanlarla dengelenmektedir. En solda kalan dikdörtgenle en sağdakinin arasındaki büyüklük farkı ise sol taraftaki dikdörtgenin üst ve altında yer alan son derece küçük kelime gruplarının oluşturduğu lekelerle dengelenmiştir. Seçilen yazı karakteri siyah lekeyi bölümlere ayıran ince çizgiler niteliğinde, serifsiz, modern ve geniş bir karakterdir. Eflatun çizgilerin birleşerek oluşturduğu alanlar gibi harflerin de içlerinde alanlar oluşmaktadır.



Şekil 40:
Teatro Amazonas Afişi
Worthington Design, 2001
 (Fiell,2005;333)

Sözel bilgiler içeriklerine göre üç farklı gruba ayrılmış ve bu içeriklere göre konumlandırılmışlardır. En sağda yer alan düşey büyük yazı ve onun altındaki küçükler ilk okunacaklar; solda yer alan ve punto değeri en düşük olan yazılar hem içerik olarak farklı, hem de detaylar veren bilgilerdir.

Philippe APELOIG(-), 2000 yılında afişi kutlamak anlamına gelen 'Celebrating The Poster' başlıklı sergi için aşağıda görülen afişi tasarlamıştır. Orta gri bir fon üzerinde afiş oranlarına sahip dokuz dikdörtgen üçerli gruplar halinde üç sıra oluşturacak şekilde simetrik olarak yerleştirilmiştir. Afişte tekrarlanan ilk birim afişleri ve sergilenme kavramını simgeleyen bu beyaz dörtgenlerdir. Hizalanmış olan bu dokuz dörtgen afişe hareket katmak amacıyla ikişer – üçer derecelik açılarla farklı yönlerde döndürülmüştür.



Şekil 41:
Celebrating the Poster Afişi
Philippe Apeloig, 2000
 (Fiell,2005;63)

Her bir beyaz dikdörtgen farklı sayıda ve biçimde farklı köşelerinden ya da kenarlarından kıvrılmıştır. Kıvrılan bu kısımların oluşturduğu üçgenler magenta, filiz yeşili, sarı ve cyanla renklendirilmiştir. Son derece canlı olan bu renkler yüzeye hareket ve dinamizm getirmiştir. Cyan, magenta ve sarı aynı zamanda modern bilgisayar destekli grafik tasarımın üç temel rengidir. Dördüncü renk olan filiz yeşili de belli ki tasarımcının gücünü ifade etmek için eklenmiştir. Afişin bunların dışında kalan hiçbir elemanında renk kullanılmamıştır. Hepsi siyah, beyaz ya da grinin tonlarıdır. Böylece renklerin etkisi vurgulanmıştır.

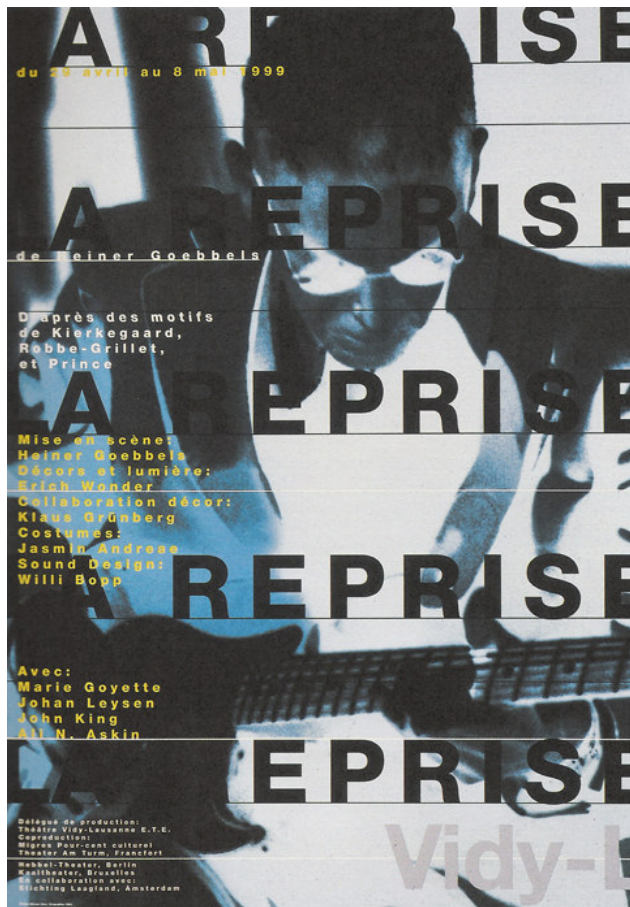
Afişlerin üzerinde yalın bir yazı karakteriyle tamamı büyük harflerden oluşturulmuş afiş tasarımcılarının isimleri yerleştirilmiştir. Bu yerleştirme tamamen eşit olmama ilkesine dayanmaktadır. Kimisi doksan derece döndürülmüş, kimi afişte iki tane isim yer alırken kimi boş bırakılmıştır. İsimler de kendi içlerinde çeşitlenerek dinamik tekrarlar oluşturmuşlardır.

Apeloig, son olarak da afişin sol üst köşesini kıvrılarak bu çalışmanın da bir afiş olduğunu izleyene göstermiştir. Sol üst köşe seçiminin tamamen görsel algılama ilkeleriyle bağlantısı bulunmaktadır. İnsan gözü karşılaştığı iki boyutlu bir yüzeyi sol üst köşeden başlayarak taramaktadır. Afişin altından çıkan renk duvar rengi gibi çok açık bir gridir. Bu yüzeye tasarımcılarla aynı yazı karakteri kullanılarak serginin başlığı ve tarihi yazılmıştır. Afişin kıvrılması ile gözüken arka yüzeyi ise duvardan daha koyu afişten daha açık bir gridir ve burada da beyazla son sözel bilgi grubu olan adresle ilgili açıklamalar yer almıştır. Afişin tümünde tek bir yazı karakteri kullanılmıştır. Bir afiş için oldukça küçük puntolarda kullanılmış sözcük gruplarının harf ve satır araları maksimum okunurluk sağlamak amacıyla dikkatlice düzenlenmiştir.

Bu afiş, belli sayıdaki elemanların ufak tefek farklarla tekrarlandığı, ritim ve dinamizm duygusunu başarıyla yakalamış, izleyenin dikkatini çeken ve izleyici ile başarılı bir iletişim kurabilen bir afiştir.

Werner Jeker, 1999 yılında yeniden canlandırma anlamına gelen 'La Reprise' adlı oyun için bir afiş tasarlamıştır. Fonda gitar çalan bir blues müzisyeninin fotoğrafının negatifini kullanan Jeker, ürkütücü bir asimetrik leke dengesi elde etmiştir. Fotoğraf, izleyicinin gitaristin hareketini görebileceği gibi merkezin bir miktar sağına yerleştirilmiş; böylece figürün merkezi bir miktar sağda kalmıştır. Figürün alt alta hizalanmış olan başı, gözlükleri, gömleği ve gitar çalan ellerini takip eden göz düşeyde hareket etmektedir.

Oyunun adı da fotoğraf gibi afişin enini boylu boyunca kaplamaktadır. Çizgi kalınlığı sabit olan modern, serifsiz ve kolay okunan bir yazı karakteri seçilmiştir. Oyunun adı siyah olarak sabit aralıklarla tasarım yüzeyinde tekrarlanmıştır. Her seferinde yer yer fotoğrafın siyah lekelerine denk gelen 'La Reprise' kelime grubu hiçbir satırda tam olarak okunamamaktadır. Her satırda net olarak görünen parçaları birleştiren izleyici yazıyı okuyabilmektedir. Tekrar eden kelimelerin bazılarının alt ya da üst kısmından son derece ince çizgiler geçmektedir. Bu çizgiler görünmese de orda var olan yazıya işaret etmektedir. Tekrar eden bu çizgilerin sadece iki tanesi beyaz bırakılarak diğerlerinden farklı olmaları sağlanmıştır. Oyunun tekrar eden adlarından en okunur olanı alt altın kesime denk gelenidir.



Şekil 42:
Yeniden Canlandırma
Oyun Afişi
Werner Jeker, 1999
(Karol, 2001; 123)

Fotoğrafın sol yarısında koyu lekelerin fazla olmasının oluşturduğu dengesizliği ortadan kaldırmak için oyunla ilgili detayları barındıran bilgiler afişin sol kenarında açık renklere sahip olarak yer almıştır. İçerdikleri sözel bilgilere göre gruplara ayrılmışlar, bazıları sarı bazıları ise beyaz olarak tasarlanmış ve önem sırasına göre yukardan aşağıya doğru sıralanmıştır. Sarı olanların beyazlara olan üstünlüğü daha dikkat çekici olmalarına sebep olmuştur. Sol yarıda bulunan tüm bu yazılar bir şekilde ince yatay çizgilerle oyunun adı ile ilişkilendirilmiştir.

Afişin tekrarlanan son 'La Reprise' yazısının altında kalan kısmında ise farklı bir yaklaşımla karşılaşılır. Solda son derece küçük puntolarla yazılmış beyaz bir metin grubu sağda karşılığını tiyatronun adı olan ve büyük puntolarda açık gri olarak kullanılmış 'Vidy-L'de bulmaktadır.

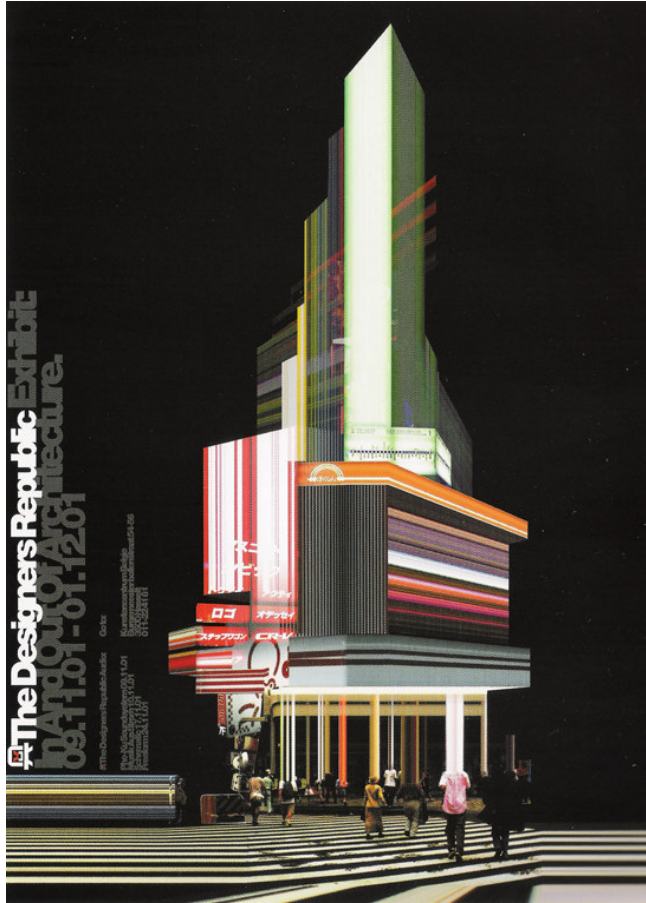
Afişin tümünde aynı ya da ufak tefek farklılıkları bulunan elemanların sistemli tekrarlanması tavrı bulunmaktadır. Bu tekrarlar ve tekrarlanan elemanlar arasındaki ufak tefek farklılıklar afişin fonunda kullanılan son derece hareketli fotoğrafı oluşturan artistik elemanlarla birlikte son derece dinamik ve dikkat çekici bir bütün oluşturmaktadır. Ustalıkla kullanılan kontrastlık ilişkileri ve ince çizgiler de afişin izleyici ile kuracağı iletişimi garanti altına almıştır.

The Designers Republic, düzenledikleri mimarinin içi ve dışı anlamına gelen 'In and Out of Architecture' başlıklı sergi için bir afiş tasarlamışlardır. Afişte bilgisayar ortamında yaratılmış yüksek bir binaya doğru yine sanal bir zemin üzerinde yürüyen gerçek insanların yer aldığı bir illüstrasyon kullanılmıştır. Siyah fon üzerinde parlak renkli ve beyaz çizgilerden oluşmuş bina ve zemin çağdaş ve modern mimariyi çağrıştırmaktadır.

Sergiyi düzenleyen topluluğun adı, serginin adı, tarihi ve diğer bilgiler de bu bina ile bütünlük oluşturacak şekilde doksan derece döndürülerek dizilmişlerdir. Mümkün olduğunca sıkışık boşluklanmış bu metinler dokulu birer yüzey etkisi yaratmışlar, farklı uzunluktaki satırlar yan yana gelerek yüksek binalar grubunu çağrıştıran bir biçim oluşturmuşlardır. Bu biçim yine sanal çizgilerden oluşturulmuş

bir kaide üzerine yerleştirilmiştir. Sanal binanın sol tarafına yerleştirilmiş tipografik elemanlardan oluşan binalar grubu mekan hissini daha da arttırmıştır.

Sanal bina afişin merkezinin sağına yerleştirilmiş ve en solda yer alan tipografik elemanları dengelemesi sağlanmıştır. Binanın sağ yüzünü oluşturan canlı renklerin ağırlığı fazla olduğu için binanın sağında bir boşluk bırakılmıştır. Binanın yüksekliğini vurgulamak için zeminin kapladığı alan dar tutulmuştur. Böylece binanın ve yazıların etrafında kalan siyah alan artmış ve renklilik dengelenmiştir.



Şekil 43:
In and Out of Architecture
Sergi Afişi
The Designers Republic, 2001
(Fiell,2005;309)

Yazılar için uzaktan kolayca okunabilen, kalın, modern ve serfsiz bir karakter seçilmiştir. Tipografik karakterlerin yan yana getirilerek biçimlemiş gibi kullanıldığı bu tip yaklaşımlarda okunurluğu yüksek karakterler seçmek başarılı bir görsel iletişim için gereklidir. Yazı grubunda sergiyi düzenleyen grup olan 'The Designers Republic' ve amblemi beyaz rengi ile diğer elemanlardan ayrılmış ve vurgulanmıştır. Aynı punto değerine sahip olan serginin başlığı ve tarihi gri rengi ile okunma hiyerarşisinde ikinci sırada yer almıştır. Diğer bilgiler ise içeriklerine göre dört ayrı gruba ayrılmış, çok daha küçük puntolarla bir araya getirilmiştir. Renkleri ve büyüklükleri aynı olan bu metinler içeriklerinin farklı olduğu anlaşılın diye ayrı gruplar olarak yerleştirilmişlerdir.

Afiş tamamen tekrarlanan benzer elemanlardan oluşmuştur. Binada ve zeminde kullanılan çizgiler, arkası dönük ve yürümekte olan insanlar, ve yazı satırları. Elemanların sahip oldukları büyüklük ve renk kontrastları dinamik bir bütün oluşturmuştur.

Neville Brody, 1978-79 yıllarında tasarladığı Disco Mania albüm kapağında birkaç tür elemanın tekrarlanması ile bir ritim ve buna bağlı bir dinamizm yaratmıştır. Brody'nin seçtiği üç ana geometrik elemandan biri dikdörtgenler prizmasıdır. Farklı ölçülere sahip prizmalar boşlukta farklı yönlerden görülmektedir. Hiçbir prizma bir diğeri ile aynı ölçü ve açıya sahip değildir. Yüzeyde büyüklü küçüklü tekrarlanmakta ve izleyende hareket hissi uyandırmaktadır. Seçilen ikinci geometrik eleman kaydırılarak üst üste yerleştirilmiş iki eşit büyüklüğe sahip üçgendir. Alttaki üçgen gri üstteki ise çok açık tonda bir gridir. Bu elemanın tavrı prizmadan farklıdır. Boyutları değişmeden kalan üçgen çiftleri yön ve yer değiştirerek tekrarlanmaktadır. Üçüncü geometrik eleman ise yan yana gelmiş iki ince ve kısa çizgidir. Bu iki ince çizgi de üçgen çiftleri ile aynı tavrı göstermektedir. Sonuç beyaz fonda izlenen irili ufaklı, yön ve yer değiştiren, tamamı gri tonları ve siyahtan oluşmuş geometrik formlardır. Bu tavrı izleyende coşku ve hareket hissi uyandırmaktadır.

Albümün adı ve içeriği ile ilgili bilgileri iletecek olan tipografik elemanlar için temel geometrik şekillerle biçimsel benzerliğe sahip bir font seçilmiştir. Tıpkı geometrik elemanlar gibi ‘disco’ ve ‘mania’ kelimeleri farklı büyüklük ve açılarda düzenlenmiştir. Geometrik birer elemandan farksız algılanmaları için beklenenin dışında bir yer olan sağa yakın üst kısma yerleştirilmiş olan albüm adı tasarımıdaki en büyük tipografik elemandır.



Şekil 44:
Disco Mania Albüm Kapağı
Neville Brody, 1978 – 79
(Wozencroft, 2001; 6)

Albümde yer alan şarkılarla ilgili bilgi veren ‘20 Smash Disco Hits’ kelime grubu da iki ana parçaya ayrılmış ve farklı açı ve büyüklükte albüm adının sağ altında yer almıştır. Aralarında geometrik elemanların yarattığı karmaşa bulunan bu iki kelime grubunun art arda ve doğru sırayla okunmasını sağlamak için Brody ikisinin arasına en alt katmana açık gri bir yamuk yerleştirmiştir. Diğer geometrik biçimlerden oldukça büyük olan yamuk dikkati çekmekte ve kendisi gibi geometrik elemanlardan farklı olan tipografik elemanlarla bir grup oluşturmaktadır. Aynı zamanda da tasarımın sağında bulunan yazıların bozduğu dengeyi asimetrik olarak düzeltmektedir.

Brody, biçimsel olarak birbirine benzeyen elemanlarını farklı büyüklük ve yönlerde tekrarlayarak son derece dinamik ve dönemin disko anlayışını yansıtan uyumlu bir bütünü siyah beyaz olarak oluşturmayı başarmıştır.

‘Alphabet Soup’ adlı oyuncak dükkanı için Sayles Graphic Design firması temelde aynı özelliklere sahip; ancak kendi içinde ufak tefek değişikliklere sahip plastik poşetler tasarlamıştır. Her poşette elinde üzerinde firmanın adı yazan bir bayrak bulunan bir oyuncak kahraman bulunmaktadır. Arka ve ön yüz, önünde oyuncak kahramanın bulunduğu desenli bir fona sahipken; iki yan yüzde mavi fonda tekrar eden farklı büyüklükte beyaz harfler görülmektedir. Bu tavır firmanın adıyla da uyushmaktadır. ‘Alphabet Soup’ içinde alfabenin harfleri biçiminde şehriyeler bulunan çocuklar için üretilmiş çorbanın genel adıdır.

Plastik poşetlerin ön ve arka yüzlerindeki fonlar, tekrarlanan canlı renklere sahip geometrik şekillerle oluşturulmuştur. Bu tekrarların boyutlarında hiçbir çeşitlilik endişesi güdülmemiştir. Ancak şekiller arasında serbest elle çizilmiş olmanın verdiği ufak tefek büyüklük farkları bulunmaktadır. Bu ufak farklılıklar da çeşitlilik ve dinamizm için yeterlidir.



Şekil 45: Alphabet Soup için Ambalajlar
Sayles Graphic Design,
2006
(Eldridge,2006;28)

‘Alphabet Soup’ markasının logosunda, ‘soup’ kelimesi siyah konturlar yardımıyla üç boyutluymuş gibi gösterilmiş ve içleri renklendirilmiştir. Aynı konturlar logonun üzerinde yer aldığı dalgalanan bayrakta ve illüstrasyonlarda da kullanılmıştır. İllüstrasyonlar geometriye edilerek sadeleştirilmiştir. Bütün poşetlerde çocuklardan oluşan hedef kitlenin dikkatini çekecek canlılıkta turuncu,

beyaz, sarı ve mavi renkler kullanılmıştır. Bu tasarımların ön yüzlerinde tekrarlayarak ritim ve bütünlük yaratan elemanlar renkler ve kalın siyah konturlar olmuştur. Yan yüzlerde ise mavi fon üzerinde farklı büyüklükteki beyaz harfler tekrarlamaktadır. Tekrarlarla dolu bu poşet tasarımları son derece eğlenceli, dinamik ve dikkat çekicidir.

Görsel Bütünlük Açısından Figür–Fon İlişkisi

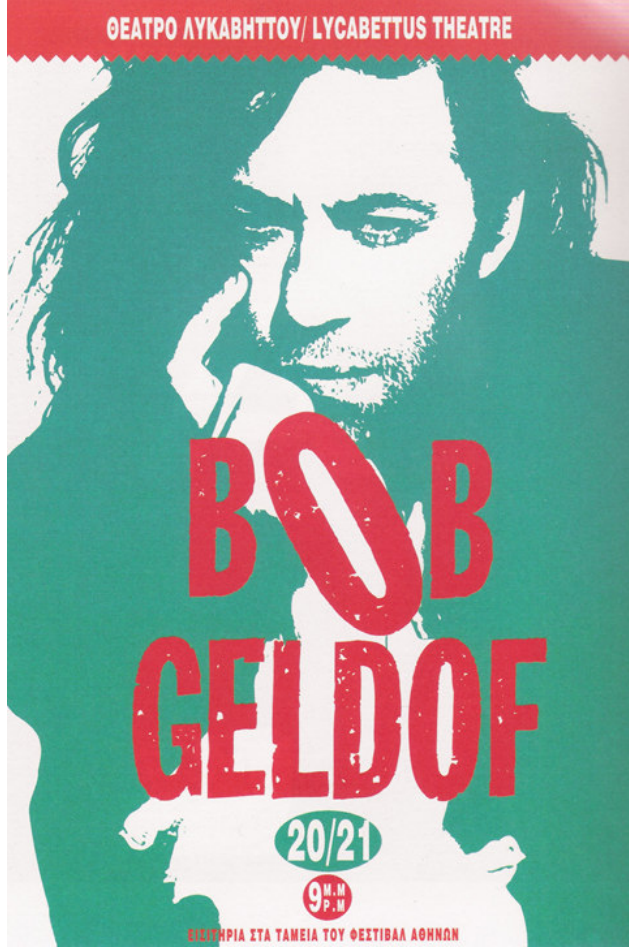
Grafik tasarım ürününde bütünlük oluşturmak için figür olarak adlandırılan elemanlarla fon olarak adlandırılan boşluklar arasında bir ilişki kurulması gerekmektedir. Bu ilişki fona ait parçaların birer elemanmış gibi tasarlanması ve tanımlanabilir elemanlara dönüştürülmesi; tasarımda aktif rol oynaması demektir.

İki ya da daha fazla figürün arasında kalan fon, bu figürlerin birbirleri ile ilişkisini etkilemektedir. Bu figür grupları, tekrarlandıklarında bir hareket hissi, dinamizm; kesiştirildiklerinde ise yeni biçimler oluştururlar. Aralıkları düzenlenmiş bu figür dizileriyle dokular, ritimler ya da izleyicinin dikkatinin çeken tasarımlar yapılabilir.

Dimitris Avranitis, 1991 yılında ünlü besteci, söz yazarı ve rock şarkıcısı Bob GELDOF(1954-) için bir konser afişi tasarlamıştır. Geldof'un etkileyici bir portresini dijital ortamda tek renge dönüştüren Avranitis, fotoğrafın kontrast ve parlaklığıyla oynamış, fotoğrafta yer alan grileri beyazlara dönüştürmüştür. Turkuaza çalan bir yeşil ve beyazdan oluşan, lekesele anlatıma sahip bir illüstrasyona dönüşen Geldof'un yüzü, eli ve gömlek kolundaki kumaş fırfırlar beyaz lekeler haline gelmiştir. İnsan gözü illüstrasyonda ve fonda bulunan beyaz lekeleri aynı renge sahip oldukları için gruplandırma ve bir bütün olarak görme eğilimindedir. Bu da figür ve fon arasında dinamik bir ilişki oluşturmaktadır. Bu tavrın afiş yüzeyinin tümünde görülmesi izleyende bütünlük hissi oluşturmaktadır.

Afişte kullanılan ikinci renk yeşilin tamamlayıcısı olan kırmızıdır. Bob Geldof'un adı modern, serifsiz bir yazı karakteri ile kırmızı olarak yazılmıştır. İllüstrasyonla biçimsel benzerlik kurması için yazıya eskitilmiş ve herhangi bir baskı tekniğiyle basılmış izlenimi verilmiştir. Yeşil - beyaz zemin üzerinde büyük puntolarla altın kesim çizgisine oturtulmuş olan 'Bob Geldof' yazısı afişin en dikkat

çekici tipografik elemandır. ‘Bob’ sözcüğünün ortasında yer alan ‘O’ harfi diğer harflerden daha büyük puntolarda yazılmış ve Geldof’un elinin üzerine, eli ile aynı açıda yerleştirilmiştir. ‘O’ harfini diğer harfler arasında bir harf değil de bir şekilmiş gibi gösteren bu tavrı afişin merkezini ve yazıyı bir kere daha vurgulamıştır.



Şekil 46:
Bob Geldof Konser Afiş
Dimitris Avranitis, 1991
(Karol, 2001; 66)

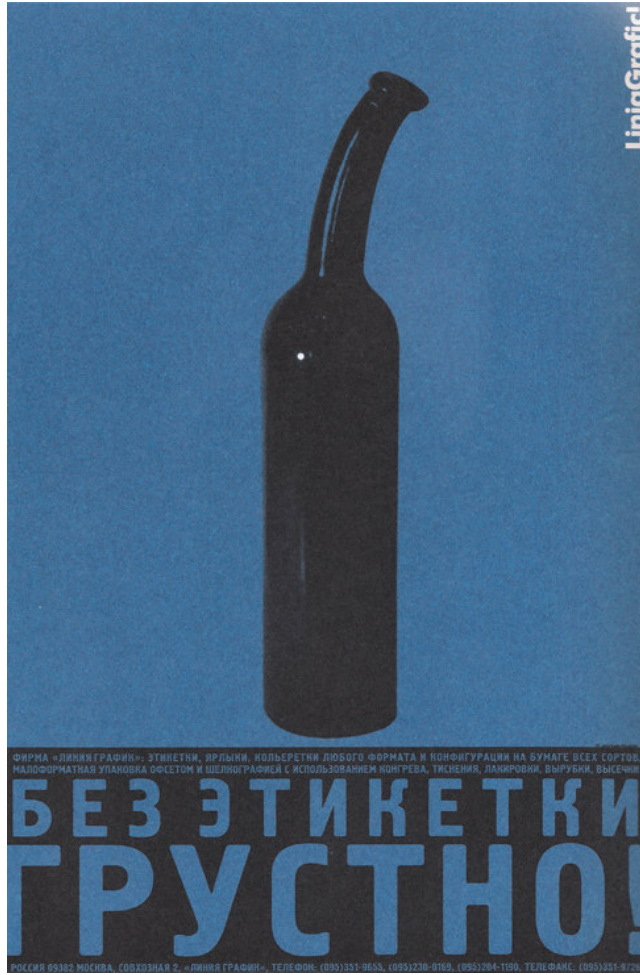
Bob Geldof’un adı dışında afişte dört farklı sözel bilgi bulunmaktadır. Bunlardan ilki konserin gerçekleşeceği tiyatronun adıdır. Afişin en üst kısmına yerleştirilmiş alt kısmı zikzaklı kırmızı bir şerit üzerine hatları daha keskin ve köşeli bir yazı karakteri ile beyaz olarak yazılmıştır. Tarih ve saat bilgileri yeşil ve kırmızı daire ve elipsler üzerine yerleştirilmiş; sayı ve harfler yine beyaz olarak kullanılmıştır. Geldof’un adı gibi kırmızı olan diğer bir sözel bilgi en altta son derece küçük olarak yer almaktadır. Beyaz olan tüm yazılar figür – fon dinamizmine

katkıda bulunan elemanlardır. Afişte tüm tipografik ve görsel elemanlar düşeyde merkezi olarak hizalanmışlar; simetrik bir denge kurmuşlardır.

Göz ilk olarak daha önceden tanıdığı biçimleri algılama eğilimindedir. İnsan figür ve portreleri, tanıdık kişiler ve yüzleri dikkati ilk çekenler ve kolay algılananlardır. Avranitis'in afişinde göz ilk önce Geldof'un yüzüne yönelir. İzleyiciyle göz kontağı kuran Geldof'un yüzü yeşil bir alan içerisindeki beyaz lekelerden oluşmaktadır. Büyük harflerle yazıldığında 'BOB GELDOP' kelime grubunda bulunan dokuz harfin altısı tıpkı Geldof'un portresinde olduğu gibi koyu kapalı formlar içinde beyaz lekeler oluşturmaktadır. Bu biçimsel benzerliği tipografi ve illüstrasyon arasında görsel bütünlük sağlamak için kullanan Avranitis, 'BOB' ve 'GELDOP' kelimelerini hemen portrenin altına, düşeyde merkezlerinden hizalayarak yerleştirmiştir. 'BOB' kelimesinde bulunan 'O' harfi deforme edilmiş, diğer tipografik elemanlardan daha büyük ve farklı bir açıyla yerleştirmiştir. Böylece illüstrasyonun biçimsel özelliklerine benzer özelliklere sahip olan bir tipografik karakter aynı zamanda illüstrasyonun bir parçası gibi davranmakta; illüstrasyon ile tipografi arasında kurulan ilişkinin gücüne güç katmaktadır.

Andrey Logvin'in Etiket'95 sergisi için tasarladığı afişin sloganı 'Etiketsiz ne kadar da hüznü!'dür. Altın kesim çizgisi gözün dikkatini üzerine çeken bir kısımdır. Üzerinde etiket bulunmayan siyah bir şişe afişin ortasına yerleştirilmiştir. Göz, afiş yüzeyine sol üst köşeden girer ilk gördüğü boynu bükük bir şişedir. Şişelerin üzerinde etiket görmeye alışkın olan göz aşağı doğru şişenin tüm yüzeyini tarar ve bulamayınca bir süre şişenin altın kesim çizgisine gelen kısmına bakabilir.

Şişenin hemen altında afişin fon rengi değişmiş ve üst kısımda figür görevi gören şişenin rengi olan siyaha dönüşmüştür. Siyah fon üzerindeki tüm yazılar üst kısmın fon rengi olan mavidir. Bunun sonucunda üst kısımdaki fon alt kısımdaki yazılarla renk benzerliğine bağlı olarak bir bütünün parçası olarak algılanır ve fonu figürden ayırma eğilimi içindeki izleyicide dinamik ve başarılı bir figür – fon ilişkisi yaratır.



Şekil 47:
Etiket '95 Sergisi için Afiş
Andrey Logvin, 1995
 (Karol, 2001; 160)

Kullanılan yazı karakteri tıpkı şişe illüstrasyonu gibi köşeleri çok hafifçe yuvarlatılmış, serifsiz ve yalın bir karakterdir. Çok daha küçük puntolarda yazılmış diğer yazılarda ise bu karaktere çok benzeyen ancak köşeleri yuvarlak olmayan böylece de okunabilmeyi garantilemiş bir karakter kullanılmıştır. Şişenin biçimsel özellikleri ile tipografik elemanların biçimsel özellikleri arasındaki bu benzerlik afişte görsel bütünlük oluşturmaktadır.

Altta yer alan ve yazılarla doldurulmuş bu kısımda 'Etiketsiz ne kadar da hüzünlü!' sloganı iki satıra bölünmüş; altta yer alan 'hüzünlü!' kısmı afişin enini dolduracak kadar büyük olarak kullanılmış ve afişin en büyük punto ölçüsüne sahip tipografik elemanı olmuş; böylece okuma hiyerarşisinde ilk sırada yer almıştır. Bu

hierarchyde ikinci sırayı ‘hüzünlü!’nün üzerinde yer alan kelime grubu almıştır. Slogan dışında izleyiciye iletilecek olan sözel bilgiler üç gruba ayrılmıştır. İlk grup yine mavi renkte ancak neredeyse çizgi etkisi yaratacak kadar küçük puntolarla yazılmış iki satırdan oluşmuştur. Sloganın üzerine yerleştirilen bu bilgilerle adres, tarih ve saat bilgilerinden oluşan tek satırlık grup aynı punto değerinde ve aynı yazı karakteri kullanılarak yazılmıştır ve sloganın altına yerleştirilmiştir.

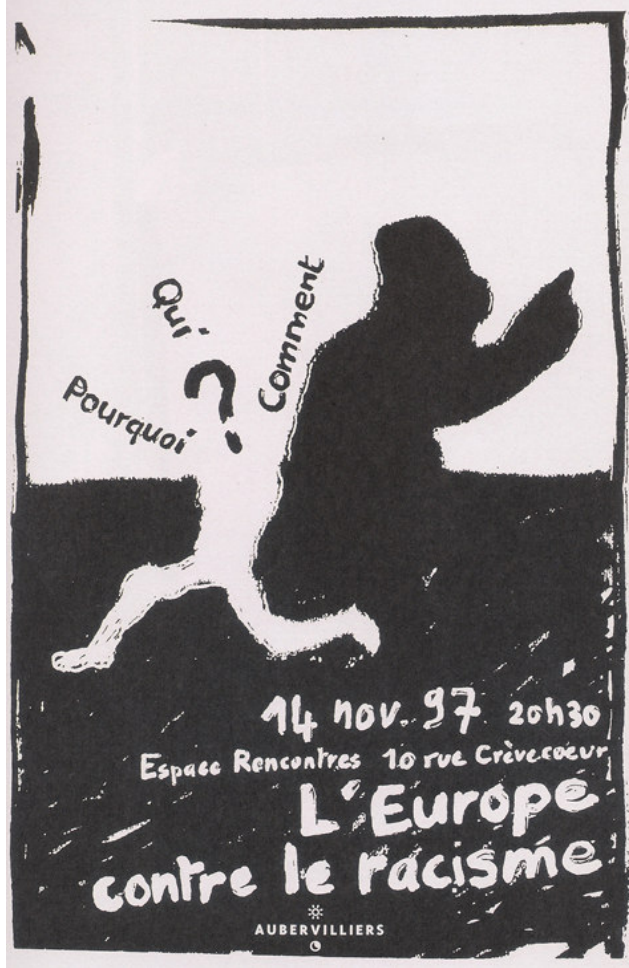
Tüm bu düzenlemenin dışına çıkarak farklılık yaratan üçüncü bilgi grubu ‘LiniaGrafik!’tir. Afişin sağ üst kenarına doksan derece döndürülerek düşey olarak yerleştirilmiştir. Kullanılan yalın, modern ve serifsiz yazı karakteri diğerinden farklıdır. Afişte şişe illüstrasyonunun en parlak kısmını ifade eden tek beyaz nokta ile aynı renktir. Ne konum, ne yazı karakteri, ne de rengi ve tavrı ile diğer tipografik elemanlara benzemeyen bu bilgi, ya afişi tasarlayan ya da illüstrasyonu resimleyen grafik ajansının adıdır. Şişe de hüzünle bükülmüş boynu ile bu bilgiyi işaret ederek bu ilişkiyi kanıtlar gibidir.

1997 yılında Nous Travaillons Ensemble, ırkçılık karşıtı bir afiş tasarlamıştır. Afiş tam ortadan yatay iki yarıya ayrılmış ve siyah – beyaz karşıtlığını vurgulayacak şekilde alt yarı siyaha boyanmış üst yarı beyaz bırakılmıştır.

Kendi haklarını ifade etme çabasındaki bir siyah figür beyaz alan içinde yer almaya çalışırken; aksi yönde kaçmaya çalışan beyaz bir figürün hareketi siyah alan içinde görülmektedir. Figürler fonların birer parçası olmuş yarattıkları kontrast yapı ile figür – fon ilişkisinde dinamizmi başlatmışlardır. Beyaz fona sahip olan üst yarıda kullanılan tipografik elemanların siyah, siyah fona sahip olan alt yarıda kullanılanların ise beyaz olması bu ilişkiyi sağlamlaştırmıştır.

Siyah beyaz dengesini korumak ve etkili bir figür- fon ilişkisi kurmak amacıyla afişin sloganı ve diğer bilgiler beyaz yazılar olarak alt yarıda yer almışlardır. ‘İrkçılığa karşı bir Avrupa’ anlamına gelen ‘L’Europe contre le racisme’ afişin sloganıdır ve afişte bulunan en büyük tipografik elemandır. Tarih ve saat

bilgileri büyüklük olarak ikinci sırada yer alırken satır sıralamasında en üstte yer almaktadır. Bu bilgilerden de küçük bir puntoda yazılmış olan adres bilgileri ikinci satırdadır; ancak okunma hiyerarşisinde son sıralarda yer almaktadır. Bunun nedeni büyüklük ilişkilerinin konum ilişkilerinde daha etkili olmasıdır.



Şekil 48:
*Irkçılığa Karşı Politik Bir
 Buluşma için Afiş*
 Nous Travaillons Ensemble,
 1997
 (Karol, 2001; 185)

Afiş tamamen serbest elle tasarlanmış ya da dijital ortamda bu şekilde getirilmiştir. Hiçbir tipografik eleman yatay ve dikey satır ya da sütunlara göre hizalanmamıştır. Silüet şeklindeki insan figürleri, çizgiler ve tüm tipografik elemanlar serbest elle çizilmiş bir görünüme sahiptir. Böylece tüm elemanlar ortak bir paydada birleşmiş ve bütünlük sağlanmıştır. Afişin farklı bir tavır sergileyen tek eleman grubu en altta ve ortada yer alan 'Aubervilliers' logo ve amblemleridir. Bu

biçimsel farklılığın izleyiciye iletildiği mesaj Aubervilliers'in bu politik buluşmayı düzenleyen dernek ya da kurum olduğudur.

Zingerman's firmasının ürettiği karamelalar için Zingerman'ın Grafik ve Pazarlama Bölümü tasarladıkları ambalajda başarılı bir figür–fon ilişkisi kurmuştur. Ambalajın fonu her biri farklı bir renge sahip üç eşit parçaya ayrılmıştır. Ambalajda siyah ve beyaz dışında kullanılan iki renk kahverengi ve mavidir. Üç yatay bölümün en üstte yer alan parçası kahverengidir ve Zingerman's firmasının adı ve sloganı bu kısımda yer almaktadır. Beyaz renkli 'Zingerman's' yazısının baş harfi olan 'Z'nin alt çizgisi bir flama şeklinde uzatılmış ve bu flamanın üzerinde ürünün sloganı kahverengi olarak yer almıştır. Beyaz renkli orta bölüme taşan flama yazının kendisi gibi zarif ve ince bir konturla çevrelenerek fondan ayrılmıştır. Konturun rengi de kahverengidir. Böylece kahverengi üzerinde yer alan beyaz logo, logonun flamasında yer alan kahverengi yazı, beyaz kısmın içinde yer alan kahverengi kontur ve sadece kahverengi, mavi ve siyahtan oluşan şeker illüstrasyonlarının birbirleriyle kurdukları renk ilişkileri izleyicinin fonu figürden ayırt etme çabasını sonuçsuz bırakmakta; dinamik bir figür–fon ilişkisi kurmaktadır. Üç farklı rengin hangisinin fon olduğunu anlamak imkansızdır; çünkü hiçbirine fon olma görevi verilmemiştir.



Şekil 49:
Zingerman'ın Karamelleri için
Ambalaj
Zingerman's Graphics and
Marketing Department, 2006
(Eldridge, 2006; 255)

Logonun dışında ambalajda üç farklı sözel bilgi bulunmaktadır. El yazısı biçiminde ince çizgilerle oluşturulmuş logonun aksine diğer sözel bilgiler için farklı açılara ve kalınlıklara sahip çizgilerin birleşiminden oluşmuş, yan yana

geldiklerinde hareketli bir dizilim oluşturan tok bir yazı karakteri seçilmiştir. Bu yazı karakteri ile siyah kalın konturlara sahip köşeli şeker illüstrasyonları biçimsel olarak birbirlerine benzemektedir.

Flamada kullanılan slogan sadece büyük harflerden oluşmuştur ancak logonun bir parçası olduğu için kullanılan punto ölçüsü küçüktür. İkinci grup olan ve ürünü tanımlayan ‘fleur de sel caramels’ sözcük grubunun yazı karakteri de sloganda kullanılan ile aynıdır. Renkleri de aynı olan yazı grupları arasındaki tek fark bu sefer sadece küçük harflerin kullanılmış olmasıdır. Birbirlerinden farklı büyüklüklerde kullanılan harfler yüzeyde adeta dans etmektedir. Üçüncü sözel bilgi grubu ise gramajlarla ilgili olandır. Bu kısım sadece gramajla ilgili bilgi edinmek isteyenleri ilgilendiren bir kısımdır; şekerin tanıtımını yapmak, süper market raflarında kolayca bulunmasını sağlamak gibi bir görevi bulunmamaktadır. Bu yüzden diğer tipografik elemanlardan farklı olduğunu belirten sütlü kahve renginde bir elips içinde kolay okunabilen bir yazı karakteri yer almıştır.

Kinetik Communication Graphics, Radio Smithsonian için dinamik bir figür–fon ilişkisine sahip bir kurumsal kimlik logosu tasarlamıştır. Solda yer alan bez ambalaj üzerinde görülen logo beyaz ve lacivertten oluşmaktadır. Yapboz fikrinden yola çıkan tasarımcı, beyaz ve lacivert yapboz parçalarını üst üste getirerek lacivert bir biçim oluşturmuştur.

Biçimsel özellikleri yapboz parçalarını andıran bir yazı karakteri seçilmiş ve ‘o’ harfi bir miktar aşağıya kaydırılarak lacivert kısmın üzerinde beyaz olarak yer almıştır. Aynı şekilde ‘Smithsonian’ kelimesi de iki yarıya bölünmüş; ikinci kısım bir miktar aşağıya kaydırılmış ve son harf olan ‘n’ de radio’nun son harfi olan ‘o’ gibi beyaz olarak lacivert parçanın üzerinde yer almıştır. Ambalajın beyaz olması lacivert olan tüm biçimlerin figürmüş gibi algılanmasına sebep olurken, tipografik elemanlarla gerçekleştirilen konum ve renk değişimleri bu algılamayı sarsmakta ve tasarıma hareket ve dinamizm katmaktadır.



Şekil 50: Radio Smithsonian Kurumsal Kimlik Çalışması Kinetik Communication Graphics, 2006
(Eldridge, 2006; 68)

Aynı tasarım yaklaşımı sağda yer alan düzenlemede de bulunmaktadır. Kaydırılarak yer yer birbirinin içine geçirilmiş, yer yerse birbirinin önüne geçmiş elemanlar izleyende aynı anda hem derinlik hem de iki boyutluluk izlenimi yaratmaktadır. Başarıyla kurulan bu figür–fon ilişkisinin sebebi her elemanın tasarımda aktif rol almasıyla sağlanmıştır. Lacivert ve beyaza bu sefer doygunluğu düşük olan bir filiz yeşili de eklenmiştir. Bu üç renkten hiçbiri tasarlanmamış bir alan olarak bırakılmamıştır.

Tipografik elemanlar konumları, büyüklükleri ve renkleriyle hiyerarşideki yerlerini almıştır. Okunma kaygısı gütmeyen tasarımcı kurduğu dinamik yapıdan ödün vermemiştir. Tasarımda en küçük puntolara sahip olan sözel bilgiler müzik türleri ve sloganlardır. Bu bilgilerle radyonun adı olan ‘radio smithsonian’ arasında izleyicinin dikkatini çekecek miktarda büyüklük kontrastı bulunmaktadır.

Yacht Tasarımcıları, 2000 yılında ‘Yacht’ isimli bir kitap için kapak tasarlamışlardır. İsim olarak kullanıldığında gezinti teknesi, yat anlamına gelen ‘yacht’ kelimesi fiil olarak kullanıldığında ise yatçılık sporu, yat ile gezinti yapma gibi anlamlara gelmektedir. Kapakta üzerinde ‘yacht’ yazan bir naylon bir poşet

fotoğrafı kullanılmıştır. Su geçirmez elemanların kullanıldığı yatlar ve yatçılık sporu için su geçirmez naylon poşet kavramla uyumludur.



*Şekil 51:Yacht Adlı Kitap için
Kapak Tasarımı
Yacht, 2000
(Fiell,2005;342)*

Öncelikle beyaz bir fon önünde duran üç boyutu bir poşetle karşı karşıya kaldığını düşünen izleyici daha sonra tüm kitap yüzeyini kaplayan yuvarlak ve şeffaf kabartmaları fark eder. Genellikle plastik yüzeylerin kaymaması için kullanılan bu kabartmalar da yatçılığın vazgeçilmez malzemelerindendir. Oluşturulan üç boyutlu illüzyon böylece yok olur ve yerini üç boyutlu bir nesnenin iki boyutlu fotoğrafına bırakır.

Naylon poşetin tam ortasında bulunan ve fon ile aynı renge sahip olan kitap adı 'yacht', izleyende ikinci bir illüzyon şüphesi uyandırmaktadır. Bu yüzden de son derece dikkat çekicidir.

Yatçılık gibi son derece modern ve pahalı bir sporun adını yazmak için kullanılan yazı karakteri de o ölçüde modern, spor ve kaliteli bir görünüme sahip olan farklı bir yazı karakteri olmalıdır. Bu yüzden modern, köşeli ve spor tarza sahip bir karakteri seçilmiş ya da özgün olması için tasarlanmıştır.

Su sporları ile ilgili birçok grafik tasarım ürününde mavi tonları kullanılmasına alışkın olan tüketicinin dikkatini çekmek için tasarımcı renk tercihini turuncudan yana kullanmıştır. Kullanılan turuncunun doygunluğu ve valör değeri de yine hedef kitlenin profiline uymaktadır.

Devamlılık ve Görsel Bütünlük

Grafik tasarımın alanı içinde reklam kampanyaları, kurumsal kimlik çalışmaları, dizi kitaplar, katalog ve magazinler gibi birden fazla parçadan meydana gelen ürünler bulunmaktadır. Bu ürünler tasarlanırken parçalar arasında bir biçim benzerlik ve bütünlüğü oluşturulmalıdır. Bunun amacı tüm parçaların aynı ürün ya da hizmete ait olduğunu izleyiciye kavratarak zihinlerinde bir marka kavramı yaratmaktır. Böylece izleyicinin bir dizi tasarım ürününün içinde, farklı zaman ve mekanlarda sadece bir tanesini görmesi ürün ya da hizmeti tanıması için yeterli olacaktır.

Devamlılık olarak adlandırılan bu özellik, tek bir ürün ya da hizmeti tanıtan grafik tasarımlar arasında bir görsel bütünlük yaratmakla mümkündür. Grafik tasarımda görsel bütünlük oluşturmada çizgi, biçim, doku ve renk gibi plastik elemanlar arasındaki uyum ve benzerliklerin yanı sıra tipografik elemanlarla görsellerin biçimsel özellikleri arasında ve tüm elemanların format içerisindeki organizasyonunda da biçimsel benzerlikler bulunmalıdır. Kullanılan biçim ve renkler benzer olacağı gibi kurulan kompozisyon tavrı da aynı olacaktır. Ürünün logo ve amblemleri, tipografik elemanlar değişmeyecek, tasarımın bir konsepti bulunacaktır.

Wunderkind firması çocuklar için içinde bilgilerin muhafaza edilebildiği bir oyuncak telsiz tasarlamış ve ürününe İngilizce dijital anlamına gelen ‘digital’ kelimesi ile kuş anlamına gelen ‘bird’ kelimelerini birleştirerek ‘Digibird’ adını vermiştir. Digibird, bilgilerin içine dijital olarak kaydedildiği taşınabilir bir alettir. Acne Tasarım Firması, 2001’de Digibird için üç farklı ambalaj tasarlamıştır. Ambalajları gören izleyici onların aynı firmanın ambalajları olduğunu kolayca anlayabilmektedir. Devamlılık olarak adlandırılan bu özellik üç ambalajda da benzer grafik tasarım eleman ve ilkeleri kullanılarak sağlanmıştır.

Benzer grafik tasarım elemanlarından ilki ürünün adıdır. Ürün adı her ambalajda aynı yere yerleştirilmiş, aynı yazı karakteriyle ve aynı büyüklükte

yazılmıştır. Ürün adında iki farklı yazı karakteri kullanılmıştır. Kuş anlamına gelen ‘bird’ kelimesi için yalın ve modern bir yazı karakteri seçilirken, dijital anlamına gelen ‘digi’ için elektronik devreleri çağrıştıran, sadece konturlardan oluşmuş, köşeli ve ultra modern bir yazı karakteri seçilmiştir.

Ambalajlar arasındaki ikinci benzerlik ise hepsinde natüralist bir şekilde resmedilmiş kuş illüstrasyonları kullanılmasıdır. Her ürün çeşidi bir kuş türü ile adlandırılmış ve o çeşide ait ambalajın üzerinde yine o türe ait bir kuş illüstrasyonu kullanılmıştır. Kuşlar tıpkı doğadaki gibi üzerinde durdukları bitkiler ve arkalarındaki mavi gökyüzü ile birlikte resmedilmiştir. Çok katlı apartmanlar doğadaki kuş illüstrasyonlarında modern ve dijital dünyanın birer simgesi olarak bulunmaktadır. Bu yaklaşım ‘digibird’ kelimesindeki dijital olanla doğal olanın birleşiminin illüstratif bir ifadesidir.



Şekil 52:
Digibird Ambalajları
Acne, 2001
(Fiell, 2005;49)

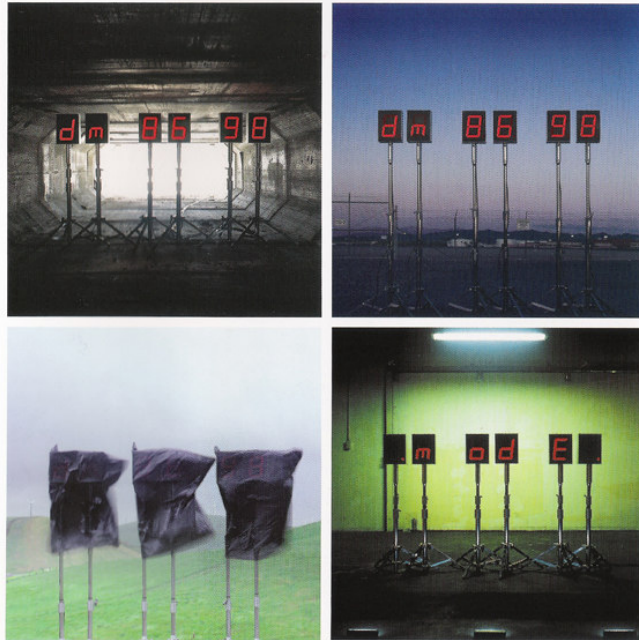
Ürün adı gibi ürünün çeşidini belirleyen tür isimleri de biçim ve konum olarak üç ambalajda da aynıdır. Tür isimleri kenarlarından yuvarlatılmış renkli bir dörtgenin içine yalın ve modern bir yazı karakteri kullanılarak yazılmıştır. Bu kenarları yuvarlatılmış dörtgen ve arma şeklindeki amblem her ambalajda ürün türüne göre renk değiştirirken üzerinde yer alan tipografik elemanlar ismi beyaz kalmıştır. Renkler ambalajlarda yer alan illüstrasyonlarda kullanılan renk armonisine uygundur.

İlk iki ambalajda kuşlar dörtgenlerin sağ altın kesim çizgisine yerleştirilmiştir ve sol üst köşelere yerleştirilen yazı grubu ile asimetric olarak dengelenmiştir. Ürünü tanımlayan ‘Digital Personal Transmitter’ kelime grubu ilk iki ambalajda kuşlar sol tarafa dönük olduğu için sağ üst köşede; üçüncü ambalajdaki kuş sağ üste doğru

yöneldiği için sol alt köşede kullanılmıştır. Amblem ve logo da bu düzende dengeyi bozmayacak şekilde yer almıştır.

Intro, 1998’de Depeche Mode adlı müzik grubu için bir dizi CD kartoneti tasarlamıştır. 80’li ve 90’lı yılların kült müzik gruplarından olan Depeche Mode’un o yıllara ait parçalarının derlendiği bu CD kartonetlerinde dönemin en belirgin özelliği olan dijital paneller kullanılmıştır.

İkişerli gruplar halinde yan yana dizilmiş olan altı panel iki ayağı üzerinde duran üç figür etkisi yaratmaktadır. Ve bu üçleme dört farklı düzenlemede de tekrarlamaktadır. Dijital yazıların görüldüğü düzenlemelerde yazılar yatayda hizalanarak dijital birer satır oluşturulmuş; bu satırlar üst altın kesim çizgisinden geçmiştir. Alt altın kesim çizgisi ise ufak tefek değişikliklerle ufuk çizgisi olarak kullanılmıştır.



**Şekil 53: Depeche Mode
CD Kartonetleri
Intro, 1998
(Fiell,2005;174)**

Sağ üstte yer alan kapakta panellerin bacak boylarının daha fazla olması genel yapıya zarar vermez tersine tuhaf bir yakınlık duygusu oluşturmaktadır. Dört farklı mekan seçimi izleyiciye ‘her zaman, her yerde Depeche Mode’ mesajını

vermektedir. Sol altta yer alan dijital yazıların ambalajlanarak gizlendiği sürrealist düzenlemede izleyici alışılmadık bir durumla karşı karşıya bırakılmaktadır. Bu şaşırtıcı düzenlemenin mesajı ise ‘her koşulda Depeche Mode’ dur.

CD kartonnetlerinde devamlılığı sağlayan, izleyiciye bu düzenlemeler bir seridir, bir gruptur ya da birbirlerinin devamıdır mesajını veren ilk benzerlik hepsinde ikişerli gruplar olarak dizilmiş altı elektronik panel bulunmasıdır. Bu panellerde görülen elektronik yazılar yine benzer şekilde kullanılmıştır. Renk değişkeninin benzer şekilde kullanıldığı tek yer de bu panellerdir. Tipografik elemanlar olan harf, sayı ve noktalardan oluşan yazılar tüm dijital panellerde olduğu gibi kırmızıdır.

CD kartonnetlerinin tümünde görülen diğer bir benzerlik insan figürünün bulunmadığı birbirinden son derece farklı ve alışılmadık mekanların kullanılmış olmasıdır. Fotoğraf sanatçısı bu mekanları kadrajlarken de, ışık elemanını kullanırken de aynı tavrı sergilemiştir.

Bir tasarım firması olan UNA, 2000 yılı boyunca aylık olarak yayımlanan bir bülteni tasarlamıştır. Süreli yayınların tümünde bulunması gereken benzerliklerin hem her ay yayımlanan farklı sayılar arasında hem de tek bir sayının kapak ve sayfaları arasında bulunması gerekmektedir. Süreli bir yayını takip eden okuyucu onu dergi raflarında biçimsel özellikleri ile kolayca ayırt edebilmelidir. Yayını okurken de tekrar eden tasarım yaklaşımı okuyucunun hangi yayını okuduğuna ilişkin bilgiler vermeli ve böylece tavrını pekiştirmelidir.

Aşağıdaki sayfa grubunda en geride görülen üç örnek bültenin ocak, şubat ve mart aylarındaki kapak düzenlemelerdir. Üç kapakta da bültenin adı tıpkı bir kurumsal kimlik logosu gibi tekrarlamaktadır. Sayfa yüzeyi ortadan iki eşit yarıya bölünmüş; üst yarı tamamen isim, tarih ve alt başlıklara ayrılmıştır. Bültenin adı belli bir armoniye bağlı olarak renk değiştiren düz bir fon üzerinde beyaz olarak yer

almaktadır. Alt yarıda ise bültene ait özel bilgiler metin bloğu şeklinde tüm yüzeyi doldurmuştur.

En üstte yer alan iki iç sayfaya ait örneklerden de anlaşıldığı gibi bültende renk olarak kırmızı ve sarı kullanılmaktadır. Beyaz ve siyah da yer yer fon yer yer yazı olarak tasarımda yer almaktadır. Renk kullanımındaki bu tutarlılık, bültenin tasarımında bir bütünlük oluşturmaktadır.



Şekil 54: Bülten
UNA Designers, 2000
(Fiell,2005;317)

Sergilenen diğer bir tasarım tavrı başlıkları oluşturan kelimelerin, farklı büyüklükteki ve yer yer farklı renkteki harflerle oluşturulmasıdır. Bültenin geneline hakim olan bu benzer tavır devamlılığı sağlamaktadır. Başlıklar için modern, serifsiz ve et kalınlığı sabit olan bir karakter seçilmiştir. Böylece bir tipografik karakter istenildiği zaman son derece büyük puntolarda hem figür hem de fon olarak kullanılabilmiştir.

İç sayfaları gösteren her iki örnekte de sol yüzler ya tamamen görsellere ya da büyük başlık düzenlemelerine ayrılırken; sağ yüzler metinlere ayrılmıştır. Görsellerin içinde yer alan başlığa ait kelimeler görsellerle tipografik elemanlar arasında bir köprü kurmuştur. Metinlere ayrılmış sağ yüzlerde de bazen başlığa ait kelimeler yer almıştır. Metin bloklarının düzenlenmesinde de sıra dışı bir yaklaşım

gözlenmektedir. Örneğin dördüncü örnekte başlık ve alt başlıklar enine satırlar olarak kullanılırken tüm paragraflar düşey olarak kullanılmıştır.

Örnek olarak gösterilen bu beş sayfa tasarımı incelendiğinde, bütün sayfaların aynı yayına ait olduğu hissini uyandıran benzer elemanlar ve benzer düzenleme yaklaşımlarının her örnekte bulunmasıdır. Bir grafik tasarım ürününün devamlılığını sağlamak için yapılması gereken şey de tam olarak budur.

Bir giyim ve aksesuar firması olan Fossil'in tasarım grubu kot pantolonları için bir dizi tekstil etiketi tasarlamıştır. Kot pantolonlar ilk olarak bir İtalyan kenti olan Genova'nın bağımsızlık mücadelesinde denizciler için üretilmiştir. 19.yy'da Amerika'da dayanıklı ve kullanışlı olmaları sebebiyle işçi sınıfı tarafından tercih edilmiştir. O dönemden bu güne kadar geçen sürede vahşi batı kovboylarının giyim tarzı ile bağdaştırılmış ve bir çok kot firması etiketlerinde Viktoryen döneme ait yazı karakterlerini kullanmışlardır. 21.yy'da yüzlerce tekstil firması tarafından üretilen kot pantolon etiketleri birbirlerinden farklı yaklaşımlarla tasarlanmaktadır.



Şekil 55: Fossil Brand Jeans için Etiketler
Fossil, INC., 2006
(Eldridge, 2006; 125)

Fossil firması kot pantolonları için tasarladığı logo ve ambleme Viktoryen döneme ait süslü bir yazı karakteri kullanmıştır. Aynı zamanda amblem olarak kullanılan 'F' harfi, logoda da diğer harflerden büyük olarak kullanılmıştır. Viktoryen tarzı yazı karakterine siyah ya da bordo çizgisel çiçek illüstrasyonları eşlik etmektedir.

Üst sırada yer alan ve renkli kurdelelerle kotlara iliştilen kağıt etiketlerde üç grup sözel bilgi bulunmaktadır. Bunlardan ilki en fazla dikkat çekmesi istenen ve marka adı olan 'Fossil'dir. Bu yüzden her iki örnekte de büyük puntolarda çok noktalarına yerleştirilmişlerdir. İkinci derecede öneme sahip olan ve ürünü tanımlayan 'Brand Jeans' kelime grubu marka adının hemen altına yerleştirilmiş ve çok daha küçük olarak aynı yazı karakteri kullanılarak yazılmıştır. Alıcı ve satıcıları ilgilendiren model ve beden bilgileri anlamına gelen 'jean fit' ve 'style' kelimeleri çok daha küçük ve ayrı bir yere yazılmıştır. Model ve bedenler de etiketin geneline hakim olan serbest elle çizilmiş gibi duran etkiyi destekleyecek şekilde çok kişisel bir el yazısı ile yazılmıştır. Etikete sonradan eklenmiş havasına sahip olması için de noktalarla oluşturulmuş satırla arasında düzensiz bir boşluk bırakılmıştır.

Her iki etiketin arka yüzü ön yüzünün negatifi olarak tasarlanmış; bu sefer renkli düz fon üzerinde lekesele anlatıma sahip beyaz çiçekler asimetrik bir denge anlayışı ile irili ufaklı yerleştirilmiştir. Sol üstte görülen füme ve beyazdan oluşan etiket koyu kahve bir kurdele ile; sağdaki bordo ve beyazdan oluşan etiket bordo bir kurdele ile bağlanmıştır.

Her iki örneğin altında, ortada bu kotlara ait diğer kağıt etiketler görülmektedir. Renkler, çizgisel illüstrasyonlar ve tipografi aynı biçimde fakat farklı büyüklükte bu yeni formata göre yerleştirilmişlerdir. En alt sırada ise iki kotun da arkalarına dikilecek olan deri etiketler görülmektedir. bezeme ve tipografik elemanların ilişkilerindeki benzerlikler bu etiketlerde devamlılığı ve bütünlüğü sağlamıştır.

Erbe Design, takı tasarımcısı ve firma sahibi Lisa W Firması için önce bir kurumsal kimlik çalışması yapmış, ardından da ürünleri için kutu, karton poşet, hediye paketi ve hediye kartlarından oluşan bir seri tasarlamıştır.

Kahverengi üzerine son derece ince ve yalın bir yazı karakteri seçilerek çok açık mavi ile tasarımcının adı olan 'Lisa' yazılmıştır. Yazı karakterinin et kalınlığı ile aynı kalınlıkta düşey bir çizginin ardından tasarımcının soyadının baş harfi olan 'W' tek başına yer almıştır. Logonun tümünde büyük harfler kullanılmış; ancak adın yazımında ölçü küçük tutulmuş ve harf araları okuma güçlüğü yaratmayacak kadar geniş tutulmuştur. Logo klasik mücevherlerde uzak modern takı tasarımı kavramına tamamen uygun bir zarafet ve sadeliktedir.



Şekil 56:
Lisa W için Ambalajlar
Erbe Design, 2006
(Eldridge, 2006; 216)

Kahverengi bir dikdörtgen üzerinde açık mavi ince çizgilerden oluşan logoyla uyumlu iki kombin desen tasarlanmıştır. Logonun aksine bu sefer fon açık mavi kullanılan ince çizgiler ise kahverengidir. Bu desenlerden ilki sadece köşeleri yuvarlatılmış kahverengi konturlardan oluşan dörtgenlerin kesiştirilmesiyle oluşturulmuş, zincir örgüsüne benzeyen bir desendir. İkincisi ise yine kahverengi

konturları bulunan farklı boyutlardaki, stilize bir çiçek şeklinin serbest bir tavırla tekrarlanması ile oluşturulmuştur.

Takılar için farklı ölçülere sahip üç kutu, iki hediye kartı ve bir kağıt poşet tasarlanmıştır. Orijinalleri beyaz olan kutuların üzerinden tasarlanan desenlere sahip eş kalınlıklara sahip şeritler geçmektedir. Bu şeritler kare ve küçük dikdörtgen kutunun tam ortasından düşey bir şekilde geçerken; uzun olan kutunun sol altın kesim çizgisinden, kağıt poşetin ise alt altın kesim çizgisinden geçmektedir. Hediye kartlarının ise dış yüzleri tamamen kaplanmış içleri açık mavi bırakılmıştır. Logo ile şeridin konum ilişkisi tüm ambalajlarda korunmuştur. Kapağı açık olan ambalajda da görüldüğü gibi iç kısım için de kahverengi bir paket kağıdı ve açık mavi bir etiket tasarlanmıştır.

Kutuların hepsinin orijinalinde beyaz olması, hepsinin üzerinden aynı açık mavi şeridin geçmesi; aynı logonun hiçbir değişiklik göstermeden tüm ambalajlarda bulunması ve mavi desenli şerit ile kurduğu ilişkinin benzerliği izleyicide marka bilinci yaratmaktadır. Ambalajı gören kişinin her tasarım ürününde aynı şekilde var olan renk, şekil, tipografi gibi değişkenleri ve bu değişkenlerin birbirleriyle kurdukları denge, hiyerarşi gibi ilişkileri fark etmesi ürünler arasında bağlantı kurmasını sağlar. Devamlılık prensibinin bu çalışmada başarıyla uygulanmıştır.

Hornall Anderson Tasarım Firması, Twist adlı su markası için hem farklı bir pet şişe hem de etiket tasarlamıştır. Bükülmek, kıvrılmak anlamına gelen 'twist' adında bir içeceğin neden bu kadar düz bir pet şişesi bulunduğu tartışılabilir. Ancak hareketli hatlara sahip pet şişeler genellikle enerji içeceklerinde kullanılmaktadır. Bu ürün ise meyve aromalı bir sudur. Tasarımcı şişe tasarımında, suyun özelliği olan berraklık, saflık ve akıcılık gibi temalara yönelmiştir. Bu amaçla da düz hatlara sahip olan bir pet tasarlamış üzerine kristalize kesikler atmıştır.

Pet şişeyi boylu boyunca çevreleyen bir şerit şeklinde tasarlanan etiketin de şeffaf olarak bırakılması pet şişede gösterilen tasarım tavrıyla benzerdir. Etiketlin ön

yüzünde dört farklı bilgi bulunmaktadır. bunlardan ilki ve en önemlisi içeceği adı olan 'twist'tir. Tasarımcı bu kelime için son derece yalın bir karakter seçmiş, sadece küçük harfleri kullanmış ve yazıyı şişenin ön yüzünü enine kaplayacak büyüklükte kullanmıştır. Son derece düz, serifsiz ve modern olan yazı karakterinin biçimsel özelliklerinden 'w' harfinin orijinalini tahmin etmek hiç de güç değildir. Tasarımcı bu harfin yerine bükülerek 'w' harfi şekline dönüştürmüş bir şerit kullanmıştır. Bu şerit tasarımın en dikkat çekici öğesidir; bunun sebebi de diğer elemanlardan renk doygunluğu, biçim, büyüklük ve açı olarak farklı bir tavır sergilemesidir. Etiketler dikkatle incelendiğinde kapak ve 'w' harfi yerine kullanılan şeridin renginin isimde yer alan diğer harflerden daha canlı bir renge sahip olduğu görülmektedir.



Şekil 57:
Twist için Etiket ve Ambalajlar
Hornall Anderson Design
Works LLC, 2006
(Eldridge, 2006; 200)

Dört farklı sözel bilginin ikincisi ürünü tanımlayan sözcük grubudur. İçeceğin doğal meyve aromalı su olduğunu belirten 'with natural lemon essence' yazısı ürünün adının altında daha küçük, bold ve açık gri olarak kullanılmıştır. Hemen onun altında litre bilgilerine ait olan yazılar ise aynı punto değerine sahip olmalarına rağmen regular olarak kullanıldıkları ve daha altta yer aldıkları için okunma hiyerarşisinde üçüncü sıraya düşmüşlerdir.

Diğer bir sözel bilgi grubu da içeceği üreten firmanın adı ve ambleminden oluşan gruptur ve ürün adının bir miktar üzerinde yer almaktadır. ‘Konuşan yağmur suyu’ anlamına gelen ‘TalkingRain water’ logosunun amblemi hemen üzerinde yer alan sapı olmayan siyah bir şemsiyedir. Logo, ürünle ilgili bilgi veren metinden daha büyük ancak regular olarak kullanılmıştır. Bu yüzden logo ve ürün bilgisi veren yazı grubunun önceliğini sadece şişe etiketindeki konumları belirlemelidir.

İçeceklerin türlerini belirtmek için renk değişkeni kullanılmıştır. Solda görülen kapağı ve logosu yeşil olan içecek misket limonu esanslıdır. Yeşil renkte olan misket limonlu içeceğin logo ve kapağı da yeşilken; limon esanslı olan sağdaki içeceğin logosu da kapağı da sarıdır. İki logoda ‘w’ şeklindeki şeritler arasında ufak tefek biçimsel ve açısal farklar bulunmaktadır.

İki pet şişe ambalaj ve etiketinin tasarımı renkleri dışında birbirlerinin aynısıdır. Renk kullanım tavırları bile aynıdır. Onlar bir ürünün farklı türleridir. Bu ambalajlardaki biçim benzerliği ile sağlanmıştır.

Grafik Tasarımda Görsel Bütünlük

Bütünlük ilkesi, grafik tasarım ilkeleri arasında en önemli ve vazgeçilmez olanıdır. Bu ilkeyi böylesine önemli ve vazgeçilmez yapan şey tasarımda kullanılan tüm elemanları birbirine uyumlu hale getirmesidir. Bütünlük ilkesi diğer tüm ilkeleri kapsamakta ve ancak elemanlar bu ilkeler dikkate alınarak düzenlendiğinde sağlanabilmektedir. Grafik tasarımda bütünlük oluşturmak için grafik tasarım elemanlarını tanımak ve ilkeleri başarıyla uygulamak gerekmektedir.

Bütünlük, insanın parçaları değil bütünü görmesini ve gördüğünü anlamlandırmasını sağlamaktadır. Algı psikolojisi alanında yapılan çalışmalar izleyicinin bir bütün görmek istediğini aksi halde ilgisini kaybettiğini göstermektedir. Gestalt psikolojisinde yer alan **gestalt** terimi görsel bütünlük kavramını tanımlamaktadır. Gestalt psikolojisine göre bütünlük, kolay hatırlama, bütün etkisi ve başarılı bir iletişim sağlamaktadır.

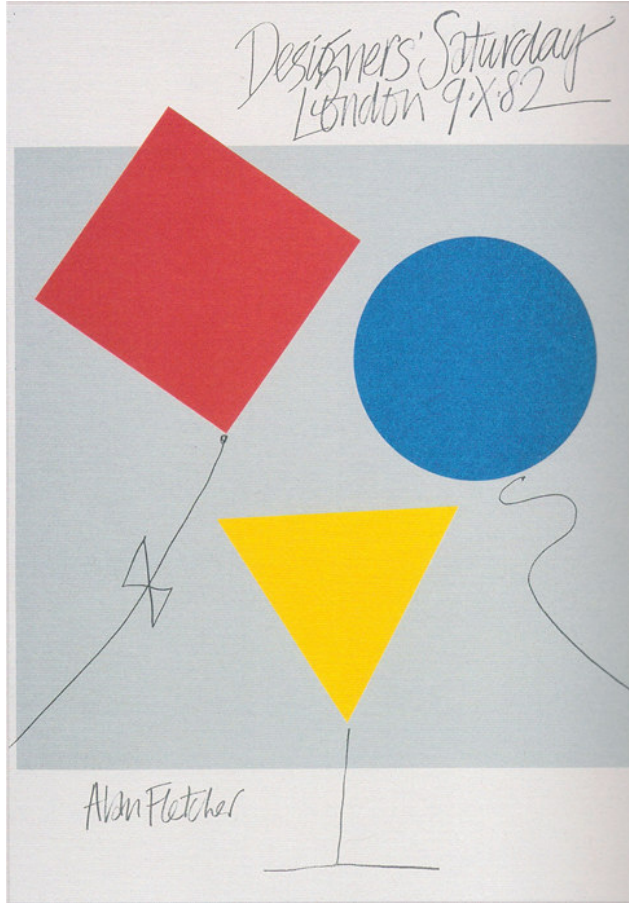
Kullanılan elemanların sayfa yüzeyinde düzenlenmesinde, hayali yatay ve düşey çizginin bir araya gelmesiyle oluşan ve ızgaraya benzeyen gridlerden yararlanılmaktadır. Grid, izleyicinin kolay okumasına, görülen nesnelerin kolay tanınmasına ve anlaşılmasına yardım etmektedir. Özellikle gazete ve dergilerde okuyucunun aradığı şeyleri yerinde bulmasına yardımcı olur. Gridlerin kaç düşey ve kaç yatay çizgiden oluşacağı ve bu çizgilerin hangi aralıklarla tekrarlanacağı tasarımcı tarafından elemanların sayı ve türüne göre belirlenir.

Jute, “*Gridler*” adlı çalışmasında, kanavaların pratik yararlarını üç ana grupta toplamıştır: tekrarlanabilirlik, kompozisyonda sağlamlık ve başarılı bir iletişim.(1996:8) Gridler sayesinde metin, başlık, illüstrasyon ve fotoğraflar uyumlu bir şekilde harmanlanır.

Grafik tasarımda benzer elemanların kullanılması bütünlük sağlanmasına yardımcı olur. Kullanılan tüm çizgilerin aynı kalınlık, uzunluk ya da renge sahip

olması izleyende bir bütünle karşı karşıya olduğu izlenimini uyandırır. Ancak bu tasarım tavrının fazlası tasarımın zenginliğini ve çekiciliğini azalttığı unutulmamalıdır. Bütünlük ile kontrast arasında kurulan denge tasarımı karmaşa ya da monotonluktan kurtarır. Tasarımı oluşturan benzer elemanların sayısı fazla olsa da gözü tasarım yüzeyinde istenilen şekilde gezdirebilmek ancak görsel algılamamanın doğasını bilmekle mümkün olabilir.

Alan FLETCHER(1931-2006), 1982 yılında Londra'daki Tasarımcıların Cumartesi adlı etkinlik için aşağıda görülen afişi tasarlamıştır.



Şekil 58:
Tasarımcıların Cumartesi
Yıllık Etkinlik Tanıtım Afişi
Alan Fletcher, 1982
(Karol. 2001: 78)

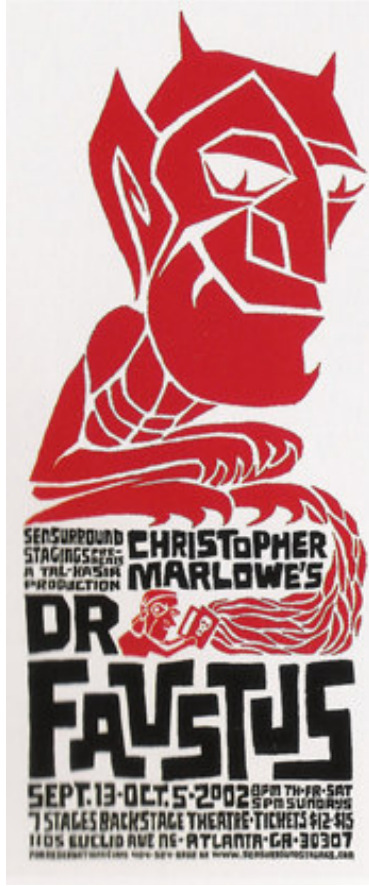
Tasarımın temelini oluşturan üç temel geometrik biçim, tüm renklerin temelini oluşturan üç ana renkte ve çalışma yüzeyini neredeyse dolduracak büyüklükte birbirlerini dengeleyecek şekilde yerleştirilmiştir. Dikkat çekici büyüklük ve

canlılığa sahip olan bu elemanlar makineden çıkmış kadar mükemmel görünmektedir. Önüne yerleştirildikleri açık gri dörtgen ise çalışma yüzeyini simgelemektedir. Gri fonun üst ve alt kısmında altın kesime uygun olarak ölçülendirilmiş, birbirlerine eşit iki yatay boşluk bırakılmıştır. Tipografi dışındaki tüm görsel elemanların birer geometrik biçim olması görsel bütünlüğü sağlamak için atılan ilk adım olmuştur. Geometrinin üç temel şekli olan daire, kare ve üçgen, üç ana renktedir. Ve bunların dışında kalan diğer tüm elemanların renkleri nötrdür. Tasarımda görsel bütünlük sağlamaya yardımcı ikinci adım renk-biçim ilişkisi olmuştur.

Tasarımcının serbest elle çizdiği farklı nitelikteki çizgiler tüm bu düzenlemelerle kontrast oluşturmaktadır. Kırmızı bir dörtgeni uçurtmaya, mavi bir daireyi balona, sarı bir üçgeni trafik işaretine dönüştürebilen bu çizgiler tasarımın ve tasarımcının gücünü göstermekte, biçimleri ile de tasarımın dengesine katkıda bulunmaktadır. Serbest elle yazılan etkinlik adı, yeri ve tarihi biçimsel olarak kullanılan bu çizgilerle görsel bir bütünlük oluşturmakta; konumu ile de sol alt kısımda yine serbest elle atılmış imza ve sarı üçgeni trafik işaretine dönüştüren çizgileri dengelemektedir. Serbest elle çizilmiş farklı nitelikte ancak aynı renk ve kalınlıktaki bu çizgiler tasarımın görsel bütünlüğüne bu biçimsel benzerlikler ile katkıda bulunmaktadır.

Afişte yer alan sözel bilgiler üç gruba ayrılmaktadır. Bunlardan ilki etkinliğin adı olan 'Derigner's Saturday'dir. Okuma hiyerarşisinde ilk sırada yer alan bu sözcük grubu en üsttedir ve diğer tipografik elemanlardan büyüktür. İkinci bilgi serginin gerçekleşeceği yer olan Londra ve tarih bilgileridir. Bunlarla etkinlik adı arasında büyüklük farkı hemen hemen yok gibidir. Ancak ikinci satıra yerleştirilerek okuma sırasına alınmışlardır. Üçüncü ve son sözel bilgi ise tüm bu bilgilerden farklıdır: Afişin tasarımcısının adıdır. Bu yüzden imza tavrına sahip olan 'Alan Fletcher' yazısı daha küçük puntolarla, gri dörtgenin sol altında yer almıştır.

Ames Design Tasarım Şirketi Dr.Faustus oyunu için genel afiş ölçülerinin dışında ancak altın kesim oranlarına sahip, farklılığıyla dikkat çeken bir afiş tasarlamışlardır. Christopher MARLOWE'un(1564-1593) Dr.Faustus'u güç ve bilgi için ruhunu şeytana satan bir doktordur.



Şekil 59:
Dr.Faustus Oyun Afişi
Ames Design, 2002
(Fiell,2005;58)

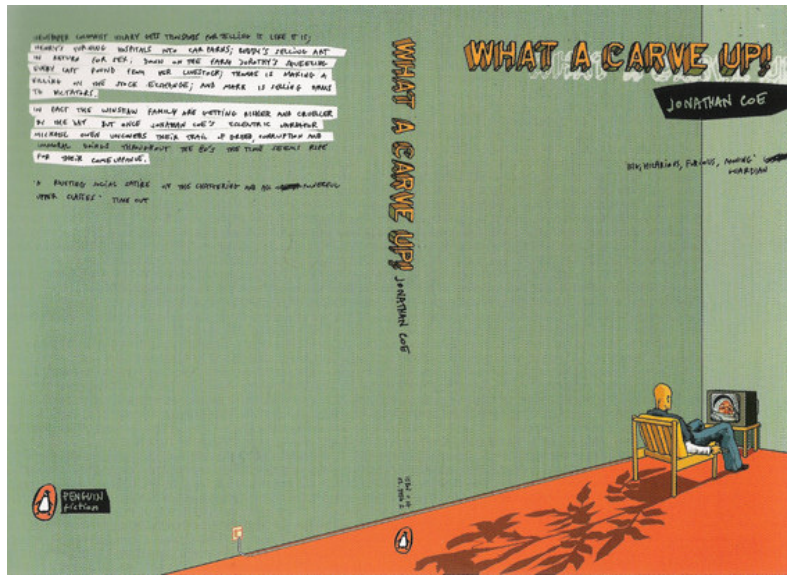
Afiş alt altın kesim çizgisinden hayali bir şekilde iki yarıya ayrılmıştır. Tüm sözel bilgiler alt yarıda yer alırken; afişin en büyük elemanı olan şeytan figürü üst yarıda yer almaktadır. Bu durum izleyende şeytanın alt yarıyı hakimiyeti altına aldığı izlenimini oluşturmaktadır. Lekesal anlatıma sahip olan illüstrasyon şeytana atanmış bir renk olan kırmızıdır. Alt yarıdaki yazı grubunun arasında elinde üzerinde bir kuru kafa bulunan kitapla küçücük kalmış Dr.Faustus görülmektedir. Şeytan figürüne göre Dr.Faustus'un bu kadar küçük olması onun şeytan karşısındaki zavallılığını simgelemektedir.

Afiş oyunun yazıldığı 16.yy'ın ahşap baskıları ile biçimsel bir benzerliğe sahiptir. Bunun ilk sebebi illüstrasyonun derinlik etkisi yapan ton ve geçişlere sahip olmaması, lekese ve tek renkli olmasıdır. Kaba hatlara sahip olan şeytan, alevler ve Faustus sanki ilkel aletlerle ahşap kalıba oyulmuş gibidir. İkinci sebep ise biçimsel olarak illüstrasyonla aynı tavra sahip olan yazılardır; hiçbir harf diğeri ile tam olarak aynı değildir ve dizgide harfler iç içe geçmiştir. Son derece kalın çizgilerle oluşturulmuş köşeli harflerin leke etkisi ile illüstrasyonunki ile benzerdir. Böylece tipografi ile illüstrasyon arasında görsel bir bütünlük oluşturulmuştur.

Yazıların tümü siyahtır ve aynı yazı karakteri ile yazılmıştır. Böylece küçük parçadan oluşan alevler ve Dr.Faustus figürü ile yazıların karışma ihtimali ortadan kalkmıştır. Tasarımcı ilk okunmasını istediği oyunun adını şeytan figürünü dengeleyecek büyüklükte kullanmıştır. 'Faustus' harfleri iç içe geçmiş olmasına rağmen tüm afişin enini kaplayacak büyüklüktedir. 'Dr' ibaresi bir üst satıra alınmış bir miktar daha küçük yazılmış ve afişin sol kenarına yaslanmıştır. İlk önce şeytan figürüne odaklanan göz kırmızı alevleri takip ederek Dr Faustus kelime grubuna kayar. Daha sonra ise tipografik hiyerarşi devreye girer, daha büyük olan ve bir şekilde vurgulanan kelimeler önce okunacaktır. Büyüklük sırasına göre 'Christopher Marlowe's' kelime grubunun okunma zamanı gelmiştir; zaten göz Faustus'tan Dr'a oradan da bu gruba geçer. Yazarın adı olan bu kelimeler Dr ibaresinin bittiği hizadan başlamaktadır. Bu şekilde sağlanan asimetrik denge afişin dinamizmini arttırmıştır.

Bu üç sözel bilginin dışında kalan bilgiler metin bloğuna dönüştürülmüş ve yarattıkları dokular afişi zenginleştirmiştir. İlk blok Dr ibaresinin üzerindedir ve aynı genişliğe sahip bir dörtgendir. Burada prodüksiyon ile ilgili bilgiler yer almaktadır. Diğer metin bloğu, afişin en alt kısmına yerleştirilmiştir ve afişin eni büyüklüğündedir. Yüksekliği ise Faustus'dan azdır. Metin blokları içinde de bazı kelimeler diğerlerinden büyük yazılarak vurgulanmışlardır. Örneğin altta yer alan metin bloğunda oyunun izlenebileceği tarih aralığı olan 'Sept.13-Oct.5 2002' diğer bilgilerden büyük yazılmış ve metin içindeki konumu ile de ilk okunan sözel bilgi olmuştur.

David FLODVARI(-), 2001 yılında Jonathan COE'nun(-) 'Amma Bölüntü!' anlamına gelen 'What A Carve Up!' adlı kitabı için bir kapak tasarlamıştır. Tasarımda kitabın kapağını arkalı önlü kaplayacak bir illüstrasyon fon olarak kullanılmıştır. İllüstrasyonun biçimsel özellikleri incelendiğinde konturlu bir karikatür tarzı ile karşılaşılır. Tüm şekiller önce siyah bir kalemle çizilmiş daha sonra içleri lekesele bir şekilde aynı rengin en fazla iki farklı tonuyla boyanmıştır. Sadece yere düşen gölgelerin konturları bulunmamaktadır.



Şekil 60:
What a Carve up!
Kitap Kapağı
David Flodvari, 2001
(Fiell,2005;120)

İllüstrasyonda boş bir odanın köşesinde oturmuş televizyon izleyen bir erkek figürü görülmektedir. Odanın derinlik algısı sadece köşe ve kenarları tanımlayan çizgiler, zeminde kullanılan turuncu ve yeşil duvarlar arasındaki çok hafif ton farkı ile sağlanmıştır. Bu üç boyutluluk illüzyonu ile kitabın tipografisi arasında biçimsel benzerlikler bulunmaktadır. bunlardan ilki yazıların da serbest elle çizilmiş gibi gözükmesidir. İkincisi ise yine serbest elle eklenen çizgilerle harfler üç boyutluymuş gibi gösterilmiş olmasıdır. Böylece yazılar da karikatür yazısı haline gelmişlerdir. Renklendirilme şekli de illüstrasyonla aynıdır. Üç boyutluymuş gibi çizilmiş harflerin ön yüzü soluk bir turuncu, yan yüzü onun bir miktar koyu tonu, alt yüzü ise havada uçuyormuş gibi duvarlardan yansıyan yeşille renklendirilmiştir. Böylece çizgilerle yaratılan derinlik etkisi güçlenmiştir.

Yazarın adı için ise tamamen farklı bir üslup kullanılmıştır. Kitap adının sağ alt kısmında siyah biçimsiz bir yüzey yaratılmış ve yazarın yine serbest elle yazılmış adı negatif olarak yer almıştır. Bu iki kelime grubu birbirine yakın konumlandırılmış, diğer bir grup olan Guardian Gazetesi'nde yer alan yorumlar bir miktar alta yerleştirilmiştir. Onlar da bütünlüğü sağlayacak şekilde tasarlanmışlardır. Bu yazı gruplarının üçü de altın kesimin üstünde kalan kısımda yer almışlardır. Böylece odada yaratılmak istenen boşluk hissine zarar vermemişlerdir.

Kitap kapaklarının tasarlanacak üç yüzü bulunmaktadır: Ön yüz, sırt ve arka yüz. Bu üç yüz tasarlanırken aralarında bir bütünlük ilişkisi kurulmalıdır. Bu ilişki de benzer elemanların bu yüzlerde benzer şekillerde ve benzer ilişkiler içinde yer almaları ile sağlanmaktadır. Fon olarak kullanılan illüstrasyonun bu üç yüzü de kaplaması ilk benzerliği oluşturmuştur. Önde ve sırtta bulunması gereken kitap ve yazar adları aynı ya da benzer şekillerde olmalıdırlar. Bu örnekte bu da sağlanmıştır. Sırtta yayınevinin amblemi ve ekstra bir bilgi daha eklenmiştir. Kitaplar raflarda dururlarken sırtta yer alan bu bilgiler önem kazanır. Üstte bırakılan küçük bir boşluğun ardından kitap ismi – yazar ismi grubu; onun altında bırakılan daha geniş bir boşluktan sonra ekstra bilgiler ve yayın evi amblemi gelmiştir. Ekstra bilgiler ve yayınevinin amblemi arasından odanın tabanı ile duvarı ayıran çizgi geçmektedir. Böylece sırttaki düzenlemede hareketli bir fon elde edilmiştir. aynı çizgi kitabın arka yüzünde de devam etmekte, sol düşey altın kesim çizgisinden sayfa yüzeyini terk etmektedir. Kitabın arka yüzünü tek başına incelersek sağ düşey altın kesim çizgisinde de televizyon fişinin takılı olduğu prizi görürüz. Priz televizyondan uzaklaştırılmış ve böylece arka yüzde de illüstrasyondan bir parça bulunması sağlanmıştır. Bu tavır ön – sırt – arka arasındaki bütünlük ilişkisini desteklemektedir. Yayınevinin amblemi bu sefer yayınevinin adı ile birlikte kullanılmıştır. Her ikisi de serbest elle çizilmiş ve yazılmış havasındadır. Ön yüzde üzerinde negatif olarak yazar adının bulunduğu siyah biçimsiz yüzey burada da yayınevinin adını çevrelemektedir. Konumlandırmada ise yine asimetric denge dikkate alınmıştır.

Arka yüzde bulunan diğerk bir tipografik eleman grubu, kitabın içinden bir kısmın metin olarak alıntılıandığı kısımdır. Serbest elle yazılmış metin tıpkı ön yüzde olduğu gibi üst kenarın bir santimetre altından başlamakta ve üst yatay altın kesim çizgisinin altına taşmamaktadır. Son olarak Penguen Yayınevinin sembolü olan illüstrasyondaki beyaz, koyu ve soluk renklerin hakim olduğu tasarımda açık – koyu dengesini sağlamak için iki yerde daha kullanılmıştır. Ön yüzde kitap adını oluşturan çizgiler beyaz olarak tekrarlamış ve yazının gölgesiymiş gibi arkasında yer almışlardır. Ama gölge değil, bir çeşit vurgulama ve hareket katma elemanı olarak kullanılmışlardır. Çünkü bu beyaz yazılar duvara yansımamaktadır. Beyaz, arka yüzde de bir satır grubunu vurgulayan eleman olarak kullanılmıştır. Tıpkı okunan bir metinde önemli olan yerlerin altının çizilmesi gibi bu satırların altında da beyaz düzensiz şeritler yer almaktadır. Kullanılan elemanlar arasındaki biçimsel benzerlikler tasarımın bir bütün olarak algılanmasına yardımcı olmuştur.

Neville Brody, 1981 yılında Bush Tetras adlı grup için bir albüm kapağı tasarlamıştır. ‘Çalı Dörtlüsü’ anlamına gelen ‘Bush Tetras’ın albümünün adı ise ‘Gece ses çıkaran şeyler’ anlamına gelen ‘Things that go boom in the night’dir. Fonda çalıya benzeyen çizgi gruplarından oluşan bir illüstrasyon kullanılmıştır.

Albümün adı gece ile ilgili olduğu için bu çizgiler siyah üzerine beyaz ve açık griler olarak kullanılmıştır. Tıpkı incelen düzensiz çalılar gibi bu çizgi grupları da incelmekte ve her grup farklı yöne bakmaktadır. Yine tıpkı çalılar gibi birbirlerinin üzerine gelmektedirler ve karışıklırlar. Çalılardan oluşan bu karışıklık kapağın en vurgulu kısmıdır, hiçbir tipografik elemanla ya da herhangi başka bir şeyle bütünlüğü bozulmamıştır. İzleyiciye çalılar arasında olduğu hissini verir. Yarattığı gösrel farklılıkla birçok CD arasından kolayca seçilebilir.



Şekil 61:
Bush Tetras Albüm Kapağı
Neville Brody, 1981
 (Wozencroft, 2001; 56)

Grubun adı için çalılara uyum sağlamak amacıyla uçları çalıya dönüşen bir yazı karakteri seçilmiştir. Beyazla yazılan 'Bush Tetras' kullanılan illüstrasyonun etkisini zayıflatmamak amacıyla sağ üst köşeye yerleştirilmiştir. Bu kısımda grup adının okunur olması için çalılar azalmakta siyah bir fon oluşmaktadır. Böylece ismin okunurluğu garanti altına alınmıştır. Yazı karakteri italiktir, yani sağa yatıktır.

Albüm adı için seçilen yazı karakteri ise son derece düzgün ve kalın bir karakterdir. Bunun amacı albüm adını tüm diğer elemanlardan farklı tasarlayarak vurgulamaktır. Üst sağ kısımda yer alan albüm adını dengelemek amacıyla albüm adı da alt kısımda yer almıştır. Bütünlüğü bozmamak amacıyla albüm adı da sağ alt kısma açılı bir hayali satır çizgisi üzerine yerleştirilmiştir. Bu kısımda albüm kapağına ilk defa bir renk katılmıştır. Bu renk de yine çok dikkat çekmeyecek olan açık mavidir. 'Boom' dışındaki tüm kelimeler açık mavi olarak yazılırken; sadece 'boom' vurgulanmak amacıyla beyaz ve daha büyük puntoda kullanılmıştır. Plak şirketinin amblemi de albüm adı ile aynı satırda solda yer almıştır ve beyazdır.

Son olarak plak şirketinin amblemi ile başlayarak albüm adı ile birlikte biten ince açık mavi bir şerit albüm kapağının en altına yerleştirilmiş ve plak şirketi ile

ilgili bilgiler ile kapak tasarımcısının adı siyah olarak küçük puntolarla bu şeridin üzerinde yer almıştır. Kapakta yer alan tüm görsel elemanlar kapağın ana konseptine uygun olarak biçimlendirilmiştir. Böylece kapakta görsel bütünlük kolayca sağlanmıştır.

Haley Johnson Design, 'Dirty Girl' adlı banyo köpüğü için yalın bir şişe tasarlamıştır. Banyo köpüğünün plastik şişesinin biçimi köşeleri yuvarlatılmış, eni ve boyu arasında çok az fark bulunan bir dikdörtgenler prizmasıdır. Şişenin aksine üzerindeki etiket alabildiğine süslü ve dinamik bir etiket tasarlamıştır. Tasarımda beyaz ve siyahın yanı sıra pembe ve banyo köpüğünün rengi olan bebek mavisi kullanılmıştır.



Şekil 62:
Dirty Girl için Etiket
Haley Johnson Design,
2006
(Eldridge, 2006; 284)

Şeffaf plastik şişenin içindeki mavi banyo köpüğü tasarımın fonunu oluşturmuştur. Beyaz fona sahip etiket şişenin ön yüzünde yukarı ve aşağı doğru bombe yapmaktadır. Etiketin biçimindeki bu hareket dinamizmin ilk işaretidir. Etiketlin tam ortasında köpükler arasında banyo yapmakta olan pembe bir bayan illüstrasyonu bulunmaktadır. Köpüklerin arasındaki bu iki boyutlu bayan figürünün yüzü ve saçları şematik olarak siyah kıvrımlı çizgilerle ifade edilmiştir. Bu siyah

kıvrımlı çizgiler, ürünün adını oluşturan el yazısı ile biçimsel bir benzerlik göstermektedir.

Ön yüzde yer alan yazıların tümü siyahtır. Bunların arasında en dikkat çekici olanı en büyük olarak en üstte yer alan ürün adıdır. Ürün adının bir miktar altında yine siyah ancak yalın bir yazı karakteri ile ürünü tanımlayan ‘bubble bath’ kelime grubu yer almaktadır. Bu grup farklılığı ve konumuyla okunma hiyerarşisinde ikinci sıradadır. Yine el yazısı ile yazılmış olan ürün çeşidi küvetten taşan beyaz köpükler üzerinde yani etiketin ortasında yer almaktadır. Tüm yazılardan hem daha küçük olan hem de etiketin en altında yer alan gramaj bilgileri en son okunan sözel bilgilerdir.

Etiketin yazılar ve illüstrasyonlar dışında kalan tüm beyaz kısımlar yer yer siyah yer yer mavi beneklerle bezenmiştir. Etiket asimetrik olarak dengelenmiştir. Sol üstte yer alan ürün adını sağ alt şok noktasına yerleştirilmiş siyah süslü ayaklara sahip klasik küvet ve bayan figürü dengelemektedir. Ambalajın siyah dengesi küvet, yazılar ve kapaktan oluşmaktadır. Ön yüzde banyo yapan bayan figürü de amblem ve logo şeklinde kapağın üst yüzünde ve sağ yandaki ekstra etikette yer almaktadır. Beyaz fona sahip olan etiket ön yüzde birlikte iki yan yüzü de kaplamaktadır. Yan yüzlerde dairesel olarak sıralanmış mavi benekler bulunmaktadır. Sağ yan yüzde ekstra bir dikdörtgen etiket kullanılmıştır. Burada da ürünün logo ve amblemi ile birlikte yine el yazısı ile yazılmış ürün sloganı yer almaktadır.

Ön yüzdeki etikete oranla daha kısa olan arka etikette üç çeşit sözel mesaj bulunmaktadır. Bunlardan ilki tüm yüzeyi kaplayan kullanım ile ilgili bilgilerdir. Bu bilgilerin siyah el yazısı ile yazılmış olması ambalajın görsel bütünlüğüne uygundur. Tüm yüzeyi kaplayan bu el yazısı bilgiler, izleyende doku etkisi yaratmakta ve arka yüzü ön yüze kıyasla daha sade hale getirmektedir. İçindekiler ile ilgili bilgileri içeren ikinci sözel mesaj grubu yalın bir yazı karakteri ile ve çok küçük puntolarla yazılmıştır. Siyah yazıların yanında daha az dikkat çeken mavi renkte olan bu bilgiler düşey bir şekilde sol tarafta yer almışlardır. Son olarak üretici firmanın adı ve

amblemi sağ alt köşede dikkat çekici derecede küçük ve biçimsel olarak farklı olarak yer almıştır.

Tasarımcı Lewis MOBERLY(-), 2000 yılında Pol Roger Şampanyaları için yeni bir ambalaj tasarlamıştır. Hem şişe etiketine hem de kutuya hakim olan siyah, beyaz ve altın sarısı renkleri, işleniş biçimleri ile de birleşerek izleyende asalet, kalite ve zenginlik kavramlarını çağrıştırmaktadır. Zaten altın sarısı ve siyahtan oluşan Pol Roger Şampanyalarının amblemi de üzerinde bulunan küçük taçla birlikte bir kraliyet armasını andırmaktadır. Siyah mat şişe üzerine yerleştirilecek iki ayrı etiket grubu bulunmaktadır. Bunlardan ilki bir boyun kemerinin ve madalyonun eşlik ettiği mantar ve telden oluşan kapağı da kaplayan üst etikettir. Diğeri ise şişenin tabanına yakın olarak yerleştirilen, üzerinde asıl bilgilerin yer aldığı dörtgen biçimli ön etikettir.

Altın sarısının sadece ince yatay bir çizgi olarak kullanıldığı ön etiket beyaz bir dikdörtgendir. Üzerinde bulunan sözel bilgilerin tümü siyahtır. Şişenin altın kesim çizgisine denk getirilmiş marka adı çok zarif bir el yazısı ile yazılmıştır. Pol Roger'in baş harfleri olan 'P' ve 'R' harflerinin ve en sonda yer alan küçük 'r' harfinin kuyruklarının uzatılması yazının zarafetini arttırmıştır. Marka adının dışındaki tüm sözel bilgiler için son derece zarif, ince ve serifli bir roman karakteri seçilmiştir. Tüm yazılarda sadece büyük harfler kullanılmış ve harf aralıkları da gevşek boşluklanmıştır. Tüm bunlar yazıların daha zarif gözükmelerini sağlamıştır.

Okunma hiyerarşisinde ilk sırayı marka adı alır. Bunun sebeplerinden ilki tüm tipografik elemanlar arasında en büyük olması; ikincisi en farklı biçime sahip olması; üçüncüsü ise şişenin alt altın kesim çizgisine, etiketin ise tam ortasına yerleştirilmiş olmasıdır. Ürünün türünü belirleyen 'Champagne' yazısı tipografik elemanlar arasında ikinci okunandır. Çünkü büyüklük sıralamasında ikincidir ve marka adının hemen üstünde yer almaktadır. Şampanyanın bir rezerv olduğunu gösteren 'Reserve' yazısı markanın sağ altında yer alırken; 'Extra Cuvée De Reserve' ise rezervin türünü belirlemekte ve büyüklük sırasında da dördüncü sırada yer almaktadır. Altın

sarısı ince çizgi ile iki kısma ayrılan etiketin üzerinde birinci derecede öneme sahip bu bilgiler yer alırken; altında ise üretim adresi ve litre bilgileri çok daha küçük puntolarda yer almaktadır.



Şekil 63:
Pol Roger için Ambalaj
Lewis Moberly, 2000
(Fishel, 2005; 194)

Üst etiket olarak adlandırılan kısım ise kapağı kaplayarak başlayan ve tam olarak şişenin boynunun bittiği yerde yer alan kemer ve arma ile sonlanan kısımdır. Şişenin üst altın kesim çizgisinde yer alan kemer ve arma ön etiketin aksine son derece gösterişli ve süslüdür; sadece altın sarısı ve siyahtan oluşmuştur. Armada iç içe geçmiş P ve R harflerinden oluşmuş amblem; kemerde de farklı bir karakterle yazılmış logo bulunmaktadır. Kemerin üstünde kalan ve kapağı da içine alan kısım

tamamen beyazdır ve logo doksan derecelik bir açıyla burada da siyah olarak tekrarlanmıştır. Şampanya dışında başka ürünleri de bulunan Pol Roger markasının logosu için düşey vurgulu, ‘P’ ve ‘R’ harflerinin üst kısımları açık olan yalın ve şık bir karakter seçilmiştir.

Şampanyanın karton kutusu ve cam şişesi aynı tasarımın parçalarıdır. Bu yüzden aralarında bütünlük oluşturacak biçimsel benzerlikler bulunmalıdır. Siyah – beyaz kontrastının etkileyici ve yüksek kaliteyi çağrıştıran özeliğinden yararlanan tasarımcı siyah şişenin kutusundaki baskın tonu beyaz olarak belirlemiştir. El yazısı ile yazılmış ürün adı kutunun tam ortasında yer alırken; firmanın amblemine ait süslü arma üst altın Kesim çizgisinde yer almıştır. Ürünü tanımlayan özellikler tıpkı ön etiketteki şekil ve ilişkiler içinde kutunun ön yüzündedirler. Şişeden farklı olarak kutuda zarafeti bozmamak için kemer ve logo kullanılmamış; ‘Reserve’ yazısı da simetrik dengeyi destekleyecek şekilde ortalanmıştır.

Zenginliğin, kalitenin ve asaletin simgesi durumundaki amblem kutunun ön yüzünde tek başına kalmıştır. Hem bu problemi ortadan kaldırmak hem de sadeliği bozmadan bu imajı kutunun tüm yüzeylerine taşımak için tasarımcı Moberly, klasik Yunan tapınaklarında kullanılan frizleri çağrıştıran bir kemer tasarlamıştır. Bu zarif ve ince kemer simetrik olarak kutunun üst ve alt kenarında çepeçevre kullanmıştır. Litre ve adres bilgileri de küçük puntolarla yazılarak tabandan geçen kemerin üzerine merkezi olarak hizalanarak yerleştirilmiştir.

Pol Roger Şampanya şişesinde bütünlüğü bozacak, genel konseptin dışında kalan hiçbir eleman ve ilişki bulunmamaktadır. Aynı tavır kutu için de geçerlidir. Tasarlanacak birden fazla elemanı bulunan ürünlerde görsel elemanlar aynı biçim ve ilişkiler içinde kullanılmalıdır. Bu grafik tasarımda bütünlük sağlamanın tek yoludur.

BÖLÜM IV

SONUÇ VE ÖNERİLER

Eğitim

Eğitimin amacı, bireylerde öğrenme ya da öğretme yoluyla kalıcı davranış değişiklikleri meydana getirmektir. ‘Eğitim’ kelimesi Latince’de arttırmak, yükseltmek, geliştirmek anlamına gelen ‘educare’den gelmektedir. (<http://en.wikipedia.org/wiki/Education#Terminology>)

Anne karnındaki dokuz ay on günlük gelişim evresini tamamlayan bebek doğumunun ardından hala fiziksel ve zihinsel olarak bakıma muhtaçtır. Anne, bebeğin fiziksel ve ruhsal ihtiyaçlarına cevap vermekle yükümlüdür ve yapısı gereği bunları gerçekleştirme isteği duymaktadır. Bebeğin etrafındaki uyaranlara tepki vererek gelişecek olan görme ve işitme gibi fiziksel özellikleri de bulunmaktadır. Dünyaya geldiğinde net olmayan görme ve işitme yeteneği gelişecek, etrafından gelen seslere ve gördüğü nesnelere tepki verecektir. Ortalama bir yaşındayken artan ihtiyaçlarının karşılanması için etrafındaki bireylerle iletişim kurmak isteyecek ve bunun için konuşmayı öğrenecektir. Özgürlüğünü elde etmek için ise yürüyecektir.

Aile, doğumun ardından başlayan bu ilk eğitim döneminin doğal olarak ilk öğretmeni olmuştur. Konuşmak, yürümek, kendi başına yemek yiyebilmek gibi temel bilgi ve beceriler bu dönemde edinilmiştir. Hayat boyu sürecek olan yaygın eğitimin ilk aşaması aile ve yakın çevrede gerçekleşmiştir.

Büyüme dönemindeki bireyin en önemli özelliği, ancak gereken fiziksel gelişimin ardından belli seviyedeki bilgileri edinebilmesi ve becerileri geliştirebilmesidir. Sağlıklı bir birey ancak yedi yaşında, okuma-yazma, toplama-çıkarma, günler, saatler, mevsimler gibi yaşam kalitesini arttıracak bilgi ve becerileri edinebilecek fiziksel donanımına sahip olur. İnsan haklarının bir gereği olarak yedi yaşına gelmiş tüm bireyler örgün eğitime başlarlar. Örgün eğitim, okul

adı verilen kurumlarda, dallarında uzman kişiler tarafından, öğretim metot ve teknolojileri kullanılarak gerçekleştirilmektedir. Örgün eğitimin içerik ve programları yine insan gelişimi ve eğitim konularında uzman kişiler tarafından belirlenmektedir.

Çağdaş ülkelerde zorunlu olan ve sekiz yıl süren ‘ilk öğretim’ örgün eğitimin ilk kısmıdır. İlk öğretim programları tüm okullarda aynıdır. İlk öğretimi daha gelişmiş, çok yönlü bilgi ve becerileri içeren, dört yıl süren ‘orta öğretim’ takip etmektedir. Orta öğretimde farklı alanlarda öğrenci yetiştiren okullar bulunmaktadır. Bunlar bireye bir meslek edindirme amaçlı olarak belli teknik bilgi ve becerileri geliştiren meslek liseleri, güzel sanatlar alanında eğitim veren güzel sanatlar liseleri ve bireyi üniversite hayatına hazırlayan normal liselerdir. Normal liselerde sadece yabancı diller, matematik, fen bilimleri, türkçe, sosyal bilgiler gibi alanlarda eğitim verilmektedir. Örgün eğitimin son basamağı ise ‘yüksek öğrenim’dir. Yüksek öğrenim kurumları, bireyleri seçtikleri alanlarda teknik eleman yapan iki yıllık meslek yüksek okulları, alanlarında uzman ve meslek sahibi yapan dört yıllık üniversitelerden oluşmaktadır. Üniversitelerde ayrıca uzmanlık derecelerini arttırmak isteyen bireyler için de seçtikleri bir konuda araştırma yapabilecekleri iki yıllık yüksek lisans ve üç yıllık doktora programları bulunmaktadır.

Örgün eğitimin yanı sıra bireyin yaygın eğitimi de kesintisiz sürmektedir ve birey varolduğu sürece de sürecektir. Yaygın eğitim kitle iletişim araçları, sinemalar, tiyatrolar, halk eğitim dernekleri ve kurslar aracılığıyla gerçekleşmektedir.

Tüm örgün eğitim veren kurumların, başarılı olmaları için yerine getirmeleri gereken koşullar bulunmaktadır. Bunlardan ilki ve tüm kurumlar için temel olanı, eğitim için gereken sağlıklı fiziksel koşulların sağlanmasıdır. Öğrenmenin sağlıklı bir şekilde gerçekleşebilmesi için aşırı soğuk, aşırı sıcak, aşırı gürültü engellenmeli; öğrenci sayısı dersin içeriğine göre belirlenmelidir. Tüm öğrencilerin öğretmen ile sağlıklı bir göz teması kurması ve öğretmeni duyabilmesi; yani öğretmen ile iletişim

kurabilmesi diğer bir önemli koşuldur. Öğrenciler kurumda buldukları süre içerisinde tüm fiziksel ihtiyaçlarını da sorunsuz şekilde karşılayabilmelidir.

Sağlıklı fiziksel koşulların sağlanması ardından dersin içeriğine uygun teknolojik araç ve gerecin tedarik edilmesi; bu araç ve gerecin bireylerin kullanımına sunulması eğitimin kalitesini arttırmaktadır. Eğitimi tekdüzelikten kurtarmak, öğrencinin ilgisini canlı tutmak ve eğitimin kalitesini yükseltmek için mümkün olan eğitim teknolojilerinin avantajlarından yararlanılmalıdır. Hangi ders ve yaş gurubu için hangi teknolojilerin daha uygun olduğu uzmanlar tarafından belirlenmeli; bu teknolojiler öğretmen ya da öğrencinin kullanımına uygun olmalı, düzenli bakım ve temizliği yapılmalıdır.

Orta öğretim ve yüksek öğretim kurumlarının bölüm dersleri ve ders içerikleri belirlenirken öğrencinin kazanımları, o alandaki son gelişmeler göz önüne alınmalıdır. Ardıllık, ders programları hazırlanırken dikkat edilmesi gereken diğer bir özelliktir.

Kurumların yanı sıra eğitimi gerçekleştirecek olan öğretmen ve öğrencinin de sağlaması gereken bir takım koşullar bulunmaktadır. Bunlardan en önemlisi, her iki tarafın da ders saatinde derslikte hazır bulunmasıdır. İkinci koşul öğretmen ve öğrencinin, öğretme ve öğrenmeye istekli olmasıdır. Öğrencinin isteksiz olduğu durumlarda ise öğretmen güdüleme yöntemlerinden yararlanır.

Sanat Eğitimi ve Grafik Tasarım

Performans sanatları olarak adlandırılan müzik, dans ve tiyatro; görsel sanatlar olarak adlandırılan resim, heykel, grafik sanatlar ve mimari; yaratıcı yazarlık; medya sanatları; sanat eleştirisi ve estetik eğitimi sanat eğitiminin dallarıdır. Bir ömür boyu süren sanat eğitimi 20.yy'da eğitimin demokratikleşmesine kadar usta-çırak ilişkisi içinde gerçekleşmiştir. Günümüzde sanat eğitimi halk enstitüleri, müzeler, okullar, yerel sanat ve eğlence merkezleri gibi resmi ve gayri resmi kurumlar tarafından yürütülmektedir.

Türkiye'de grafik tasarım eğitimi veren kurumlar, Anadolu Güzel Sanatlar Liseleri, Meslek Liseleri, Meslek Yüksekokulları, Güzel Sanatlar Fakülteleri ve Eğitim Fakülteleridir. Bu okulların ve Resnick (Resnick,2003), Heller (Heller,2001; Heller,2003) ve Hickman'ın (Hickman,2004) çalışmalarında aktardığı ders program ve içerikleri incelendiğinde şöyle bir tablo ile karşılaşılır:

Günümüz görsel sanatlar eğitimi, temel tasarım eğitimi olarak adlandırılan bir yıllık bir süreçle başlamaktadır. Bu süreçte sanat eğitiminin hedeflerinden biri öğrenciyi kullanacağı ekipmanla tanıştırmak diğeri ise öğrencilerin tasarım elemanlarını tanımaları ve bu elemanları tasarım ilkelerine göre düzenleyebilme becerisini edinmeleridir. Sanat eğitimi yapısı gereği bir “yaparak öğrenme” eğitimidir. Tasarım elemanlarının her birinin özellik ve olanaklarını tanıtmak amacıyla öğrencilere uygulamalı egzersizler verilir; öğrenciden bu elemanları tasarım ilkelerine göre düzenlemesi istenir. Öğrenci kağıt, maket kartonu, çizim kalemleri, boyalar gibi gereçlerle, fırça, cetvel, bıçak gibi araçların nasıl kullanılacağını öğrenmekte; tasarım eleman ve ilkeleri ile tanışmaktadır. Sanat ve tasarım eğitimi sürecinde öğrencilerin yeteneklerini ortaya çıkarmak ve yaratıcı güçlerini geliştirmenin yanı sıra öğrencinin malzemenin ve kendisinin sınırlarını tanımasını sağlamak ve becerilerini geliştirmek hedeflenmektedir.

Temel tasarımın ardından gelen dönemde grafik tasarım ana sanat stüdyosu eğitim sürecinin sonuna kadar devam eder. Bu süre boyunca stüdyo dersine grafik tasarım tarihi, desen, fotoğraf, illüstrasyon, görsel iletişim, görsel algılama, grafik teknolojisi ve tipografi gibi bir grafik tasarımcının bilmesi gereken konular eşlik etmektedir.

Grafik tasarım stüdyosunda öğrenci tüm grafik tasarım ürünlerini en az bir kere, grafik tasarım eleman ve ilkelerini kullanarak tasarlamaktadır. En basitinden en karmaşığına tüm grafik tasarım ürünleri ayrı ayrı projeler olarak programda yer almaktadır. Günümüzde çağdaş dünyanın gereklerine uygun olarak tüm projeler, bilgisayar ortamında grafik tasarım için özel olarak üretilmiş programlarla hazırlanır. Bu nedenle öğrencinin bu programları başarıyla kullanabilmesi için dersler bilgisayar destekli olarak yürütülmekte, ya da bu özel programları kullanma becerisi ana sanat stüdyosu derslerinin kapsamında yer almaktadır.

Bir grafik tasarım ürünü izleyicisine mesajını iletebildiğı ölçüde başarılıdır. İnsan gözü etrafında gördüğü şeyleri bir bütün olarak algılamaktadır. Grafik tasarımcısının izleyici ile sağlıklı bir iletişim kurması ve mesajını başarı ile iletebilmesi için tasarımında görsel bütünlük oluşturması gerekmektedir. Çünkü izleyici bir mesajda daima bütünlük aramakta; aksi halde tasarıma olan ilgisini kaybetmektedir. Gestalt Psikologlarının yaptığı görme ve görsel algılama ile ilgili çalışmaların sonucunda oluşturulan gestalt teorisine göre bütün, sadece o nesneyi oluşturan parçaların toplamı olarak tanımlanamaz. Bu durumda parçaların tek başlarına sahip oldukları özelliklerin bütüne olan katkıları önem kazanmaktadır.

Bütünlüğü sağlama açısından illüstrasyon, fotoğraf ve tipografi kurallarının çok iyi bilinmesi, tasarımcının bu alanlardaki hakimiyetini artırır. Bu ustalığa diğer bir katkı da grafik tasarım eleman ve ilkelerini bilmekten gelir. Ancak bunlardan daha büyük bir öneme sahip olan şey ise geleceğın grafik tasarımcısının dikkatini görseller ve tipografi arasındaki ilişkinin kalitesine çekmektir. Tipografik elemanların sadece sözel mesajlar ileten yazılar olmadığı, tıpkı görseller gibi aynı

zamanda kendilerine özgü biçimlere, renklere, büyüklük ve konumlara sahip olan görsel elemanlar oldukları öğrenciye kavratılmaktadır.

Tasarımda kullanılan görsellerle tipografik elemanların uyumu, doğruluğu ve uygunluğu ürünün izleyenle başarılı bir iletişim kurmasını sağlamaktadır. Grafik tasarım eğitimi sürecinde görseller ve tipografi alanında ayrı ayrı detaylı bilgiler verilmekte ve uygulamalar yapılmaktadır. Ancak bu iki elemanın bir arada kullanıldığı grafik tasarım stüdyosu ürünlerinde öğrencinin dikkatini bu hassas dengeye çekmek stüdyo öğretmenin elindedir.

Grafik tasarımda sözel mesajların izleyiciye ulaştırılmasını tipografik elemanlar sağlamaktadır. Harf, rakam, noktalama işaretleri, kelime ve metinlerden oluşan bu elemanlar okunan yazılar olmalarının yanı sıra birer biçimdir. Tipografik elemanların çalışma alanındaki konum, renk, büyüklük ve biçimleri görsel elemanlar dikkate alınarak belirlenmekte böylece grafik tasarımda görsel bütünlük oluşturulmaktadır. Bu yüzden grafik tasarım eğitiminde öğrenciye kazandırılması hedeflenen becerilerden en önemlisi, grafik tasarımın iki temel elemanı olan tipografi ile görseller arasında ilişki kurabilme, onları görsel bir bütünün birlikte hareket eden parçaları olarak görebilme becerisidir.

SONUÇ

Bir iletişim tasarımı dalı olan grafik tasarım, okunan ve izlenen iki boyutlu görüntüleri tasarlamak suretiyle bir mesaj iletmekte veya bir ürün ya da hizmeti tanıtmaktadır. İletişim tasarımı ise ortak noktası görsel, işitsel ve sözel iletişim olan alanları kapsamaktadır. Grafik tasarımcının mesajını izleyiciye ulaştırabilmesi için izleyici ile sağlıklı bir görsel ve sözel iletişim kurması gerekmektedir.

Bir grafik tasarımcısının izleyici ile sağlıklı bir iletişim kurması ve mesajını başarı ile iletilebilmesi için tasarımında görsel bütünlük oluşturması gerekmektedir. Grafik tasarımda görsel bütünlük oluşturmak için ise tasarımcı, görsel bütünlük kavramının ne olduğunu ve nasıl oluşturulacağını bilmelidir. İzleyici bir mesajda daima bütünlük aramakta; aksi halde tasarıma olan ilgisini kaybetmektedir. Grafik tasarımda görsel bütünlük, tüm tasarım elemanlarının birbirleriyle benzer özelliklere sahip olması ile yaratılan tamamlanmışlık hissi sayesinde sağlanmaktadır.

Grafik tasarımda görsel bütünlük oluşturmak için grafik tasarımcısı görsel algılamanın doğasını bilmeli, grafik tasarım eleman ve ilkelerini tanımalıdır. Görsel algılama, bireyin etrafında var olan nesnelere görme yetisi aracılığıyla fark etmesi, algılamasıdır. İnsan fizyolojisi ve nesnelere özellikleri ile doğrudan ilişkili olan görsel algılama iç ve dış etkenlerden; iletişimin kalitesinden, içerik ve geçmiş kişisel deneyimlerden etkilenmektedir.

Format, görseller ve tipografi grafik tasarımın üç temel elemanıdır. Bu elemanlar görsel bir bütün oluşturacak şekilde bir arada kullanılmalıdır. Format, biçimi, ölçüsü ve genel şekli tasarlanan ürünün özellikleri tarafından belirlenen kompozisyon alanı; tasarım yüzeyi anlamına gelmektedir. Grafik tasarımcı, tasarladığı ürün türüne uygun olan formatı belirleyebilecek bilgiye sahip olmalıdır.

Grafik tasarımda görsel bilgiler fotoğraf ve illüstrasyonlar aracılığıyla sözel bilgiler ise yazılar aracılığıyla izleyiciye aktarılmaktadır. Tipografi, sözel bilgilerin farklı yazı karakterleri, büyüklük, satır uzunluğu ve boşluklama değerleri ile oluşturulması sanatı ve tekniğidir. Sözel bilgileri izleyiciye ulaştırmakla yükümlü olan bu tipografik elemanların her biri aynı zamanda kendilerine özgü birer görsel biçimdir. Bu biçimler ile diğer elemanlar arasında sağlanacak olan görsel bütünlüğün temelinde ise grafik tasarım ilkeleri bulunmaktadır. Tasarımın görsel dilini oluşturan artistik elemanlar olan nokta, çizgi, ton, doku, renk, biçim-karşı biçim, oylum ve boşluk; çeşitlilik, hiyerarşi, oran ve ölçü, denge, bütünlük, ritim ve tekrardan oluşan prensipler dikkate alınarak bir araya getirilmektedir.

Grafik tasarım eğitimi sürecinde tasarımcı adayı grafik tasarım stüdyo dersinin yanı sıra temel tasarım, grafik tasarım tarihi, çizim, fotoğraf, illüstrasyon, görsel iletişim, görsel algılama, baskı teknikleri ve tipografi gibi alanlarda eğitim görmektedir. Grafik tasarım eğitimi sürecinde görseller ve tipografi alanında ayrı ayrı detaylı bilgiler verilmekte ve uygulamalar yapılmaktadır. Ancak bu iki elemanın bir arada kullanıldığı grafik tasarım stüdyosu ürünlerinde öğrencinin dikkatini bu hassas dengeye çekmek stüdyo yönetmeninin elindedir.

ÖNERİLER

- 1- Yapılan alan-yazın taramasında bir grafik tasarım ürününün başarısının, hedef kitlesine mesajını iletebilmesinin ya da bir ürün veya hizmeti tanıtabilmesinin, o tasarımın sahip olduğu görsel bütünlüğüyle ilişkili olduğu görülmüştür. Grafik tasarım eğitimi sürecinde görsel bütünlük kavramı ve uygulamalarına yer verilmesi grafik tasarım öğrencilerinin başarısını etkilemektedir. Grafik tasarım eğitimi süreci bu bakış açısından ele alınarak tekrar düzenlemelidir.
- 2- Tipografi ve görseller grafik tasarımın temel elemanlarıdır. Tipografik elemanların sözel bilgiler ileten yazılar olmaları tasarım öğrencisinin bu elemanlara gereken özeni göstermemesine sebep olmamalıdır. Tipografik elemanlar da tıpkı görsel elemanlar gibi biçim, konum, büyüklük, renk gibi görsel değişkenlere sahiptir ve tasarımcının elinde şekillenerek görsel bütünde görev alırlar. Yazı ve tipografi dersleri grafik tasarım ana sanat stüdyosundan ayrı olarak işlenmektedir. Bunun sebebi yazı ve tipografinin bilgi, beceri ve ustalık gerektiren estetik ve teknik alanlar olmalarıdır. Tasarım aşamasında ise hem görseller hem de tipografi biraraya getirilerek görsel bütünlük oluşturulur. Bu konunun grafik tasarım anasanat stüdyolarında ağırlıklı olarak vurgulanması yararlıdır.
- 3- Bir grafik tasarım ürününde görsel bütünlük oluşturabilme becerisi, tasarım eleman ve ilkelerinin öğrenilmesine bağlıdır. Grafik tasarım eğitimi sürecinde tasarım eleman ve ilkeleri yer almalıdır. Eğer planlanmış süreçte bu iki önemli bölüm bulunmuyorsa, süreç tekrar düzenlemelidir.
- 4- Tipografi ve görsellerin ölçüleri arasında grafik tasarım ilkeleri doğrultusunda oransal ilişkiler kurmak grafik tasarımda görsel bütünlük oluşturabilmenin koşullarındandır.
- 5- Tipografi ve görseller arasında kurulan denge, görsel bütünlüğe katkıda bulunur. Denge, tasarımda görsel bütünlük sağlamak için vazgeçilmezdir.
- 6- Tasarım yüzeyinde bulunan tüm grafik elemanlar arasında hiyerarşik bir düzen bulunmalıdır. Tipografik elemanların da biçim, büyüklük, renk ve

konumları ile ilgili kararlar alınırken tasarımın hiyerarşisi göz önüne alınmalıdır.

- 7- Tasarımda dikkat çekmesi istenen eleman konum, biçim, büyüklük, renk gibi özelliklerinde yapılan değişiklikler aracılığıyla vurgulanabilir. İster görsel ister tipografik eleman olsun tüm diğer elemanlar vurgulananın eşsizliğini desteklemelidir. Aksi takdirde tasarımda birden fazla eleman vurgulanır ve görsel bütünlük bozulur.
- 8- Yapılan örnek taramasında doğru ve yerinde oluşturulan ritmin görsel bütünlük oluşumunu olumlu yönde etkilediği görülmüştür. Grafik tasarımda görsel bütünlük oluşturmada ritme gereken önem verilmelidir.
- 9- Figür ve fonun özellikleri arasında kurulan renk, doku ve büyüklük ilişkileri görsel bütünlük oluşturmada vazgeçilmezdir.
- 10- Birden fazla parçadan oluşan ya da birden fazla sayfası bulunan grafik tasarım ürünlerinde benzer şekillerde kullanılan tasarım elemanları aracılığıyla sağlanan devamlılık ürünün bir bütün olarak algılanmasını sağlamaktadır.
- 11- Başarılı bir grafik tasarım eğitimi öğrencinin dikkatini görseller ve tipografi arasındaki ilişkinin kalitesine çekmelidir. Tipografik elemanların sadece sözel mesajlar ileten yazılar olmadığı, tıpkı görseller gibi aynı zamanda kendilerine özgü biçimlere, renklere, büyüklük ve konumlara sahip olan görsel elemanlar oldukları öğrenciye kavratılmalıdır.

KAYNAKÇA

- ALBERS, J. (1975). Interaction of Color. London: Yale University Press.
- ARNHEIM, R. (1974). Art and Visual Perception. U.S.A.: University of California Press.
- ARNTSON, A.E. (1988). Graphic Design Basics. New York: Harcourt Brace College Publishing.
- ATAR, A. (1995). Başlangıcından Günümüze Taş Baskı. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.
- AVANT, L.L. ve HELSON, H. (1990). Algı Kuramları. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.
- BAINES, P. ve HASLAM, A. (2002). Type & Typography. Hong Kong: Laurence King Publishing.
- BAIRED, R.N. ve TURNBULL, A.T. ve McDONALD, D. (1987). The Graphics of Communication. U.S.A.: The Dryden Press Saunders College Publishing.
- BAUDIN, F.(1989). How Typography Works. London: Lund Humphries Publishers.
- BECER, E. (1997). İletişim ve Grafik Tasarım. Ankara: Dost Kitabevi.
- BEKTAŞ, D. (1992). Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- BERRYMAN, G. (1979). Notes on Graphic Design and Visual Communication. California: W.Kaufmann Inc.
- BIRREN, F. (1978). Color & Human Response. New York: Van Nostrand Reinhold Company.
- BLOOMER, C.M. (1990). Principles of Visual Perception. New York: Design Press.
- BOWERS, J. (1999). Introduction to Two-Dimensional Design: Understanding Form and Function. Canada: John Wiley & Sons.
- BRONOWSKY, J. (1975). İnsanın Yücelişi. İstanbul: Milliyet Yayınları
- CARTER, R. ve DEMAD, J. ve WHEELER,S. (2000). Working with Type Exhibitions 5. Switzerland: Roto Vision SA.

- CLAIR, K. (1999). A Typographic Workbook. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- COLLIER, D. (1990). Collier's Rules for Desktop Design and Typography. England: Addison-Wesley Publishing Company.
- COLLINS COBUILD. (1994). Essential English Dictionary. England: Harper Collins Publishers.
- CONOVER, T.E. (1985). Graphic Communications Today. U.S.A.: West Publishing Company.
- DİNÇOL, A.M. (1982). Anadolu Uygarlıkları. Cilt1, İstanbul: Görsel Yayınlar.
- GANİZ, S. (2004). Yazı ve Tasarımcıları. İstanbul: Kastaş Yayınevi.
- GENÇ, A ve SİPAHİOĞLU, A. (1990). Görsel Algılama. İzmir: Sergi Yayınevi.
- CRAIG, J. and BEVINGTON, W. (1999). Designing with Type. New York: Watson-Guptill Publications.
- CULLEN, C.D. (2001). Promotion Design That Works. Massachusetts: Rockport Publishers.
- ELDRIDGE, K. (2006). 1000 Bags, Tags & Labels. Massachusetts: Rockport Publishers.
- ELLIS, W.D. (1950). Gestalt Psychology. New York: The Humanities Press.
- EVANS, P. ve THOMAS, M. (2004). Exploring the Elements of Design. U.S.A.: Delmar Learning.
- FAULMANN, C. (2005). Yazı Kitabı. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- FIELD, C. ve P. (2005). Graphic Design Now. Köln: Taschen GmbH.
- FISHEL, C. (2005). Design Secrets: Packaging. Massachusetts: Rockport Publishers.
- FUNK & WAGNALLS. (1971). Standard Dictionary. Volume 2, U.S.A.: Funk & Wagnalls Publishing Company.
- GANİZ, S. (2004). Yazı & Tasarımcıları. İstanbul: Kastaş Yayınevi.
- GREEN, C. (2002). Design it Yourself. U.S.A.: Rockport Publishers.
- GOMBRICH, E.H. (1995). Sanatın Öyküsü. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- HALLER, L. (1999). Creative Edge: Type. Ohio: North Light Books.
- HELLER, S. (Ed.). (2003). Teaching Graphic Design. Canada: Allworth Press.

- HELLER, S. (Ed.). (2001). The Education of An E-Designer. Canada: Allworth Press.
- HICKMAN, R. (Ed.). (2004). Art Education. London: Continuum.
- HOLLAND, D.K. (Ed.). (2001). Design Issues: How Graphic Design Informs Society. Canada: Allworth Press.
- İSTEK, R. (2004). Görsel İletişimde Tipografi ve Sayfa Düzeni. İstanbul: Pusula Yayıncılık.)
- İŞİNGÖR, M. ve ETİ, E. ve ASLIER, M. (1986). Temel Sanat Eğitimi. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- ITTEN, J. (1987). Kunst der Farbe. Germany: Ravensburger Buchverlag Otto Meier GmbH.
- JEAN, G. (2004). Yazı İnsanlığın Belleği. İstanbul:Yapı Kredi Yayınları.
- JUTE, A. (1996). Grids: The Structure of Graphic Design. Switzerland: Roto Vision S.A.
- KAROL, E. (Ed.). (2001). Grafist 5 İnadına Afiş. İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi Grafik Tasarım Bölümü.
- KAYE, J.R. (2002). Design Basics: Ideas and Inspiration for Working with Layout, Type, and Color in Graphic Design. U.S.A.: Rockport Publishing.
- KOREN, L. ve MECKLER, R.W. (1989). Graphic Design Cookbook. San Francisco: Chronicle Books.
- KÖHLER, W. (1992). Gestalt Psychology. New York: Liveright.
- LANDA, R. (1996). Graphic Design Solutions. U.S.A.: Delmar Publishers.
- LIDWELL, W. ve HOLDEN, K. ve BUTLER, J. (2003). Universal Principles of Design. China: Rockport Publishers, Inc.
- LYNTON, N. (1991). Modern Sanatın Öyküsü. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- LONGMAN. (1991). Active Study Dictionary of English. England: Longman Group.
- LOXLEY, S. (2006). Type: The Secret History of Letters. New York: I.B.Tauris&Co.Ltd
- MEGGS, P.B. (1998). A History of Graphic Design. Kanada: John Wiley & Sons.
- MEGGS, P.B. (1992). Type & Image. Canada: John Wiley & Sons, Inc.

- NOBLE, I. ve BESTLEY, R. (2001). Experimental Layout. U.K.: RotoVision SA.
- ODABAŞI, H.A. (1996). Grafikte Temel Tasarım. İstanbul: Cem Ofset ve Matbaacılık.
- PARRAMON, J.M. (2003). Resimde Renk ve Uygulanışı. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- PETERSON, B.L. (1996). Using Design Basics to get Creative Results. Ohio: North Light Books.
- PISCHEL, G. (1983). Sanat Tarihi Ansiklopedisi. 2.Basım, Cilt 1, İstanbul: Görsel Yayınlar.
- RESNICK, E. (2003). Design for Communication: Conceptual Graphic Design Basics. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- SARIKAVAK, N.K. (2004). Çağdaş Tipografinin Temelleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- SIMON, O. (1963). Introduction to Typography. London: Faber and Faber.
- SÖZEN, M. ve TANYELİ, U. (1992). Sanat Kavram ve Terimleri. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- TUNALI, İ. (1989). Felsefenin Işığında Modern Resim. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- UÇAR, T.F. (2004). Görsel İletişim ve Grafik Tasarım. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- WOZENCROFT, J. (2001). The Graphic Language of Neville Brody. Italy: Thames & Hudson.

İNTERNET KAYNAKÇASI

http://content.answers.com/main/content/wp/en-commons/thumb/b/bf/250px-Making_Paper.gif (30 Kasım 2006)

<http://dictionary.cambridge.org/define.asp?key=23337&dict=CALD>
(30 Kasım 2006)

<http://dictionary.cambridge.org/define.asp?key=48722&dict=CALD>
(30 Kasım 2006)

<http://dictionary.cambridge.org/define.asp?key=57566&dict=CALD>
(30 Kasım 2006)

<http://dictionary.cambridge.org/results.asp?searchword=whole> (30 Kasım 2006)

http://encarta.msn.com/text_761557788__1/Paper.html (30 Kasım 2006)

http://en.wikipedia.org/wiki/Art_nouveau (30 Kasım 2006)

<http://en.wikipedia.org/wiki/Education#Terminology> (30 Kasım 2006)

<http://en.wikipedia.org/wiki/Garamond> (30 Kasım 2006)

http://en.wikipedia.org/wiki/Gestalt_psychology (30 Kasım 2006)

http://en.wikipedia.org/wiki/Giambattista_Bodoni (30 Kasım 2006)

http://en.wikipedia.org/wiki/Golden_section (30 Kasım 2006)

http://en.wikipedia.org/wiki/Graphic_design (30 Kasım 2006)

http://en.wikipedia.org/wiki/Herbert_E._Ives (30 Kasım 2006)

<http://en.wikipedia.org/wiki/Image:PhaistosDiskLarge.jpg> (30 Kasım 2006)

http://en.wikipedia.org/wiki/John_Baskerville (30 Kasım 2006)

<http://en.wikipedia.org/wiki/Modernism> (30 Kasım 2006)

http://en.wikipedia.org/wiki/Offset_lithography (30 Kasım 2006)

http://en.wikipedia.org/wiki/Phaistos_Disk (30 Kasım 2006)

http://en.wikipedia.org/wiki/Pierre_Simon_Fournier (30 Kasım 2006)

http://en.wikipedia.org/wiki/Printing_press (30 Kasım 2006)

<http://en.wikipedia.org/wiki/Rococo> (30 Kasım 2006)

http://en.wikipedia.org/wiki/Visual_perception (30 Kasım 2006)

<http://en.wikipedia.org/wiki/Whole> (30 Kasım 2006)

http://en.wikipedia.org/wiki/William_Caslon (30 Kasım 2006)

http://en.wikipedia.org/wiki/William_morris (30 Kasım 2006)

<http://inventors.about.com/library/inventors/bltypewriter.htm> (30 Kasım 2006)

<http://maryourmother.net/Alphabet.jpeg> (30 Kasım 2006)

<http://special.lib.gla.ac.uk/teach/privatepress/kelmscott.html> (30 Kasım 2006)

http://web.mit.edu/~jsylee/www/photo/inscriptions/britishmuseum_cuneiform.jpg
(30 Kasım 2006)

<http://www.aboutdarwin.com> (30 Kasım 2006)

[http://www.abc-embroidery-designs.com/images/Alphabets_Designs/Victorian
Glamour_index.gif](http://www.abc-embroidery-designs.com/images/Alphabets_Designs/Victorian_Glamour_index.gif) (30 Kasım 2006)

<http://www.artsmia.org/modernism/Dintro.html> (30 Kasım 2006)

<http://www.colorsystem.com/projekte/engl/17chee.htm> (30 Kasım 2006)

<http://www.daleguild.com/Caslon471.jpg> (30 Kasım 2006)

<http://www.fonty.pl/img/alphabet.jpg> (30 Kasım 2006)

<http://www.history.ac.uk/ihr/Focus/Victorians/index.html> (30 Kasım 2006)

<http://www.humbert-online.de/pic/egy015.jpg> (30 Kasım 2006)

<http://www.iep.utm.edu/f/freud.htm> (30 Kasım 2006)

http://www.ipaper.com/PDF/PDFs_for_Papers/History%20of%20Lithography.pdf.
(30 Kasım 2006)

<http://www.kba-print.de/de/unternehmen2/geschichte.html> (30 Kasım 2006)

<http://www.roman-empire.net/children/index.html> (30 Kasım 2006)

<http://www.tdk.gov.tr> (30 Kasım 2006)

http://www.woodnshop.com/craft_images/Garamond%20UC.jpg (30 Kasım 2006)

<http://www.xs4all.nl/~knops/timetabc4.html> (30 Kasım 2006)