



T.C. ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Sevim Selamet

**GRAFİK TASARIM ÖĞESİ OLARAK
TİPOGRAFİ**

Yüksek Lisans Tezi

Danışman
Y. Doç. T. Fikret Uçar

**Anadolu Üniversitesi
Merkez Kütüphane**

Eskişehir
Mart, 1995

ÖNSÖZ

Uygarlığımız harfler ve rakamlar üzerine kurulmuştur. Semantik anlam taşımayan bu temel işaretler konuşma seslerinin ve aritmetik çoklukların yerlerini alırlar. Bu basit simgeler insanların felsefeler, bilimler, edebiyatlar inşa etmesine, güçlükle elde edilen bu bilgilerin biriktirilip saklanmasına dolayısıyla zamanı ve mekanı aşmasına olanak verirler.

Uygarlığımızın temelini oluşturan, bilim ve sanatların oluşup gelişmesine, nesilden nesile aktarılmasına olanak sağlayan bu küçük işaretler, bilim ve sanatın kesiştiği noktada tipografiyi oluştururlar. Tipografi bir yönüyle, sonuçları araştırma ve testlerle ispatlanmış kurallar koyan bir bilimdir. Diğer taraftan, görsel düzenleme içerisinde aldığı yer, bulunduğu konum, ölçüsü, ağırlığı, rengi, stili ve diğer tasarım elemanlarıyla olan ilişkisiyle de bir sanattır.

Amacım, tipografi ve tipografinin grafik tasarım ögesi olarak kullanımı konusunda bizden sonra gelenlerin faydalanabileceği bir başvuru kaynağı oluşturmaktır. Beni tipografi konusuna yönlendiren değerli hocam Y. Doç. Niyazi Gündüz'e, tezimin hazırlık ve oluşum aşamalarında her konuda fikir ve desteğinden faydalandığım tez danışmanım Sayın Y. Doç. T. Fikret Uçar'a teşekkür ederim.

Dileğim, bu çalışma tipografinin 't'si olsun. Bu araştırma yeni araştırmaları başlatsın ve harfler, kelimeleri, cümleleri, paragrafları, sütunları, sayfaları oluşturmak üzere birleşsinler, tipografi üzerine bir kitap yazılsın.

Sevim Selamet

ÖZET

"Grafik tasarım ögesi olarak tipografi" isimli bu araştırma beş ana bölümden oluşmaktadır.

Konuya giriş niteliğindeki birinci bölümde tipografi kısaca tanımlandı ve grafik tasarım açısından önemine değinildi. Tipografinin tarihsel gelişimini konu alan ikinci bölüm yazının doğuşuyla başlayıp konuyu günümüze kadar getiriyor. Bugün anladığımız anlamdaki tipografiyle ilgili gelişmeler yirminci yüzyıl içerisinde yoğunluk kazandığından bu dönemdeki gelişmeler daha kapsamlı bir biçimde ele alındı. Aynı işin içerisinde yer alan insanların birbirleriyle anlaşıp en iyi ürünü ortaya koyabilmeleri için öncelikle aynı dili konuşuyor olmaları gerekir. Tipografinin temel terimlerini konu alan üçüncü bölüm bu yüzden önem taşıyor. Harfin anatomisi, yazı türleri, yazı aileleri, yazı serileri, fontlar ve yazının ölçülendirilmesi bu bölümde yer alan konular. Dördüncü bölüm tipografinin grafik tasarımında kullanımını konu alan, sonuçları testler ve deneylerle ispatlanmış kuralları içeren on öneri üzerine kuruldu. Bu bölümde değinilen önerilere yer yer karşı fikirler de dile getirildi. Bölümü oluşturan öneriler özellikle tipografi ve grafik tasarımıyla yeni tanışan öğrencilerin sık sık yaptığı hataları önleyebilecek nitelikte. Bu yüzden ilk bakışta basitmiş gibi görünen bu öneriler daha da geliştirilip tipografi temel eğitiminde mutlaka yer alması gereken konular. Beşinci bölümde tipografi grafik tasarımın diğer yarısı olan imajla karşılaşıyor. Bu bölümde yazı ve imajın birlikte kullanılacağı her olasılık örneklerle ele alındı. Sözcüklerin çağrışım yaratan gücü ve görsel-sözsöz sinerji yine bu bölümde işlendi.

Araştırma konusunun "Grafik Tasarım Ögesi Olarak Tipografi" olması sebebiyle çalışma baştan sona ele alınan konuları örnekleyen görüntülerle zenginleştirildi.

SUMMARY

This Research, called "Typography as Graphic Design Element" consists of five main chapters.

In the first chapter, the introduction to the subject, typography was defined briefly and its importance in graphic design was mentioned. The second chapter which is about historical development of typography explains the development starting from the first appearance of written materials till today. The developments in 20th century were more intensely dealt with, because in this century developments were more considerable. The people working at the same jobs should speak the same language in order to communicate effectively therefore to produce the best product. Thus the third chapter that is about the terminology of typography is an important chapter. Anatomy of letter, typeface categories, families of type, series of types, fonts and measurement of type are the subject of this chapter. The fourth chapter is based on ten proposals that cover the use of typography in graphic design and the rules whose results are proven by tests and experiments. In this chapter, the opposite ideas were also mentioned. The proposals in this chapter are useful in avoiding the difficulties the students who are new to typography and graphic design can face. Therefore, these proposals that seem easy at first consideration should be included in typography education after some improvements. In the fifth chapter, typography and image, another important part in graphic design, were mentioned together. In this chapter, every possibility where we can use type and image together was considered. The power of words in terms of association and visual-verbal synergy were again mentioned.

The research was enriched with visual examples of the subject, for the research subject is "Typography as Graphic Design Element".

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖNZÖZ	I
ÖZET	IV
SUMMARY.....	V
ŞEKİLLER LİSTESİ	IX
GİRİŞ	XIV

BİRİNCİ BÖLÜM

TİPOGRAFİNİN TANIMI VE GRAFİK TASARIM AÇISINDAN ÖNEMİ

1. Grafik Tasarım	1
2. Tipografinin Tanımı ve Tipografik Roller	3
3. Tipografik Rezonans	7

İKİNCİ BÖLÜM

TİPOGRAFİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

1. Yazının Doğuşu ve İlk Alfabeler	15
2. Latin Alfabesinin Baskının Bulunuşuna Kadar Olan Gelişimi	17
3. Baskı Yazıların Gelişimi	21
4. 19. Yüzyıl Sonu ve 20. Yüzyılda Tipografi	24

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TEMEL TERİMLER

1. Bazı Temel Terimler	48
2. Yazı Karakterleri	53
2.1. Kitap Yazısı ya da Gotik Yazı (Text or Black Letter)	55
2.2. Roman	57
2.3. Serifsizler (Sans Serif)	60
2.4. Köşeli Serifliler (Square Serif)	61
2.5. El Yazısı Benzeri ve İşlek Yazılar	63
2.6. Çok Yönlü ya da Yeni Yazılar	65
2.7. Yazı Aileleri	65
2.8. Yazı Serileri	67
2.9. Fontlar	69
3. Yazının Ölçülendirilmesi	70

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

YARATICI TİPOGRAFİ

1. Doğru Yazı Stilinin Kullanımı	79
2. Yazının Uygun Ölçüde Dizilmesi	84
✱ 3. Espasların Düzenlenmesi	88
4. Sayfa Kenar Boşlukları	92
5. Uygun Yazı Ölçüsünün Seçimi	96
6. Yazı Stillerinin Karıştırılması	98
7. Tamamı Büyük Harfle Oluşturulan Satırlar	101
8. Sıkıcı Olmamak	102
9. Garip Düzenlemelerden Kaçınmak	105
10. Metnin Kontrol Edilmesi	108

BEŞİNCİ BÖLÜM

YAZI VE İMAJIN BİLEŞİMİ

1. Yazı ve İmajın Etkileşimi	109
2. Yazı ve İmajın Beraber Kullanılması	114
3. İmajlar İçerisinde Sözcükler	125
4. Yazı ve İmajın Birleşip Bütünleşmesi	128
4.1. Harf Olarak İmaj	128
4.2. İmaj Olarak Harf	129
4.3. İmaj Olarak Kelime	130
4.4. İmaj Olarak Metin	133
5. Çevresel Görüntü Olarak Yazı	134
6. Nesnel Yazı ve İmaj	136
6.1. Harf Artı İmaj	136
6.2. Kelime Artı İmaj	138
7. Görsel Sözsəl Sinerji	138
8. Yalnızca Yazı ya da İmaj	144
 SONUÇ VE ÖNERİLER	
KAYNAKÇA	

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa
ŞEKİL 1.1 1530 yıllarına ait el ilanı	5
ŞEKİL 1.2 'Vegetables' kitabından bir sayfa, Kit Hinrichs	6
ŞEKİL 1.3 Yazı karakteri seçimine örnek	8
ŞEKİL 1.4 Yazı karakteri seçimine örnek	8
ŞEKİL 1.5 Yazı karakteri seçimine örnek	9
ŞEKİL 1.6 Yazı karakteri seçimine örnek	9
ŞEKİL 1.7 Yazı karakteri seçimine örnek	9
ŞEKİL 1.8 Yazı karakteri seçimine örnek	9
ŞEKİL 1.9 'The Truth about Energy' broşürünün kapağı, Tom Giesmar	11
ŞEKİL 1.10 Revolution Gazetesi	12
ŞEKİL 1.11 Burlington Sanayii yıllık kapağı, George Tscherny	11
ŞEKİL 1.12 Chiasso Mağazasının logotype'ı, Jeff Barnes	13
ŞEKİL 1.13 'Private Secretary' isimli televizyon komedisinin başlığı, Bob Gill	13
ŞEKİL 1.14 ENKA Leke çıkarıcı için billboard tasarımı	14
ŞEKİL 2.1 Roma Kapital Yazısı.....	18
ŞEKİL 2.2 Kapitalis Kuadrata.....	19
ŞEKİL 2.3 Kapitalis Rustika.....	19
ŞEKİL 2.4 Unsial.....	19
ŞEKİL 2.5 Yarı Unsial.....	19
ŞEKİL 2.6 Karl Devri Miniskülü.....	20
ŞEKİL 2.7 Tekstura.....	21
ŞEKİL 2.8 Golden harf karakteri, William Morris	25
ŞEKİL 2.9 Golden, Troy ve Chaucer harf karkterleri, William Morris	25
ŞEKİL 2.10 Eine dentsche Schrift (Bir Alman Yazısı) giriş sayfası, Rudolf Koch ..	25
ŞEKİL 2.11 Neuland harf tasarımı, Rudolf Koch	25
ŞEKİL 2.12 The Inland Printer dergisi kapak tasarımı, Will Bradley	26
ŞEKİL 2.13 The Inland Printer dergisi kapak tasarımı, Will Bradley	26
ŞEKİL 2.14 Jugend dergisi sayfa tasarımı, Peter Behrens	26
ŞEKİL 2.15 Jugend dergisi kapak tasarımları	26
ŞEKİL 2.16 The Insel dergisi için afiş, Emil Rudolf Weiss	26
ŞEKİL 2.17 Lacerba dergisi birinci sayfa tasarımı, Giovanni Papini	27
ŞEKİL 2.18 'Fütürist Özgürlüğe Doğru Sözcükler'den bir sayfa, Filippo Marinetti ..	27

ŞEKİL 2.19	Typogramlar, Ardengo Soffici	27
ŞEKİL 2.20	'Bir Zar Atışı' şiir kitabından sayfa tasarımı	28
ŞEKİL 2.21	'Kaligramlar' şiir kitabından bir sayfa	28
ŞEKİL 2.22	Dada Akşamı için afiş, Marcel Janco	29
ŞEKİL 2.23	Michel Tiyatrosu için afiş, İlya Zdanevitch	29
ŞEKİL 2.24	Mayakovsky'nin 'For the Voice' kitabının kapağı, El Lissitzky	30
ŞEKİL 2.25	Mayakovsky'nin 'For the Voice' kitabından sayfalar, El Lissitzky	30
ŞEKİL 2.26	De Stijl etkisindeki harf tasarımı örneği, Theo van Doesburg	31
ŞEKİL 2.27	De Stijl Dergisi kapak tasarımı, Theo van Doesburg	31
ŞEKİL 2.28	Pneumatik afiş, Laszlo Moholy-Nagy.....	32
ŞEKİL 2.29	İlk Bauhaus kitabı birinci sayfa, Laszlo Moholy-Nagy	32
ŞEKİL 2.30	Universal alfabe harf tasarımı, Herbert Bayer	33
ŞEKİL 2.31	Mimarlık konulu konferans için afiş, Herbert Bayer	33
ŞEKİL 2.32	Sergi afiş, Jan Tschichold.....	34
ŞEKİL 2.33	Film afiş, Jan Tschichold.....	34
ŞEKİL 2.34	Railway Type harf karakteri, Edward Johnston	34
ŞEKİL 2.35	Gill Sans harf karakteri, Eric Gill.....	34
ŞEKİL 2.36	Futura harf karakteri, Paul Renner	34
ŞEKİL 2.37	Platino harf karakteri, Herman Zapf	35
ŞEKİL 2.38	Melior harf karakteri, Herman Zapf	35
ŞEKİL 2.39	Optima harf karakteri, Herman Zapf	35
ŞEKİL 2.40	Times New Roman harf karakteri, Stanley Morrison	35
ŞEKİL 2.41	N.V. Trio Basımevi dizgi broşüründen bir sayfa, Piet Zwart	37
ŞEKİL 2.42	Yer döşemesi üreten Laga firması için basın ilanı, Piet Zwart	36
ŞEKİL 2.43	Trio basımevi için dizgi kitabı giriş sayfası, Piet Zwart	38
ŞEKİL 2.44	NKF kablo örnekleri kataloğundan, Piet Zwart	37
ŞEKİL 2.45	NKF kablo fabrikası için basın ilanı, Piet Zwart	36
ŞEKİL 2.46	Tipografik Kompozisyon, Hendrik Werkman	38
ŞEKİL 2.47	Bir kitap ceket, Paul Schuitema.....	37
ŞEKİL 2.48	Bernad Shaw'un kitabı için tasarım, Ladislav Sutnar	37
ŞEKİL 2.49	Çek kültür dergisi Zijeme kapak tasarımı, Ladislav Sutnar	37
ŞEKİL 2.50	İsviçre kış turizmi için afiş, Herbert Matter	37
ŞEKİL 2.51	'Experimenta typografica'dan bir sayfa, Willem Sandberg	45
ŞEKİL 2.52	'Experimenta typografica'dan bir sayfa, Willem Sandberg	45
ŞEKİL 2.53	Uluslararası büro sergisi için afiş, Theo Ballmer	40
ŞEKİL 2.54	Norm konusunu işleyen gezici bir sergi için afiş, Theo Ballmer	40
ŞEKİL 2.55	Sergi afiş, Max Bill	40
ŞEKİL 2.56	Univers serisinin uyumunu gösteren örnek, Adrian Frutiger	41
ŞEKİL 2.57	Helvetica harf karakteri, Edouard Hoffman, Max Miedinger	41
ŞEKİL 2.58	Woman's Day Dergisi için dergi ilanı, Gene Federico	42

ŞEKİL 2.59	Supermarket News dergisini için broşür kapağı, Seymour Chwast ...	42
ŞEKİL 2.60	Öksürük önleyici bir ilacın basın ilanı, Herb Lubalin	42
ŞEKİL 2.61	Dimension (Boyut) logotype, Herb Lubalin	43
ŞEKİL 2.62	Sanders Basımevi için promasyon çalışması, Herb Lubalin	43
ŞEKİL 2.63	Saturday Evening Post Dergisi kapak çalışması, Herb Lubalin	43
ŞEKİL 2.64	Families Dergisi logotype ve kapak çalışması, Herb Lubalin	43
ŞEKİL 2.65	Bir dergi için logo tasarımı, Herb Lubalin	43
ŞEKİL 2.66	Bir kitap kapağından ayrıntı, Herb Lubalin	45
ŞEKİL 2.67	Avant Garde Dergisi kapak tasarımı, Herb Lubalin	45
ŞEKİL 2.68	Avant Garde Dergisi kapak tasarımı, Herb Lubalin	45
ŞEKİL 2.69	Avant Garde Dergisi kapak tasarımı, Herb Lubalin	45
ŞEKİL 2.70	'Savaş hayır' afiş yarışması duyuru ilanı, Herb Lubalin	45
ŞEKİL 2.71	U&Ic Dergisi kapak tasarımı, Herb Lubalin	46
ŞEKİL 2.72	U&Ic Dergisi karşılıklı sayfa tasarımı, Herb Lubalin	45
ŞEKİL 2.73	E. Lutz & Grubu için basın ilanı, Rosemarie Tissi	47
ŞEKİL 2.74	Union kuruluşunun yeni ürünü için basın ilanı, Siegfried Odermatt	47
ŞEKİL 3.1	Modern ve eski stil Roman	51
ŞEKİL 3.2	Serif türleri.....	51
ŞEKİL 3.3	x-yüksekliğini gösteren örnek.....	52
ŞEKİL 3.4	Ascender ve descenderler.....	52
ŞEKİL 3.5	Klasik ve modern stil Roman.....	54
ŞEKİL 3.6	Text or Black Letter yazı türü örneği.....	56
ŞEKİL 3.7	Roman yazı türü örneği.....	57
ŞEKİL 3.8	Latin alfabesi ve Mısır hiyerogliflerini karşılaştıran şema	58
ŞEKİL 3.9	Eski stil, geçiş dönemi ve modern stil Roman	59
ŞEKİL 3.10	Eski stil Roman'ın anatomik özellikleri	59
ŞEKİL 3.11	Sans Serif yazı türüne örnek.....	60
ŞEKİL 3.12	Square Serif yazı türüne örnek.....	61
ŞEKİL 3.13	Script or Cursive yazı türüne örnekler.....	63
ŞEKİL 3.14	Script or Cursive yazı türüne örnekler	64
ŞEKİL 3.15	Miscellaneous or Novelty yazı türüne örnekler	65
ŞEKİL 3.16	Garamond Ailesi.....	67
ŞEKİL 3.17	Univers Serisi.....	68
ŞEKİL 3.18	Temel bir fontta bulunan karakterler	69
ŞEKİL 3.19	48 puntoluk EM ve EN.....	72
ŞEKİL 3.20	Aynı punto ölçüsünde farklı x-yüksekliğine sahip harfler	73
ŞEKİL 4.1	Gotik katedralleri anlatan dergi makalesi	75
ŞEKİL 4.2	Uygun harf karakteri seçimine örnek	76
ŞEKİL 4.3	Text or Black Letter türünde logotype kullanan gazetelerden örnekler ..	81
ŞEKİL 4.4	Roman yazı türüne örnekler	80

ŞEKİL 4.5	Harpers Bazaar Dersisi kapağı	81
ŞEKİL 4.6	Sans Serif yazı türüne örnekler	82
ŞEKİL 4.7	Square Serif yazı türüne örnekler	82
ŞEKİL 4.8	Scripts or Cursives yazı türüne örnekler	82
ŞEKİL 4.9	Miscellaneous or Novelty yazı türüne örnekler	83
ŞEKİL 4.10	Metinler için kullanılabilecek yazı türlerine örnekler	84
ŞEKİL 4.11	Uygun satır genişliğine ilişkin örnek	85
ŞEKİL 4.12	İdeal satır uzunluğunu gösteren örnek	86
ŞEKİL 4.13	Minimum ve maksimum satır uzunluğunu gösteren örnek	86
ŞEKİL 4.14	Emigre Dergisinden sayfa tasarımı	87
ŞEKİL 4.15	Kelime aralarındaki uygun espasları gösteren örnek	89
ŞEKİL 4.16	Metinlerde satırlar arasındaki espası gösteren örnek	91
ŞEKİL 4.17	Display yazılarda satır arası espasları gösteren örnek	91
ŞEKİL 4.18	Sayfa kenarı boşluklarına örnek	93
ŞEKİL 4.19	Sayfa kenarı boşluklarının bir bordürle beraber kullanılması	94
ŞEKİL 4.20	Kitap sayfalarında kullanılan sayfa kenarı boşlukları	94
ŞEKİL 4.21	Eros Dergisinden karşılıklı sayfa tasarımı, Herb Lubalin	95
ŞEKİL 4.22	Eros Dergisinden karşılıklı sayfa tasarımı, Herb Lubalin	95
ŞEKİL 4.23	Metinlerde kullanılabilecek uygun yazı ölçüsüne örnek	97
ŞEKİL 4.24	Yazı stillerinin karıştırılmasına örnek	99
ŞEKİL 4.25	Yazı stillerinin karıştırılmasına örnek	100
ŞEKİL 4.26	Tamamı majiskülle oluşturulan satırların kötü kullanımına örnek	102
ŞEKİL 4.27	U&Ic Dergisi kapak ve iç sayfalar, Randall Smith	105
ŞEKİL 4.28	U&Ic Dergisi kapak ve iç sayfalar, Woody Prittle	105
ŞEKİL 4.29	Dergi sayfası tasarımı	105
ŞEKİL 4.30	Emigre Dergisi karşılıklı sayfa tasarımı, Rudy Vanderlang	105
ŞEKİL 4.31	Sayfa tasarımları, Alan Urban	106
ŞEKİL 4.32	Video Jukebox Network Inc. yıllık raporundan sayfa, Alan Urban	106
ŞEKİL 4.33	Video Jukebox Network Inc. yıllık raporundan sayfa, Alan Urban	106
ŞEKİL 4.34	Hughes Supply Inc. yıllık rapor kapak ve sayfalar, Alan Urban	106
ŞEKİL 5.1	'Başarı ve Başarısızlık' isimli konferans için afiş, Michael Bierut	111
ŞEKİL 5.2	Yıllık kapağı tasarımı, Bob Gill	112
ŞEKİL 5.3	'The Perfect War' adlı kitabın cilt kapaklı versiyonu, Andy Carpenter	113
ŞEKİL 5.4	'The Perfect War' adlı kitabın karton kapaklı versiyonu, Adriane Stark	113
ŞEKİL 5.5	'Our Movement Problems' kitapçığının kapağı, Frank Armstrong	115
ŞEKİL 5.6	'The Studio'dan alınan illüstrasyonlar	116
ŞEKİL 5.7	Kitap sergisi için afiş tasarımı, William Longhauser	117
ŞEKİL 5.8	Giacometti, Dietmar Winkler	118
ŞEKİL 5.9	'The Collected Plays of Brecht, Volume 5'in kapak tasarımı	119
ŞEKİL 5.10	'Mademoiselle' dergisi kapak tasarımı, Bradbury Thompson	120

ŞEKİL 5.11	G. Washington'un Passamaquodiam yerlilerine mesajı, Dugald Stermer ..	121
ŞEKİL 5.12	Legname/Bergmann film şirketinin logosu, Craig Frazier	122
ŞEKİL 5.13	Stravinsky albüm kapağı, Richard Mentel	123
ŞEKİL 5.14	'Ms.' Dergisi kapak tasarımı, Bea Feitler	124
ŞEKİL 5.15	Colombia yayın şirketi için reklam, Lou Dorfman	127
ŞEKİL 5.16	'Street Inspirations' isimli illüstrasyon, James McMullan	126
ŞEKİL 5.17	Bir öykü için hazırlanan sayfa düzenlemesi	128
ŞEKİL 5.18	Nieman-Marcus mağazası için direct mail, Sibley/Petco Tasarım	132
ŞEKİL 5.19	'Eastside Tennis Club' için logotype, Diana Graham	129
ŞEKİL 5.20	Knapp Ayakkabıları için amblem tasarımı, Tom Geismar	129
ŞEKİL 5.21	Blackdoor Art Galery için logotype tasarımı, Diana Graham	130
ŞEKİL 5.22	George J. Ball Inc.'in logosu, Ivan Chermayeff	130
ŞEKİL 5.23	'Chicago' rock grubu için plak albümü tasarımı, John Berg	132
ŞEKİL 5.24	'Chicago' rock grubu için plak albümü tasarımı, John Berg	132
ŞEKİL 5.25	'Chicago' rock grubu için plak albümü tasarımı, John Berg	132
ŞEKİL 5.26	'Chicago' rock grubu için plak albümü tasarımı, John Berg	132
ŞEKİL 5.27	'Chicago' rock grubu için plak albümü tasarımı, John Berg	132
ŞEKİL 5.28	'Chicago' rock grubu için plak albümü tasarımı, John Berg	132
ŞEKİL 5.29	'Chicago' rock grubu için plak albümü tasarımı, John Berg	132
ŞEKİL 5.30	'Chicago' rock grubu için plak albümü tasarımı, John Berg	132
ŞEKİL 5.31	'Chicago' rock grubu için plak albümü tasarımı, John Berg	132
ŞEKİL 5.32	Fransız gazetesi 'Le Charivari' için kapak tasarımı	133
ŞEKİL 5.33	'India Basin Industrial Park' için işaret, Michael Manwaring	134
ŞEKİL 5.34	İç mimarlara yönelik seminer afişi, Michael Bierut	135
ŞEKİL 5.35	Charles Ives plak ceketi, Virginia Team ve Nick Fasciano	137
ŞEKİL 5.36	AAAI'nın yıllık konferansı için afiş tasarımı, Craig Frazier	137
ŞEKİL 5.37	Bir sigorta şirketi için bilgilendirici sayfa tasarımı, Siegfried Odermatt .	139
ŞEKİL 5.38	Bir sigorta şirketi için bilgilendirici sayfa tasarımı, Siegfried Odermatt .	139
ŞEKİL 5.39	Bir sigorta şirketi için bilgilendirici sayfa tasarımı, Siegfried Odermatt .	139
ŞEKİL 5.40	Bir sigorta şirketi için bilgilendirici sayfa tasarımı, Siegfried Odermatt .	139
ŞEKİL 5.41	Bir sigorta şirketi için bilgilendirici sayfa tasarımı, Siegfried Odermatt .	139
ŞEKİL 5.42	Bir sigorta şirketi için bilgilendirici sayfa tasarımı, Siegfried Odermatt .	139
ŞEKİL 5.43	Volkswagen için basın ilanı.....	140
ŞEKİL 5.44	Alkollü araç kullanmanın tehlikeleri üzerine bir afiş	141
ŞEKİL 5.45	Sergi afişi, Jann Church.....	142
ŞEKİL 5.46	Kitap ceketi tasarımı, Lou Dorfman	143
ŞEKİL 5.47	Gazete reklamı, Herb Lubalin.....	144

GİRİŞ

Yazı ve imaj grafik tasarımın temel bileşenleridir. Grafik tasarım içerisinde imajı yaratma ve doğru kullanmaya yönelik az sayıda da olsa kaynak bulunmasına rağmen tipografi ve tipografinin bir grafik tasarım ögesi olarak kullanımı konusunda yeterli kaynağın bulunmaması bu konuda araştırma yapılmasını gerekli kılıyordu.

Tipografi sadece tipo baskı tekniğiyle ilgili bir konu mudur? Tipografinin grafik tasarımında yeri ve önemi nedir? Hedef kitleye ulaştırılmak istenen mesajda kullanılacak yazı karakteri için, mevcut bulunan 7.000 civarındaki yazı karakterinden hangisi seçilmelidir? Yazılar neye göre sınıflandırılır? Hangi yazı türü hangi imajı taşır? Kullanılacak yazının ölçüsü ve ağırlığı ne olmalıdır? Harf, kelime ve satır arası espaslar neye göre belirlenir? Optimum satır uzunluğunu belirleyen bir yöntem var mıdır? İletişimin birbirinden tamamen farklı iki sistemi olan dil işaretleri ve resimli görüntüler tasarımın bütünü içerisinde nasıl kaynaştırılabilir? Yazı imajı ne şekilde etkiler? Hangi yazının okunabilirliği daha yüksektir? Metinler için en uygun yazı ölçüsü nedir? Metinler hangi şekilde bloklanmalıdır? İnsiyaller sadece süs müdür ve bunlar kullanılırken nelere dikkat edilmelidir? Sayfa kenarı boşluklarının bir fonksiyonu var mıdır? Yazı türleri karıştırılırken dikkat edilmesi gereken noktalar nelerdir? Bütün bunlar bu çalışmada cevap aranan sorulardı.

"Grafik tasarım ögesi olarak tipografi" nin bir tez konusu olarak yeterince spesifik olmayıp geniş bir alanı kaplaması eleştirilebilir. Tipografinin grafik tasarımın spesifik bir alanında ele alınabilmesi için önce tipografinin tanımının, temel terimlerinin ve grafik tasarım ögesi olarak kullanımının hiç değilse ana hatlarıyla

ortaya konması gerekiyordu. Tipografinin grafik tasarımın temel bileşenlerinden birini oluşturuyor olması konunun önemini ortaya koyuyor.

Türkçe karşılığı olmayan, henüz tanımlanmamış tipografik terimleri çevirme zorluğu araştırmam sırasında yaşanan en büyük güçlüklerdendi. Söz konusu terimler bazen İngilizce olarak, bazen de Türkçe karşılığının yanında parantez içerisinde İngilizce karşılığı da verilerek kullanılmaya özen gösterildi. Bunun bir sebebidе aynı terimlerin, farklı kişilerin yaptığı çevirilerde farklı karşılıklarla kullanılması sonucu ortaya çıkan karışıklıklara yenilerini eklememektir.

Bu çalışmada tipografinin alışlagelmiş karşılığı olan tipo baskı tekniği, özellikle içerik dışı bırakıldı. Günümüzde yerini bilgisayar dizgisi ve ofset baskı tekniğine bırakan tipo baskının, tipografi başlığı altında ele alınması konuya tarihsel bir yaklaşım olurdu. Bu araştırmadaki yaklaşım tipografiyi alışlagelmiş anlamından kurtarmak ve grafik tasarımın diğer dallarından kopuk, ayrı bir parçaymış gibi algılanan tipografiyi, doğrudan doğruya grafik tasarım içerisinde ele almak yönünde oldu.

BİRİNCİ BÖLÜM

TİPOGRAFİNİN TANIMI VE GRAFİK TASARIM AÇISINDAN ÖNEMİ

1. Grafik Tasarım

Grafik tasarımı karma bir disiplindir. İşaretler, semboller, sözcük ve resimleri içeren değişik öğeler mesajın bütünü içerisinde birleşip bütünleşmişlerdir. Tasarımı oluşturan bütün bu grafik öğelerin iletişimsel bir işaret ve görsel bir form olmak üzere çift yönlü bir yapıları vardır. Cümle sonuna konan küçük bir noktadan renkli bir fotoğrafa, seçilen yazı karakterinin ağırlığından ölçüsüne kadar grafik tasarımda kullanılan her öğe, bir taraftan görsel bir düzenleme oluştururken diğer yandan bir iletişim mesajını biçimlendirir.

Tasarımcının görevi, sözcükler, imajlar ve diğer grafik elemanlarını bir araya getirerek görsel bir iletişim gestalt'ı kurmaktır. Sonuçta oluşturulan bütün kendisini meydana getiren parçaların toplamından farklı niteliklere sahip bir yapı ya da konfigürasyondur.

Grafik tasarım yönteminin kavramsal niteliği tasarımcının işi hakkında bir karışıklık meydana getirir. Philip B. Meggs, Type & Image adlı kitabında sanat yönetimi ve grafik tasarımının yeterince anlaşılamadığını belirterek bu konuda, yaptığı işi büyükannesine açıklamaya çalışan bir tasarımcının öyküsünü anlatıyor. Öykü oldukça ilginç ve tasarımcının yaptığı işin anlaşılması bakımından aydınlatıcıdır. Tasarımcı büyükannesine yeni bir projeyi gösterir ve "Bana ne iş yaptığımı soruyordun büyükanne, ben bir grafik tasarımcısıyım ve bunu ben tasarladım" der.

Büyükanne tasarım üzerindeki fotoğrafı işaret ederek sorar: "Bu resmi sen mi çizdin?"

"Hayır büyükanne, o bir fotoğraf. Onu ben çizmedim ama ben planladım, fotoğrafçıyı seçtim, modellerin seçimine yardımcı oldum, fotoğraf çekimi süresince sanat yönetmenliği yaptım, kullanılacak kareyi ve kullanılacak alanı belirledim".

"Peki, burada anlatılan şeyi sen mi yazdın?"

Tasarımcı "hayır" diye yanıtlar, "fakat ben konsepti geliştirmek için metin yazarıyla brainstorm yaptım".

"O, anlıyorum, sonra sen şu büyük sözcükleri yaptın?" der büyükanne başlığı göstererek.

"Hayır, metin yazarının sözcükleri makinada dizidi fakat kullanılacak harf ölçüsü ve stilini ben belirledim" diye yanıtlar tasarımcı.

"Peki, şu aşağıda köşedeki küçük resmi sen mi çizdin?"

"Hayır, fakat illüstratörü ben seçtim, ona ne çizilmesi gerektiğini ben anlattım, illüstrasyonun nereye koyulacağına ve hangi büyüklükte olacağına ben karar verdim".

"O, peki, şu küçük şeyi, ne diyorsunuz ona 'marka', sen mi çizdin?"

"O, hayır. Onu müşteri için görsel kimlik programlarında uzmanlaşmış bir tasarım firması hazırladı."

Torununun yaptığı işin gerçekte ne olduğu ve bütün bu insanların işleri üzerinde hak iddia etmenin neden ona itibar kazandırdığı konusunda büyükannenin biraz kafası karıştı(Meggs, 1989, s. 5).

Yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren grafik tasarımında dünyanın merkezini Avrupa'dan kendisine doğru çeken Amerika'da, büyükanne torun arasında geçmiş olsa bile böyle bir öykünün anlatılması ülkemiz açısından

umut verici. Ülkemizde de okulunu bitirdikten sonra ne olacağını çevresindekilere bir türlü anlatamamanın sıkıntısını yaşayan grafik bölümü öğrencilerinin sayısı az değil.

2. Tipografinin Tanımı ve Tipografik Roller

Grafik tasarımda durum böyleyken, harfleri, rakamları, yazıları ve bunların stil, ölçü, ağırlık ve düzenlemeleriyle ilgili konuları kapsayan grafik tasarımın bir alt dalı olarak tanımlanabilecek tipografi için durum nedir? Bu konuda yapılacak basit bir ansiklopedik tarama sonucunda pek çok ansiklopedik kaynakta 'tipografi' maddesinin olmadığını, bazılarında ise tipografinin tip baskı ile eş anlamlı olarak alındığını görürüz.

Alışlagelmiş anlamda tipografi kelimesi, mürekkep alabilen ve basılabilen yükseltilmiş harf formları ile dizilmiş metal yazıların kullanımı yoluyla baskı yazıların oluşturulmasının teknik yöntemidir. Günümüzde bazı yerlerde ya da küçük basımevlerinde bu yöntemi kullanan tip baskı tekniği hala uygulanıyor olmakla birlikte, artık ofset baskı, fotodizgi ve bilgisayarla dizgi teknikleri hurufat döküm ve dizgi işlemlerinin yerini almıştır.

Yaşadığımız elektronik çağında tipografi, alfabetik ve rakamsal bilgi iletimi ve alışverişini, baskı, video, iletişim, bilgisayar görüntüsü ve elektronik işaretleri kapsayacak geniş bir çerçeve içerisinde kullanılır.

Ludwig Mies van der Rohe, "Tanrı ayrıntılardadır" demişti. Aynı şey, mesaj ve form, oran ve ölçünün sanatı olan tipografi için de geçerlidir. Tipografi ölçü ve alanın karmaşık görsel ilişkilerini içerir. Harfler, cümleleri, paragrafları ve sütunları biçimlendirmek üzere birleşen sözcükler olurlar. İncelikle ayarlanmış alansal ilişkiler okunaklılık açısından önemlidir.

Tasarımcı, tipografik bilgiyi birimlerle tesbit edilmiş roller vererek kurar ve okuyucu tipografiye bu fonksiyonların sezgisel olarak öğrenilmiş anlamları ile yaklaşır. Baskı tarihinin erken zamanlarında oluşmuş bu gelişme ve temel

tipografik roller, yaklaşık 1530 yılına ait, şekildeki (1.1) el ilanında görülebilir. Bu eski el ilanında tipografik birimler şu rolleri üstlenmişlerdir:

Başlık ya da *manşet* (headline or title), bir sayfanın bilgi hiyerarşisi içinde en önemli yazıdır. Dominant ölçü ve pozisyon okuyucuya onun esas bilgi ve makale ya da sayfa için giriş noktası olduğunu çabucak işaret eder. Araştırmalar bir basılı iletişimde başlığı okuyan her on kişiden sadece ikisinin metni okuduğunu gösterir.

İkincil başlık (subtitle), bir başlıktan daha küçük yazı ölçüsü ya da ağırlığı ile ayırdedilir. İkincil başlık, başlığı ya da manşeti açıklayan ve daha ayrıntılı işleyen bilgiyi verir.

Resim başlıkları (caption), imajların tarifleri ya da açıklamalarıdır. İmaja yakınlığı ve yazı ölçüsü onun fonksiyonunu açıkça bildirir. Araştırmalar, resim başlıklarının metinden çok daha fazla okunduğunu göstermiştir ve bu da onların önemini geleneksel rollerinden çok daha büyük kılar.

Metin (text, body copy), genelde basılı sayfa üzerindeki tipografik malzemenin en uzun birimidir ve yazılı iletişimin temel kaynağıdır. Metni okuyan insanlar konu ile ciddi bir şekilde ilgilidir ya da daha fazla bilgi elde etmek için imaj ya da başlık tarafından harekete geçirilmiştir.

Alt başlık (heading), metnin içinde yer alan ve ondan ölçü ve ağırlığının kontrastlığı ile ayırdedilen bir yazı birimidir. Altbaşlıklar metni içerik yoluyla parçalara bölerler. Onlar metnin gri kütlesini kırar, metni okuyucu için daha az ezici bir hale getirerek okuyucu sayısını artırırlar.

İmza, sözkonusu yazıyı yazan ya da basan bir kişi ya da kuruluşu tanımlar. Bizim kültürümüzde okuma işlemi soldan sağa ve üstten aşağıya doğrudur; bu yüzden imza için en mantıklı yerleşim son nokta, yani sağ alt köşedir.

Ein Frag an eynen Müntzer/wahin doch souil Geltz kumme das man alltag müntzet: Antwort des selben Müntzers/Von dreyen Feinden vnnsers Geltz/wa wir nit acht darauff haben/werden wir den Sackel zum Gelt an.



Wann wir hetten rechten glauben
Gott vnd gemainen nutz vor augen

Rechte Ben/darzu maß vnd gewicht
Gut sind vñ auch gleich Recht vñ Ehrliche

Eintzlay Müntz vnd kain falsch Gelt
So stünd es wol in aller welt.

Frag an den Müntzer.

Ich sag lieber künig bistu sein
Waz manst das selb gelt zu sein
Daz selb gelt land groß mangel hat
Vnd ist doch müntzer frö vnd spat
Vnd ist er Silber nicht vil dran
Daz man nütze garn am schmelzen hat
Daz wir yetz künig so hausslich werden
Daz er groß schenke gab in die erden
Vnd ist künig gelt klug all welt seht
Daz wunderlich vnd manchen nicht

Antwort des müntzers

Ich sag lieber künig bistu sein
Daz selb gelt land groß mangel hat
Vnd ist doch müntzer frö vnd spat
Vnd ist er Silber nicht vil dran
Daz man nütze garn am schmelzen hat
Daz wir yetz künig so hausslich werden
Daz er groß schenke gab in die erden
Vnd ist künig gelt klug all welt seht
Daz wunderlich vnd manchen nicht

Der Erste Feind.

Ich sag lieber künig bistu sein
Daz selb gelt land groß mangel hat
Vnd ist doch müntzer frö vnd spat
Vnd ist er Silber nicht vil dran
Daz man nütze garn am schmelzen hat
Daz wir yetz künig so hausslich werden
Daz er groß schenke gab in die erden
Vnd ist künig gelt klug all welt seht
Daz wunderlich vnd manchen nicht

Doch sind in hirsche vil groß Anzehen
Geld im teufel Bischoff vnd Prelaten
Welche alles wist ein groff Sinner
Ich kenne in glauben ist er frummer
So er gelt fordert bey der schreier
Vnd dingt das sunst wol jnnlich wer
Vnd es in alle ombe gelt ist sal
Gnad/Dürden end das erwig hül
Wer mer gibt hat den poffern teil
Er müß je nie Stadthalter sein
Des n eren Gots der milch vnd wein
Dn gold end silber gibt zu aussen
Zailt vns um gnaden pannen lauffen
Beger nicht daruñ dñ dñ bare hertz
Er hat selb tragen vnser schmerz
Sein plüt vnd rede yale vnser schuld
Durch in allem künig Dürden hül
Doch wolt der Bischoff das gelt dran hül
Daz hat jns glantz schenck yederman
Glaub nit/Kien der vns gar auß geyt
Den seidel mit dem gelt entgeen
Bei nu der treme Gots geben dich.
Seins vns vns geben/Allen schen
In welchem doch ganz kluglich las
Waz recht ist in hirsche gut
Nu durch die künig gülden Dore
Sunder schenken den gnaden hont
Künig hat Bischoff den gnadel yetz ein ent
Waz ist der künig selb wer

Der Funder Feind.

Ich sag lieber künig bistu sein
Daz selb gelt land groß mangel hat
Vnd ist doch müntzer frö vnd spat
Vnd ist er Silber nicht vil dran
Daz man nütze garn am schmelzen hat
Daz wir yetz künig so hausslich werden
Daz er groß schenke gab in die erden
Vnd ist künig gelt klug all welt seht
Daz wunderlich vnd manchen nicht

Ich sag lieber künig bistu sein
Daz selb gelt land groß mangel hat
Vnd ist doch müntzer frö vnd spat
Vnd ist er Silber nicht vil dran
Daz man nütze garn am schmelzen hat
Daz wir yetz künig so hausslich werden
Daz er groß schenke gab in die erden
Vnd ist künig gelt klug all welt seht
Daz wunderlich vnd manchen nicht

Der Dritt Feind.

Ich sag lieber künig bistu sein
Daz selb gelt land groß mangel hat
Vnd ist doch müntzer frö vnd spat
Vnd ist er Silber nicht vil dran
Daz man nütze garn am schmelzen hat
Daz wir yetz künig so hausslich werden
Daz er groß schenke gab in die erden
Vnd ist künig gelt klug all welt seht
Daz wunderlich vnd manchen nicht

Tipografi içinde rol dağılımının modern geleneği, art direktörlüğünü Kit Hinrichs'in yaptığı 'Vegetables' kitabının yemek tarifi bölümünde gösterilmiştir (1.2). Yemek tarifi bölümündeki tipografik sistem onbir farklı role sahiptir. Tasarımda, bir bölüm başlığı ve iri harflerle yazılmış hemen hemen bir ikincil başlık vazifesi gören giriş niteliğinde tanıtıcı bir paragraf vardır. Komşu sütunlardan düz bir çizgiyle açıkça ayrılmış her yemek tarifi sütununda, yemek tarifinin başlığı, yemek tarifinin etnik kökenini ve servis sayısını bildiren rakamı içinde bulunduran bir madalyon, servis sayısını belirten küçük bir italik not, bileşenlerin listesi, bir insiyal, talimatlar, dipnotlar ve folio denen sayfa numarası. Ölçü, stil, birimlerin rengi açık bir görsel ayırma yaratmak için Hinrichs tarafından dikkatlice seçilmiştir. Bu elemanların birbirleriyle uyumluluğu, tasarımcının sayfa üzerinde kurduğu düzeni okuyucunun çabucak kavramasını mümkün kılar.

 The traditional role of vegetables in American cooking has been to act as a side dish, an accompaniment to the main course, which invariably has been some type of meat. With a little effort, a side dish can be a star on its own.	BABA GHANNOUJ (Eggplant Dip) Series 8 1 large globe eggplant 1 tablespoon finely chopped onion* 2 tablespoons finely chopped parsley 2 tablespoons lemon juice 3 tablespoons olive oil 3 tablespoons toasted white sesame seeds, finely ground (optional) - salt and black pepper to taste - cayenne pepper for garnish (optional) - sesame seed crackers or Armenian bread Wash and roast the whole eggplant at 400° F. for about 40 minutes, or until soft. ** Cool the eggplant slightly. Peel off the skin and discard. Squeeze out some of the liquid. Mash or blend the eggplant pulp with all other ingredients until mixture is smooth. Spoon onto a shallow dish and garnish with cayenne pepper. Serve cold or at room temperature with sesame seed crackers. *1 to 2 T. onion, finely minced, may be substituted. **For a crispier texture, roast on a rack over a pan in the broiler. This will take less time and will give the dish an interesting charred flavor.	BEETS WITH SOUR CREAM Series 4 6 2 pounds beets, washed and trimmed with 1-inch stems 2 tablespoons minced onion 1/2 cup sour cream 1 1/2 teaspoons prepared horseradish 1/2 teaspoon salt 1/2 teaspoon freshly ground black pepper - snipped chives or chopped walnuts for garnish (optional) Boil the beets in lightly salted water to cover until tender. Young beets will take 30 minutes to 1 hour; older beets will take 1 to 2 hours. Drain and place in cold water to cool. Peel and cut in 1/2-inch-thick slices. Mix together the beets and onion, and place in a serving bowl. Combine the sour cream, horseradish, salt, and pepper, and pour over the vegetables. Garnish with chives.	CHINESE BROCCOLI WITH OYSTER SAUCE Series 4 6 1 1/2 pounds Chinese broccoli (also called Chinese kale, or gai lan) - washed and cut apart 1/2 cup vegetable oil 1/2 teaspoon salt 1 clove garlic, minced 1/2 cup oyster sauce Boil the broccoli in water to cover for 2 minutes, and drain well. Heat the oil very hot in a large skillet or wok, and add the salt and garlic. Stir fry the garlic to a light golden brown. Add the broccoli and oyster sauce, and stir-fry quickly, just long enough to cook and heat through. Serve immediately. *Chopped chives, snipped chives, or sliced green onions may be substituted. Do not use fresh garlic. **Substitute 1/2 cup of oyster sauce and 1/2 cup of soy sauce for oyster sauce.
---	---	--	---

İnsiyaller, metin içerisine yerleştirilmiş büyük puntolu baş harflerdir. Bu harfler metnin başlangıcında, okuyucunun bakışını yakalayıp metnin içine doğru yönlendiren bir odak noktası oluşturdukları için okuyucu sayısını arttırdıkları görülmüştür.

Tipografinin dil iletişimi ve görsel form olarak çift yönlü yapısı eşzamanlı değildir. Okuyucu bir mesaj olarak yazının farkındadır fakat görsel özellikleri bilmezlikten gelir. Bununla beraber görsel özellikler rezonans yaratırlar ve potansiyel okuyucuyu davet edebilir ya da uzaklaştırabilirler (Meggs, 1989, s. 18).

3. Tipografik Rezonans

Müzikten alınmış bir terim olan rezonans, bir ton ya da titreşimin çok ince ustaca ayarlanmış kalitesi anlamına gelir. Tipografik rezonans, yazı karakterlerinin, alfabe işareti olarak fonksiyonlarına ilaveten ellerinde bulundurdukları kültürel, stilistik ve çağrışım meydana getiren özellikleri tarafından yaratılır. Yazı karakterleri bu rezonant özellikleri, tarihsel gelenekleri, tipik kullanımları ve görsel özelliklerini nakleden çağrışımlar yoluyla elde ederler. 1902'de Alman tasarımcı ve mimar Peter Behrens, bir dönemin en karakteristik resmini ve bir dönemin gelişiminin en güçlü bonservisini mimariden sonra tipografinin vereceğine dikkat çekti.

Fotodizginin yaygın olarak kullanıldığı 1960'lardan önce, yeni yazı karakteri tasarımlarının yüksek fiyatlara malolması ve onların pek çok ölçüdeki el dizgisi metal harfler içinde kullanılmaya hazır hale getirilmesi yeni tasarımların tanıtımını yavaşlattı. Yazı karakteri tasarımlarındaki son otuz yıl boyunca yaşanan patlama, fontların fotografik ve dijital dizgi için tanıtımının dikkate değer maliyeti ya da ekipman üreticilerinin, müteşebbis olarak gösterdikleri doğal eğilimle yeni fontların pazarlanması üzerindeki girişimlerinden kaynaklanır. Yazı karakteri tasarımcılarının harf formlarının ifadesi ve rezonansı ile büyülenmesi ve grafik

tasarımcıların yazı karakteri seçimiyle rezonans meydana getirmeye olan ilgileri de güçlü etkenlerdir. Tipografik çeşitlemelerin klasik güzelden, aşırı uçlara kadar günümüzde mevcut bulunan olağanüstü zengin yelpazesi olanakların sınırsız bir alanını temin eder. Bu bolluk iki ucu keskin bir kılıçtır. O, tasarımcılara rezonans ve anlatım yaratmak için özgür fırsatlar sağlar, bununla beraber, uçsuz bucaksız yazı kütüphanesi klasik harf karakterlerinin rafine ve vasat versiyonlarını aynı anda içinde bulundurur. Ve pek çok yeni font düzenden yoksundur ya da orjinal tasarımlar değildir. Bu fontlar çok süslü ve gösterişli biçimlerle ve cafcacılı dokularla ilgi çekmeye çalışırlar. Tipografik bahçede yetişen pek çok zararlı ot olduğu gibi, tipografik mükemmelliğin güçlü kişisel duyumu da gereklidir.

Yazı karakteri formu ve semantik anlam arasındaki ilişki örneklerde (1.3-1.8) gösterilmiştir. Sözcükler onların anlamlarını çağrıştırmaları için seçilen yazı karakterleriyle dizilmiştir.

whisper
SHOUT!

1.3

MUMBLE
STUTTER

1.4

Şekil 1.3'te, harflerin hat ağırlıkları 'wisper' (fısıltı) ve 'shout' (bağırma) kelimelerini vurgulayacak şekilde bir hafiflik ve koyuluk hissi taşırlar. Rezonansın, durumu çavreleyen koşullar ve yanyana bulunma ile yakın bir ilgisi olduğu için, iki yazı karakteri arasındaki kontrastlık, önemli bir rol oynar.

Mırıltı (mumble), düşük tonda, belli belirsiz bir tarzda konuşmayala sözcüklerin tahrif edilmesidir ve insan sesindeki kasıtlı tekrarlar kekemeliktir (stutter). Seslerin taklit edilebilmesi gibi, aynı şey bir kelimenin görsel olarak ortaya çıkışında da uygulanabilir (1.4).

Şekilde (1.5), keskin diagonal köşeler, görsel dikenlerle 'criticize' (tenkit, eleştiri) kelimesini kaplar. 'Praise' (övgü) kelimesi, ağırbaşlı asil ve ölçülü bir tarzda sunulmuştur ve 'flatter' (pohpohlama, dalkavukluk etme, yaltaklanma) kelimesi, görsel bir şeker tabakasıyla süslenip güzelleştirilmiştir.

Şekil 1.6'da 'sweet talk' (tatlı söz) zarif, süslü bir script ile dizilmiştir, 'straight talk' süslemesiz ve gösterişten uzak, orta ağırlıkta bir sans serif yazı ile ve 'double talk' (çeşitli anlamlara gelebilecek lastikli söz) çifte karakteri uzaysal mantığa karşı gelen novelty bir karakterle oluşturulmuştur.

criticize

Sweet Talk

PRAISE

STRAIGHT TALK

FLATTER

DOUBLE TALK

1.5

1.6

Şekil 1.7 daha ince ve ustaca hazırlanmıştır. 'Explain' (açıklama) kelimesi açık, kolay anlaşılır, sans serif bir yazı karakteri olan Helvetica Medium ile dizilmiştir. 'Teach' (öğretme) kelimesi, göze çarpan okunurluğu ve karakter farklılığından dolayı temel kitaplarda yaygın bir şekilde kullanılmakta olan Century Schoolbook yazı karakteri ile dizilmiştir.

explain

Brag

Teach 1.7

Exaggerate 1.8

'Brag' (övünmek, böbürlenmek) kelimesi için eş anlamlar çalım, kurum, caka, süs, gösteriş içerir. Bu özelliklerin hepsi, şekil 1.8'de bu kelime için kullanılan

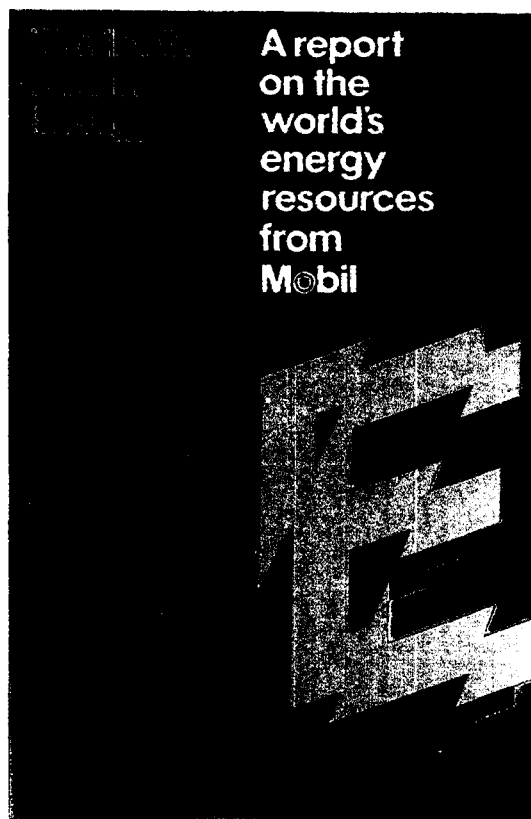
dolgun script tarafından çağrıştırılmıştır. 'Exaggerate' (abartmak, mübalağa etmek, şişirmek) kelimesi, formun bir parçası olmak yerine harflere eklenmiş gibi görünen garip uzantıları ve büyük harfleri olan bir yazı karakteri ile oluşturulmuştur.

Şekil 1.7, şekil 1.8 ile tezat oluşturur. İlk örnek, açıklığı ve okunurluğu pozitif insan davranışlarını diğerlerine doğrudan ileten, eskidenberi kullanılan harf karakterleri ile ve sonraki örnek, aşırılık, süs ve şaşaa iletmek için seçilen garip harf karakterleri ile dizilmişlerdir.

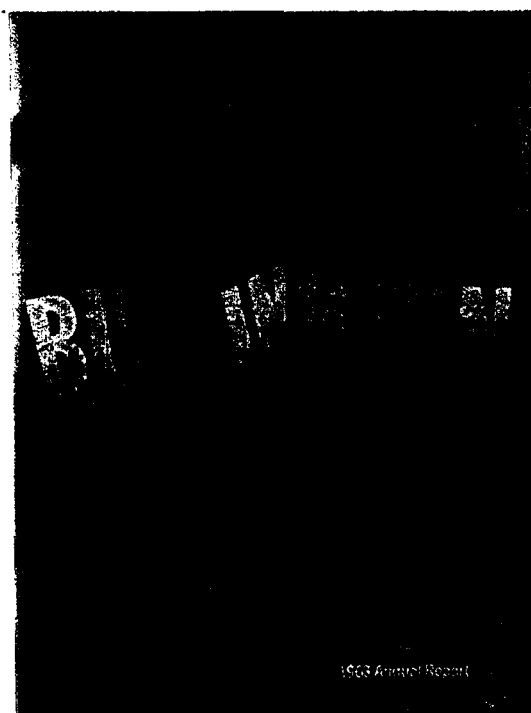
Bir harf, onun çağrışım yaratma gücü tasarımcı tarafından geliştirilip, şiddetlendirilinceye kadar sadece bir şeyi ifade eder: onun sesini. Tom Giesmar, bir majiskül 'E'yi "The Truth about Energy" (Enerji hakkındaki geçekler) kitapçığının kapağında, enerji için bir sembole çevirmiştir (1.9). Bir bold, italik, sans serif harf formu diyagonal olarak kesilmiş ve parçaları yer değiştirmiştir. Bu işleyiş biçmi, yıldırım ve gücü çağrıştıran, kinetik köşeli şekiller yaratır. Üstüste bindirilmiş sıcak renkler -siyah, kahverengi, kırmızı ve sarı-onların kontrastı soğuk mavi zemin ile şiddet kazanır.

Bir sözcüğün anlamı, yaratıcı, iyi planlanmış bir uygulama yoluyla ifade edilebilir. Grafik rezonans bir sözcüğün varolan anlamını sağlamlaştırabilir ya da ticari ünvan olarak kullanılan bir sözcük için ortam yaratabilir. Birinci Dünya Savaşı boyunca yayınlanan Münih resimli gazetesi Revolution (devrim) için hazırlanan logotype, sokak yazılarının güçlü fırça kaligrafisi ile gerçekleştirilmiştir (1.10). Bu saf enerjinin ruhu, Richard Seewald'ın caddede göstericilerin üzerinden ateş eden bir dizi askerin resmedildiği dışavurumcu tahta baskısında da görülüyor.

Tasarımı George Tscherny tarafından yapılan ve John Naso'nun görüntülediği yıllık rapor kapağında kumaş ve dokuma üreten bir firma olan Burlington Sanayi'nin logotype'ı kumaş üzerine dokunduktan sonra fotoğrafla görüntülendi (1.11). Uzayda hareket eden bütün bu doku, renk ve kıvrımlar Burlington kelimesini onun ürünlerine bağlayan göstergeler olurlar.



1.9



1.11

Revolution

Auflage 3000

Zweiwochenschrift

Preis 10 Pfg.

Jahrgang 1913

Verlag: Heinrich f. S. Bachmair

Nummer 1

München

15. Oktober



Richard Seewald: Revolution
(Original-Holzchnitt)

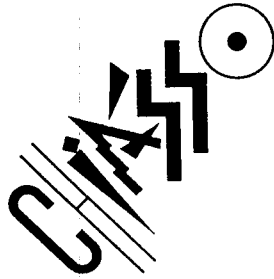
Inhalt:

Richard Seewald: Revolution — Johannes R. Becher: Freiheitlied — Erich Mühsam: Revolution — Hugo Ball: Der Fenster — Leonhard Frank: Der Erotomane und diese Jungfrau — Klabund: Drei Gedichte — Fritz Lenz: Das enblose Sein — emmy henning: Ich bin zu gleicher Zeit — Hans Farber: Georg Büchner — Franz Blei: Über Maurice Barrès — Kurt Hiller: Alfred Kerr — Adam: Die katholischen Gegenfüßler — Leybold: Der Vortragsgreisende Koda Koda — Klabund: Das Herz der Lasker — Bachmair: Die Aufregung in Wien — Notizen.

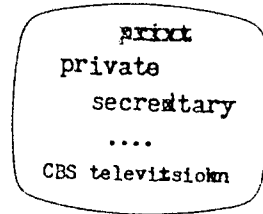
Mitarbeiter:

Adam, Hugo Ball, Johannes R. Becher, Gottfried Benn, Franz Blei, Max Brod, Friedrich Eisenlohr, Engert, Leonhard Frank, John R. v. Gorkleben, emmy henning, Kurt Hiller, Friedrich Markus Hüßner, Philipp Keller, Klabund, Elfe Lasker-Schüller, Iwan Razang, Erich Mühsam, Heinrich Romat, Karl Otten, Sebastian Scharnagl, Richard Seewald und andere.

Yeni bir perakende satış mağazası için yeni bir sözcük olan Chiasso, tasarımcı Jeff Barnes'a çılgınca ve alışılmışın dışında bir alışveriş imkanını iletme ve mağazanın çeşit çeşit ve eşsiz ürünlerini ifade etme fırsatı verdi (1.12). Bu çalışmada her bir harfin yatay ekseni görsel olarak zımni bir çizgi üzerinde merkezlendiği için bütünlük, olağanüstü uyumsuzluğa rağmen oluşturuldu. H ile O ve C ile A harfleri arasında olduğu gibi, hat kalınlıklarındaki benzerlik de uyumu güçlendirir.



1.12



1.13

Bob Gill, "Private Secretary" (özel sekreter) isimli, aptal bir sekreteri konu alan televizyon komedisi için bir başlık tasarlamak üzere görevlendirildiğinde, problemi yeniden tanımladı: Birşey söyleyen bir imaj (özel sekreter), aynı zamanda nasıl başka birşey daha söyler (onun aptal olduğunu), ve bunu gerçekte söylemeden nasıl yapar? Gill, yalınlığı içerisinde zarif de olan doğrudan bir mantık yoluyla rezonans meydana getirdi (1.13). 'Özel sekreter'i ifade etmenin en uygun yolu onu daktilo ile yazmaktır ve onun yetersiz olduğunu çağrıştırmamanın en iyi yolu da yazıda belirgin hatalar yapmaktır (Meggs, 1989, s.124)

Bir yazı karakterinin seçimi, onun rengi, ölçüsü, ağırlığı, yazının düzenlemesi ve onun imajla ve yardımcı elemanlarla ilişkisi, bütün bunlar tasarımın rezonansına katkıda bulunurlar. Şekildeki (1.14) ENKA leke çıkarıcı için hazırlanan billboard tasarımlarında tipografi oldukça az ve çok etkili bir şekilde kullanılmıştır. Üst kısımda yer alan büyük puntolu yazılar çok iyi görüntülenmiş imajların gücünü kat kat artırıyor. Tipografinin bu düzenleme içerisinde kullanılması gerilim yaratıyor ve sağ alt köşede sükunet telkin eden bir cümle: ENKA . Ve leke yok.



ENKA. Und der Fleck ist weg.



ENKA. Und der Fleck ist weg.



ENKA. Und der Fleck ist weg.



İKİNCİ BÖLÜM

TİPOGRAFİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

1. Yazının Doğuşu ve İlk Alfabeler

Daha sonraki evrelerinde çivi yazısı adını alacak olan Sümer yazısının İ.Ö. 8000'den sonra avcılık ve toplayıcılıkla geçinen toplulukların yerleşik tarımsal topluluklara dönüşmesinden sonra, muhasebe ve defter tutma gereksinimiyle birlikte geliştiği sanılmaktadır. Arkeolog Denise Schmandt-Besserat'a göre, Sümerlerin alacak-verecek kayıtlarını tutmak için kullandıkları kilden yapılmış küçük nesnelerin yerini zamanla yazılı tabletler almıştır. İ.Ö. 4. binyıldan kalan ve gene defter tutma amacıyla kullanıldığı anlaşılan bu küçük kil nesnelerin bazıları da kilden mahfazaların içinde saklanmaktadır. Bu mahfazaların üstünde, içlerindeki nesneyi belirten bazı işaretler vardır. İ.Ö. 3100 yıllarına ait bu işaretler logografik yazının ilk biçimidir ve sayıları, adları, kumaş ve sığır gibi nesneleri simgeleyen yaklaşık 1200 karakterden oluşmaktadır. İ.Ö. 4000'den sonra yerleşik toplulukların çoğalması ve gereksinimlerin çeşitlenmesiyle birlikte bu simgesel kil nesneler de çeşitlenmiştir. Bu nesneler, borçları ve alacakları kaydetmek amacıyla bir mahfaza içinde saklanmakta, bir hatırlama kolaylığı olarak da mahfazanın üstüne içindeki nesneyi bildiren bir işaret kazınmaktadır. Zamanla nesnenin kendisine gerek olmadığı düşünülmüş olmalı ki, bir süre sonra bu mahfazaların yerini, üstünde yalnızca işaretler olan düz tabletler almıştır. Bu da yazının gelişmesiyle insan düşüncesinin simgeselleşmesi arasında çok yakın bir ilişki olduğunu göstermektedir.

İ.Ö.3200'den sonra, sınırlı bir amaç için kullanılan bir işaret sisteminin genel amaçlı bir yazı sistemine doğru evrilişini izlemek çok daha kolaylaşmaktadır. Eski Sümer yazısında sayıları ve adları belirtmek için geometrik şekiller, nesneleri belirtmek için de bu nesnelerin kalıplaşmış resimleri kullanılırdı. Zamanla, işareti ıslak kile çizmek için kullanılan ince uçlu keskinin yerini daha kalın çivilerin almasıyla bu simgeler de resim özelliklerini yitirerek daha da simgeselleşmiş ve kalıplaşmışlardır. Sümer çiviyazısının evrimindeki ikinci büyük aşama, ses yazısı ilkesinin benimsenmesi, yani bir işaretin ortak bir anlam yerine ortak bir sesi belirtmek için kullanılmasıdır. Gene de Sümer yazısı esas olarak logografik bir sistem olarak kalmıştır. İ.Ö. 3. binyıl içinde Sümer yazısını devralan Akadlar, Asurlular ve Babilliler gibi Sami kavimleri, çiviyazısının sonografik ya da sese dayalı niteliğini biraz daha geliştirmişlerdir.

Tümüyle sese dayalı ilk yazı sistemi İÖ. 1400'de ortaya çıktığı sanılan ve 1952'de İngiliz mimar Michael Ventris tarafından çözülen Lineer B yazısıdır. Sese dayalı yazıların evriminde son aşama, İÖ. 2000 yıllarında gene bir Sami kavimi olan Fenikeliler tarafından geliştirilen alfabetik yazıdır. Bu yazının daha modern biçimleri, bugünkü İbrani ve Arap yazılarıdır. Sami yazı sisteminde akrofonik ilke geçerlidir; yani sesler, adları o sesle başlayan bir nesnenin resmiyle temsil edilir. Temelde Akad çiviyazısından pek farklı olmayan Mısır hiyeroglif yazısından alınmış bu ilkeye dayanarak 22 karakterli bir alfabe kurulmuştur. Yalnızca ünsüzleri belirten Sami alfabesi, İÖ. 1000 - 900 yıllarında Yunanlılarca devralınarak hem ünsüzlerin hem de ünlülerin ayrı çizimlerle temsil edildiği modern alfabeye dönüştürülmüştür. Bugünkü Latin alfabesinin temelinde de Yunan alfabesi vardır. Yunanlılar, Samilerin Yunancada bulunmayan bazı ünsüzleri temsil etmek için kullandığı altı harfi, ünlüleri temsil etmek için kullanmışlar, bu da tüm yazının yapısının değişmesine yol açmıştır. Sözcükleri farklılaştırmak için ünlülerin kullanılması, bütün Hint - Avrupa

dillerinde geçerli olan bir ilkedir.

Çin yazı sisteminin ne zaman ortaya çıktığı bilinmemektedir. En eski Çince yazı örnekleri Shang (Yin) henedanı döneminden (İÖ. 18-12. yy) kalmadır. Ama o tarihte Çin yazısının bugünkü biçimine çok yakın ve oldukça gelişmiş bir sistem olduğu düşünülürse, yazının çok daha eski olduğu anlaşılır. İÖ. 1400 yıllarına gelindiğinde Çin yazısı 2500--3000 karakterlik bir sistem haline gelmiştir; bunların çoğu bugün de okunabilmektedir. Çin yazısı, bugünkü biçimini, Qin döneminde (İÖ. 221-206) kazanmıştır. İlk Çin karakterleri, temsil ettikleri şeylerin şematik resimleriydi; örneğin "erkek" sözcüğünün çizimi, ayakta duran bir erkekti, "kadın" içinse çömelmiş bir kadın figürü kullanılıyordu. Bir nesne ya da kavramı simgeleyen bu işaretler (ideogram) zamanla yerlerini anlambirim ya da sözcükleri karşılayan işaretlere (logogram) bıraktı. Bu dönüşümde, yazışma için toprak ve çivi kullanımından mürekkep, fırça, kağıt ya da kumaş kullanımına geçilmesinin de payı olmuştur (Ana Britannica, c. 22, s. 333)

2. Latin Alfabesinin Baskının Bulunuşuna Kadar Olan Gelişimi

Romalıların İÖ. yedinci yüzyılda Yunan yazısına küçük değişiklikler yaparak oluşturdukları Roma Kapital yazısı (2.1) bugün kullanılan Latin alfabesinin temelini oluşturur. Roma Kapital yazısı, büyük harflerden oluşur. İskeleti taş üzerine yazma tekniğine uygun olarak gelişmiştir. Oranlarının, çizgilerinin ritmi Roma devri mimarisine uygundur. En güzel örnekleri zafer takları ve abidelerde kullanılmıştır.

Romalılar aynı yazıyı ticaret ve günlük yaşamlarında da kullanmışlardır. Yazı malzemesi olarak kamyş, kalem, papirus veya mumlu tahta levha ile stilus denen çubuklar kullanılır. Kapital yazısı bu daha hafif olan (taş ve çelik kaleme oranla) malzeme ile yazıla yazıla değişikliğe uğramıştır. İlk farklı karakter olarak "Kapitalis Kuadrata" (M.S. 3-4 yüzyıl) belirir. Harfleri bir karenin

sınırları içine sığacak gibi yazılmıştır(2.2). Daha sonraları (M.S. 5.,6. yüzyıl) kamış ve tüy kalemle yazma sonucu Kapital yazısı daha da kıvraklaşarak "Kapitalis Rustika" (Rustika - Köylüce) (2.3) ile Unsial ve yarı Unsial karakterler haline gelir. Unsial(2.4) ve yarı unsialde(2.5) bugünkü küçük harfleri doğuran değişiklikler başlamıştır. Papirus ve mumlu levha üzerine süratle yazılan yazılar hafif eğikleşmişler hız ve koşmayı ifade eden bir görünüşe girmişlerdir. Latince (Currere - Kurrere) koşmak anlamına gelen kelime bu yazılara isim olmuş ve "Kurzif" denen yazı çeşidi doğmuştur.



2.1

Yarı unsial karakter özellikle manastır rahipleri tarafından dini metinleri yazmakta çok kullanılmış ve böylece bütün Avrupa ülkelerine yayılmıştır. İrlanda rahipleri yazı sanatına olan meyilleri ve Avrupa'nın çeşitli yerlerindeki manastırlarındaki faaliyetleri sonucu İrlanda yazısı denen küçük harflerden oluşan bir karakterin doğmasına neden olmuşlardır. (M.S. 8. yüzyıl)

Yarı unsial ve İrlanda yazıları Avrupa ülkelerinde az çok farklı yönlerde

form değişikliğine uğramışlar ve böylece ulusal yazı karakterleri belirmeye başlamıştır.

NON ALITER QVAM IQVI ADVERSO VIXE
REMIGI ISSV BIGI TSIBRACCHIA FORIEREM
AIQILIVMINPRAECEPTONORAPIIAIV
PRAETEREIAIAMSUNIARCIVRISIDERAN
HAEDORVMQDI ESSERVANDIEILVCIE 2.2
QVAMQVIBINPATRIAMVENIOSATIRA

NOCTE LEVES MELIUS STIPVLA ENOCTE ARIDAPRATA
TONDENTVR NOCTE SILENTVS NON DEFICITVMOR
ET QVIDAM SEROSTIBERNIADIVAMINISIGNES
PERVIGILANT FERROQVE ACESINSPICATA CUTO
INTEREA LONGVMACANTVSOLATA LABOREM
ARGVTO CONIUNXPERCVRRIPECTINETELAS
AVTDVLCIS MVSTIVULCANODECOOVITVMOREM
ET FOLIISVNDAMTEPIDIDESPVMAEANI
ATRUBICUNDACERES MEDIOSUCCIDITVRAESIV
ET MEDIO TOSTASAESIV FRITAREAFUGES
NVVDUSARASERENVVDUSHIEMPSIGNAVA COLONO

2.3

V OMNIA ERGO QVAECUC
TIS UT FACIANT VOBIS H
ET VOS FACITE EIS HAE
LV LEX ET PROPHETA 2.4
V INTRATE PER ANGVSTAM

signatur non aurum cetera quae talia poscuntur
postremo nihil quod praeter canonicam in lactione
adventiciae necessitatis sarcina repentina a depo
poscerit eius functionibus adscribatur, uacent eccle
siae solis quibus bene consciunt divinae praedicationis 2.5

M.S. 9. yüzyılda Büyük Karl devrinde Avrupa'da yazının birliği için çalışılmış ve sonuçta Karl devri Minüskülü (2.6) denen yazı, İmparatorluğun yazısı olarak saptanmıştır.

*navi. et alias naues erant cum illo. Et facta est procella magna
 nauem. et fluctus mittebat in nauem. ita ut impleatur navi.
 Et erat ipse in puppi supra ceruicem dormiens. et excitant eum.
 et dicunt ei. Magister. non ad te pertinet. quia perimus.
 Et exurgens. cominatus est uentos et dixit mari. Tace. obmu-
 tesce. Et cessauit uentus. et facta est tranquillitas magna. Et
 ait illis. Quid timidi estis. necdum habetis fidem. Et omnes
 magno timore. et dicebant ad alterutrum. Quis putas est iste.
 quia et uentus et mare. oboediunt ei.*

2.6

Roma Kapital yazısından sonra böylece küçük harflar için de bir karakter ortaya çıkmış oldu. Bundan sonraki gelişmelerde Roma Kapital yazısı ile, Karl Miniskülü bütün yazıların kaynağı olmuştur.

Yazı genel olarak devrinin sanak karakterine uygun bir biçim gösterir. Karl Devri ve onu takibeden miniskül yazıları Roman mimari formlarına uygun karakterdedirler. Yazı genel sanat stiline çok zaman öncülük etmiştir.

M.S. 12. yüzyılda önce Fransa'da, yazıda bir dikleşme, daralma ve yatayların kırılması başlar. Böylece Gotik dediğimiz yazı karakteri doğar. Bu yeni yazı karakteri İngiltere, İspanya, İtalya ve özellikle Almanya'ya yayılır. Gotik yazılarda dikey çizgiler kalın, yataylar kırılmak ve inceltilmek yoluyla kaybolmuş durumda ve gövdeler dardır. Gotik sanatın, göğe yükselişi anlatan genel karakteri gotik yazıda açıkça görülür. İtalyanlar barbarca anlamına, bu yazıya gotik ismini takmışlardır. Bütün Gotik sanatı gibi Gotik yazısı çok özgün ve güzeldir.

Kitap sayfası ve satırlarda latin yazıların en güzel görünenidir. Kitaplarda ilk en çok kullanılan çeşidi Tekstura isimli olanıdır. Gutenberg 1440 yılında ilk

defa dizgi yaparak kitap çoğaltma yolunu bulduğunda Tekstura (2.7) yazısını seçmiştir. Gutenberg'in dizip bastığı 42 satırlık İncil'in sayfaları en güzel tipografi örneklerinden sayılır ve bunu sağlayan Tekstura yazısıdır.

nocte Et erit tanq̃ lignū qđ plātanū est
 ser⁹ deursus aq̃q̃: qđ fructū suū dabūt in
 tpe suo Et foliū ei⁹ nō defluet: ⁊ oīa q̃cūq̃
 faciet p̃sperabūt Nō sic impij nō sic: sed
 tanq̃ puluis quē p̃ciūt ventis a facie tre 2.7

3. Baskı Yazıların Gelişmesi

Johannes Gutenberg 1440 yılında dizilmiş harflerle ilk kitabı bastı. Daha önceleri da kitaplar basılarak çoğaltılmıştır. Sayfaların yazı ve resimleri ağaç kalıplara oyuluyor, tamponla boya vermek suretiyle elle veya basit preslerle baskı yapılıyordu. Gutenberg ise harf ve şekilleri teker teker metalden dökme tekniğini bulmuş ve ayrıca işini kolaylaştıran yeni bir pres yapmıştır. Onun bulunduğu teknik ile kitapları çoğaltmak, yazarak veya ağaç kalıplara basarak çoğaltmaya oranla çok daha kolay ve ucuz oluyordu. Gutenberg kitap çoğaltma işini makinalaştırmıştır denebilir.

Matbaacılığın gelişmesiyle beraber yazı sanatının da etki alanı genişlemeye başlamıştır. Gutenberg harfleri için o devirde kullanılan Gotik yazı Tekstura karakterini seçti. Çok geçmeden yazı şekillerinde önemli gelişmeler başladı. Bunda yeni baskı tekniği kadar, Rönesans'la başlayan Hümanizm hareketinin büyük rolü vardır. Pozitif bilim, insan ve dünyada yaşayış kavramları değer kazanırken orta çağın biçim ve sanat anlayışının da değişeceği doğaldır.

Gutenberg ve hemen onun ardından gelen matbaacılar Textura, Rotunda

ve onların az değişik şekillerini kullandılar. Gutenberg'in çıraklarından Mentelin ustasının ölümünden (1460) bir yıl sonra Strazburg'da Karl Devri Minüskül'ünü baskı yazısı olarak kullandı. Karl devri minüskülü devrin bilim adamları tarafından yeniden keşfedilmiş ve el yazısı olarak yayılmaya başlamıştı. Yenilikler genel olarak eski üstünlüklere hayranlıkla başlar. Hemen bütün sanat akımları eski bir sanattan ilham almışlardır. Karl devri minüskülü ve Roma kapital yazısı geçmiş devrin güzel örnekleri olarak 15. yüzyılın sonlarına doğru hümanistler tarafından yeniden ele alınmıştır. Karl devri minüskülü ne en yakışan büyük harf Roma Kapital yazısı idi. Çok geçmeden İtalya'da bu iki yazıdan doğmuş sonraları Antika olarak tanınan büyük ve küçük harflerden oluşan yazılar yayıldı. İtalyanlar 1480 yılında çok kullanılan bir çeşidine eski yazı anlamında Lettara Antika adını vermişlerdir. Zamanla Gutenberg'in kullandığı Textura yazısı kuzeyde de tutulmaz oldu. Baskı sanatı daha okunaklı ve daha akıcı yazılar arıyordu. Sonuç olarak Schwabacher ve Fraktur yazıları doğdu. Schwabacher ve Fraktur gotik yazısı olmakla beraber Textura gibi kuru, sert ve hareketsiz bir etki yapmazlar. Daha aydınlık, kıvrak ve hareketli görünürler. Schwabacher ilk defa 1485 yılında Nürenberg matbaalarında kullanılmıştır.

Fraktur yazısının en güzel örneği 1513'te basılmış olan imparator Maximilian'ın dua kitabında görülür. Bu kitap grafik sanat abidelerinin en ünlülerindendir. Çünkü kitabı süsleyen resimleri büyük sanatçı Albrecht Dürer çizmiştir. Güzel Fraktur yazısı ile Dürer'in resimleri en güzel uyuma örneği sayılmaktadır.

Antik yazının kullanıldığı bölgelerde de daha akıcı bir yazıya doğru gelişmeler oldu. Neticede Kurzif denen hafif eğik yazı doğdu. Kurzif eğik harf yapısıyla el yazısının bir devamıdır.

Matbaa yazısı olarak Kurzif, ilk defa 1500 yılında, Vendik'te Aldus Manutius tarafından hazırlanmıştır. Kurzif ve Antik yazı Latin memleketlerinde çok

tutuluyordu. Gotik yazılar yalnız dini kitaplarda veya süs yazısı olarak daha çok beğeniliyordu. Sonraları Fraktur Almanlar'ın milli yazısı bile sayılmıştır. Gotik yazılarda, Barok - Rokoko gibi sanat akımlarına uyarak çeşitli büyük harfler yazılmıştır. Bunlar yanyana getirildiğinde okunamayacak kadar süslüdür. Satır halinde bir ritm meydana getirmezler. Her harf tek başına soyut bir kompozisyon gibidir. Roma kapital yazısı ise aydınlık, kolay okunan, satır ve sayfa halinde yormayan bir etki yapmaktadır. Bu yüzden antik karakterdeki bütün yazılarda Kapitalis büyük harf olarak kullanılmış ve ikibin yıldan beri özelliğini kaybetmemiştir. Buna karşılık gotik küçük harfleriyle en güzel tipografi örnekleri verilmiştir.

18. yüzyılda yeniden her alanda bir klasik, ideal özlemi başlar. Etkisi baskı yazılarında da görülür. Bu yüzyılda İngiliz tipograf Baskerville el yazısı izlerinden daha uzak antik bir baskı yazısı yaratmıştır.

1762'de İtalya'da Bodoni daha aydınlık ve hareketli bir baskı yazısı hazırlamıştır. Bodoni basit, asil ve mütevazı büyüklük etkisi yapan bir yazı yaratmak istemiş ve başarmıştır. Örnek olarak o devirde yaygın olan bakır gravürde kullanılan yazıları almıştır. Bu yazıların temel özelliği ince ve kalın çizgilerin kontrastıdır. 291 çeşit antik ve kurzif, 233 çeşit de yabancı yazı bugün Bodoni adıyla onun eserinin büyüklüğünü anlatmaktadır.

1783'te Fransız Didot ve 1800 yıllarında Alman Walbaum, Bodoni'nin eserine çok benzeyen antik karakterde yazılar yarattılar. Didot ayrıca tipografi sisteminin kurucusu olarak baskı ve tipografi sanatına büyük hizmette bulunmuştur. Bodoni, Didot ve Walbaum gibi sanatçıların etkisiyle baskı yazıları arasında gotik karakterler kaybolmaya başladı. Yeniden yazılan gotik yazılar ise daha sadeleştirilmiş, okunur hale getirilmişlerdir. Bu güne kadar, yeniden yaygın olma durumuna yükselememişlerdir.

1810 - 1820 yıllarında sanatçılar yazıları yazmak değil inşa etmek yolunu tuttular. Eski yazıların hepsi kesik uçtan çıkmışlar ve bu izleri taşımaktaydılar.

Teknik gelişme sonucu insanlar inşa edilmiş şekillere alışmaya başlamışlardır. Devrin bu inşa etmek tekniğine uyarak İngiltere'de ilk Grotesk ve Egyptienne yazı karakterleri yaratılmıştır. Grotesk, antik yazının çıplak iskeletinin inşa edilmiş şeklidir. Serifsizdir, ince ve kalın çizgilerin kontrastlığı yoktur. İncelikler optik olarak yazıyı bazı yerlerde daha kalın göstermek için yalnız çizgilerin birleşme yerlerinde kullanılmıştır.

Egyptienne'de serifler sağlam, kalın, satırda bir bant meydana getirecek gibidir. Serifler bazan normal yazı kalınlığını aşar. Egiptienne de yazılmayıp inşa edilmiş bir yazıdır.(Aslier, 1983, s. 8).

4. 19.Yüzyıl Sonu ve Yirminci Yüzyılda Tipografi

William Morris, 1890 yılında Kelmscott yakınlarındaki basımevine dönüştürdüğü evinde, Jenson'un 1470 ve 1476 yılları arasında gerçekleştirdiği Venedik Roman harf karakterini inceleyerek Golden harf karakterini (2.8) yarattı. Morris'in ikinci harf tasarımı, Gotik harflerden esinlenerek hazırladığı Troy'dur (2.9). Morris'in tasarladığı üç karakterden sonuncusu Troy'un daha küçük bir çeşidi olan Chaucer'dir(2.9). Morris'in bu harf tasarımları Jenson ve Gotik tarzındaki harflere yeniden ilginin doğmasına yol açmış, Avrupa ve Amerika' da aynı türde tasarımların gerçekleştirilmesine neden olmuştur. Almanya'da Rudolf Koch harf tasarımı konusunda en güçlü isim olmuş, Ortaçağ harf karakterlerine özgün yorumlar getirirken(2.10) 'Neuland' gibi (2.11) son derece yenilikçi harf tasarımları da gerçekleştirmiştir. Amerika'da ise 1890'larda Bruce Rogers ve Frederic W. Goudy kitap tasarımı ve tipografiye yeniden canlılık getirmişlerdir. 1895'te ilk harf karakteri tasarımı 'Camelot-u' gerçekleştiren Goudy, sanat yaşamı boyunca 122 tane karakter geliştirerek verimlilik konusunda Bodoni'den sonra ikinci sırayı almıştır.

Arts and Crafts hareketinin ve özel basımevlerinin tipografiye yönelmeleri, 20. yüzyılın ilk yarısında geleneksel harf karakterleri tasarımlarında büyük bir canlılık yaşanmasına yol açmıştır. Garamond, Plantin, Caslon, Baskerville ve

Bodoni, eski ustaların harf tasarımları incelenerek, tekrar dökülmüş, el ve klavye kompozisyonu için üretilerek 20. yüzyılın ilk otuz yılı boyunca kullanılmıştır (Bektaş, 1992, s. 16).

A Stowchynge the comyng of our lord in our bodyly flessh, we may considre thre thynges of this comyng. That is to wete the oportunte, the necesyte & the vtylyte. The oportunte of comyng is taken by the reson of the man that first was vanquysshed in the lawe of nature of the default of the knowledge of god, by whiche he fyllyd in to euyl errors, & therfore he was constrayned to crye to god. Illumina oculos meos, that is to saye, lord gyue lyght to myn eyen. After cam the lawe of god whiche hath gyuen commandement in which he hath ben overcome of Impuissance, as first he hath cryed ther is non that fulfilleth, but that comandeth. For ther he is only

This is the Golden type.

This is the Troy type.

This is the Chaucer type.

2.9

Eine deutsche Schrift von
Rudolf Koch geschnitten
und herausgegeben von
Gebr. Klingspor
Offenbach
a.M.

†††

2.10

DENNEINEJEGLICHEKUNST
ODERWERK»»WIEKLEIN
SIESEIEN»DASSINDALLE»
SAMTGNADEN»UNDWIR
KET SIE ALLESAMT DER HEI-
LIGE GEIST»»ZU NUTZ UND
ZU FRUCHT DER MENSCHEN
»WARE ICH NICHT EIN PRIE-
STER»»UND WARE UNTER
EINER VERSAMMLUNG»ICH
NAHME ES FÜR EIN GROSSES
DING»DASS ICH SCHUHE MA-
CHEN KONNTE»»UND ICH
WOLLTE AUCH GERNE MEIN
BROT MIT MEINEN HÄN»»
DEN VERDIENEN»»KINDER
»DER FUSS NOCH DIE HAND
DIE SOLLEN NICHT DAS AUGE
SEIN WOLLEN»»»EIN JEGLI-
CHER SOLL SEIN AMT TUN»
DAS IHM GOTT ZUGEFÜGT.

2.11

W. Morris'in kurduğu Arts and Crafts hareketi Avrupa ve Amerika'da etkisini sürdürürken, uluslararası nitelikte dekoratif bir üslup olan Art Nouveau hareketi Avrupa'nın çeşitli ülkelerinde farklı isimlerle ortaya çıkmıştır. Amerika'nın en ünlü Art Nouveau temsilcilerinden biri olan Will Bradey tipografik tasarım konusunda özgür bir yaklaşım getirmiş, mevcut kural ve alışkanlıkları yadsımıştır. Yazıyı tasarım alanının bir köşesine veya dar bir sütuna yerleştirerek veya dikdörtgen bir biçim oluşturacak şekilde bütün harfleri aynı boyda çizerek, tipografiyi bir tasarım elemanı olarak kullanmıştır (2.12, 2.13).

Art Nouveau Almanya'da "Jugend" isimli bir dergiden uyarlanmış olan 'Jugendstil' adını almıştır. Jugend Dergisinde Art Nouveau türü süsleme

hemen hemen bütün sayfalarda yer almıştır (2.14). Başka bir örneği olmayan bir uygulama da her sayıda, kapağı tasarlayan sanatçının derginin logotype'ını da kapak tasarımına uygun olarak yeniden tasarlamasıdır (2.15)

Jugend dergisinin özgür tipografik yaklaşımının aksine, Münih'te 1899'da çıkmaya başlayan "Die Insel" (2.16) adlı yazın dergisi, tek tip tipografik layout'u bütün dergi kapsamında kuran ve koruyan ilk yayın örneği olmuştur. Bu derginin tasarım danışmanı, Jugendstil'in üstün nitelikli tasarımcılarından Peter Behrens'dir (Bektaş, 1992, s. 32).



2.17



2.18

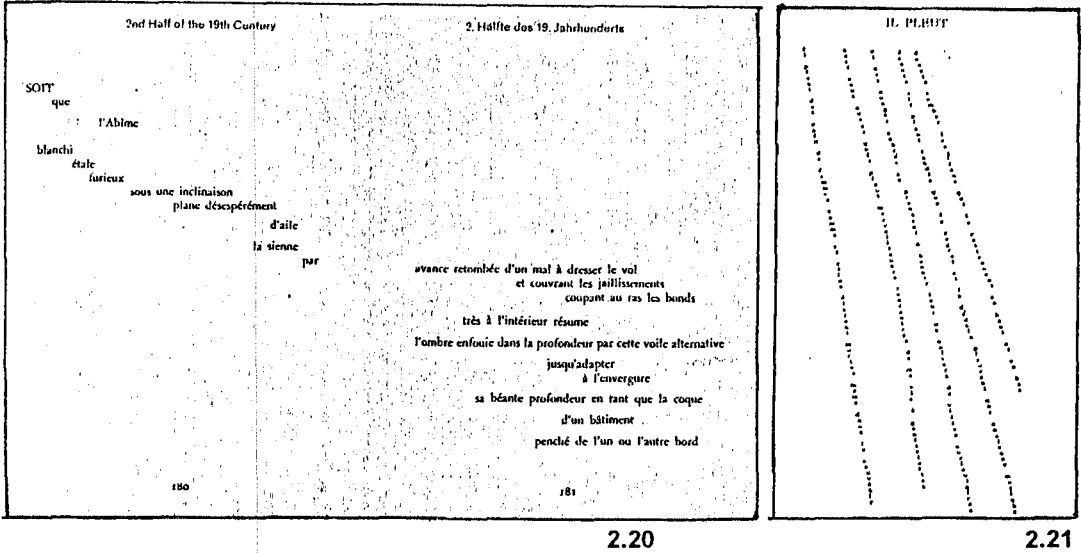


2.19

Fütürizm'in kurucusu İtalyan şair Filippo Marinetti ve yandaşları önce bomba etkisi yaratan ve coşku dolu bir şiir geliştirerek sentaks ve gramerin kuralına göre kullanılmasına meydan okudular. 1913'te Giovanni Papini'nin Floransa'da "Lacerba" (2.17) adlı dergiyi çıkarmaya başlamasıyla da, tipografik tasarım sanat alanına sürülmüş oldu. Marinetti dergide çıkan bir yazısında klasik geleneğe karşı tipografik devrim yapma çağrısında bulunmaktaydı. Uyum, yeni geliştirilen stilin sayfa üzerindeki oradan oraya savrulan, bomba gibi patlayan, atlamalar yapan anarşik tavrına ters düştüğü için, bir tasarım niteliği olarak reddediliyordu. Bir sayfada yer alan üç veya dört renk mürekkep

ve farklı harf karakterleri sözcüğün ifade gücünü iki katına çıkarabiliyordu (2.18). Serbest, dinamik ve bir torpil gibi düzenlenen sözcükler, yıldızların hızını, bulutları, uçakları, trenleri, dağları, patlamaları ve atomları anlatmak için kullanılmaktaydı. Fütürizmle birlikte 'serbest tipografi' ve 'özgürlüğüne kavuşan sözcükler' adları altında basılı sayfada yeni ve resimsel nitelikli tipografik bir tasarım doğmuştu (2.19).

Fütürizm ürünü tipografik çalışmaların en ünlülerinden biri de Fransız şairi Stephane Mallarme'nin yayınladığı "Un Coup de Des" (Bir zar atışı) adlı şiir kitabıdır. Mallarme bu kitapta sözcükleri boncuk gibi bir sıraya dizmek yerine, onları umulmadık yerlere yerleştirerek, sayfa düzenlemesinde sansasyon yaratmayı ve okuyucuyu düşündürmeyi denemiştir (2.20). Bir başka Fransız şair Guillaume Apollinaire ise 1918'de yayınladığı "Calligrammes" adlı şiir kitabında (2.21) harfleri, görsel tasarım aracı, figür veya piktograf şeklinde kullanarak, şiirle resmi birleştirmenin olanaklarını denemiştir (Bektaş, 1992, s. 45).



Dadaizm de tipografiyi geleneksel kısıtlamalarından kurtaran bir hareket olmuştur (2.22). Dada aynı zamanda, harf biçimlerini Kübizm kavramına uyan -fonetik semboller olarak değil- görsel biçimler olarak kullanmıştır. Tzara ve Hausmann, harf biçimlerini bu şekilde ele alarak, ayrıca harf, tipografik

malzeme ve görsel işaretlerle de kolajlar yaparak gerilim ve kontrast alanları oluşturmayı amaçlayan tipografiler (2.23)gerçekleştirmişlerdir (Bektaş, 1992, s. 46).



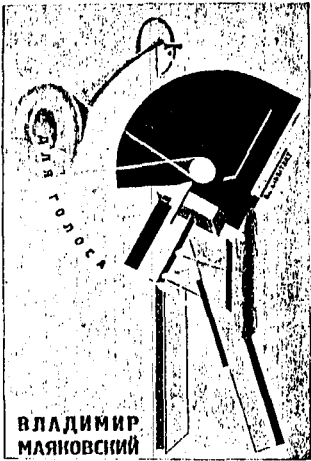
2.22



2.23

Konstrüktivist sanatçılardan El Lissitzky tipografik tasarımda yeni bir yaklaşımın öncülüğünü yapmış ve 20. yüzyıl grafik tasarımının gelişiminde köklü etkiler yaratmıştır. 1925'le El Lissitzky, Gutenberg'in matbaa sisteminin artık geçmişte kaldığını, fotomekanik yöntemin, metal hurufatın yerini alıp tasarım için yeni ufuklar açacağı kehanetinde bulunarak ne denli ileri görüşlü bir sanatçı olduğunu göstermiştir.

Lissitzky, bir grafik tasarımcısı olarak, kitabı dekorasyon amacıyla tasarlamaktan çok, kitapta yer alan tüm elemanları görsel olarak programlayarak, kitabı adeta inşa etmiştir. 1923 yılında tasarladığı, Mayakovsky'nin yazınsal olarak 'For the voice' (ses için) "yüksek sesle okunmak üzere" adlı şiir kitabında, sadece tipografik elemanlarla bir düzenleme yapmıştır (2.24). Bu yapıttaki önemli noktalar, elemanların görsel ilişkileri ve aralarındaki zıtlıklar, biçimlerin sayfanın negatif alanıyla olan ilişkileri ve baskı olanaklarının doğru değerlendirilerek kullanılmış olmasıdır(2.25).



2.24

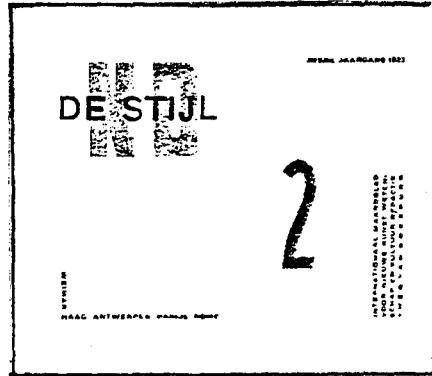


2.25

1917 yılında Theo van Doesburg, Piet Mondrian, Vilmos Huszar, mimar J.J. Oud ve ressam Bart van der Leek tarafından Hollanda'da başlatılan "de Stijl" hareketi saf sanatın uygulamalı sanatlar tarafından özümzenmesinin gerekli olduğunu savunmaktaydı. Sanatın ruhu bu şekilde, mimari, ürün ve grafik tasarımı yoluyla topluma nüfuz edecek ve sanat gündelik nesneler düzeyine inmeden, aksine gündelik nesneler sanat düzeyine yükselmiş olacaktı. Tipografide ise Van Doesburg ve Vilmos Huszar yuvarlak ve kavisli çizgilerden kaçınarak, serifsiz harf karakterleri kullanmaya başladılar. Harfler genellikle cark dikkörtgen birimlerin bir araya getirilmesinden türetilmekte(2.26), layout'lar hayali bir sayfa gridi üzerinde olmak üzere asimetrik bir biçimde kompoze edilmekteydi (2.27). Baskıda da, siyahla yarışabilir bir grafik güce sahip olması nedeniyle kırmızı, ikinci renk olarak tercih edilmekteydi (Bektaş, 1992, s. 69).

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

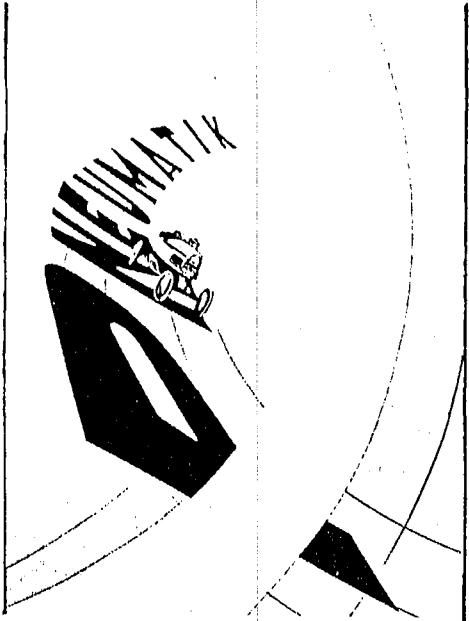
2.26



2.27

1919 yılında Almanya'da Walter Gropius önderliğinde sanatın işlevselliğini savunan ve tipografide de büyük etkileri olacak Bauhaus Okulu kuruldu. Bauhaus öğretimi ve felsefesinin gelişmesine büyük katkıda bulunan Laszlo Moholy-Nagy tipografi ve fotoğrafıyı birleştirerek ortaya koyduğu önemli çalışmalarla Bauhaus'ta görsel iletişim konularına ilgi duyulmasını sağlamıştır. Moholy-Nagy grafik tasarımın ve özellikle afişin 'tipofoto'ya (2.28) doğru giden bir gelişim içinde olduğunu görerek, yazıyla fotoğrafın bu nesnel bütünleşmesini ve mesajı hemen iletmesini, 'yeni görsel yazın' olarak adlandırmıştır. Tipografide ise kuvvetli zıtlıklar yaratmayı ve rengin cesur bir şekilde kullanı-

İmasını önererek, iletişimin, önceden tasarlanmış estetik kavramlardan arınmış olarak, tam bir açık seçiklik içerisinde sağlanmasını savunmuştur. Gropius ve Moholy-Nagy'nin birlikte çıkarttıkları Bauhaus basımevinin ilk yayını olan kitapta (2.29) Moholy-Nagy tipografi konulu bir de makale yazmıştır. Moholy-Nagy'nin görüşüne göre tipografi bir iletişim aracıdır, bu nedenle tam anlamıyla iletişime yönelik olmalıdır. En önemli nokta tam olarak net ve açık olmaktır. Okunaklılık başta gelmelidir, iletişim hiç bir zaman, önceden tasarlanmış bir estetikle zedelenmemelidir. Harfler hiç bir zaman önceden düşünülmüş bir kalıbın içine yerleştirilmeye zorlanmamalıdır. Yaratılmak istenen yeni tipografi dilinin tipografik kompozisyonunun esnekliğini, çeşitliliğini ve tazeliğini, ifadenin iç kuralları ve optik etki oluşturmalıdır.



2.28



2.29

Bauhaus'ta yetişen Herbert Bayer'de tipografik tasarıma işlevsel ve konstrüktivist doğrultuda büyük yenilikler getirmiştir. Serifsiz harf karakterleri ve özellikle Grotesk harf karakteri tercih edilen yazılar olmuştur. Bayer evrensel bir harf tipi tasarlayarak (2.30) alfabeyi, net, basit ve rasyonel bir biçime dönmüştür. İki ayrı tip alfabeyle (majiskül ve miniskül) yazı yazıp, baskı yapmanın tasarımdaki sakıncalarına işaret eden Bayer, çıkarılan bir sesin iki ayrı sembolle ifade edilmesini yanlış bulmuş ve 1925'te büyük harf kullanmayı terketmiştir. Tipografide esas elemanlar olarak, kare, dikdörtgen, üçgen, renk

konusunda ise siyah ve üç ana rengi kullanmıştır. Tipografide ise sözcüklerin birbirine olan önem derecesine göre harf boyu ve harf kalınlığında farklılıklar yaratmış; alan bölmek, farklı elemanları birleştirmek ve önemli elemanlara dikkati çekmek için, çizgi, şerit, nokta ve kare elemanlarını kullanmıştır(2.31) (Bektaş, 1992, s. 77).



Yirminci yüzyılın başında, grafik tasarım alanında ortaya çıkan yaratıcı yeniliklerin çoğu, modern sanat hareketlerinin bir uzantısı olarak meydana gelmekle beraber bu hareketlerden ve Bauhaus'tan bağımsız olarak çalışan bir çok tasarımcı da "Yeni Tipografi" adı altında önemli gelişmeler ortaya koymuştur.

Konstrüivist düşüncelerin tipografiye uyarlanması üzerine teoriler geliştirerek, modernist teorileri gündelik baskı sistemlerine uygulanacak bir biçim getiren ve bu yeni tipografiyi büyük kitlelere tanıtan sanatçı Jan Tschichold olmuştur. Tschichold, dejenere olmuş harf karakterleriyle yapılan düzenlemelerin niteliksizliğini görerek, kendi zamanının ruhunu, anlayışını ve görsel duyarlılığını yansıtan yeni bir tipografi yaratmak istemiştir. Yeni ve köktenci tipografinin esası, dekorasyondan kaçınarak yalnızca iletişim işlevine cevap vermek üzere planlanan, akılcı bir tasarıma dayanmaktaydı (2.32). Tschichold, sözcüğün anlamından çok, biçime önem verilen simetrik düzenlemeyi yapay bulmaktaydı. Bunun aksine zıt elemanların dinamik bir biçimde asimetrik olarak tasarlanması ise makine çağını ifade etmekteydi (2.33). Bu dönemde serifsiz yazı her türlü kalınlık ve boyutlarda olmak üzere, modern harf

Herman Zapf'ın 1940 sonları ve 1950'li yıllarda tasarladığı harf karakterlerinden serifli ve zarif oranlarıyla Venedik harf karakterlerini çağrıştıran Platino (2.37), önceki çalışmalarına göre daha modern bir stil olan Melior (2.38), ve inceli kalınlı serifsiz yapısıyla 20. yüzyılın ikinci yarısında gerçekleştirilmiş en özgün harf tasarımlarından biri olan Optima (2.39) 20. yüzyılın başlıca harf karakteri tasarımları arasında yerlerini almışlardır. 1932 yılında Stanley Morison'un harf karakteri tasarım danışmanlığını yaptığı sırada, yirminci yüzyılın en büyük gazete ve dergisi olan "The Times" için tasarlanan "Times New Roman" (2.40) karakteri de yirminci yüzyılın en çok kullanılan harf karakteri olmuştur. Times New Roman'ın popülerliği daha çok, okunaklı olması ve şık bir görsel niteliğe sahip olmasının yanında, ince uzun biçimleriyle ekonomi sağlamasından kaynaklanmaktadır.

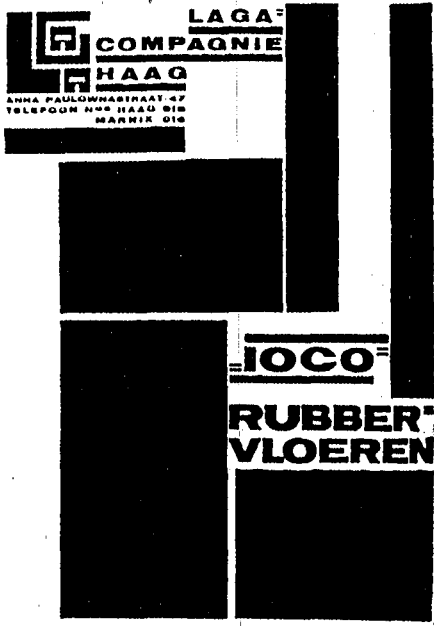
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890 æøßÆØ &?!£\$(,;:) 2.37

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890 æøßÆØ &?!£\$(,;:) 2.38

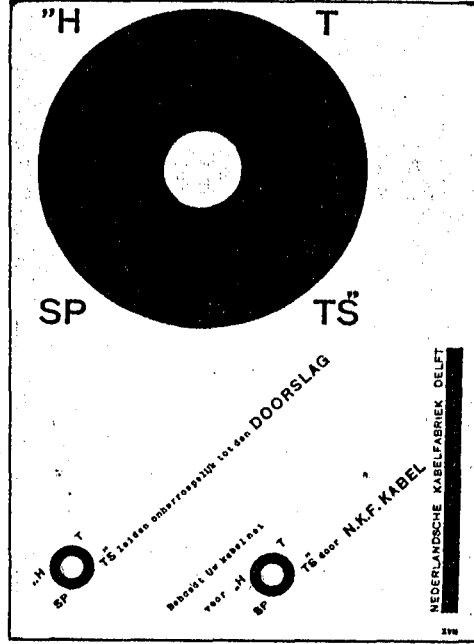
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890 ß &?!£\$(,;:) 2.39

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxy
 1234567890 2.40

Tasarımda yeni tipografiyi en iyi uygulayan tasarımcılardan biri de Hollandalı Piet Zwart'tır. Zwart, kompozisyon alanını elemanlarla bir gerilim ortamı yaratmak üzere tasarladı (2.41) bu ortamı, ritmik kompozisyonlar kullanarak, harf boyları ve değerlerinde kontrastlık yaratarak, siyah biçimlerle beyaz

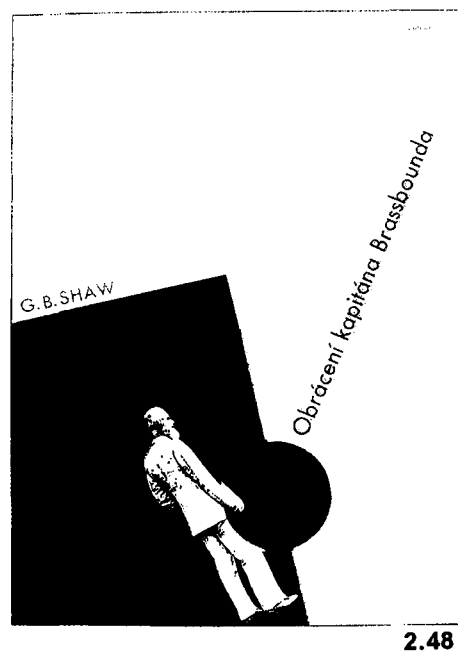
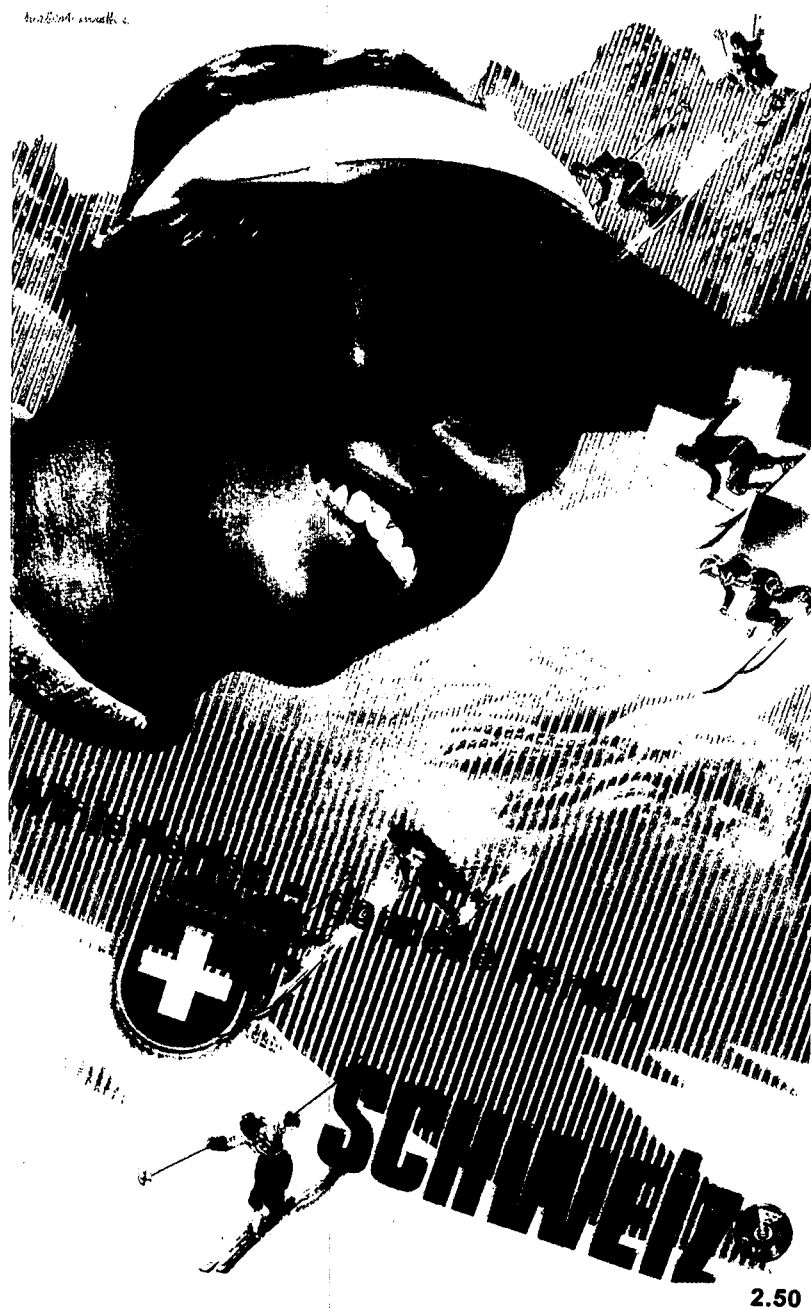
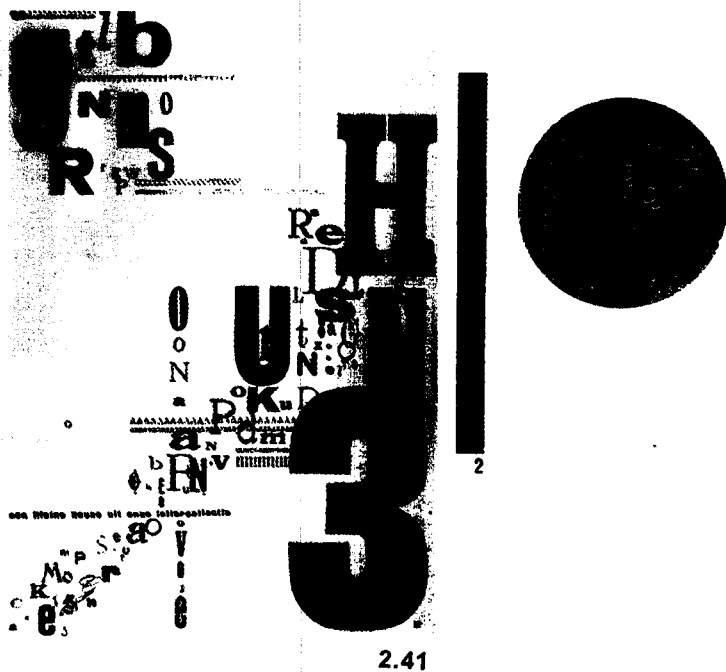


2.42



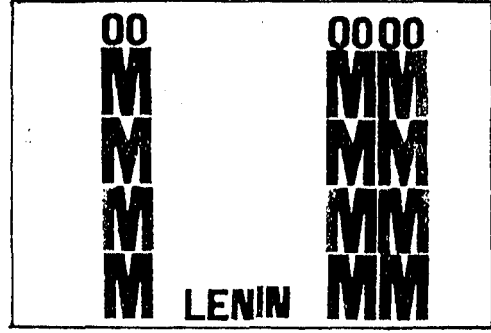
2.45

sayfa arasında dinamik bir ilişki sağlayarak oluştururdu (2.42). Kağıdın beyazlığıyla tipografinin siyahı arasında kurduğu zıtlıkla tipografik tasarımlarına derinlik kazandırırken, bu etkiyi dizgi kalıpları kullanarak da gerçekleştirir (2.43) ve üçüncü boyutun sürpriz bir biçimde ortaya çıkmasını sağlardı. Zwart geleneksel tipografik tasarımda tercih edilen sıkıcı gri rengi kullanmayı reddedererek çalışmalarına dinamizm getirmiştir; renkle okuyucunun ilgisini çekmek için rengi, metnin siyah/beyaz görünüşüne kontrast olarak, bir trafik işareti gibi uyarıcı nitelikte kullanmıştır (2.44). Harf karakterlerinin, metnin içeriğine ters düşmemesi gerektiğini savunan Zwart, bu düşüncesini, geleneksel tipografinin statik uyuma dayanan yapısını kırıp, ritmik-dinamik bir kompozisyon anlayışı geliştirerek tasarımlarına uyarlamıştır. Sözcüğün görsel yanı elverdiği sürece, kurnazca ve esprili bir şekilde, çağrışımlardan yararlanarak yaptığı oyunlarla hem tipografiye teni bir canlılık kazandırmış, hem de okumayı çekici hale getirmiştir (2.45). Ancak tipografiyle yaptığı bütün oyunlara rağmen, işlevsel ve amaca yönelik tasarım yapma ilkesine sadık kalması nedeniyle, sonuçta işlevsel tipografiye yeni bir üslup getirmiş ve bu çabası tasarıma yaptığı en önemli katkılardan biri olmuştur.





2.43



2.46

Bir başka Hollandalı sanatçı, Hendrik N. Werkman da harfi yazıyla iletişim kurmanın dışında, somut görsel bir biçim olarak kullanmıştır. Şekildeki (2.46) Lenin'in ölümü üzerine yas tutan yığınları sembolize eden kompozisyon Werkman'a aittir. Aynı dönemin ünlü bir Hollandalı grafik tasarımcısı olan Paul Schuitema, yeni tipografinin ustalarından biri olarak, Konstrüktivizm ve De Stijl'in ilkelerini reklamcılığa uyarlamıştır. Schuitema çalışmalarında nesnel fotoğrafla tipografiyi üstüste baskı yaparak birleştirmiştir(2.47). Çekoslovakya'da ise Ladislav Sutnar, işlevsel tasarımın desteklenmesi ve uygulanmasına önderlik etmiştir. Sutnar'ın organizasyon içerisinde sade bir anlatım ve tipografik bir netlik gösteren kitap kapakları (2.48) ve dergi tasarımları (2.49) iletişimde güçlü grafik etkiler yaratmıştır. İsviçreli bir fotoğrafçı ve tasarımcı olan Herbert Matter, aşırı boyut farklılığı gösteren fotomontajlarla (2.50) tasarıma dinamizm getirmiş, tipografiyle illüstrasyonu bir kompozisyon bütünü içinde kullanmıştır.

İkinci Dünya Savaşından sonra, Willem Sandberg'in yaptığı çalışmalar (2.51-2.52) yeni tipografinin temelini oluşturan tasarım düşüncesinin savaş sonrasında da etkinliğini sürdürmeye devam ettiğinin kanıtlarıdır.

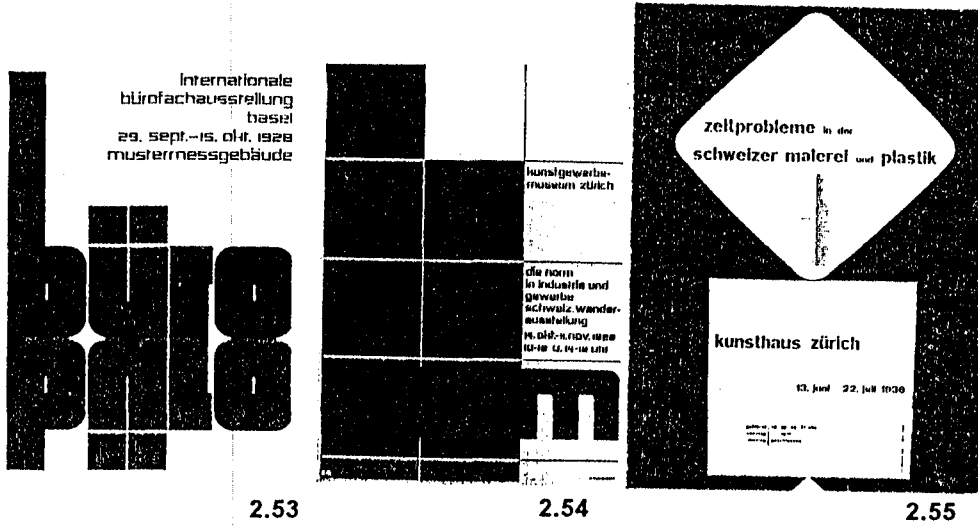
Yeni tipografi adıyla anılan grafik tasarımın bu yeni biçim dili, Rusya ve Hollanda'da başlamış, Bauhaus'ta kristalize olmuş ve en açık anlatımını Jan Tschichold'da bulmuştur. Yirminci yüzyılın ussal ve bilimsel anlayışı bu uygulamalarla grafik bir ifade kazanmıştır. Yeni tipografi, yaratıcılığı kısıtla-

mak yerine, tasarımcıları işlevsel ve etkili bir görsel iletişim geliştirmeye itmiştir ve bugün bile grafik tasarımı etkilemeye devam etmektedir (Bektaş, 1992, s. 97).

1950'lerde, İsviçre'de, 'İsviçre Tasarımı' veya daha doğru bir deyişle "Uluslararası Tipografik Stil" adı verilen yeni bir tasarım stili doğmuştur. Bu nesnel nitelikteki tasarım hareketi, dünya çapında benimsendiği gibi, grafik tasarıma yaklaşımıyla, yirmi yıldan uzun bir süre başlıca tasarım stili olarak kabul edilmiştir.

Uluslararası Tipografik Stilin görsel özellikleri, matematiksel olarak çizilmiş bir kanava (grid) üzerinde, asimetrik olarak düzenlenen tasarım elemanlarıyla elde edilen görsel bir bütünlük; serifsiz harf karakterlerinin kullanılması, yazıların sağdan serbest, soldan blok olarak yerleştirilmesi; metin ve fotoğrafların, ticari reklamlarda kullanılan alışagelmış aşırı propaganda ve abartmanın yerine, tarafsız ve net bir mesaj iletmesi şeklinde özetlenebilir (Bektaş, 1992, s. 123).

Uluslararası Tipografik Stilin kökenleri De Stijl, Bauhaus ve 20'li 30'lu yılların 'Yeni tipografi' hareketlerine dayanır. Bu hareketin niteliksel kökenleri Ernst Keller'in çalışmalarında görülebilir. Keller'in temelini attığı bu harekette Theo Ballmer, Max Bill ve Max Huber öncü tasarımcılar olmuşlardır. Ballmer'in tasarladığı "Büro" afişinde (2.53), siyah büro yazısı ve onun yansıması olan kırmızı yazı, özenle görülmeyen bir kanava üzerine yerleştirilmiştir. Bu afişin üst sağ kısmında yer alan yazılar ise, Doesburg'un temel geometrik biçimlerden çıkarak geliştirdiği harf karakterleri türünde tasarlanmıştır. Ancak Ballmer'in harf karakterleri daha gelişmiş ve zarif bir biçime ulaşmıştır. "Büro" afişinde görünmeyen kanava "norm" afişinde (2.54) görsel bir unsur olmaktadır. 1930 sonları ve 40'lı yıllarda Max Bill, grafik tasarımda konstrüktivist bir ideal geliştirme konusunda başlıca rolü oynamıştır. Bu dönemdeki çalışmalarının özellikleri, matematiksel bir oranlama (2.55), alanı geometrik olarak

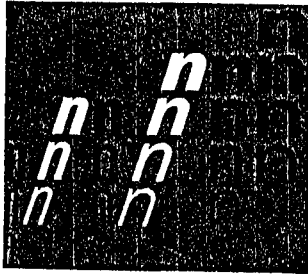


bölme ve "Akzidenz Grotesque" harf karakterlerinin seçimi şeklinde tanımlanabilir. Metinleri genellikle bir taraftan blok, diğer taraftan serbest olarak düzenlemiş, paragraf belirtmek için ise, satırı içten başlatmak yerine boşluk bırakmayı ilk defa uygulamıştır (Bektaş, 1992, s. 125).

"Uluslararası Tipografik Stil" adıyla ortaya çıkan yeni hareket, 1950'lerde tasarlanan serifsiz harf karakterleriyle alfabetik ifadesini bulmuştur. 1920 ve 30'larda, çizim araçları yardımıyla matematiksel olarak tasarlanmış olan, geometrik serifsiz yazılar reddedilerek, yeni tasarımlara uygun düşen 19. yüzyıl Akzidenz Grotesque harfler kullanılmaya başlamıştı. 1954 yılında, Paris'te çalışmakta olan genç bir İsviçreli tasarımcı Adrian Frutiger Univers adını verdiği ve bu karakterden ürettiği yirmibir tane çeşitlemesiyle yeni bir serifsiz harf karakteri ailesi yarattı. Yirmibir çeşit harf karakterinden oluşan Univers ailesinin özelliği, harf karakterlerinin herbirinin aynı x-yüksekliğine sahip olması nedeniyle her bir harfin bir diğeriyle uyumlu bir şekilde kullanılabilmesi ve bir bütünlük oluşturabilmesiydi (2.56)

1950'lerin ortalarında İsviçrede Haas harf dökümhanesinde çalışmakta olan Edouard Hoffman'ın 'Akzidenz Grotesque' harf karakterini geliştirerek ürettiği, Univers'den daha büyük x-yüksekliğine sahip olan harf karakteri 'Yeni Haas Grotesque' adıyla yayınlandı. Bu karakter 1961'de Almanya'da yeniden

üretildiğinde, Almanlar bu karaktere "Helvetica" adını verdiler (2.57). Helvetica'da her harfin en doğru biçimini bulması ve pozitif/negatif alanların dengeli ritmi bu harf karakterini çeyrek asır boyunca, uluslararası boyutta en özel ve en çok tercih edilen harf karakterlerinden biri haline getirdi. Fakat Helvetica serisinin türevleri ayrı ayrı ülkelerde, başka başka tasarımcılar tarafından geliştirildiği için, malesef Univers'in bütünlüğüne sahip olamadılar.



2.56

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890 ß &?!£\$(.,:;)

2.57

Yirminci yüzyılın ortalarına doğru, dünyanın kültür merkezi Avrupa'dan Amerika'ya doğru kaydı. Ondokuzuncu yüzyıl sonları ve yirminci yüzyılın başlarında yeni düşünce ve akımlara ortam hazırlayan kent Paris iken, yirminci yüzyıl ortalarında New York dünyanın kültür ve sanat merkezi olmaya başladı. Bu gelişme grafik tasarımda da kendini gösterdi.

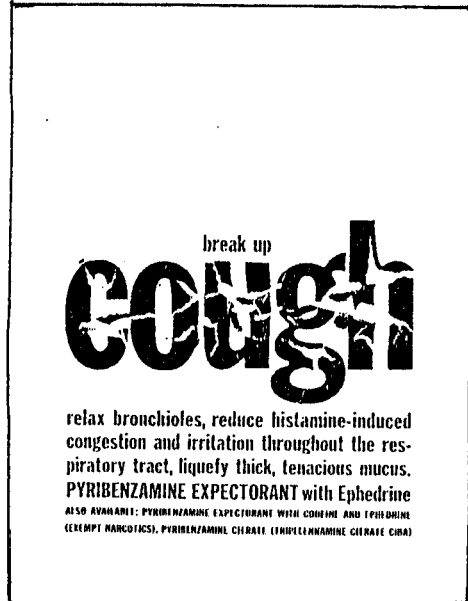
1950'lerde başlayıp 1960'lara kadar devam eden sürede, görsel oyunlarla yapılan düzenlemeler New York'lu grafik tasarımcıların figüratif tipografiye ilgi duymalarına yol açmıştır. Bu eğilim bir çok farklı biçime girerek, bazen harfleri nesnel biçimlere dönüştürürken, bazen de nesneleri harfsel biçimlere çevirmiştir. Gene Federico harf biçimlerini görüntü olarak kullanarak (2.58), bu eğilimde ürün vermiş ilk grafik tasarımcılardan biridir. Figüratif tipografi kullanımı konusunda diğer bir yaklaşım da sözcüğün anlamının görsel katkılarla bizzat sözcüğün üzerinde ifade edilmesidir. Seymour Chwast'ın IMPACT isimli broşür kapağı çalışması (2.59), bu tarzın tipik örneklerinden biridir. Bu tür düzenlemelerde (2.60) tipografi, kazınarak, yırtılarak, çarptılarak hatta titretilerek, kavram ifade etmek veya şaşırtıcı bir etki uyandırmak için kullanılmıştır (Bektaş, 1992, s. 151).



2.58



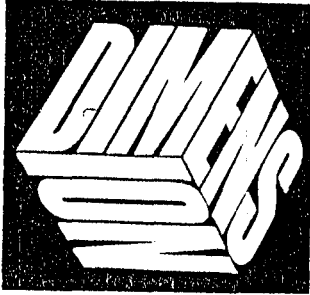
2.56



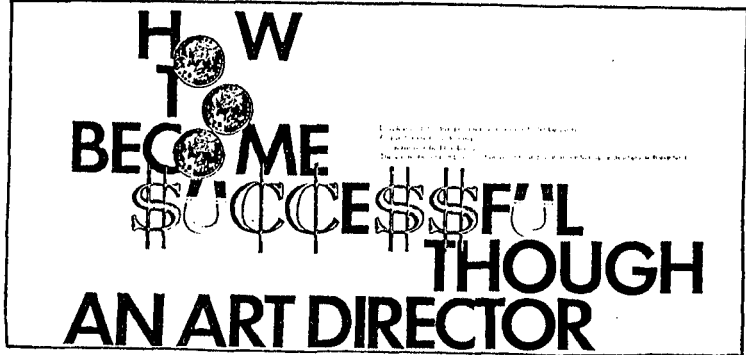
2.60

Metal harflerin yerine fotodizginin grafik tasarıma bir devrim olarak girmesi, tipografide de yaratıcılığın sınırlarını geliştirmiştir. Fotodizginin getirdiği yeni esnekliği görüp, grafik ifade biçimi için sağladığı olanakları araştırarak estetik potansiyelinin niteliklerini ortaya çıkaran kişi Herb Lubalin olmuştur. Lubalin tipografiyi kuralına göre kullanmaktan vazgeçerek, alfabetik karakterleri, görsel biçim ve mesaj iletme unsuru olmak üzere iki açıdan ele almıştır. Lubalin'in yazı ve görüntüyü ayrı ayrı kullanılma geleneğini yıkmasıyla, sözcük ve harfler görüntü yerine (2.61), görüntüler ise sözcük ve harf yerine geçmeye başladılar (2.62). Bu tipografik oyunlar, okuyucunun ilgisini çekerek, ondan da katılım beklemekteydi. Lubalin, tasarımı görsel biçime bir kavram veya bir mesaj yüklemek üzere

kullanmıştır (2.63). En yenilikçi çalışmalarında, görsel biçim kavramla bütünleşerek birbirinin içinde erimiştir. Bu yönetime, kısa görsel tipografik şiir anlamına gelen 'tipogram' adı verilmiştir. Lubalin tipografiyi konuşurarak, asprili ve güçlü mesaj iletme yeteneği ile, "Families" (aileler) (2.64) ve "Mother and Child" (anne ve çocuk) (2.65) gibi sözcüklerde yaptığı gibi, sözcüğün anlamını ideografik tipogramlara dönüştürmüştür.



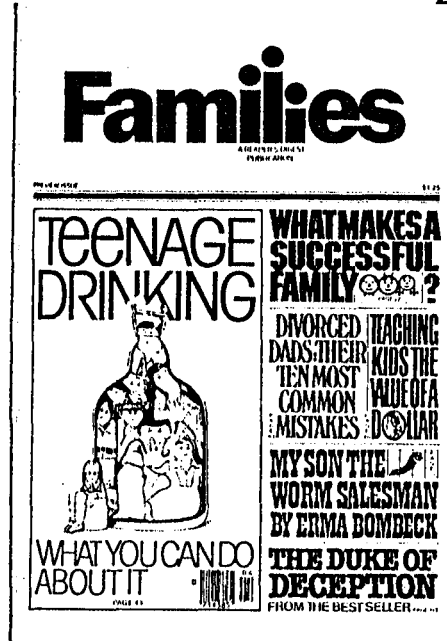
2.61



2.62



2.63



2.64



2.65

1960'ların sonunda fotodizgi, artık Gutenberg'in buluşu metal dizginin yerini almıştı. Fotodizgi, metal dizginin katı yapısının aksine, harflerin arasındaki espası tamamen kaldırabilmekte veya üstüste getirebilmekteydi. Dizgi boyları istenen boya kolaylıkla uyarlanıp, taslağın önerdiği en küçük boydan, aşırı büyük boylara kadar büyütme yapılırken netliğinden hiç bir şey kaybetmemekteydi. Özel merceklerle harfler uzatılmakta, genişletilmekte, italik, kontur veya arkaya eğik biçimlere anında dönüştürülebilmekteydi (2.66), Lubalin bu olanakları çalışmalarında, sadece tasarımsal ve teknik amaçlar için değil, daha çok görüntüyü kuvvetlendirmek ve içeriği ifade etmek için kullanmıştır (Bektaş, 1992, s. 153).

Lubalin en yaratıcı çalışmalarını, Ginzburg ile beraber 60'lı yılların sonlarına doğru çıkarmaya başladıkları "Avant Garde" isimli dergide gerçekleştirmiştir (2.67-2.69). Bu derginin içiçe geçmiş majiskül harflerden oluşan logotype'ından, aynı adı taşıyan harf karakteri de üretilmiştir. Lubalin, mesajı iletme görevini, birbirine bağımlı üç ifade biçmi olan fotoğraf, illüstrasyon ve harf biçimleriyle yaptığını söylemesine rağmen, zamanla harf biçimlerine olan eğilimi ve onlarla çalışma isteği artmıştır (2.70).

Yeni harf karakterlerinin artması ve fotodizginin sağladığı kolaylıklarla harf tasarımı korsanlığı da başladı. Buna çare bulmak üzere Lubalin, fotodizginin öncüsü Edward Rondthaler ve tipografi tasarımcısı Aaron Burns'le birlikte 1970'te "International Typeface Corporation"ı (ITC- Uluslararası Harf Karakteri Anonim Şirketi) kurdu. Daha sonra ITC, Lubalin'in sanat yönetmenliğini yaptığı U&Ic adlı bir dergi çıkararak (2.71) tasarımlarını sergilemeye başladı. Bu küçük dergide yayınlanan karmaşık ve dinamik stil (2.72), ITC'nin de popülerliğinin etkisiyle, 1970'lerin tipografik tasarımında çok etkili oldu.

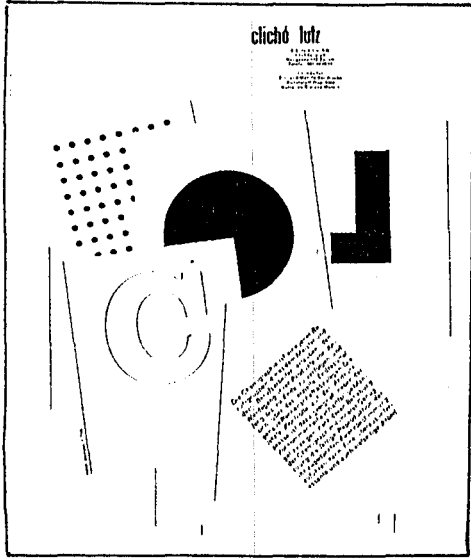
1970'lerde önce mimari tasarımda başlayıp, giderek tüm sanat dallarını içerisine alan, ve Modern hareketin geleneği reddeden tavrına karşı çıkış gibi görünen, bir geçmişe yönelme eğilimi başlamıştır. Bu yöneliş, eski üslup veya akımların kullandığı malzemeleri alarak yeni anlatımlar yaratma amacını taşımak-



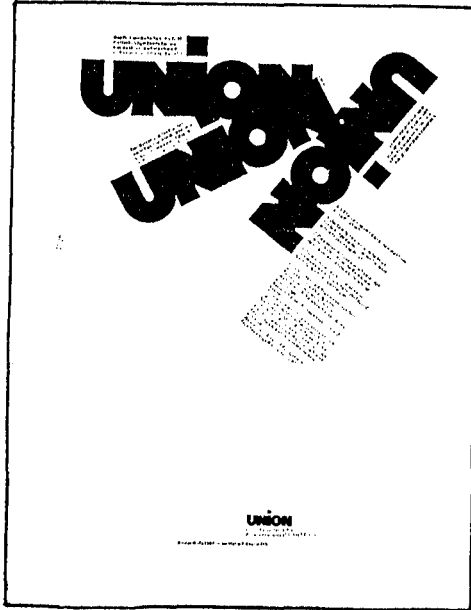
2.71

taydı. Post modernizm olarak adlandırılan bu tasarım eğilimi, grafikte ilk önceleri, İsviçre stilinde çalışan ve bu stilin biçimsel vokabulerini geliştirmek isteyen kişilerin çalışmalarında ortaya çıkmıştır. Kökü 1970'lerde olan ve bir temel felsefesi ve ortak bir çizgisi olmayan bu yaklaşım grafik tasarıma bir biçim ve hareket çeşitliliği getirerek özgür ve dışa vurumcu bir çağı başlatmıştır. Bu hareketin etkisiyle tipografide de belirgin değişiklikler ortaya çıkmıştır. Bunlar, harf ağırlıklarını - bazen tek bir sözcüğün içerisinde- kontrastlık uyandıracak şekilde farklı kullanmak; önce bir grid oluşturup, sonra onu bozmak; Piet Zwart'ın yarım asır önce yaptığı gibi alanın bütünü bir gerilim ortamı olarak ele almaktır. Bazen de yazıyla birlikte yer alan çizgi ve şeritler diyagonal bir doğrultuda yerleştirilerek Dada fotomontaj teknikleri kullanılmıştır. 1920'lerin 'Yeni Tipografi' hareketinin işlevsel elemanları dekoratif birer eleman olurken, sezgisel yaklaşım ve çeşitli oyunlar yapmak tasarım sürecine yeniden girmiştir.

Bu yeni yaklaşımın ilk belirtilerini, Uluslararası Tipografik Stil'den kopmaya başlayan Rosemarie Tissi'nin, 1964'te basımcısı E. Lutz ve ortakları için yaptığı basın ilanında görmek mümkündür (2.73). Bu örnekte işverenin matbaasında basılmış çeşitli dizgiler temel semboller olarak illüstre edilmişti. Bu görüntüler, bir



2.73



2.74

İsviçreli tasarımcıdan beklendiği gibi 'askeri' bir düzende kompoze edilmek yerine, sanki sezgisel bir yaklaşımla tesadüfi olarak kümelenmişti. Elemanların yer aldığı düşünülen karelerin köşelerini belirten çizgiler, izleyicinin hayalinde bütüne tamamlanmaktaydı. 1966'da Odermatt'ın, "Union Safe Company" için tasarladığı logotype ise İsviçre tasarım anlayışına tamamen ters düşen tasarım özellikleri göstermekteydi (2.74). Kuruluşun sağlamlığını ve güvenilirliğini anlatmak ve bir birlik imajı uyandırmak üzere, ağır karakterli harflerden seçilen "Union" sözcüğü okunaklılığından biraz kaybediyor olmasına rağmen hiç espas bırakmadan adeta üstüste bindirilmişti. Odermatt ve Tissi'nin çalışmaları, tasarım problemine mantıki ve etkili çözümler bulmak üzere, daima güçlü bir grafik anlatım, biçimlerle oynarcasına bir yerleştime ve kompozisyon alanının beklenmedik biçimlerde düzenlenmesi, göze çarpan başlıca özelliklerdir (Bektaş, 1992, s. 232).

Avrupa'da Postmodernizm'in etkisiyle Uluslararası Tipografik Stil'e aykırı çalışmalar sürerken Amerika'da grafik tasarımı "New Wave" yönlendiriyordu. Amerika'da 1970'lerde gelişmeye başlayıp, 1980'lerde ön plana çıkan bilgisayar destekli grafik tasarımı yaygın bir biçimde kullanan, tipografik tasarımda da etkili olan New Wave yaklaşımının grafik tasarımdaki etkileri günümüzde de devam etmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TİPOGRAFİDE TEMEL KAVRAMLAR

Etkili bir yazılı iletişim oluşturmak için gereken plan bir kaç maddeden oluşur. Fakat ana madde yazıdır.

Ne tür bir iletişimin planlandığı önemli değildir (gazete, dergi, broşür, antedli kağıt, ya da kartvizit). Bunu başarmak için beş madde göz önünde bulundurulmalıdır.

1. Okuyucuyu etkilemelidir: Eğer yazılı parça okuyucuyu başlangıçta etkilemezse işe yaramaz. İnsanların belirli bölümünün dışında özellikle ulaşmak istenen hedef kitlenin üyesi olan okuyucuyu etkilemelidir.

2. Okunması kolay olmalıdır: İnsanlar şiddetle ihtiyaç duydukları bir bilgiyi içerdiğini bilmedikçe okunması zor olan bir meteryali kolayca atlayabilirler, onlar herhangi bir engeli geçmeyi tercih ederler. Günümüzde meşgul insanlar etkisiz ve zor yazılı mesajdan uzak dururlar.

3. Önemli bilgiyi vurgulamalıdır: Etkili iletişimin sırlarından biri, sayfa üzerindeki yazıların düzeni ve mesajın kalbini oluşturmakla görevlendirilmiş yazıların ölçü ve stillerinin verilen mesajın önemini vurgulamasıdır. Yazı mesajın algılanmasının kolay olduğundan kuşku uyandırmamalıdır.

4. Anlamlı olmalıdır: Mesajdaki her şey - kullanılan kağıt, yazı, sanat, teknik ve mürekkep - mesajı kuvvetlendirecek bir birlik oluşturmalı ve hedef kitle için açıklayıcı olmalıdır. İzleyiciler verilen mesaj ya da içindeki elementlerden herhangi biri için asla "Bunun anlamı ne acaba?" dememelidir.

5. Tanıma Yaratmalıdır: Yazılı mesajlar bir iletişim programını daha etkili hale getirebilir ve organizasyonumuz, pozisyonumuz hatta hedef izleyicilerimizin kafasındaki konserve kutumuz için sürekli bir kimlik oluşturmamıza bir kez değil defalarca yardım edebilir. Mesela aynı yazı stiline tabelalarda ve bir logo olarak her türü ilanda kullanılması bu görsel kimliği meydana getirir. Bu kimlik, aynı yazı stiline kamyonlarda, sponsorluğu yapılan takımın formalarında kullanılmasıyla süreklilik kazanır.

Bütün bunları başaracak olan planlı baskının başlangıcı, temel bileşen yani yazıdır. Uygun seçim ve yazının kullanımı mesajı destekleyebilir fakat uygunsuz seçim ve kullanım mesajın etkisini azaltır.

Etkili bir yazılı mesaj iyi baskıyı, iyi tasarımı, elemanların iyi yerleştirilmesini bir araya getirmelidir. Fakat bunların hepsinden önce açık, uygun ve okunaklı yazı oturtulmalıdır. Elbette okunaksız yazı bazan tek bir mesajın geçilmesinde kullanılabilir, ama bu tartışmada bizi ilgilendiren mesajın okunabilirliğidir.

Yazının etkili kullanımı şunları gerektirir: (1) okumada kolaylık, (2) kelimelerle, çizgilerle ve kümelerle gruplanma, (3) mesajın doğallığı, (4) hedef kitlenin gerektirdiği yazı seçimi, (5) baskı yönteminin gerektirdiği yazı seçimi. Etkili kullanım estetik de gerektirir, basılı parçanın etkili olabilmesi için çekici olması da gerekir.

Eğer bir yazı bilgisi kazanır ve onu nasıl kullanacaklarını bilirlerse bütün iletişimciler kendi güçlerinin etkisini arttırabilirler. Bu anlayış işi kolaylaştırır, hızlandırır ve baskı masraflarını azaltır. Bu iletişimcinin basımcıya açık talimatlar vermesine ve onlarla anlaşabilmesine olanak verir, böylece olabilecek en iyi ürünü üretebilmek için hep beraber çalışabiliriz.

Yazının anlaşılması ve kullanımı bazı temel kavramları gerektirir.

Öncelikle iletişimcilerin spesifik mesajlar için yazının nasıl dizayn edile-

ceğini, kullanılabilen çeşitli hazır yazı tiplerini ve herbirinin uygunluğunu bilmeleri gerekir.

Sonra, yazının nasıl ölçüleceği ve nasıl dizileceğini ve yerleştirileceği bilinmelidir. İlave olarak, baştan sona test edilerek ve pratik yapılarak oluşturulmuş temel tipografi prensiplerinin bilinmesi de iyi olur.

1. Bazı Temel Terimler

Önce terimler üzerinde bir karara varılmalıdır. Tipografi terimleri farklı kaynaklarda değişiklikler gösterebilmektedir. Bu bölümdeki terimler sözcüklerle, yazı ve baskı ile çalışanlar için önemli olduğundan pek çok profesyonel tarafından enine boyuna düşünüldü. Tartışmamız bazı yazı karakterlerine (type-face) ait temel görüşler ve onların nasıl meydana geldikleri ile başlayacak.

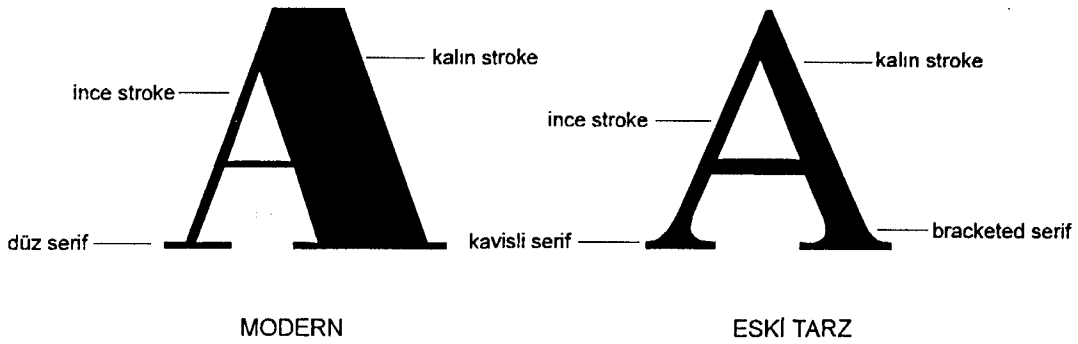
Bir harfe baktığınızda ne görürsünüz?

O bir *a* mıdır yoksa *B* mi? Bu küçük anlamsız çizgi diğer elli iki taneden biri olabilirdi. Bir tasarımcı anlamsız bir çizgide, bir karalamada insanların kafasında yaratacağı imajı, yaratacağı sesi görür. Profesyonel ascenderleri (bir harfin *x* yüksekliğinden yukarıya doğru olan uzantısı) ve descenderleri (bir harfin *x* yüksekliğinden aşağıya doğru olan uzantısı) farkederek. Onlar fazla mı uzun yoksa fazla mı kısa ya da doğru mu? Serifler harfin okunuşunu kolaylaştırıyor mu? Kalın ve ince harf stroke'leri ilginç bir kontrast yaratıyor mu? Harfler en yüksek açıklık ve okunurluk açısından doğru büyüklükte mi? Harfler modern mi yoksa eski-moda mı görünüyor?

Bir yayın için doğru yazıyı seçerken, iletişimcinin harflerdeki bütün bu çeşitliliği ve daha fazlasını düşünmesi gerekir. Fakat, bugün Amerika'da kullanılan ve 6000 den fazla farklı tasarımları olan harflerden birini kullanmaya karar vermeden önce, iletişimcinin bir serifen ve hatların (strokes) ne olduğunu, ve her bir yazının gövde büyüklüğü ve kalınlığının ne kadar olabileceğini bilmesi gerekir.

Öyleyse yazı ile çalışmaya başlarken öncelikle harf formlarının anatomilerini bilmemiz gerekir (Conover, 1985, s. 46).

Şekide (3.1) modern ve eski stil iki Roman harf üzerinde harfi oluşturan temel çizgiler isimleriyle gösterilmiştir.



3.1

Bir harfin temel elemanları hatlar (strokes) ya da dizaynı oluşturmak için çizilen çizgilerdir. Bunların hepsi aynı kalınlıkta olabilir ya da saç teli inceliğinden oldukça kalına kadar çeşitlenebilirler.

Bazı tasarımcılar stroke'leri yuvarlatılmış ya da düz, serif denen çizgilerle bitirmişlerdir. Yuvarlatılmış ve düz serifler vardır. Boşluğu kapatılan seriflere dirsekli (bracketed) serif denir (Conover, 1985, s.46). Seriflerin biçimleri yazı türleri ile çeşitlenir. Sans Serif baskı yazı türünün harflerinde serif yoktur. Eski Roman tarzı kavisli seriflere, Modern stil Romanlar da düz seriflere sahiptirler. Kare şeklinde köşeli seriflere sahip Square Serifs yazı türü de ismini seriflerinden almıştır (3.2).



3.2

Tasarımı kesinleşmiş bir alfabede bütün harfler birbirlerine uygun olarak çizilecektir. Bu ölçü harflerin x yüksekliği tarafından belirlenir. Bu miniskül x'in yüksekliğidir (3.3).



3.3

Bazı harflerin x yüksekliğinden yukarıya doğru uzanan hat (stroke) ya da saplar (stem) vardır, bu hatlar üst uzantı (ascender) diye bilinir; g, j, y, p gibi harflerin ve q harfinin de bir kuyruğu ya da x yüksekliğinden aşağıya doğru uzanan alt uzantıları (descender) vardır (3.4). Büyük harf alfabesinde sadece Q'nun bir descenderi vardır. Büyük harflerde uzantısı olan başka bir harf yoktur.



3.4

Artık yazı ile ilgili bir kaç terimi tanıdığımıza göre, yazı ve yazının kullanımının incelenmesine başlayabiliriz. Daha önce de söz edildiği gibi batı dünyasında 6000'den fazla farklı yazı tipi tasarımı vardır. Baskının metalden yapıldığı dönemlerde, yazı dökümhaneler tarafından yapılırdı ve harf tasarımları tamamen birbirine uygundu. Örneğin ilk kez 1734'te İngiltere'de William Caslon tarafından hazırlanmış ve hala temel baskı yazı karakterlerinden biri olan Caslon tasarımı.

Strike-on (harfin görüntüsünü vuruşlarla kağıt üzerine aktarma) ve fotokmpozitörün gelişiyle beraber, çeşitli isimlerdeki yazı dizaynlarının hızla

çoğaldığı görülür. Bu harf tasarımlarının çoğu uzun sürede kabul edilmiş ve tanınmış stillerin karakterlerine sahiptirler, fakat her bir üretici bu yazı çeşitleri üzerinde ufak tefek değişiklikler yapmışlardır. Ek olarak, basım piyasasına giren yüzlerce yeni şirket tarafından teknolojik patlamanın son yirmi yılı boyunca hiç durmadan yeni karakterler üretilmiştir.

İletişimciler yazı stilleri için, eski aile isimlerine uzun süre itimat etmezler. Çeşitli basım kurumlarının örnek sayfaları üzerindeki yazıları yıllar boyunca temel yazılardan olmuş stillerle karşılaştırmak gerekir.

Yazının doğru kullanımını öğrenir öğrenmmez, geleneksel ve bütün iyi basımcı ve grafik tasarımcılar tarafından bilinen harf dizaynlarını tartışmaya başlayabiliriz. Etkili bir iletişim yaratmak için, hangi harf karakterinin okunmasının en kolay olacağına ve mesaja en iyi giden imajı vereceğine karar vermeliyiz. Her bir karakterin kusurunu ve gücünü bilmemiz için yeterince harf tasarımıyla tanışmamız gerekir.

2. Yazı Karakterleri (Typefaces)

Yazılar tasarımlar arasında kolayca farklılıklar yapacak şekilde sınıflandırılmıştır. Yazılar, insanların antropologlar tarafından türlere ayrıldığı gibi sınıflandırılmıştır. Neredeyse insan ırklarının çeşitliliği kadar yazı çeşidi vardır. Bazı iletişimciler bu temel farklılıklara yazı türleri (çeşitleri, soyları) olarak değinirler.

Bu türler yazı ailelerini içine alırlar. Her aile kendi türünün temel karakteristiğini taşır, ek olarak, harf tasarımlarında aynı türün diğer ailelerinden basit farklılıklar gösterirler (Conover, 1985, s. 47).

Şekilde (3.5) her ikisi de Roman yazı türü içerisinde yer alan iki farklı harf karakteri görülmektedir. Bunların her ikisi de, Roman yazı türünün ayırtedici özelliklerinden olan, serifler ile ince ve kalın hatlara sahiptirler. Bununla

beraber harflerin yapılarında birbirleriyle kıyaslandıklarında açıkça görülebilecek farklılıklar vardır.

ABCabc
ABCabc

3.5

Caslon ve Bodoni ailelerinin her ikisi de Roman yazı türüne mensuptur. Belirli temel benzerliklere sahiptirler fakat aynı zamanda ince farklılıklar da gösterirler. Caslon ve Bodoni karakterlerinin incelenmesi aralarındaki benzerlik ve farklılıkları ortaya çıkarır. Her ikisinin de serifleri vardır ve her ikisinde harf hatlarında değişme gösterir. Fakat Caslon'un serifleri kavisli ve dirseklidir, Bodoni'nin serifleri ise düzdür. Caslon harflerinin harf hatları bilindiği gibi kalın ve ince hatlar arasında önemli bir değişme göstermez. Bodoni'nin hatları ise çok ince ve çok kalındır, yani ince ve kalın hatlar arasındaki kalınlık farkı oldukça belirgindir. Harflerin tepelerindeki kalın ve ince stroke'ların bağlantılarındaki farklılıklar da dikkat çeker.

Öncelikle bu tür farklılıklar ve onların basılı parça üzerindeki basılabilirlik, okunabilirlik ve uygunluk etkilerine hakim olunursa yazı stillerinin seçimi oldukça kolaylaşır. Basılacak yüzeyde düzenlenen yazılı iletişim için harflerin nasıl seçileceği sorun değildir. Yazı ve baskıyı üreten pek çok teknik bu yazı türlerinin karakterlerini gösterecektir. Bütün bunlar o türün çatısı ve sınıflanan aile sistemi içinde tartışılabilir (Conover, 1985, s. 47).

Kullanılmakta olan 6000'in üzerindeki yazı karakterleri, temel olarak bir kaç kategoride incelenebilir. Bu konuda görüş farklılıkları vardır. Bazı tipograf ve grafik sanatçıları baskı yazıları üç kategoride incelerken, bazıları altı kategoride ele alırlar.

Conover'in yaptığı sınıflandırma şöyledir: Romanlar, Serifsizler (Sans Serifs), Köşeli Serifliler (Square Serifs ya da Egyptians), Kitap Yazıları ya da Gotik Yazı (Text Types or Black Letter), El Yazısı Benzerleri ve İşlek Yazılar (Scripts and Cursives) ve spesifik kimliğe karşı koyan Çok Yönlü ya da Yeni Yazılar (Miscellaneous or Novelty) diye adlandırılan geniş kapsamlı bir kategoridir (Conover, 11985, s. 47).

Roy Paul Nelson, yazı türlerini dört kategoride inceler: Roman, Sans Serif, Slab Serif ve Ornamental (Nelson, 1983, s. 74).

Martin Solomon, The Art of Typography isimli kitabında temel yazı türlerini, Roman, Script, Gothic, Ornamental ve Period olmak üzere beş ana grupta inceler. Solomon Romanları, Old Style, Transitional, Modern, Primer, Fat Face, Egyptian ve İtalic olmak üzere yedi alt gruba ayırır. Script yazılar Gothic ve Latin olmak üzere iki çeşittir (Solomon, 19)

Solomon ve Conover'in sınıflandırmalarını karşılaştırmak, yazıların sınıflandırılmasında meydana gelen karışıklıkları örnekleyecektir. Solomon, Conover'in Square Serifs dediği yazı türünü, başlıbaşına bir tür olarak değil, Romanların bir alt grubu olarak Egyptian (Antique) alt başlığı altında inceler. Conover'in Text or Black Letter yazı türünü, Solomon, Script türünün Gothic Script alt grubuna sokar. Solomon Latin Script alt grubunda ise Conover'in Script and Cursives yazı türünü ele alır.

Biz burada Conover'in sınıflandırmasını ele alıp, her yazı türünün temel özelliklerini inceleyeceğiz.

2.1. Kitap Yazısı ya da Gotik Yazı (Text or Black Letter)

İlk baskı Almanya Mainz'de John Gutengerg'in dükkanında kendisi tarafından imal edilen taşınabilir metal harflerle meydana getirildi. Gutenberg'in baskıda en uzun süreli başarısının onun ünlü kırkiki satırlık İncil'inin olması dikkat çekicidir. Her sayfa iki sütundan oluşur ve her sütun kırk iki satır uzun-

luğundadır. Hemen hemen beşyüz yıl geçmiş olmasına rağmen bu İncil, tipograflar tarafından baskı ve layoutun enfes bir örneği olarak kabul edilir.

Gutenberg'in tasarlayıp dökümünü yaptığı ve bastığı Gutenberg kutsal kitabında kullandığı harfler, Kuzey Avrupa el yazısının ağır koyu harflerinin kopyalarıydı. Onlar bugün "Old English" olarak bilinir. Gerçekte Old English, Text or Black Letter türünün bir ailesi olup, kendi başına bir soy değildir. Black Letter yazı türünde harf hatlarında çokça çeşitlilik olması nedeniyle, bu yazı şatafatlı ve gösterişli bir yazıdır (3.6). Dolayısıyla bu yazı okunması zor ve zihin yorucudur.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

3.6

Buna rağmen Text or Black Letter yazı türü modern grafik tasarımında da yer almıştır. "Orta Çağ Ziyafeti" ya da "Biz köklü geleneksel bir müesseseyiz" veya "Antika Dükkanı" demenin en iyi yolu nedir? Bu yazının gotik katedralleri hatırlatıyor olabilmesine rağmen ona gotik denmemelidir. Gotik tamamen farklı bir yazı türüdür (Conover, 1985, s. 48).

Burada gözden kaçırılmaması gereken bir nokta var. Conover'in "Text or Black Letter" olarak isimlendirdiği yazı türüne bazı araştırmacılar "Gothic" diyebilmekte, bazıları ise Gothic terimini Sans Serif yazıları tanımlamak için kullanmaktadırlar. Conover'in sınıflandırmasındaki "Text or Black Letter" türünü, "Scripts and Cursives" kategorisi içinde ele alanlar da vardır. Bu türden karışıklıklar, yazıların sınıflandırılmasında tam bir fikir birliği olmadığından dolayı diğer türlerde de görülebilmektedir. Örneğin "Square Serifs" türü, bazı kaynaklarda "Slab Serifs" bazılarında da "Egyptians" olarak geçmektedir. İtalik yazıları ayrı bir tür olarak ele alan kaynaklar da mevcuttur. Bu karışıklık-

ların daha da arttırılmaması için Conover'in sınıflandırmasında ya da diğer araştırmacıların kaynaklarında ismi geçen yazı türlerini orjinal isimleriyle kullanmakta fayda görüyorum.

Conover, Text or Black Letter yazı türünde daha başka karışıklıkların da baş gösterebileceği konusunda bizi uyarıyor: Bu dizaynlara "text" isminin yakıştırılması, onların Orta Çağ Kuzey Avrupa'sının text (kitap, metin) ve okunacak meteryal yazıları olmasındandır. Fakat bugün text terimi bütün okunan şeyleri anlatmakta kullanılır. Bu yüzden, bundan sonra bu karışıklıktan kaçınmak için bu yazı türünün sadece "Black Letter" olarak anılmasında fayda vardır.

Geleneği ve ciddiyeti vurgulamak, güç ve yeterlik imajı vermek istediğimizde Black Letter'i kullanabiliriz. Pek çok gazete bu sebepten dolayı logolarında Black Letter'i benimsemişlerdir. Tamamı büyük harfle dizilen yazılarda, harflerin okunması zor ve bazan imkansızsa Black Letter'in kullanılmasından kaçınılmalıdır. Onlar, başlık satırları, logolar ve bölüm başlıkları gibi kullanılması uygun olan yerlerde de tedbirli kullanılmalıdırlar. Black Letter resmi davetler ve kutlamalar için kullanışlı bir yazı türüdür (Conover, 1985, s. 48).

2.2. Roman

Baskının batı dünyasındaki doğum yeri kuzey Avrupa idi. O buradan doğuya ve güneye yayıldı. Venedik 1400'lerin sonlarında bir baskı merkezi olmaya başladı. Bununla beraber, güney Avrupalılar kuzeyde kullanılan ağır ve can sıkıcı yazılardan hoşlanmadılar. Onlar Romalıların daha basit ve daha açık harflerini tercih ettiler. Böylece Venedik, Paris ve başka yerlerde gelişen harf karakterleri Roma harf formlarını izledi ve bunlar Roman türü olarak bilinir oldular (3.7).

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
z
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Eski Romalılar alfabelerini Yunanlılardan ve diğer doğu Akdeniz bölgesinin eski uygarlıklarından geliştirdiler. Gerçekte, Roman (Latin) alfabesindeki bazı harflerin, resim yazısında ya da Mısır hiyerogliflerinde asılları bulunabilir (3.8).

MISIR	FENİKE	ERKEN YUNAN	ERKEN LATİN	BUGÜN
𐤀	𐤀 𐤁	Α Δ Δ	Λ A	A
𐤂	𐤂 𐤃 𐤄	Β Β Β	Β B	B
𐤄	𐤄 𐤅 𐤆	Δ Δ Δ	Δ D	D
𐤆	𐤆 𐤇 𐤈	Ϝ Ϟ ϟ	P R	R
MÖ. 25. yy	MÖ. 10-9. yy	MÖ. 7-4. yy	MS. 200-300	20. yy

3.8

Tarihçiler, Fenikelilerin Mısır harflerini benimsediklerine ve onları değiştirdiklerine daha sonra Yunanlıların bazı harf formlarını Fenikelilerden alıp, onların yapılarını yeniden düzenleyerek onları Yunan alfabesi olarak kullandıklarına inanırlar. Bu formlar Yunanlılardan Romalılara geçmiştir.

Yapıların duvarlarına kitabe yazarlarken Romalılar tarafından en çok kullanılan alet fırça idi. Onlar kitabeyi taşlara çizer ve sonra taş ustaları boyanmış hatları oyarlardı. Romalılar eğriler ve devam eden çizgiler yapmak için fırçayı

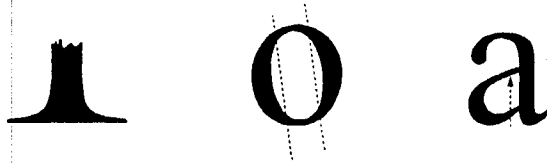
döndürebilirlerdi ve böylece harfleri için çeşitli genişlikte harf hatları geliştirebildiler. Onlar uzun geniş hatları fırçanın kenerını kullanarak dar bir hat ile bitirebildiler. Bu bitişler bizim harflerimizdeki serifler ve baskı yazıların Roman türünün ayırdedici özelliklerinden biri olmaya başladılar. Bütün Romanların serifleri ve kalından inceye çeşitli genişlikte harf hatları vardır.

Roman baskı yazıları, eski stil, geçiş dönemi ve modern olarak sınıflandırılırlar. Şekilde (3.9) Roman türünün içerisinde yer alan üç alt grup görülüyor.

Eski Stil Roman Geçis Dönemi Roman **Modern Roman**

3.9

Bir yazı karakteri kalın ve ince hatları arasında küçük bir kontrasta sahipse, hatlar eğilmiş ya da yuvarlaksa, serifler gövdeden dışa doğru kesin bir noktada bitiyorsa, yuvarlak harflerin incelen kısımlarında hafif bir eğiklik varsa ve serifler kavisli ise eski stil olarak sınıflandırılırlar (3.10).



3.10

1773'te bir İtalyan yazı tasarımcısı ve Benjamin Franklin'in çağdaşı ve arkadaşı olan Giambattista Bodoni, modern Roman olarak adlandırılan yazıyı takdim etti. Bu yazılar kalın ve ince hatlar arasındaki güçlü kontrastla ve düz, ince kavissiz seriflerle ayırdedilir. Bu karakteristiklere sahip bütün yazılar ister yüz yıllık olsun isterse dün tasarlanmış olsun modern Roman olarak sınıflandırılırlar.

Eğik ya da yuvarlanmış hatlar, kalın ve ince çizgiler arasında az kontrast ve eski Roman stilinin kavisli serifleri ile kalın ve ince hatların kontrastlığı ve modern Roman'ın düz, ince dirseksiz serifleri arasına düşen baskı yazının, Roman karakterin geçiş dönemi olduğu düşünülür. Onun yarısının eski stil Roman dizayn ve yarısının modern Roman konfigürasyonun içinde olduğu söylenir.

Geçiş dönemi yazılarda, ince hatların açıları (köşeleri) eski stil Roman'-da olduğu kadar belirgin değildir ve kalın ve ince stroke'lar arasındaki değişme daha belirgindir.

Roman'ların temel baskı yazılarından olduğu kabul edilir. Onlar bütün ağırlık ve ölçülere girerler. Hemen hemen her türlü mesajın iletimine uygun estetik ve etkileyici Romanlar vardır.

2.3. Serifsizler (Sans Serifs)

Üçüncü geniş kategori olan Sans Serif, isim olarak nispeten yenidir fakat aynı zamanda eski kökenlidir. Şekil yönünden Yunan ve eski Roma harflerinin çizgilerini taşır (3.11). Sans Serifler bazı tipograflar tarafından Gotik diye adlandırılırlar ve Grotesk yazı olarak bilinirler.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

3.11

İsmin ifade ettiği gibi ('sans' Fransızca'da -sız, -siz anlamındadır) Sans Serif yazılarda serif yoktur. Onlar geometrik, kesin, düzgün ve açıktırlar. Sans Serif yazıların bazı formları, harf hatlarında küçük varyasyonlara sahiptirler fakat bunların pek çoğu tekdüzedir.

Sans Serifler bütün amaçlar için mükemmel baskı yazılarıdır. Avant

Garde Gothic gibi en yeni tasarımlarımızdan bazıları baskı yazının Sans Serif stilinin yorumlarıdır. Sans Serifler her amaç için uygundur. Onlar baskıda iyi sonuç verir ve modern bir görünüme sahiptirler. Ve onlar muhtemelen gelecek yıllarda da en popüler karakterler olmaya devam edeceklerdir.

Sans Serifler özellikle 1920'lerde, Almanya'daki, fonksiyonel tasarımın üzerinde durulduğu Bauhaus hareketinin, tipografi dünyasında baskısını hissettirdiği sırada popüler olmaya başlamışlardır. Sans Serifler baskıda çok fazla kullanıldıkları zaman monoton olabilirler. Bununla beraber bu yazılar özellikle gazetelerde ve dergilerde gittikçe daha fazla kullanılır duruma geliyorlar.

2.4. Köşeli Serifliler (Square Serifs)

Baskı yazıların dördüncü türü Square Seriflerdir. Bunlar bir tam kare ya da bir düz çizgi serfin eklenmesi dışında Sans Seriflerin genel karakteristiğine sahiptirler (312). Bazı tipograflar Square Serifleri, Slab Serif ya da Egyptians olarak nitelendirirler. Square Serifler ilk ortaya çıktıklarında Egyptians olarak adlandırılmışlardı.

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOSTUVWXYZ

3.12

1800'lerin ilk dönemlerinde, büyük olasılıkla Rosetta taşının (Reşit civarında bulunan ve üstünde Yunanca ve hiyeroglif yazılar olan bazalt tablet) 1799'da keşfedilmesinden dolayı Mısır'a karşı çok büyük bir ilgi vardı. Rosetta taşı üç dilde (hükümdarların dili, genel halkın kullandığı dil ve Yunanca) yazılmış bir yazıt içerir. Yunanca, Mısır hiyerogliflerinin sırlarını ve eski Mısır tarihini ortaya çıkarmak için kullanıldı.

Yaklaşık olarak aynı zamanlarda, bir İngiliz yazı tasarımcı ve dökümcü olan Vincent Figgins, karakteristik özellikleri kalın slab serifler ve ağırlığın genel eşitliği olan bir harf karakteri üretti. Bu harf karakteri majisküllerinde Mısır mimarisini hatırlatan kesin bir kaliteye sahipti. Bu yüzden ona Egyptian (Mısırlı) adını vermek oldukça doğaldı.

Bugün, Square Serifler'in Mısır aile isimleriyle ya da yazı stilini tanımlayan isimlerle anılan pek çok versiyonu vardır. Memphis, Cairo, Karnak ve Luxor bunlardan bazılarıdır. Ve Stymies, Girdas ve Towers da bunlara ilave edilebilir.

Bugün Square Seriflerin Mısır mimarisinden çok modern yapılara benzetilmesi daha mantıklıdır. Onlar güçlü ve karedirler. Majiskül harfler çelik direklere benzerler ve tasarım okuyucuya bir güç, sağlamlık ve kararlılık hissi verir.

Square Seriflerin çoklukla kullanıldıkları söylenemez. Onlar başlıklar (headline), reklam başlıkları ve afişler için mükemmeldirler. Square Serifler metin yazılarının uzun sütunlarında kullanıldığında monoton ve usandırıcıdır.

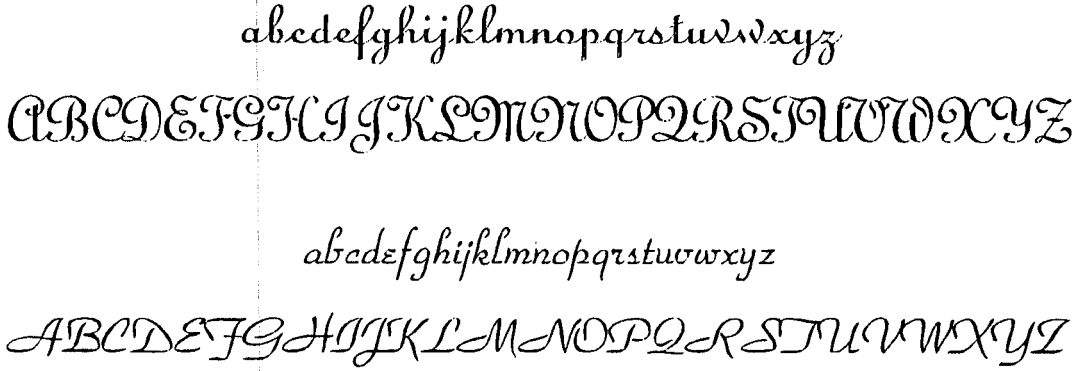
Bu yazılar yüzyılın değişiminde oldukça popülerdi ve o günlerin başlıklarında kullanıldı. Eski Batı'nın "wanted" afişleri de çoğunlukla Square Serif ile dizilirdi. Square Serif, 20. yüzyılın ilk on yılı boyunca değerini kaybedip gözden düştü. Çok eski moda oldukları düşünüldü. 1940'ların sonları ve 1950'lerde yeniden hayat buldular. Bazı gazeteler başlıkları için Square Serifleri benimsediler. Derken Square Serifler yeniden gözden düştüler ve pek çok gazete onları 1970'lerin başında bırakarak daha modern olan Bodoni gibi Romanlara ve Helvetica gibi Sans Seriflere yöneldiler.

1980'lerin ortalarında Square Serif karakterler yeniden beğenilerek kullanılmaya başlandı. Bu yazılar yapısal olarak sert, kaba ve hat genişliklerinde çok az değişikliğe sahip olduklarından, negatifler, illüstrasyon üzerine yazılan

yazılar, fotomekanik düzenleme ve klişe teknikleri için iyi karakterlerdir. Square Serifler aynı zamanda ofset ve gravür baskıda da iyi sonuç verirler.

2.5. El Yazısı Benzeri ve İşlek Yazılar (Scripts and Cursives)

Beşinci tür, el yazısına benzeyen harf stillerini içerir. Tipograflar onlara Scripts (el yazısı yada el yazısına benzeyen baskı yazılar) veya Cursives (işlek yazılar) derler (3.13). Scriptler ve Cursive'lerin birbirlerine çok benze-melerinden dolayı onları Scripts and Cursives türünde beraber gurupladık.



3.13

Fakat niçin Scriptler ve Cursiveler? Niçin onları bu isimlerden biri ya da diğeri ile adlandır mıyoruz?

Burada küçük bir açıklama gerekiyor. Bazı tipograflar italik yazıları (eğik harfle yazılmış Roman yazı) ayrı bir tür olarak sınıflandırırılar. İtalik harfler olarak bildiğimiz eğik yazı, 1500'lerde ilk defa ortaya çıktığında başlıbaşına bir stildi. 1490'da Venedikte kendi ünlü Aldine basımını kuran basımcı ve harf ta-sarımcısı Alois Manutius, önemli işlerin küçük kitaplarını yayımlamak istedi. bunlar ilk 'everybody's library' kitapları olarak adlandırılabilirler. Manutius, bir sayfa üzerinde mümkün olduğunca fazla kelimenin yer alabilmesine olanak sağlayacak yazısı için bir harf stili araştırdı.

O ilk italik harf karakteri olan işlek bir harf stili yarattı. Bu cursiveler, içinde

kesinlik, sertlik ve can sıkıcı tekrarlar içeren harf formlarının olmadığı bağımsız bir yapıdaydılar ve harfler el yazısı gibi serbest bir akışa sahiptiler. Alman ülkelerindeki yazıcı ve basımcılar bu italik stile "cursive" (Latince "koş" anlamındaki 'currere'den) adını verdiler.

Aldine kitapları orjinal italik karakter ile ortaya çıktığında diğer basımcılar onu kopya ettiler ve bu tasarım baştan başa bütün Avrupa'ya yayıldı. (Bununlaberaber Sans Serif ve Square Serif baskı yazı türlerinin içindeki eğik harfler italik değil *obliques* olarak adlandırılırlar.)

Yazı üzerine bazı kitaplarda, yazarlar, Cursive'lerin harfleri arasında apaçık göze çarpan bir boşluğa sahip iken, Script'lerin el yazısına benzeyip harflerinin birbirlerine bağlı oldukları konusunda diretirler. Diğer yandan tipografi ve grafik üzerine bir başka metin içinde iki yazının özellikleri ayırılarak tam tersi (Cursive yazıların değilde Scriptlerin harfler arasında boşluğa sahip olduğu) aktarılır (3.14). Genelde el yazısını andıran harf stillerini Script ve Cursiveler olarak kabul etmek ve tanımlamak yeterlidir. Bu yazılara yaklaşımda en güvenilir yol, kullanmak istenen stilin seçilmesi ve seçilen stilden onun aile ismi ile bahsedilmesidir.

Scripts and Cursives

Scripts and Cursives

3.14

Script ve Cursiveler iyi tasarımda önemli bir rol oynarlar. Onlar basılı parçaya özel bir hava verebilirler. Script ve Cursiveler çağrı ve davetler için mükemmeldirler ve başlık ve alt başlıklar için kullanılabilirler. Onlar aynı zamanda basılı bir sayfaya çekicilik, kontrast ve canlılık katabilirler. Fakat okunmaları zor olduğundan temkinli kullanılmalıdırlar. Pek çok cümle ve paragrafta değilde, sadece bir, iki ya da üç satırı geçmeyecek şekilde kullanılmaları uygundur.

2.6. Çok Yönlü ya da Yeni Yazılar (Miscellaneous or Novelty)

Altıncı yazı türü gerçekte bir tür değildir. Bu, diğer türlerin açıkça sınırlandırılmış karakteristiklerine sahip olmayan bütün alışılmadık dizaynları içeren geniş kapsamlı bir kategoridir (3.15). Bunlar elle yapılmış yazı tasarımlarını, özel efektler, logolar, markalar için tasarlanan harf dizaynlarını ve alışılmadık düzenlemeleri içerir.

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

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

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

3.15

Bu yazıların seçimi ve kullanımı, Script ve Cursive'lerin seçimi ve kullanımıyla ele alınan aynı kriterler tarafından belirlenmelidir. Bunlarda da seçilen yazı karakteri aile ismi ile anılmalı ve kullanılırken dikkatli davranılmalıdır.

2.7. Yazı Aileleri

Roman, Black Letter, Sans Serif, Square Serif ve Script ve Cursive'ler temel baskı yazı türleridir. Fakat her bir harf dizaynı sadece bu türlerle tanımlanmayıp her birinin bir ismi vardır. Bunlar için sıklıkla tasarımcısının ismi kullanılır. Popüler bir modern Roman yazı olan Bodoni, tasarımcısı Giambatista Bodoni'nin adını almıştır. Bunlar içerisinde (Nicholas) Jenson, (William) Caslon, (Claude) Garamond ve (Frederic) Goudy gibi bugün kullanılan karakterlerden birkaçının ismi anılabilir.

Bazan yazının ismi onun tasarımı ve fonksiyonunun tanımlayıcısı olabilir. Ortaçağ keşişlerinin manastırlarını (cloister) hatırlatan bir Black Letter olan

Cloister, Yahudi folklorunun dişi şeytanından adını alan gösterişli Lilit ve sık olarak iş formları ve antedli kağıtları için kullanılan bir yazı olan Baners Gothic karakterleri bunlara örnektir.

Ya da yazı isimleri, Cairo, Memphis ve Karnak isimli Square Seriflerde olduğu gibi bir coğrafik bölgeyi aksettirebilirler.

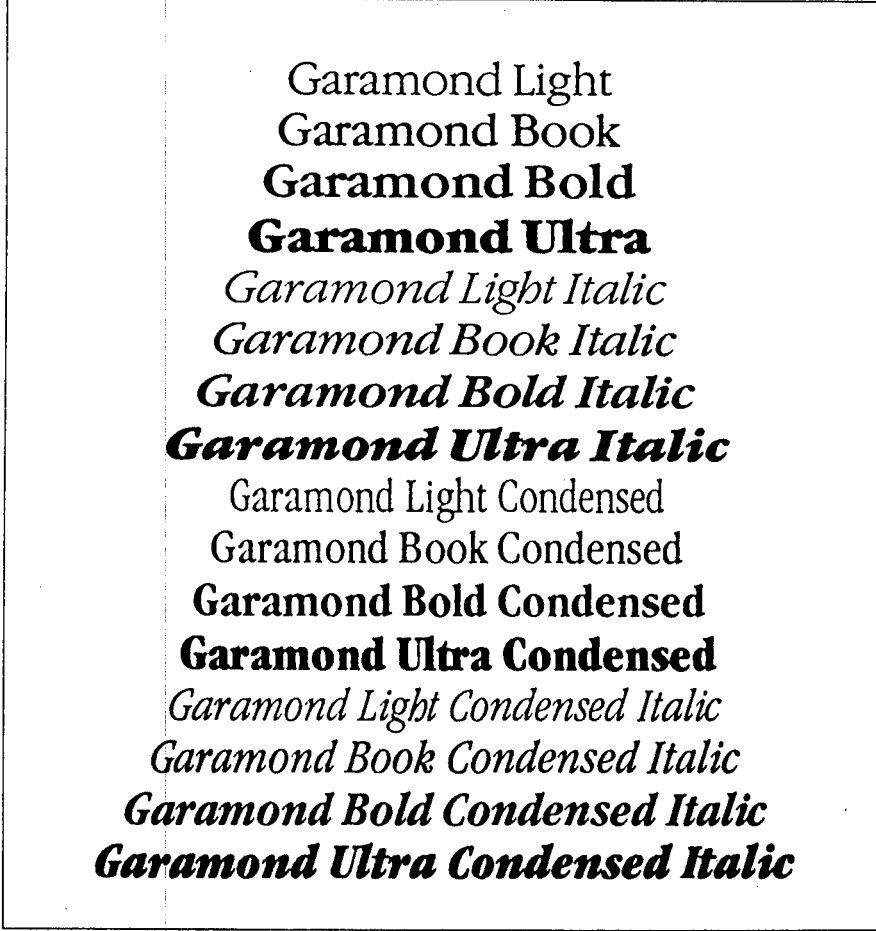
Yazılar aynı zamanda kendileri için dizayn edildiği yayınların ismini de alabilirler. Londra'nın The Times'ı için hazırlanmış Times Roman ve aynı adı taşıyan moda dergisi için tasarlanmış Vogue bunlara örnektir. Baskı yazılar Sans Serif türün üyelerinden olan Futura, Metro, Tempo gibi isimler alarak modernizm iddiasında da olabilirler.

Yüzlerce yazı ismi ve bunlara sürekli olarak eklenmekte olan yenileri vardır. Bir yazı üreticisi popüler olan yeni bir tasarım tanıtacaktır. Başka bir üretici, petent karışıklıklarına meydan vermemek için yeterli değişikliklerle, öncekine benzeyen bir karakter geliştirecek ve ona farklı bir isim verecektir. Örneğin, Times Roman en popüler Romanlerden biri olmuştur. Şu anda English Roman gibi, hemen hemen aynı, fakat farklı bir typesetting ekipmanı üreticisi tarafından üretilmiş böyle dizaynlar vardır.

Özgül bir yazının ağırlık ve genişlikteki bütün varyasyonları bir aileyi meydana getirir. Mevcut bütün ölçüler aynı zamanda bu aileyi oluşturur. Örneğin Bodoni ailesi uzun ve kısa, zayıf ve şişman yazıların bir ailesidir. Bu ailenin içinde düzenli Bodoni, dold Bodoni, italik Bodoni, condensed Bodoni ve diğerleri vardır. Bütün bu varyasyonlar Bodoni ailesinin üyeleridirler.

Demek ki, örnek olarak Bodoni'nin sınıflandırılmasını şöyle yapabiliriz: Bodoni, Roman türünün bir üyesidir ve kendi türünün karakteristik özellikleri seriflerle ince ve kalın harf hatlarıdır. O, Roman türünün Bodoni ailesidir fakat kendi ailesi içerisinde, çeşitlemelerin pek çoğuna sahiptir. Bu varyasyonlar aile içindeki bir seri (dizi) olarak anılırlar.

Şekilde (3.16) Garamond ailesinin yazı karakteri içindeki seriyi oluşturan üyeleri görünüyor:



3.16

2.8. Yazı Serileri

Bir yazı serisi bir aile içindeki bir stilin bütün ölçülerini içerir. Örneğin, bir seri, Bodoni boldun mevcut bütün ölçüleri, ya da başka bir seri Bodoni italiğin mevcut bütün ölçüleri olabilir (Conover, 1985, s. 57).

Şekilde (3.17) görülen Univers serisi, 1954 yılında Paris'te çalışmakta olan İsviçreli genç tasarımcı Adrian Frutiger tarafından yaratılmıştır. Univers ailesi yirmibir seriden oluşmaktadır. Tipografik çeşitlemeler paleti -geleneksel

2.9. Fontlar

Dahası var. Tür, aile ve diziye ek olarak bilmemiz gereken bir başka terim de fonttur. Yazı fontlar olarak yapılır, satılır, depolanır ve kullanılır. Bu terim yazının spesifik bir dizaynını ve ölçüsünü gerektiren harfler, rakamlar, semboller ve noktalama işaretlerinin bir setinden söz etmek için kullanılır. Bir daktilo üzerindeki mevcut bütün harfler bir fonttan ibarettir. Bir daktilonun üzerinde, 12 puntoluk harflerin bulunduğu bir font yada küçük boy (10 punto) harfleri olan bir font bulunabilir. Şekilde (3.18) temel bir fontta bulunan karakterler gösterilmiştir.



Bazı fontlar diğerlerinin içinde olmayan karakterler içerirler. Genel olarak temel alfabe harfleri, rakamlar ve noktalama işaretleri, özel çift harfler(ligature), diftonglar ya da semboller ile tamamlanır. Bir ligature harflerin tek form içindeki kombinasyonudur. Yaygın ligatureler *ffi*, *fi*, *fl* ve *ff* kombinasyonlarıdır. Difonglar (diphthongs) æ ve œ bileşimleridir. Bir harf stili ya da yazı seçtiğimiz zaman, fontların içinde hangi karakterlerin olduğunu bilmeye ihtiyaç duyarız. Fontlara özel kesimler, derece yada matematik semboller ya da belki, yabancı dillerdeki vurgu işareti olan harfleriyle gereksinim duyarız.

3. Yazının Ölçülendirilmesi

Yazı ve baskı, ölçülendirmenin nadir birimlerine sahiptirler. Bu birimler gerçekten basittirler, fakat yazı ve baskı ile çalışan herkes onları tam anlamıyla anlayabilmelidir. Eğer baskı ölçülendirmesinin nasıl kullanılacağı anlaşılmaz ve bilinmezse, bir editör, tasarımcı ya da iletişimcinin çalışması zor olacaktır.

Gutenberg'den yaklaşık 300 yıl sonra, basımcılar için ölçünün standart bir sistemi yoktu. Yazı dökümcüleri, ürettikleri çeşitli ölçülerdeki baskı yazılara isimler verdiler. Genellikle bir dökümcünün yazıları, diğer dökümcülerin yazılarıyla bereber kullanılamazdı. Problem çok daha karışıktı, çünkü belli ölçülerdeki baskı yazılara bir dökümcü tarafından verilen isimler, başka biri tarafından tamamen farklı ölçüleri tanımlamak için kullanılabılırdi. Bir dökümcü bir baskı yazıyı "nonpareil" olarak isimlendirirken, bir diğeri nonpareil'i farklı ölçüdeki bir yazı için kullanırdı. (Not: Nonpareil, şimdiki 6 puto olarak isimlendirilen harf ölçüsü için kullanılan bir terimdir.)

Punto denilen ölçü birimleriyle yazı ölçülendirme sistemi 1700'lerin ortalarında bir Fransız tipograf olan Pierre Simon Fournier tarafından bulundu ve onun yurttaşı François Ambroise Didot tarafından daha da geliştirildi. 1866'da Birleşik Devletler Yazı Dökümcüleri Birliği'nin desteği altında bir punto sistemi, yazının resmi, tek biçimli ölçüsü olarak Birleşik Devletler'de uyarlandı.

İngiltere bunu 1898'de kullanmaya başladı.

Punto, basımcılar ve grafik tasarımcılarının dünyasında ölçünün en küçük birimidir. O, genel olarak bir incin $1/72$ 'si olarak tanımlanır. Gerçekte punto, bundan biraz daha büyüktür. Fakat bütün pratik amaçlar için iletişimciler 72 puntoyu 1 incin eşiti olarak kabul ederler (Conover, 1985, s.). Punto, metrik sistemde 0.376065 mm'ye eşittir. Anglo-amerikan puntosu ise, incin yetmiş ikide birine veya 0.351356 mm'ye eşittir (Meydan Larousse, 1994, c.16, s. 342).

Boş alanların kalınlığı, espaslar, çizgiler, cetveller, yazı kelimeleri ve satırları arasındaki beyaz alanlar ve yazının yüksekliği bütün bunlar punto ile ölçülendirilir. Eğer yazı 36 punto yüksekliğindeyse bu yaklaşık $1/2$ inctir. 72 puntoluk bir yazı yaklaşık 1 inc yüksekliğindedir. Satırlar arasındaki $1/4$ inçlik beyaz boşluk 18 punto olacaktır.

Bazı eski yazı isimleri, bugünün grafik dünyası içinde kendi yollarını yapmışlardır. Pica ve agate hala kullanılan en yaygın isimlerdir.

Pek çok gazete reklamı sütun inc ya da satır yoluyla satılır. Bu amaç için bir sütun inc, bir sütun genişliğinde ve bir inc yüksekliğinde bir alandır. Alan, satır olarak belirlendiğinde ise, bir satır, bir sütun genişlikte ve $1/4$ inc yüksekliğindedir. (Bir sütun incte 14 satır vardır.)

Eskiden agate 5.5 punto büyüklüğündeki baskı yazıyı anlatmak için kullanılırdı. 14 agate satırı gerçekte 5.142 punto yükseklikte olacaktır, fakat basımcılar ve reklamcılar 14 agate satırının temel karşılaştırmasını 1 inc derinliğine eşit kullanırlar.

Pica 12 puntoluk alanı belirtmek için kullanılır. Bu nedenle 1 picada 12 punto vardır ve 6 pica 1 inc eder.

Günlük hayatta pek çok şeyin ölçümünde feet ve incin kullanıldığı gibi, punto ve pica da basımcı ve iletişimcilerin ölçüm sistemlerinin kalbidir.

Bazan *em* kelimesi pica için eş anlamlı kelime olarak kullanılır. Bu yanlıştır fakat , o kadar yaygın bir kullanım kazanmıştır ki, sadece bir dil uzmanı buna itiraz edebilir. Pica bir uzunluk ölçüsüdür. Yani o, yüksekliği genişliği ve derinliği ölçer. Bir em bir dörtgenin ölçüsüdür.

Grafik tasarımı içinde em ölçünün önemli bir birimidir. O, şeklen söz konusu yazı ölçüsünün karesidir. Örneğin, 36 punto em, bütün kenar uzunlukları 36 punto ya da 1/2 inc olan bir karedir. Her kenarında 12 punto ya da 1 pica ölçüsündeki bir em bir pica em olarak anılır.

Pica ve em arasındaki farklılık hatırlanmalıdır. Her iki terim de metin düzenlemede kompozitör ya da basımcılar için bilgi belirtmede ve uygun ezki ya da layout yapmada kullanılır. Buradaki karışıklık daha sonra hoş olmayan durumlarla sonuçlanabilir.

Diğer bir alan ölçüsü, kare olmayan bir alan olan *en*'dir. Bir en, bir em'in genişliğinin yarısıdır. 36 puntoluk bir en, 36 punto ya da 1/2 inc yükseklikte yani yazı ile aynı yükseklikte. Bununla beraber, o, sadece 18 punto ya da diğer bir deyişle 36 puntoluk ölçünün yarısı genişliğindedir. Böylece 36 punto en, 36 punto yükseklikte ve 18 punto genişlikte. Şekilde (3.19) 48 puntoluk em ve en görülmektedir.



EM



EN

3.19

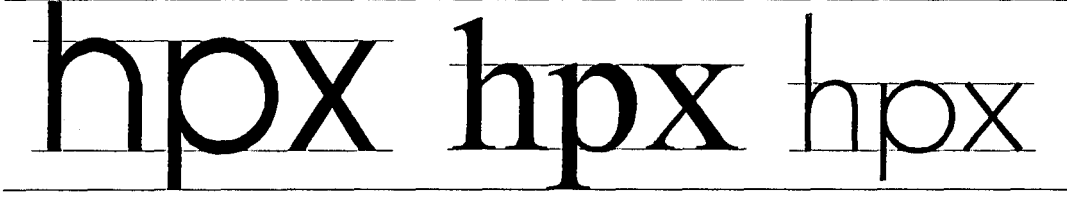
Emler ve enler hala boşlukları ve girintileri belirtmek için oldukça sık kullanılırlar. Pek çok klavye em ve en tuşlarına sahiptir.

Yazıların sınıflandırılması ve yazı ölçülendirilmesi bir kez anlaşılırsa bu, pratiğe geçirilebilir. Bununla beraber, bütün yazı stillerinde çalışırken akıldan çıkarılmaması gereken bir kaç nokta daha vardır.

Örneğin, iki farklı yazı stili aynı punto ölçüsüne sahip olabilir fakat, harf gövdeleri birinde diğerinden daha büyük olabilir. Bu, "gövdede büyük" ya da "gövdede küçük" olarak anılır. Body (gövde, esas kısım) gerçek temel ölçü (size) ya da yazının doğru punto ölçüsüdür.

Yazıların punto ölçülerinin olduğundan daha farklı bir görünüşe sahip olmaları mümkündür. Yazılarda, tam punto ölçüleri aynı olsa bile, harf formlarının x yükseklikleri farklı olabilir.

Şekilde(3.20), gerçekte hepsi 72 punto olan miniskül h'lerin nasıl üç farklı ölçüde görüldüğüne dikkat edin.



3.20

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

YARATICI TİPOGRAFI

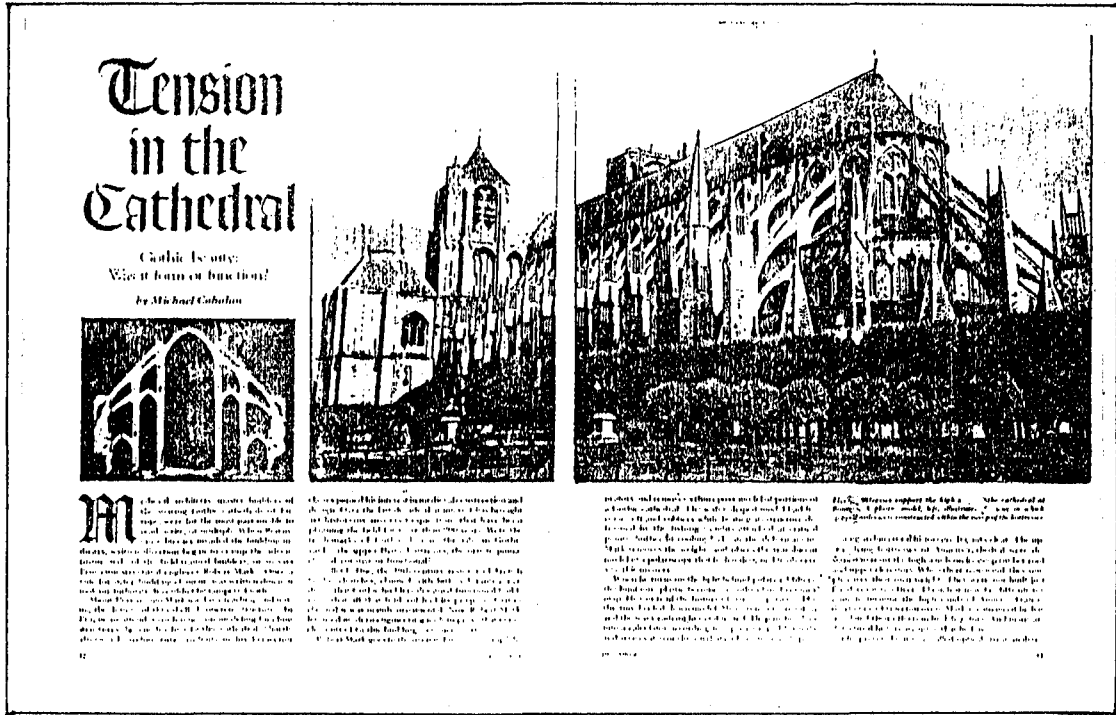
Elimizde bulunan yüzlerce farklı harf karakterinin uygun seçimi ve bunların kullanımı etkili bir yazılı iletişim yaratmanın ilk basamağıdır. Eğer bunlarla oluşturulacak bir ürün okunup anlaşılamıyorsa, bu ürünün zaman, emek, para ve malzeme kaybından başka bir şey olduğu söylenemez.

Yazı mesajın en iyi okunabilirliği amacına ulaşmak için seçilmeli ve düzenlenmelidir. Okunabilirlik meydana getirilecek basılı iletişimin temeli olmalıdır.

Amerikalı yazı tasarımcılarının en önemlilerinden biri olan Frederic W. Goudy şöyle demektedir: "Harfler öyle doğal bir halde olmalıdırlar ki, oluşturdukları kelime hatlarından meydana gelmiş bir yazının, bu çizgi üzerinde göz tarafından kolay, çabuk ve herhangi bir tıkanmaya meydan vermeden takibini ve okuyucunun bu esnada sadece verilen düşünceyle meşgul olmasını sağlayacak düzeni oluşturmaları gerekmektedir" (Conover, 1985, s. 64).

Yazı seçimi ve bunların sunuluşu sadece okunabilirliğe yardımcı olmakla kalmamalı, ayrıca iletişimin amacına da yardım edebilmelidir. Yazı mesajı güçlendirecek şekilde seçilmelidir. Şekildeki (4.1) Gotik katedralleri anlatan dergi makalesinde başlık ve insiyal harfin kullanımı buna güzel bir örnektir. Başlık için Black Letter yazı türünün seçilmiş olması isabetlidir. Black Letterin başlıkta ve insiyal harfte kullanılması bütünde birlik oluşturmaya yardımcı olur. Roman harflerle yazılan yazar ismi ve alt başlık, başlığa bağlı kılınmıştır

ve yazı türlerinin uygun karışımını örnekler niteliktedir. Bu konuya 'Farklı Yazı Türlerinin Karıştırılması' başlığı altında daha ayrıntılı olarak değinileceği gibi, burada seçilen yazılarda yazı karakteri ve ölçü ile kontrast sağlanmış ve birisi egemen kılınmıştır.



4.1

Seçilen yazı mesaja uygun olmalıdır. İletişimci yazıyı konuşturmalı ve sesini okuyucuya duyurabilmelidir. Eğer iletişimci bağırıyorsa, yazı buna yardımcı olmalıdır. Eğer iletişimci okuyucu ile bir anlaşma ilişkisi içindeyse yazı bunu yansıtmalıdır. Protestoları ya da sert mesajları iletmek için sert, neşe ve mutluluk mesajlarını iletmek için neşe ve mutluluk karakterleri vardır. Şekilde (4.2) harf tasarımlarının sözcükleri iletmek için imaj yaratmakta ne kadar yardımcı olduğunu dikkat çekicidir.

Etkili bir mesaj eğer okunabilirse öncelikle dikkat çekmelidir. Bu gazetelerin neden manşetleri kullandığını açıklamaktadır. Yazı potansiyel okuyucu-

nun dikkatini çekebilecek şekilde seçilip düzenlenmelidir. Uygun seçim ve düzenleme bir yayını diğer yayınlardan daha çarpıcı ve ilginç hale getirir.

1. Yazı hafif ya da **ağır** olabilir
2. Yazı gösterişsiz ya da **zarif** olabilir
3. Yazı fısıldaşabilir ya da **bağırabilir**
4. Yazı tekdüze ya da **canlı** olabilir
5. Yazı **çirkin** ya da **güzel** olabilir
6. Yazı **mekanik** ya da **biçimsel** olabilir
7. Yazı *toplumsal* ya da **ruhani** olabilir
8. Yazı **şişman** ya da **ZAYİF** olabilir
9. Yazı **dekoratif** ya da **sade** olabilir
10. Yazı okunması kolay ya da *okunması zor* olabilir

4.2

Yazının uygun seçimi ve kullanımı yaratıcı tanımlamaya da yardım eder. Örneğin Time Dergisi, belirli grafikleri ve yazıları devamlı kullanması sebebiyle çabucak ayırdedilebilir. Gazetenin New York Times olması gibi bir yanlışlık söz konusu değildir. Harlequin kitapları kağıt kapaklı kitaplar arasında kolayca ayırdedilebilir, çünkü, onların tipografisi "Harlequin" dir ve bu yayınevinin kitaplarının tanınmasına yardım eder.

Şu da unutulmamalıdır ki yazının uygun kullanımı ve düzenlenmesi hem bir bilim hem de sanattır. Başlangıç için boş bir sayfa ele alalım. Tasarımcının bu boş sayfayı dolduracak elemanlarla ilgili olarak karşılaştırmalı bir serbestliği olmalıdır. İletişimci yazılı mesaja fiziksel bir çevre yaratmak için yazıyı, bordürleri, illüstrasyonları ve rengi kullanırken bir sanatçıdır.

Tipografi aynı zamanda bir bilimdir. Bu öyle bir bilimdir ki, sonuçları araştırma ve testlerle ispatlanmış kurallar kullanır. Eğer çok etkili bir çalışma gerçekleştireceksek, bu kurallar, yaratıcı bir yenilik ile anlaşılmalı ve uygulanmalıdır. Yani iletişimci en etkili basılı iletişimi arzuluyorsa sanat ve bilimin birleşmesinden oluşan karışıma başvurmalıdır.

Öncelikle tipografik tasarımın bilimsel yönünü ele alalım ve sonra yazıyı kullanma sanatına değinelim.

Yazı ile çalışmada etkili bir çalışma oluşturmak için deney, araştırma ve testlerle ispatlanmış on öneri şöyledir:

1. Doğru yazı stilini kullan,
2. Yazıyı uygun ölçüde diz,
3. Espaslara göz at,
4. Sayfa kenarı boşlukları ve sınırları hatırla,
5. Uygun yazı ölçüsünü seç,
6. Yazı stillerini dikkatlice karıştır,
7. Tamamı büyük harfle oluşturulan satırları dikkatlice kullan,
8. Sıkıcı olma,
9. Garip düzenlemelerden kaçın,
10. Metni kontrol et.

Eğer bu on kuralı sürekli aklımızda tutarsak, bunlar bize uygun, okunabi-

lır, anlaşılabilir bir son ürün yaratmada yardımcı olacaklardır. Bu öneriler oldukça kolay uygulanabilir ve şöyle kısaltılabilir: Layoutlar yaparken ya da kopozitör veya basımcıya talimatlar verirken okuyucunuzu ya da hedef kitle-nizi asla aklınızdan çıkartmayın (Conover, 1985, s. 66).

Conover, özetle, yazının okunabilir olması gerektiğini vurgulamış, dikkat çekici olmasını, mesaja uygunluğunu ve tanınma yaratmasını eklemiştir. Yazı ile çalışmada etkili bir ürün oluşturmak için, deney, araştırma ve testlerle ispatlanmış on öneriyi sıralamış ve bu on öneriyi tek bir öneriyle özetlemiştir: "Okuyucunuzu ve hedef kitlenizi asla aklınızdan çıkarmayın".

Bu son cümle grafik tasarımının salt sanat olmadığını, tasarımcının çalışmalarını sadece kendi duygu ve düşünceleri doğrultusunda yönlendiremeyeceğini ve onu kısıtlayan bazı konular olduğunu hatırlatır. Benim kanaatimce, tasarımcı, okuyucu ve hedef kitlesini göz önünde bulundurarak da kendi istediğini yapabiliir, hatta yapmalıdır. Tasarımcı üzerinde çalıştığı herhangi bir projede, o ana kadar varolan bütün teori ve kuralları bir tarafa bırakıp, yeni fikirler üretebilir ve her bir çalışma için sadece o çalışmaya özel uygulamalara gidebilir. Bizim mesajımız, düzenli yazıları, kelime gruplarını ve okunabilirliği gerektirmeyebileceği gibi, zaman zaman amacımıza uygun olarak, okunması zor, düzensiz ve karmakarışık yazıları kullanmak durumunda da kalabiliriz.

Conover'in önerileri geçersizdir ya da değersizdir demiyorum. Tam tersine, bu öneriler, çalışma hayatının yoğun tempsunda ve özellikle yaratıcılığa ve üzerinde çok fazla düşünmeye zaman ve olanak tanımayan işlerde kullanışlı ve uyulduğunda normal bir beğeniye hitap edebilecek ve amacına ulaşacak ürünler vermemize yardımcı olabilecek önerilerdir. Nasıl ki bir sanatçı, sadece varolan sanat teorilerini uygulayarak ortalamanın üzerinde bir eser üretebilecekse, bir grafik tasarımcı da sadece bu önerilere uyarak iyi sonuçlar alabilir. Fakat unutulmamalıdır ki, salt sanatta yüzyıllardır kendilerini sanatlarına adayan binlerce sanatçı arasından, bugün herkesin ismini bildiği

bir kağıt, varolan kurallara meydan okuyup kendi doğrularında direttikleri için tanınıyorlar. Ve sanat böyle sanatçılar sayesinde aşama kaydedebilmiştir.

Conover'ın önerilerine ikinci bir eleştirim de şu: Conover, yazının sadece yazı olduğu durumları göz önünde bulundurmuş. Oysa bugün yazı, grafik tasarımının yazı olmayan bir elemanı gibi de kullanılabilir. Harf ya da yazı imaj görevi üstlenebilmekte hatta sadece tipografik elemanlar kullanılarak resim yapılabilir.

Unutulmaması gereken bir başka nokta, grafik tasarımının çift yönlü yapısıdır. Grafik tasarımda kullanılan her eleman, bir mesajın oluşturulmasına hizmet ederken aynı zamanda, oluşturulan görsel düzenlemenin bir parçasını da meydana getirir. Bir yazı, grafik tasarımı içerisinde, bir düşüncüyü eylemi ya da mesajı ilemesiyle yazıdır, aynı zamanda tasarım üzerinde kapladığı yer, aldığı renk, bulunduğu konum, ölçüsü, ağırlığı ve diğer elemanlarla olan ilişkisiyle bir tasarım elemanıdır. Bu, cümle sonuna konan bir noktadan, uzun paragrafların oluşturduğu bir yazı sütununa kadar grafik tasarımı içinde yer alan bütün yazılar için geçerlidir. Grafik tasarım öğesi olarak tipografi, daktilo edilmiş bir dilekçe metninden bu noktada ayrılır.

Şimdi tekrar Conover'ın önerilerine dönelim.

1. Doğru Yazı Stilinin Kullanımı

Doğru yazı stilinin seçiminde ilk basamak, mesajın içeriğini, söylenmesi gerekeni, kısaca ve açıkça söyleyen sözcükler, düzenli kelime grupları ve kesinlikle okunabilir büyüklükte kelimelere bölmektir.

Kısa kelime grupları (manşetler, başlıklar, alt başlıklar) olayın önemini belirtmek için büyük yazılarla dizilmelidir. Bu yazılar, sözcüklerin büyüklükleri açısından diğer yazılar ve metin yazıları ile karşılaştırıldıklarında display (teşhir, gösteri) olarak adlandırılırlar. Örneğin, bir haber hikayesinin manşeti display yazı ile dizilecektir ve öykü kısmı metin yazısıyla olacaktır.

Genel olarak, okunan şeylerde uygun harf büyüklüğünün 8 punto ya da 9 puntodan 12 puntoya kadar veya 14 punto olduğu kabul edilir. 14 puntodan daha büyük yazılar display yazıdır.

Öncelikle, yaygın kullanım olarak yazı ile ilgili her iki sınıflandırma da dikkate alınmalıdır. Bununla birlikte oluşturdukları birlik için her ikisinde beraberce ve birbirleriyle uyumlu bir şekilde çalışmaları gerektiği hatırlanmalıdır. Bazan display yazı için en etkili seçim, metinde kullanılan karakterin daha büyük ölçüde olanı ya da metinde kullanılan yazı karakteri ile aynı ailenin başka bir serisinden daha büyük ölçüde bir yazıdır.

Bir mesaj için en etkili yazı tasarımının seçiminde ikinci adım metni okumaktır. Bu ne tür bir mesajdır? Eğer zorla satmaya yönelik bir reklamsa display yazı için ağır-vurucu (heavy-hitting) bir tasarım makul bir seçimdir. Düzgün hatlı, bold, sans serif karakterler iyi seçeneklerdir. Bold köşeli serifliler de güçlü bir sese sahiptir.

Düşünün ki şöyle demek istiyoruz: "İşte geçmişe dayanan mazisinden buraya kadar gelmiş ve şehrimizde enstitüleşmiş bir kuruluş". Acaba hangi yazı stilini seçmeliyiz? New York Times ve bir diğer bir çok gazete kendi tabelalarında bunu Black Letter yazıları kullanarak söylüyorlar (4.3). Caslon ya da Goudy gibi eski tarz bir Roman da bu konuda bir fikir vermek ve anlaşılmayı sağlamak için yardımcı olabilir.

Eğer mesaj düzenli ve modern olduğu kadar asilse modern Roman karakterler iyi seçimler olabilir. Bodoni ya da Craw Modern bu işi görebilirler (Conover, 1985, s. 67).

ROMAN
ROMAN
Roman
ROMAN

Şekilde (4.4) display niyetle kullanılabilecek Roman yazılardan örnekler görülmektedir. Romanlar, asalet, istikrar, ciddiyet, köklü ve sağlam bir geçmiş ve güvenilirlik telkin ederler. Bu yazıların okunabilirlikleri de yüksektir. Pek çok Roman, kendi kişilik, karakter ve özelliklerine sahiptirler. Romanlar bir ürün ya da kuruluş için imaj yaratmada yardımcı olurlar. Roman karakterler pek çok ürün ve kuruluş için logotype olarak kullanılmaktadırlar. Christian Dior, logo olarak eski stil bir Roman'ı seçmiş, Harper's Bazaar ise Modern Roman bir yazı karakteri kullanıyor(4.5).

The New York Times

The Washington Post

Los Angeles Times

Le Monde

4.3



4.5

Sans Serifler esas itibariyle, 19. yüzyılda ortaya çıkmış bir yazı stilinin versiyonları olmasına rağmen, en modern yazı tasarımcıları tarafından üzerinde durulmuş yazı karakterleridir. Onların doğru, kesin, basit çizgileri, başlıklara ve manşetlere yüksek okunabilirlik sağlar. Bu yüzden pek çok gazete ve dergi, manşetlerinde, başlık ve alt başlıklarında Sans Serif yazılar kullanırlar. Sans Serifler, Romanlar gibi metin yazıları için de çok uygun karakterlerdir (4.6).

SANS SERIF
SANS SERIF
Sans Serif
 SANS SERIF
SANS SERIF

4.6

Square Serif ya da Egyptian'lar, zorlayıcı, vurucu, ağır ve güçlü yazı karakterleridir (4.7).

SQUARE SERIF
SQUARE SERIF
SQUARE SERIF

4.7

Script ve Cursive'ler, el yazısını yakalamaya çalışırlar(4.8). Bunlar sert bir resmiyet ya da bir teklifsizlik imajı verirler. Nezaket ya da kabalık görüntüsü yaratabilirler. Birbirlerinden böylesine zıt anlamlara gelebilecek bu yazı karakterleri çok dikkatli seçilmeli ve kullanılmalıdır.

Script and Cursive
 Script and Cursive
Script and Cursive
 Script and Cursive

4.8

Miscellaneous ya da Novelty yazılar, eğer display satırlarda dikkatlice kullanılırsa etkili olabilirler. Bunlar ince ve zariften, sert ve sağlama kadar pek çok çeşitliliğe sahiptirler (4.9).

CASPER OPEN FACE
COTTAGE
IRELAND
JUPITER
QUANTUM
STAMP
UMBRELLA

4.9

Uygunsuz bir yazı dizaynı bütün mesajı sabote edebilir. Bir gazete, manşetini Black Letter ile dizerse komik olabilir. Fakat Black Letter "Mutlu Noeller" demek için hoş bir seçenektir.

Konu okuma meteryali için metin ya da alt bölüm yazımına gelince burada bir ihtilaf vardır. Bazı tasarımcılar, sans serif harflerin modern olduğunu ileri sürüp bunların eski moda olduğunu söylemekten kaçınmaktadırlar. Diğerleri Roman harflerin baskının İngiltere'de tanıtılmasından bu güne kadar kullanılmakta ve özellikle tercih edilmekte olduğu fikrine bağlıdırlar.

Roman harflerle ilgili tartışmanın iki yönü vardır. Birincisi, Roman harflerini kullanırsız çünkü okuduğumuz kitapların, dergilerin, gazetelerin pek çoğu Roman harfleriyle dizilmektedir ve hep öyle dizilmişlerdir. İkincisi, Roman harflerinin kalın ve ince strokları ve harflerin yuvarlanmış şekilleri göz yorgunluğunu aza indirirken okumayı da daha keyifli bir hale getirirler.

Çalışmalar Roman harflerinin daha çok tutulduğunu göstermektedir. Eldeki veriler sonuçsuz olmasına rağmen, psikolog Miles A. Tinker'e göre oku-

yucular, okuma hızında, yorgunlukta ve diğer konularda her hangi bir gerçek farklılık olmamasına karşın Roman karakterlerini seçmektedirler. Tinker'in işaret ettiği başka bir nokta da okuyucuların genellikle koyu yazıları tercih ettiğidir (Conover, 1985, s. 68).

Metinler için Sans Serifler de uygun yazılardır. Metinlerde, bold Sans Seriflerle dizilmiş yazıların (ortada) light Sans Seriflerden (yukarıda) daha güçlü bir okunabilirliğe sahip olduğu kabul edilmiştir (4.10). Romanlar ise metin yazılarında pek çok okuyucu tarafından tercih edilen yazı stilleridir.

Tasarımcılar çoğu kez, yazı ve imajı, onların iletim ve bildirim güçlerini arttıracak, şiddetlendirip yoğunlaştıracak yeni ve beklenmedik yollar içerisinde yanyana getirir ve birleştirirler.

Tasarımcılar çoğu kez, yazı ve imajı, onların iletim ve bildirim güçlerini arttıracak, şiddetlendirip yoğunlaştıracak yeni ve beklenmedik yollar içerisinde yanyana getirir ve birleştirirler.

Tasarımcılar çoğu kez, yazı ve imajı, onların iletim ve bildirim güçlerini arttıracak, şiddetlendirip yoğunlaştıracak yeni ve beklenmedik yollar içerisinde yanyana getirir ve birleştirirler.

4.10

2. Yazının Uygun Ölçüde Dizilmesi

Bir yayında sütunlar hangi genişlikte olmalıdır? Eğer elimizde bir reklam layoutunda kullanmak istediğimiz metin varsa bu yazının genişliği ne olmalıdır? Güzel görünecek şekilde keyfi olarak bir genişlik seçebilir miyiz yoksa kullanacağımız büyüklük bir farklılık yaratır mı? Tabii ki yaratır. Eğer yazı sütunları çok geniş olursa okuma yavaş ve güç olacaktır. Okuyucular kolayca yorulacaklardır ve mesaj içerisinde gözleri bir satırdan sonrakine atlarken yerlerini kaybedebileceklerdir. Sonuçta hayal kırıklığının uğrayacak ve okumayı bırakacaklardır.

Diğer şekilde, eğer yazı çok dar sütunlar üzerine dizilirse, soldan sağa ve tekrar sola ters yöndeki göz hareketleri sonucu okuma yavaşlayacak ve yorucu bir hal almaya başlayacaktır. Üstelik, yazının çok dar bir alana dizilmesi kelimeler arasındaki espasların çirkin görünümüne sebep olacaktır. Şekilde (4.11) 8 puntoluk harflerden oluşan bir yazının üç farklı ölçü üzerine dizilmesi ömeklenmiştir.

Bir yayında sütunlar hangi genişlikte olmalıdır? Eğer elimizde bir reklam layoutunda kullanmak istediğimiz metin varsa bu yazının genişliği ne olmalıdır? Güzel görünecek şekilde keyfi olarak bir genişlik seçebilir miyiz? Kullanacağımız büyüklük bir farklılık yaratır mı? Tabii ki yaratır. Eğer yazı sütunları çok geniş olursa okumma yavaş ve güç olacaktır. Okuyucular kolayca yorulacaklardır ve mesaj içerisinde gözleri bir satırdan sonrakine atlarken yerlerini kaybedebileceklerdir. Sonuçta hayal kırıklığının uğrayacak ve okumayı bırakacaklardır.

Diğer türlü, eğer yazı çok dar sütunlar üzerine dizilirse, soldan sağa ve tekrar sola ters yöndeki göz hareketleri sonucu okuma yavaşlayacak ve yorucu bir hal almaya başlayacaktır. Üstelik, yazının çok dar

bir alana dizilmesi kelimeler arasındaki espasların çirkin görüntüsüne sebep olacaktır.

Yazıyı uygun ölçü üzerinde dizmek kolaydır ve uygulanan bir kaç pratik yöntemi vardır. Uygun ölçü ya da hat

genişliği elbetteki seçilen yazı ölçüsüyle belirlenecektir. Küçük yazı ölçüsü için yani 6 ya da 8 punto için dar sütunlar uygundur. Fakat daha büyük yazılar daha geniş sütunları gerektirir.

Bazı tipograflar optimum sıra uzunluğu (sütun genişliği) için bir teori geliştirmişlerdir. Bu genişlik için uygun görülen ölçü en ideal okuma kolaylığı sağlayan uzunluktur. Her hangi bir puntoda herhangi bir harf karakteri için optimum satır uzunluğunu kolay bir yolla bulabiliriz: Seç-

tiğimiz puntodaki yazı karakterinin küçük harfleri a'dan z'ye kadar dizip elde ettiğimiz uzunluğun yarısı kadarını daha eklersek optimum satır uzunluğunu bulmuş oluruz. Örneğin, seçilen karakterde alfabenin uzunluğu 18 pica ise optimum sütun genişliği 27 pica olacaktır.

Yazıyı uygun ölçü üzerinde dizmek kolaydır ve uygulanan bir kaç pratik yöntemi vardır. Uygun ölçü ya da satır genişliği elbetteki seçilen yazı ölçüsüyle belirlenecektir. Küçük yazı ölçüsü için yani 6 ya da 8 punto için dar sütunlar uygundur. Fakat daha büyük yazılar daha geniş sütunları gerektirir.

Bazı tipograflar optimum sıra uzunluğu(sütun genişliği) için bir teori geliştirmişlerdir. Bu genişlik için uygun görülen ölçü en ideal okuma kolaylığı sağlayan uzunluktur. Her hangi bir puntoda herhangi bir harf karakteri için

optimum satır uzunluğunu kolay bir yolla bulabiliriz: Seçtiğimiz puntodaki yazı karakterinin miniskül harflerini a'dan z'ye kadar dizip elde ettiğimiz uzunluğun yarısı kadarını daha eklersek optimum satır uzunluğunu bulmuş oluruz(4.12). Örneğin, seçilen karakterde alfabenin uzunluğu 18 pica ise optimum sütun genişliği 27 pica olacaktır.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyabcdefghijklmnopghijklm

(İdeal satır genişliği: Dizilmiş miniskül alfabenin 1.5 katı)

412

Bu teoriyi kullanan tipograflar minimum satır genişliğinin bir alfabenin küçük harfleri dizildiğinde tutacağı uzunluk kadar, maksimum satır uzunluğuna iki alfabe uzunluğunu geçmemesi gerektiğini savunurlar.

Yaklaşık olarak aynı sonucu veren diğer bir pratik yöntem kullanılan yazının punto ölçüsünün iki katı kadar pica uzunluğunda bir satır genişliği seçmektir. Örneğin, 18 puntoluk yazı ideal olarak 36 pica genişlikte dizilmeli, 6 puntoluk yazının satır uzunluğu 12 picayı geçmemelidir.

Örnekte (4.13) 12 puntoluk Square Serif yazının dizilebileceği minimum ve maksimum satır genişlikleri gösterilmiştir.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyabcdefghijklmnopghijklm

(minimum genişlik)

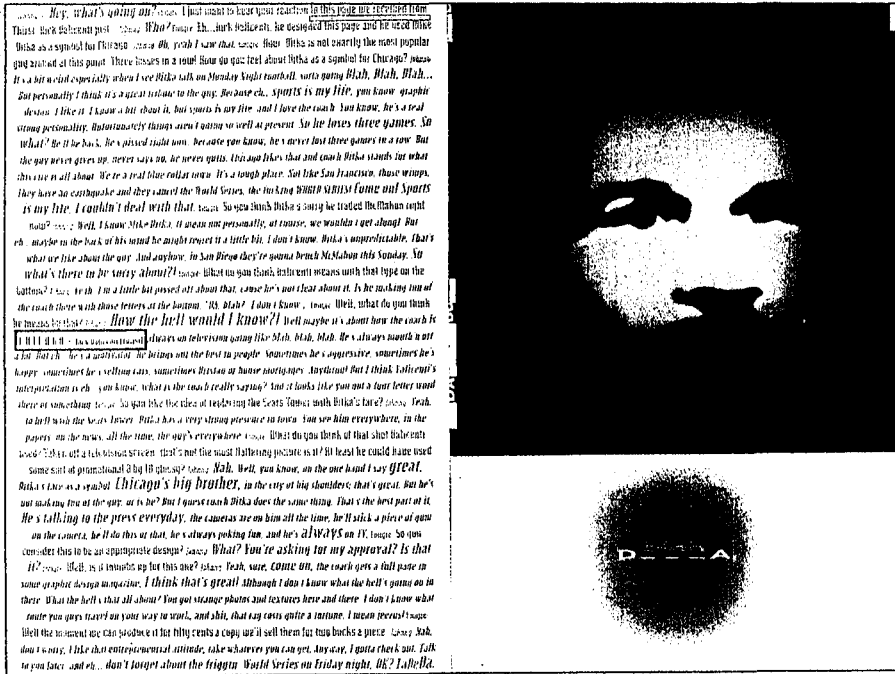
abcdefghijklmnopqrstuvwxyabcdefghijklmnopghijklm

(maximum genişlik)

413

Hatırlanması gereken şey, daha küçük ölçüdeki yazıların daha dar sütunlara dizileceğidir. Yazı büyüklüğü arttıkça satır genişliği de arttırılmalıdır

fakat satır uzunluğu hiç bir zaman küçük harfle dizilmiş alfabenin iki katı uzunluğu geçmemelidir. Yazının uygun olmayan ölçüde dizilmesi bir basılı iletişimin çekiciliğinden yoksun olabilir. Fakat daha önemlisi, bunun memnuniyet verici ve kolay bir okuma için bir kayıp olduğudur (Conover, 1985, s. 69).



Satır uzunluklarının, özellikle metin yazılarının uzun olduğu kitap, dergi gibi yayınlarda yukarıda Conover'in sözünü ettiği gibi uygun ölçüde tutulması yararlıdır. Bu okumayı kolaylaştıracak ve çabuklaştıracaktır. Metin kısmının az olduğu durumlarda bu kural göz ardı edilebilir. Şekilde(4.14), Emigre Dergisinden bir sayfa görülmektedir. Bu sayfadaki yazıların satır uzunlukları çok fazladır. Satırlar sağdan ve soldan bloklanmayıp ortalanmışlardır. Sayfa kenarlarında hemen hemen hiç boşluk bırakılmamıştır. Bütün bunlar, normalde okumayı güçleştirici ve okuyucuya itici gelen şeylerdir. Oysa sayfaya

bakıldığında, edinilen ilk izlenim itici olmaktan uzaktır. Tesine, sayfa üzerindeki bütün yazılar çabucak ve kolayca okunabilecek gibidir. Bu etki, harf puntolarının büyük tutulması, satır arası espasların geniş bırakılması ve metnin içerisinde yer alan bazı sözcük ya da sözcük gruplarının bold olarak yazılmasıyla sağlanmıştır. Daha önce de üzerinde durduğum gibi, grafik tasarımcı ya da iletişimcinin hedefine ulaşabilmesi için mutlaka var olan kuralları izlemesi gerekli değildir. Amaca ulaşmanın çeşitli yolları vardır. Tasarımcının görevi daha önce kullanılmış yollardan gitmek değil, yeni, denenmemiş yollar açmaktır.

3. Espasların Düzenlenmesi

Kelime ve satır aralarının çok açık olması mesajı itici ve okunması güç bir hale sokar. Espasın az olması da kelimeler ve satırların sıkışmasına ve yine okumanın bir problem haline gelmesine neden olur. Pek çok insan mesajın içeriğine bakmadan, yazıların çok sıkışık olmasından dolayı mesajı atlayabilir ya da bilgiyi elde edebilmek için kötü espaslamanın neden olduğu rahatsız edici düzenlemeye tahammül etmek zorunda kalırlar.

Açık boşluklar, yazı kümelerine bakıldığında kelimelerin arasındaki boşluklar ve satırların arasındaki boşlukları kapsar. Çok yakın olarak dizilip birbirlerine sıkıştırılmış kelimeler okumada güçlük yaratırlar. Geniş aralıklar bırakılarak dizilmiş kelimeler de çirkin boşlukları arttırlar ve basılı yazı bloğunu görünümü hoş olmayan bir pozisyona sokarlar (Conover, 1985, s.70).

Şekilde (4.15), kelime aralarındaki uygun espaslar örneklenmiştir. Küçük puntoda dizilen yazılarda kelime arası espasların az olması okuma güçlüğüne neden olur. Dar harflerin oluşturduğu yazılar kelime aralarında daha az espas gerektirirken, geniş harflerin kullanıldığı durumlarda kelime araları da daha açık olmalıdır. x yüksekliği küçük olan harfler az, geniş x yüksekliğine sahip harfler daha fazla espas gerektirir.

8 puntoluk bir yazı dar espaslarla çok zor okunur.
Espaslar genişletilirse okuma bir hayli kolaylaşır.

Dar harflerden oluşan bir yazı daha az espas gerektirir
Geniş harfler kullanılırsa geniş espas gerekir

x yüksekliği küçük yazılarda dar espas yeterlidir
x yüksekliği artarsa espas da artırılmalıdır

4.15

Satırların birbirlerine çok yakın olmaları da problemlere yol açar. Okuyucu yeni satırın nerede başladığını ayırt edebilmelidir. Satırlar birbirlerinin içine geçmişçesine bitişik olurlarsa okuyucu okuduğu satırı tekrar okumak zorunda kalır. Satır aralıklarının çok fazla olduğu durumlarda da bir satırdan diğerine daha uzun sürede geçen göz hareketleri zaman kaybına neden olur.

Bu durumda bir yazıda satırlar arasında hangi genişlikte bir boşluk kullanılacağına karar verme ihtiyacı duyarız. Okunabilirlik için espasın iki yönü vardır: Kelimeler arasındaki espas ve satırlar arasındaki espas. Şekilde (4.16) üstteki metin bloğu, kelimeler arasındaki uygunsuz espası gösterir. Kelimeler birbirlerinden çok ayrı olduğundan, metnin bütünlüğü bozulmuş, kelimeler birbirinden kopmuş, üstelik kötü bir görünüm oluşturulmuştur. Bu kadarla da kalmaz, böyle bir espaslama, okumayı da zorlaştırır. Diğer örnekler, satırlar arasındaki espasın çeşitli miktarlarının etkilerini gösterir.

Okunacak şeyler için satır aralarında 2 punto espas standart olarak kabul edilmiştir. Bununla birlikte bunun böyle olması için gerçek bir sebep yoktur.

Etkili bir yazılı mesaj iyi baskıyı, iyi tasarımı, elemanların iyi yerleştirilmesini bir araya getirmelidir. Fakat bunların hepsinden önce açık, uygun ve okunaklı yazı oturtulmalıdır. Elbette okunaksız yazı bazan tek bir mesajın geçilmesinde kullanılabilir, ama bu tartışmada bizi ilgilendiren mesajın okunabilirliğidir.

Etkili bir yazılı mesaj iyi baskıyı, iyi tasarımı, elemanların iyi yerleştirilmesini bir araya getirmelidir. Fakat bunların hepsinden önce açık, uygun ve okunaklı yazı oturtulmalıdır. Elbette okunaksız yazı bazan tek bir mesajın geçilmesinde kullanılabilir, ama bu tartışmada bizi ilgilendiren mesajın okunabilirliğidir.

Etkili bir yazılı mesaj iyi baskıyı, iyi tasarımı, elemanların iyi yerleştirilmesini bir araya getirmelidir. Fakat bunların hepsinden önce açık, uygun ve okunaklı yazı oturtulmalıdır. Elbette okunaksız yazı bazan tek bir mesajın geçilmesinde kullanılabilir, ama bu tartışmada bizi ilgilendiren mesajın okunabilirliğidir.

Etkili bir yazılı mesaj iyi baskıyı, iyi tasarımı, elemanların iyi yerleştirilmesini bir araya getirmelidir. Fakat bunların hepsinden önce açık, uygun ve okunaklı yazı oturtulmalıdır. Elbette okunaksız yazı bazan tek bir mesajın geçilmesinde kullanılabilir, ama bu tartışmada bizi ilgilendiren mesajın okunabilirliğidir.

Etkili bir yazılı mesaj iyi baskıyı, iyi tasarımı, elemanların iyi yerleştirilmesini bir araya getirmelidir. Fakat bunların hepsinden önce açık, uygun ve okunaklı yazı oturtulmalıdır. Elbette okunaksız yazı bazan tek bir mesajın geçilmesinde kullanılabilir, ama bu tartışmada bizi ilgilendiren mesajın okunabilirliğidir.

Etkili bir yazılı mesaj iyi baskıyı, iyi tasarımı, elemanların iyi yerleştirilmesini bir araya getirmelidir. Fakat bunların hepsinden önce açık, uygun ve okunaklı yazı oturtulmalıdır. Elbette okunaksız yazı bazan tek bir mesajın geçilmesinde kullanılabilir, ama bu tartışmada bizi ilgilendiren mesajın okunabilirliğidir.

4.16

Satırlar arasında oluşturulacak espas bir kaç noktaya dayanır. Bunlardan biri, kullanılmakta olan yazının ölçüsüdür. Diğer yazıyı oluşturan harfin fizik olarak büyüklüğüne bakmaksızın yazının dizaynıdır.

Yine burada da ideal konumu saptayacak ispatlanmış bilimsel bir veri yoktur. Bununla birlikte deneyler ve pratik bazı ip uçları vermiştir. Genel bir yöntemle, daha uzun yazı satırı, daha fazla espası gerektirir. Örneğin, 12 pica genişliğinde bir satır için 8 puntoluk harfler seçilir ve satır aralarında 1 puntoluk boşluklar bırakarak dizelim. Eğer satır genişliğini 18 picaya çıkarırsak, mesajın kolay okunabilirliği için, satırlar arasındaki boşlukların da yaklaşık 2 puntoya kadar arttırılması gerekir. Bu genel öneri dahilinde, bir alt başlıkta satır genişliği arttırıldığında, satırlar arasındaki açıklık da arttırılmalıdır.

Bu display yazı için de geçerlidir. Kuralımızı yeniden hatırlayalım: Daha büyük yazılar satırlar arasında daha fazla boşluk olmasını gerektirir. Alt bölüm yazılarında satır arası genişliğinin 1 ya da 2 punto olması uygun iken, display yazıya gelindiğinde (14 - 36 punto arasındaki yazılar ve daha büyükleri) satırlar arasında daha fazla boşluk gerekir. Tipo baskıda satırları açmak için iki punto genişliğinde anterlin kullanılır. Display yazılarda satır araları için slug gerekir. Slug anterlinle aynıdır fakat daha kalındır. Tipo baskıda kullanılan standard slug 6 punto kalınlığındadır, fakat bu daha kalın da olabilir.

Şekilde (4.17), display yazılarda satır arası espaslamasına geleneksel yaklaşım ilk iki başlık ile gösterilmiştir. Sonuncusu, eksi ya da negatif espasın kullanıldığı "New Wave Graphics" yaklaşımını örnekler. New wave yaklaşımında kullanılan negatif espas etkili bir tasarım birliği yaratır, fakat ascender ve descenderlerin birbirleriyle çarpışıp, okunurluğu zedeleme ihtimalleri olduğundan bu tür espaslama dikkatli kullanılmalıdır.

**Burada
satırlar arasındaki
espas uygundur**

**Burada
satırlar arasındaki
espas çok fazladır**

**Burada
satırlar arasındaki
espas uygundur**

Başlıklar ve display yazı satırları layoutta belirlenmelidir. Başlık ve sayfa üzerindeki illüstrasyonlar gibi diğer elemanlar arasındaki ilişkiler de göz önünde bulundurulmalıdır.

Bununla birlikte asıl farkında olmamız gereken şey, satırlar arasında bırakılacak çok fazla boşluğun bir beyaz denizi üzerinde siyah adacıklar yaratacağıdır. Eğer bir başlıkta satırlar birbirlerinden çok fazla açıksa birlik bozulacaktır. Okuyucu yazının ne demek istediğini anlamaya çalışırken aklı karışacak ya da zaman kaybıyla karşılaşacaktır. Kısacası satırların birbirlerine karışmaması için uygun olarak espaslanarak birbirlerinden ayrılmalrı ve aynı zamanda bir bütün olarak görülebilmeleri için de bir arada tutulmalrı gerekir.

4. Sayfa Kenarı Boşlukları

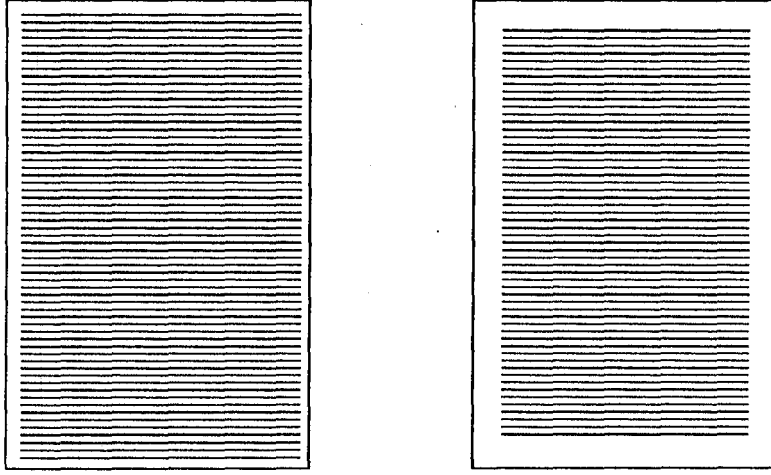
Yazılı bir ürünü çevreleyen sayfa kenarlarındaki beyaz boşluklar, etkili ve göz alıcı bir iletişim yaratmak için gerekli önemli elemanlardır. Beyaz boşluklar sayfa için çerçeve görevi yaparlar. Sayfa kenarında bırakılan boş alanlar çok az ise çerçeveleme etkisi bozulur. Sayfa okunması zor ve kalabalık bir hale gelir. Okuma işemi gerçekten zorlaşır.

Eğer sayfa kenarlarındaki beyaz boşluklar, sayfaya güçlü bir çerçeve oluşturmak için yeterli genişlikte iseler bu, sayfada birlik ve bütünlüğün sağlanmasına, sayfa üzerindeki bir arada tutulmasına ve okumanın daha kolay ve daha memnuniyet verici hale gelmesine yardımcı olur.

Şekilde (4.18) soldaki sayfada sayfa kenarı boşlukları çok azdır, bu nedenle sayfa kalabalık ve itici bir görünüme sahiptir. Sağdaki şekilde sayfa kenarı boşlukları daha fazladır ve bu da sayfaya daha ferah ve düzenli bir görünüm sağlar.

Bunu deneyin: Bir yazı sütununu alın ve sayfa kenarına olabildiğince bitştirin. Okuyun. Şimdi de yazı sütununu sayfa kenarında uygun bir boşluk

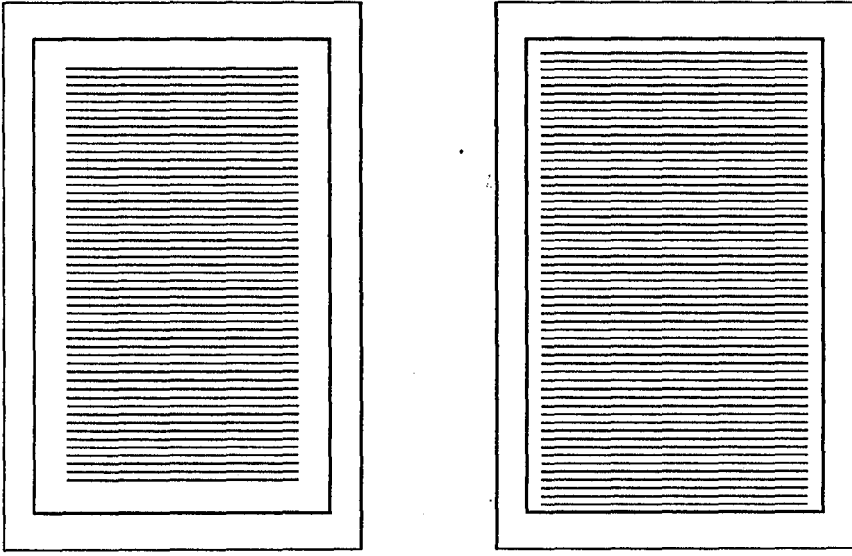
kalacak şekilde yerleştirip öyle okuyun ve okumanın ne kadar kolay olduğunu görün. Sayfa kenarı bolukları sadece beyaz boşluklar olmaktan başka hiç bir şey olmamasına rağmen, sütunu bir arada tutarlar (Conover, 1985, s. 72).



4.18

Şekilde (4.19) sayfa kenerındaki beyaz boşlukların bir bordürle beraber uygun kullanımı gösterilmiştir. Dış taraftaki dikdörtgen sayfayı, içteki dikdörtgen ise yazının etrafındaki çerçeveyi gösterir. Solda yazı ve çerçeve arasındaki boşluk ile çerçeve ve sayfa keneri arasındaki boşluk aynıdır. Bu kullanılması gereken bir durumdur. Sağda, yazı ve çerçevenin daha güçlü bir bütünlük içinde görünebilmesi için çerçeve yazıya yaklaştırılmıştır. Bu şekilde yazının etrafında bir çerçeve kullanıldığında, iç tarafta dıştakinden daha az bir boşluk bırakılması daha uygundur.

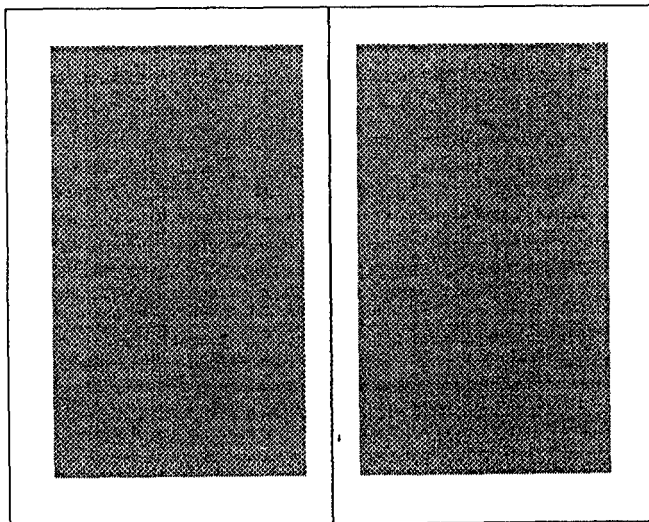
Sayfa kenarı boşlukları basılı iletişimin birliğini sağlarlar. Geleneksel kitap sayfası kenar boşlukları derece derece artan boşluklar olarak bilinirler. Kitap sayfasında iki bitişik sayfa arasında kalan alan en küçük boşluktur. Sayfanın üst kısmında kalan boşluk daha geniştir. Sayfanın dış kenar boşlukları da daha geniştir. Ve son olarak sayfanın alt kısmında kalan boşluk en geniş olanıdır. Diğer bir deyişle sayfa etrafındaki boşluklar derece derece artarlar.



4.19

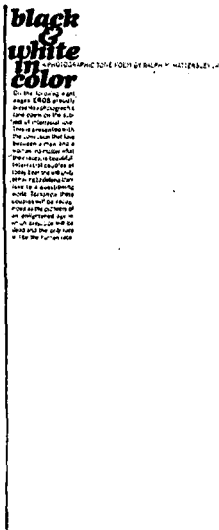
Şekilde (4.20) sol taraftaki sayfada sayfa kenarı boşlukları saat yönünün tersine doğru gidildikçe artar. Sağ sayfadaki kenar boşlukları ise saat yönünde artar. Ortada kalan, iki sayfa arasındaki boşluk gutter (oluk) olarak bilinir.

Kitap sayfalarında kullanılan bu kademeli olarak artan boşluklar, aynı zamanda sanat festivallerini, müzeleri, kültürel olayları tanıtan broşürler ya da önemli lokantaların menüleri için de uygundur.



4.20

Sayfa üzerindeki kenar boşlukları için ne kadar bir alan ayrılmalıdır? Akılda tutulması gereken bir nokta basılı bir sayfanın yaklaşık % 50'sinin kenar boşluklarına ayrılmasıdır. Bu oran belki aşırıymış gibi görünebilir; boşluklar için sayfanın yarısı! Fakat bunun üzerinde durulmalıdır. Diyelim ki, 12x9 luk bir sayfa için layout dizayn ediyoruz. Bu, sayfa üzerinde 108 inç karelik bir alan demektir. Eğer % 50'lik kural izlenirse, kenar boşlukları için 54 inç karelik bir alan ayrılacak demektir. 12x9'luk bir sayfa üzerinde basılı alan etrafında 1.5 inçlik bir alanın kenar boşluğu olarak çalışma dışı bırakılması halinde bu oran sağlanmış olur. 12x9'luk bir sayfa için 1.5 inçlik kenar boşlukları hiç de aşırı değildir. Herb Lubalin'in Eros dergisi için hazırladığı sayfa tasarımlarında (4.21, 4.22), sayfa üzerindeki boşlukların görsel düzenlemede ne kadar etkili olduğu görülmektedir.



4.21



4.22

5. Uygun Yazı Ölçüsünün Seçimi

Şimdiye kadar mesajımız için bir yazı stili seçtik, yazı sütun ya da bloklarının kullanılan yazının minüskül alfabesinin 1.5 katı genişlikte olacağını tespit ettik, metnin satırları arasında kalan boşluğun 2 punto olması gerektiğine işaret ettik ve basılı alanı sayfanın % 50'si olacak şekilde dizayn ettik. Şimdi, hangi ölçüde bir yazı seçmeliyiz?

Eğer yazı çok küçük olursa bu okumayı zorlaştıracaktır. Eğer metin yazısı çok büyükse, sayfa üzerine tüm yazıyı sığdıramayabiliriz. Eğer başlık ve display satırlar için seçilen yazılar çok büyükse, onlar bütün sayfaya egemen olacak ve sayfa bir satış ilanına benzeyecektir. Eğer yazılar çok küçük ve okunması zor ise, istenen vurguyu sağlamayacaktır ve mesajımızı okumalarını istediğimiz insanların dikkatlerini çekemeyecektir.

Mümkün olan en iyi basılı parçayı üretmede en iyi ve en etkili yolun ortaya çıkması, hangi ölçüde yazının kullanılacağı kararında da olduğu gibi diğer faktörlere bağlıdır. Bunlar yazının tasarımı, satır genişliği, espas ölçüsü ve hedef kitlenin gerektirdiği yazı gibi kararları içerir. Yazı ölçüsüyle ilgili kararlar da yalnız başına düşünülmeyp diğer okunabilirlik faktörleriyle birlikte ele alınmalıdır.

Bununla beraber üzerinde durulmaya değer bazı genel kurallar vardır.

Yazının çok küçük olmasının okumayı zorlaştıracığını, okuyucuyu sıkacağını ve büyük bir olasılıkla okuyucunun bu yazıları okumaya çalışmak yerine atlamayı tercih edeceğini söylemiştik.

Diğer taraftan, okunan meteryalin çok büyük yazılarla dizilmiş olması okumak için gereken süreyi uzatır. Büyük punto ile dizilmiş yazı, daha geniş bir alan kaplar ve bu basitçe uğraşılacak daha fazla zaman demektir.

Özetle, metin yazılarındaki okunabilirlik yazının punto ölçüsünün artmasıyla birlikte artar, fakat rahat okunurluk için 12 punto maksimum ölçüdür.

Her zaman olduğu gibi burada da kesinleşmiş kurallar yoktur. Bununla birlikte bulunmuş genel bir yöntem içinde, gazeteler, dergiler ve kitaplarda yazı için en okunabilir ölçü, 9 ile 12 punto arasındadır. Okunan meteryalde, yazının daha küçük ve daha büyük ölçüde dizilmiş olması okumayı daha zor hale getirir. Araştırmacılar tarafından yapılan, yıllar süren ve bazıları 1800'lere kadar uzanan araştırmalar, metinler için 11 puntoluk yazının en okunabilir ölçü olduğunu göstermiştir (4.23).

Mümkün olan en iyi basılı parçayı üretmede en iyi ve en etkili yolun ortaya çıkması, hangi ölçüde yazının kullanılacağı kararında da olduğu gibi diğer faktörlere bağlıdır. Bunlar yazının tasarımı, satır genişliği, espas ölçüsü ve hedef kitlenin gerektirdiği yazı gibi kararları içerir. Yazı ölçüsüyle ilgili kararlar da yalnız başına düşünülmeyp diğer okunabilirlik faktörleriyle birlikte ele alınmalıdır.

Yazının çok küçük olmasının okumayı zorlaştıracaklarını, okuyucuyu sıkacağını ve büyük bir olasılıkla okuyucunun bu yazıları okumaya çalışmak yerine atlamayı tercih edeceğini söylemiştik. Diğer taraftan, okunan meteryalin çok büyük yazılarla dizilmiş olması okumak için gereken süreyi uzatır. Büyük punto ile dizilmiş yazı, daha geniş bir alan kaplar ve bu basitçe uğraşılacak daha fazla zaman demektir.

Her zaman olduğu gibi burada da kesinleşmiş kurallar yoktur. Bununla birlikte bulunmuş genel bir yöntem içinde, gazeteler, dergiler ve kitaplarda yazı için en okunabilir ölçü, 9 ile 12 punto arasındadır. Okunan meteryalde, yazının daha küçük ve daha büyük ölçüde dizilmiş olması okumayı daha zor hale getirir. Araştırmacılar tarafından yapılan, yıllar süren ve bazıları 1800'lere kadar uzanan araştırmalar, metinler için 11 puntoluk yazının en okunabilir ölçü olduğunu göstermiştir.

Her zaman olduğu gibi burada da kesinleşmiş kurallar yoktur. Bununla birlikte bulunmuş genel bir yöntem içinde, gazeteler, dergiler ve kitaplarda yazı için en okunabilir ölçü, 9 ile 12 punto arasındadır. Okunan meteryalde, yazının daha küçük ve daha büyük ölçüde dizilmiş olması okumayı daha zor hale getirir.

Bununla birlikte, daha büyük yazı seçimini gerektiren durumlar da vardır. Dişi, yani siyah zemin üzerindeki beyaz harflerin daha kolay okunabilmesi daha büyük puntodaki yazıları gerektirir. Çocuklar ve yaşlı insanlar, daha büyük yazı ölçülerini okumak için daha kolay ve daha memnuniyet verici bulurlar. Bu nedenle yazı ölçüsü seçilirken hedef okuyucu da akıldan çıkarılmamalıdır.

Yazı ölçüsü açıkça belirlendiğinde, yazı stili de belirlenmiş olmalıdır. Dekoratif ve çok amaçlı karakterlerin çoğu, Scripts and Cursives yazı türündeki kıvrımlı karakterler daha büyük puntolarla yazılmayı gerektirir. Alışılmadık harf formları okumayı ve anlamayı daha zor hale getirirler. Daha büyük ölçüler de bütün bu problemlerin üstesinden gelmede yardımcı olurlar.

Condensed yazılar, kısa mesajların dışında, kolay okunabilir düzenli satırlardan daha büyük ölçüde dizilmelidirler.

Bazan olabildiğince çok malzemeyi mevcut alanın içine doldurmanın cazibesi dayanılmazdır. Daha küçük yazılara yönelmek de dayanılmaz bir istek uyandırabilir. 10 Punto ile dizilmiş yazılar 12 punto ile dizilmiş yazılara göre % 25 daha az bir alan kaplayacaktır. Burada çekişi olan açıkçası ekonominin sağladığı avantajdır. Bununla birlikte asıl hatırlanması gereken amaç, mesajın okunabilmesini ve anlaşılabilmesini sağlamaktır. Eğer 12 puntoluk yazı mesajın okunup anlaşılabilmesini kolay hale getirecekse bu ölçü kullanılmalıdır. Eğer ekonomi önemliyse, metin, yazı puntosunu küçültmek yerine okunabilirliği koruyacak şekilde daha sıkışık olarak dizilebilir.

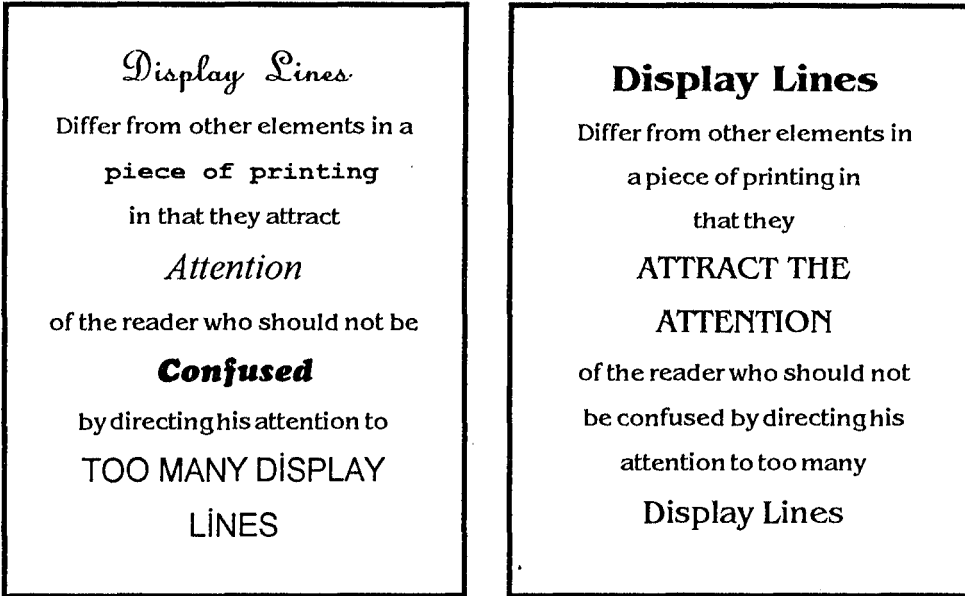
6. Yazı Stillerinin Karıştırılması

Eski basımcılar ne yaptıklarını biliyorlardı. Onlar, "Eğer bir işe Bookman ile başlarsan onu yine Bookman ile bitir" derlerdi. Bilirlerdi ki en çekici basılı ürün, mümkün olan en az yazı karakterinin karışımıyla oluşandır. Modern tipograflar bunu monotipografik uyum olarak adlandırırlar.

Monotipografik uyum, baştanbaşa aynı yazı ailesi ya da aynı yazı dizaynının kullanıldığı çalışmaların uyumlu layoutlar sonucunu yarattığı anlamındadır.

Karşıtlık ve vurgu, aynı aileden değişik serideki yazıların kullanımıyla, uyum feda edilmeden de sağlanabilir. Çekici bir basılı ürün böylece minimum tipografik karışımla oluşturulacaktır.

Aynı layoutta çok fazla farklı yazı stiline kullanılması uyumsuzluk ve karışıklığa yol açar. Sağdaki örnek bir ailenin serileri ile oluşturulmuştur ve daha derli toplu, sade, zarif ve birlik içinde görünür (4.24).



4.24

Fakat yazı karakterlerinin karıştırılması gereken zamanlar da vardır. Belki belirli bir vurgu ya da zıtlık arzulanır ve seçilen yazı ailesinde bold ya da italik karakter mevcut olmayabilir. Ya da ihtiyaç duyulan kontrastı yaratmak için karakter değişikliğine karar vermiş olabiliriz. Yazı aileleri karıştırıldığında karıştırılan ailelerin aynı soydan olup olmadıklarına dikkat edilmelidir. Örneğin Caslon ve Garamond harflerinin soya ait temel yapıları, harfi oluşturan temel çizgilerin (stroke) sınırlı çeşitlemeleri, kıvrımlar içindeki ince noktalar-daki narin diyagonal eğimler ve genel olarak yuvarlanmış seriflerle aynıdır.

Bununla beraber her biri bu temel karakteristikleri farklı olarak ortaya koyarlar. Eğer bu benzer fakat farklı yazılar birlikte kullanılmışsa bunun sonucu karışıklık olabilir.

Yazı karakterleri karıştırıldığında, kontrast bazı anlamları birbirinden ayırmak için kullanılır. Kullanılan karakterlerden birisi başlıklara uygulanırken diğeriyle metin bölümleri azılabilir. Ya da birisi bold veya italik olarak kullanılırken diğeri normal formda kullanılabilir.

İki uyumlu olmayan yazı karakteri beraber kullanıldığında, bunlardan birisi küçük puntoda dizilmelidir. Eğer bir broşür ya da kitapçığın ilk sayfasında bir satır 24 puntoluk Black Letter, bir kaç satır Sans Serif ile karıştırılırsa, Sans Serif satırlar 10 ya da 12 puntodan fazla olmamalıdır. Black Letter böylece egemen olacak ve uyumsuzluk minimuma indirilecektir. Bu teknik çoğunlukla çok memnuniyet verici bir uyuşma ile sonuçlanır.

Black Letter
Sans Serif

Black Letter
Sans Serif

4.25

Üstteki yazıda Sans Serif satır Black Letter'e tabi kılınmıştır ve iki yazı türü arasında bir birlik ve uyum yaratılmıştır. Fakat Sans Serifler de Black Letter ölçüsünde büyütüldüğünde uyum ve birlik bozulur (4.25).

7. Tamamı Büyük Harfle Oluşturulan Satırlar

Bir zamanlar basımcı ve tipograflar en okunaklı yazının eski Roman miniskülleri olduğuna inanırlardı. Bununla beraber, soruya yer bırakmaksızın ispat edilmiş olan bir şey minisküllerin büyük harflerden daha okunaklı olduğudur.

Büyük harfleri kullanın fakat bunları kullanırken tedbirli olun. Bunun sebepleri iki noktada özetlenebilir. Minüsküller daha fazla karaktere sahiptirler ve daha hızlı okunurlar.

"Minisküller daha fazla karaktere sahiptir" demek, miniskül alfabesindeki her bir harf formu, açıkça belirgindir ve pek çok benzerlikleri olan majisküller gibi kolayca karıştırılmazlar anlamını taşır. Örneğin miniskül c ve g ile majiskül C ve G . Okuyucu açısından büyük harflerin oluşturduğu satırlar, küçük harflerin oluşturduğu satırlardan daha fazla karışıklığa neden olurlar.

Araştırmalar göstermiştir ki, küçük harfler okumayı hızlandırır ve okuyucu açısından daha memnuniyet vericidir. Küçük harfler bütün büyük harflerin yaptığı gibi gözü kolay yormazlar. Tasarımcılar eğer satırların tamamında büyük harf kullanıyorsa, bu, bir defada iki ya da üç satırla sınırlandırılmalı ve satırlar kısa tutulmalıdır. Majisküller kullanıldığında satır araları da geniş tutulmalıdır. Basımda okunabilirlik konusunda tanınmış bir otorite olan Miles Tinker, Legibility of Print'inde, majisküllerin minüsküllere kıyasla okumayı geciktirdiğini ve okuyucu tarafından tercih edilmediğini doğruluyor ve tamamı büyük harfle oluşturulan yazıların, hızlı okuma ve tüketici portresi göz önünde bulundurulduğunda kullanılmaması gerektiğini söylüyor.

Bazı tasarımcılar bütün bunlar içerisinde en kötü tipografik hatanın, Scripts and Cursives yazı türündeki karakterler veya Black Letter ile oluşturulacak tamamı büyük harfle dizilmiş satırlar olacağına inanıyor (4.26).

MUSEU JSZZM

MATH UJLLAR

MUSLU YJLLAR

4.26

8. Sıkıcı Olmamak

Hedef izleyicinin dikkatini çekmek ve ilgiyi korumak gittikçe zorlaşmaktadır. Günümüz insanı sabahtan akşama kadar, kendilerinin okunmalarını ya da dinlenmelerini isteyen yayınların bombardımanı altındadır. Ve boş zamanları doldurmak için pek çok aktivite vardır. Ayrıca insanlar her verilen bilgiyi kısa süreler ve parçalar içerisinde almaya çok daha fazla şartlı hale geliyorlar. Ortalama bir televizyon haber programı havadisi, 90 saniyeden 110 saniyeye kadardır ve bu ancak 100 - 150 kelimedir. Yarım saatlik bir televizyon dramı, sunuştan doruk noktasına kadar bütün bir hikaye çizgisini yaklaşık 22 dakika içerisinde sıkıştırır.

Modern okuyucular okunacak meteryalin sütunlarıyla karşı karşıya geldiğinde pek çoğu isyan edecektir. Okunacak olan şey çirkin ve sıkıcı görünür, benzer ölçü ve tonda birbiri arkasına devam eden yazı satırlarından başka gözü yakalayacak hiç bir şey yoktur. Yazıyı okumadan geçmek, atlamak için dayanılmaz bir istek vardır.

Uzun metinler daha cazip hale getirilebilir. Bunun için şu eski zamanda bekleyen yardımcı, beyaz boşluklardan daha iyi bir yol yoktur. Bu öyle kolaydır ki ve yine de pek çok editör ve tasarımcı bir sayfayı canlandırmak için bu doğal yolun avantajını kullanmakta çekingen davranırlar.

Eğer oldukça dar sütunlar bir sayfa üzerinde kullanılıyorsa, üç yazı

sütunu, sütunlar arasındaki beyaz boşluklar arttırılarak dört sütunluk bir alan içerisinde kullanılabilir. Beş sütun yazı altı sütunluk bir alana dizilebilir.

Ara sıra satır başı yapılarak başlayan paragraflar sıkıcı olmama yolunda yardımcıdırlar. Ya da yazı satır başı yapılmaksızın satırlarının tamamı sola dayanan paragraflardan oluşuyorsa, (genel olarak satırbaşı boşluğu, 18 picanın üzerinde genişlikteki satırlar için 1 em'dir) paragraflar arasında fazladan bir boşluk ya da iki satır aralık bırakılabilir. Daha kısa paragraflar da yardımcıdır; özellikle, dar yazı sütunlarının kullanıldığı zamanlarda. Okunan meteryaldeki uzun paragraflar, yavaş okumaya ve okunması ve anlaşılması zormuşçasına ürkütücü bir görünüme sebep olurlar.

Metinden kontrast bir karakterle ya da bold bir karakterle veya daha büyük puntoda bir yazıyla dizilmiş olan alt başlıklar, yazının gri akışını kırmada yardımcı olabilirler. Ara sıra uygun yerlerde kullanılan italikler, sayfayı daha çekici ve davetkar bir hale getirirler. İtalikler gereken yerde istenen vurguyu iyi bir şekilde verebilirler.

Bazan metnin bloklu değilde sağda pürüzlü olarak bırakılmasıyla çeşitlilik elde edilebilir. Bu metni oluşturan satırları sol kenardan bloklanması fakat sağ kenardan satırın sonunu hizalamak yerine doğal pürüzleriyle bırakılması demektir. Çalışmalar bu satırların sağ kenarlarının olduğu gibi düzensiz bırakılmasının okumayı yavaşlatmadığını göstermiştir. Fakat satırların sağda bloklanıp sol kenarlarının düzensiz bırakılması dikkatli kullanım gerektirir. Bu durum illüstrasyonları açıklayıcı kısa satırlar gibi sınırlı alanlarda iyidir fakat, yavaş okumaya neden olur ve okuyucuların çoğu, satırların sol tarafları düzensiz bırakılarak dizilmiş uzun mesajları atlayacaklardır.

Bazan uzun metinler, tipografik gereçlerden olan, bulletler, yıldızlar, dash işaretleri ya da diğer dingbatlarla kesilebilir. Fakat bunlar temkinli kullanılmalıdır. Eğer bunlar abartılı ve çok fazla olurlarsa, sayfayı biçimsizleştirirler ve çalışma amatörce görülür.

İnsiyaller (ilk harfler), sayfaya bir çeşni katarlar. Paragrafların başlarında-ki bu büyük harfler, çok değerli tipografik gereçlerdir. Bunlar sayfayı şenlendirir ve okuyucuya yol göstermede yardımcı olurlar.

Burada tasarımcılara, insiyalleri kullanmada yardımcı olacak bir kaç öneri vardır. İnsiyaller bir makalenin başlangıcı dışında asla bir sütunun en üstünde kullanılmamalıdır. Bir insiyal bir sütunun en üstünde kullanıldığında, bu okuyucuya burası okumanın (okunacak şeyin) başlangıcıdır anlamında bir işarettir. Eğer bir insiyal makalenin başlangıcı olmadığı halde bir sütunun tepesinde yer almışsa, okuyucu yinede o noktanın başlangıç noktası olduğunu düşünebilir ve bu da karışıklığa neden olur.

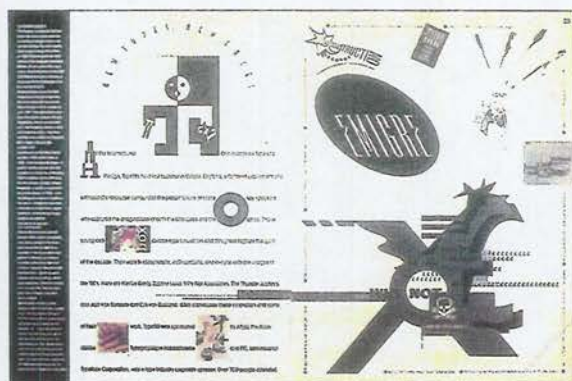
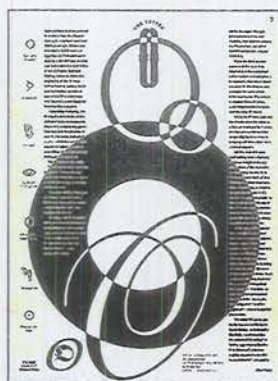
Aynı dikkat ve özen insiyallerin kullanılmasında da gösterilmelidir ki, metin baskıya girecek şekilde dizildiğinde, bu harfler bitişik sütunlarda yanyana gelmesin. İnsiyaller aralıklı olarak serpiştirilmeli ki, bir birlik ve denge yatarsınlar ve onların ağırlıkları, bir tasarım amacına hizmet etsin (Conover, 1985, s. 77)

Günümüz grafik tasarımcıları eski ustalara oranla çok şanslılar. Bilgisayar teknolojisinin grafik dünyasıyla henüz tanışmadığı, baskı tekniklerinin bu günkü olanaklara sahip olmadığı günlerde okuyucuyu sıkmayacak tasarımı gerçekleştirmek mutlaka daha zordu. Bugün sahip olunan olanaklar tasarımcıya milyonlarca renge, yüzlerce yazı karakterine ve görüntüye anında ulaşabilme kolaylığı sağlıyor. Bu şartlar altında sıkıcı olabilmek biraz zor görünüyor. Bunun yanında bilgisayar teknolojisinin sağladığı milyonlarca renk, yüzlerce yazı karakteri ve fotoğraf, binlerce hazır çizim ve şekil ve çok çeşitli görüntü efektlerinin zaman zaman fazlaca abartılı kullanılması karmakarışık, gözü yoran ve itici tasarımların oluşmasına da neden olabilmektedir.

Şekillerde (4.27-4.34) görülen bilgisayarla hazırlanmış tasarımlar, günümüz okuyucularının da tasarımcılar kadar şanslı olduğunu gösteriyor. U&Ic Dergisi kapak ve sayfa tasarımları şekil 2.71'deki U&Ic Dergisinin ilk sayı kapaklarından biriyle karşılaştırıldığında 70'lerle 90'lı yıllar arasındaki grafik tasarım ve tipografideki üslup farklılıklarında görülebilir.



4.27



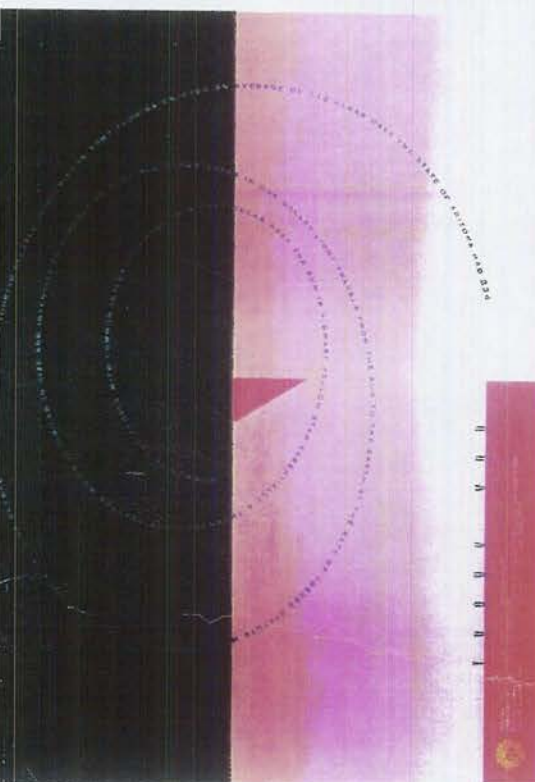
4.28



4.29



4.30



The Players

1930, "YIP HOPPED A PAIL FULL OF THE BLOOD OF THE DEAD." **POINTER** GRATED SKELETONS AND
 WALKED TO THE CATHEDRAL OF DREAMS AND ENIGMAS AND
 NODDED TO THE GROUNDWATER PETALS OF
 DREAMS AND NODDED HELIXES TWENTY TIMES.
 PRESIDENT OF THE PETERSEN-LEE JOURNAL
 COMPANY, A PRIVATELY HELD LIGHHOUSE, BRAD-
 CAST TELEVISION AND CABLE TELEVISION COMPANY
 AND FARTER TELEVISION AND CABLE TELEVISION COMPANY
 OF AMSTERDAM TELEVISION AND CABLE
 CATHEDRAL CATHEDRAL (HATE), ONE OF
 THE NATION'S HISTORIC EAGLE
 TELEVISION MULTIMEDIA DESIGNER
 TENSIVE NEWLY BORN JEWEL JARS
 HONORED (S) PRESIDENTION AND OTHER
 DREAMS MEMBER OF SPEAKING CRYSTAL
 FAVORITE THE NEW PRESIDENTION AND
 PRESIDENT OF THE VANDERBILT
 VANDERBILT GROUP AND HAS SERVED TO
 THE CATHEDRAL OF LITERATURE, A DASH
 ISLANDS TO HONORARY AND OTHER
 FAVORITE CATHEDRAL (HATE) A
 DASH OF AMSTERDAM (HATE) DASH
 DASH OF AMSTERDAM (HATE) DASH

S IN INDUSTRY. HEAVENLY TV IS BRINGING AN MTV
 NETWORKS MTV. SINCE TELEVISION. INDUSTRY
 AND THE MUSIC. CHANNELS AND ARTS AND ENTERTAINMENT
 TELEVISION NETWORKS. LEO GARLAND
 THE ORIGINAL REPORT PROGRAMMING EXECUTIVE OF
 MTV. TRICK TELEVISION AND ITS C-SPAN SERVICE
 VIN I. MOORE TO ONE JOINED THE COMPANY IN
 EARLY 1983 AS VICE PRESIDENT. PROGRAMMING AND
 IS CREDITED FOR GREATLY IMPROVING THE COMPANY'S
 FINANCIAL AND JOURNAL RELATIONSHIPS AND
 ETHICS. IS BASED ON HIS CONTINUITY TO THE
 PROGRAMS OF THE JEROME NETWORKS.

CONFRONT THEIR RULES WITH THE COMPANY'S VICE CHAIRMAN, GREENE VICE PRESIDENT, ANDREW EDWARDS, GILL STACH, VICE PRESIDENT, LOW POWER TELEVISION OPERATIONS, JOSE FELINE, VICE PRESIDENT, FRANCE, ADMINISTRATION AND OPERATIONS, JOHN BROWN, DIRECTOR, CORPORATE COMMUNICATIONS, PRODUCTIONS AND PRODUCTIONS, AND PAUL SARTAIN, DIRECTOR, SYSTEM OPERATIONS AND INFORMATION SYSTEMS. THE JOURNALISTS SPEND 5 HOURS OF THE MORNING AND THE AFTERNOON, UNDERSTANDING OF THE COMPANY, LEAD, IT IS A PLEASURE OF THE



The Products

1990 TO THE YEAR WHEN THIS TRAILER BECAME
 OUT INTO A FAMILY OF HOUSEHOLDS. WITH THE JUNE
 ONE MONTHS REMAINING IN THE CONSUMPTION OF
 THE COMPANY. CELEBRATION OF THE JUNE
 REVENUE SALES AT THE END OF 72 MONTHS REACHES 6
 MILLION HOUSEHOLDS AT YEAR END 1990 TO 131
 UNITS REACHING 11 MILLION HOUSEHOLDS AT YEAR
 END 1990 AND 140 UNITS GOING INTO 12 MILLION



BUSINESSES IN THE FIELD OF THE FUTURE. **1978** **★** **ANDRÉS BÉCARE** AND **JOSE**
VIGI OF THE NEW BUSINESS DEVELOPMENT CENTER
 UNDER THE PROTECTION OF SPAIN'S GOVERNMENT
 OVER 600,000 PRODUCTIONS OF THE **1978** AND
 AND 1,500 VHS TAPES. **NOTES** IN PARTICULAR
 ATTRACTS ATTENTION AS IT HELPS THE
 RECORD COMPANIES BY EMPLOYING
 NEW MUSIC AND PERFORMING
 CALLED TO ORDER NEW MUSIC
 PRODUCE OVER THE MUSIC NEW
 BROTHERS WITHIN 10 DAYS. AFTER
 MUSIC WITHIN OF THE **1978** JUNE
 MUSIC, AND IN WHICH CASE **ANDRÉS** WOULD
ANDRÉS PROBABLY CORRECTLY THE **COMPARIS**
TECH AGAIN INTO HIS COMPANY FOR A
 JECTED TO **GUINNESS** OVER **25** **1978** IN **1978**
★ **ALSO** **ALSO** IN **500** **PHOTO** **TECHNOLOGY** **NOTES**
 A SERIES OF **COMPARIS** AND **PHOTOGRAPHIC** **NOTES**

[illegible]

A Day In The Life of The Jukebox Network

[illegible][illegible]

dizilmiş yazı satırları minimum düzeyde tutulmalı, mümkünse iki ya da üç kelimeyi geçmemelidir.

İletişimciler, tipografik özentiler ve yapmacıklıklardan kaçınmalıdırlar. Elbette Edward Estlin Cummings, dil, tipografi ve noktalamanın acaipliklerini kendi şiir çalışmaları için bir trademark olarak kullandı ve ünlü oldu. Fakat doğru profesyonel basılı iletişim alışılmadık oyunlar, eğer iletişimi gerçekten daha iyi bir hale getirmiyorsa garip ve uygunsuz olacaktır. Eğer bu düzenlemeler kullanılıyorsa, sınırlı olarak ve bir tasarımcının işaret ettiği gibi, tipografik bir elbisede bir mücevher gibi düşünülp taşınarak yerine uygun biçimde kullanılmalıdır. Yoksa bunlar kolayca abartılı olabilirler.

10. Metnin Kontrol Edilmesi

Bir yazıyı dizdiğimizde ya da yazı kompozitör tarafından dizildiğinde, bütün bilgileri yazmalı ve bilgilerin kusursuz bir şekilde açık olduğundan emin olmalıyız. Bütün gerekenlere dair açık bilgiler kompozitöre verildiğinde sonuç dizgi maliyetinde düşüş ve daha iyi kalite olacaktır. Basım işinde kompozitörün metnin doğruları ve yanlışlarıyla tümünü izlediğini söyleyen eski bir aksiyom vardır. Yani basımcıya gönderilen şey, geri dönecek olandır.

Bir dizgi sipariş etmeden önce, metni okuyarak, hecelemede, noktalamada amacına uygun kullanımdaki ve diğer hataları düzelterek problemleri en aza indirmeliyiz. Metni, paragraf sıralaması varsa satır başları, sayfa sıralaması ve genel format için kontrol etmeliyiz. Daktilo edilmiş metne yapılan değişiklikler, derli toplu, düzenli, okunaklı ve dizgide istenilen şekilde mimüskül ya da majiskül harflerle yapılmalıdır.

Copy, çift aralıklı olmalı, kağıdın bir yüzüne daktilo edilmeli ve tercihen sağ üst köşesinde olacak şekilde her bir sayfa ard arda numaralandırılmalıdır. Uzun çizelgeler ve özel bir yolla hazırlanacak diğer meteryaller ayrı sayfalarda gösterilmelidir (Conover, 1985, s. 79).

BEŞİNCİ BÖLÜM

YAZI VE İMAJIN BİLEŞİMİ

Grafik tasarımı karma bir disiplindir. İşaretler, semboller, sözcük ve resimleri içeren farklı öğeler bütünün içerisinde bir araya gelerek birleşmişlerdir. Grafik tasarımının çift yönlü yapısı gereği, tasarımcı bu elemanları bir araya getirirken, hem uyumlu bir görsel kompozisyon yaratmak, hem de, bir iletişim mesajını biçimlendirmek zorundadır.

Söz ve imaj grafik tasarımının temel bileşenlerindendir. Philip B. Meggs'e göre tasarımcı yapacağı işte bu iki bileşeni bir arada kullanmak istediğinde iki sorunla karşı karşıya kalır. Birincisi, iletişimin birbirinden tamamen farklı iki sistemi olan dil işaretleri ve resimli görüntülerin bütünün içerisinde eritilebilmesi için yapılacak olan görsel düzenleme problemidir. İkinci sorun mesajın oluşturulması ile ilgilidir: Bu iki birbirinden tamamen farklı iletişim sistemi birbirlerini desteklemeleri, güçlendirmeleri ve geliştirebilmeleri için ne şekilde yanyana getirilmelidir (Meggs, 1989, s.41).

1. Yazı ve İmajın Etkileşimi

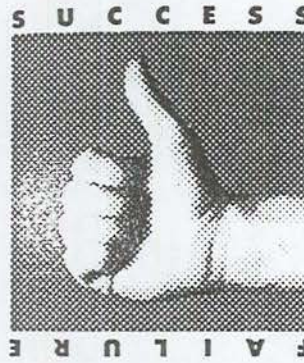
Görsel bir uyarının algılanmasında kişinin kültür düzeyi, yaşadığı çevre, verilen uyarının etrafındaki onunla beraber algılanan diğer şeyler, görsel algılama sırasında kişinin içten gelen uyarıları hatta alıcının o andaki ruhsal durumu bile etkili olur. Dolayısıyla bir imaj, farklı kültürlerde değişik şekillerde algılanabileceği gibi, görsel bir uyarının algılanması kişiden kişiye bile farklılıklar gösterebilir. Bu durumda tasarımcı, hedef kitlesine ulaşabilmek için kullandığı imajın alıcı tarafından olması istendiği gibi yorum-

lanıp etkili olabilmesini nasıl sağlayabilir? Burada yazı imajın en büyük destekçisidir. Yazı imajın olabileceğinden daha spesifik bir anlama sahiptir. Bu yüzden imajla beraber kullanılan yazı, görüntüyü tasarımcının isteği doğrultusunda spesifik bir anlama bağlayabilir. Tasarımcı yazı yoluyla izleyiciyi spesifik bir anlama yönlendirdiğinde de bir imajı yorumlamadaki kişisel serbestlik azalır.

Alışıl gelmiş uygulamada söz dominanttı ve imajlar metni resmetmek ve açıklamak için kullanılırdı. Sözün egemen olduğu grafiklerin hala var olabilmesine karşın, tasvirleri sadece metinden olayları ve kişileri canlandıran grafikler azalma yolundadır. Yirminci yüzyıl, hızlı ilerleyişi ve olağanüstü bilgi ortamı ile sözün hakim olduğu uygulamayı kökten değiştirdi. Önemli bir tarihsel ters yönde gelişim içerisinde metin çoğu kez görüntüyü ifade etmek ve şiddetlendirmek için kullanılan destekleyici bir mesaj haline geliyor. Sürekli bir mesaj bombardımanı altındaki günümüz insanı, eğer kendisini çok fazla ilgilendirmiyorsa uzun, sıkıcı ve okunması zor olan yazıları okumayı tercih ediyor.

Philip B. Meggs, metnin bizim için görüntünün anlamını değiştirmek ya da onu ifade etmek ve açıklamak için güçlü bir iletişim aracı olabileceğini söylüyor. Meggs, sözcüklerin bu gücünü, Michael Bierut, Vignelli Associates tarafından tasarlanmış, Reven T. C. Wurman'ın fotoğrafladığı "Başarı ve Başarısızlık" adlı bir konferans için hazırlanan grafikte örnekliyor(5.1). Bu grafik başarı kelimesi doğru okunacak şekilde çevrildiğinde, baş parmak olumlu bir el hareketi ile yukarıyı işaret eder. Grafik döndürülüp başarısızlık kelimesi düzgün olacak şekilde yönlendirildiğinde aşağıyı işaret eden baş parmak bir negatif işaret olur. Bu tasarımda Bierut spesifik bir anlam ile "görüntüye yüklemek" için dili kullanmıştır. Ölüm cezaları ya da Eski Roma'daki gladyatör dövüşleri hakkındaki bir haber içerisinde yaşam ve ölüm sözcükleri de bu imaj ile kullanılabilirdi; ya da aynı imaj sol tarafı

işaret eden baş parmak ile otostop yapmanın tehlikeleri hakkındaki bir makaleyi resmetmek için yönlendirilebilirdi. Bu farklı örnekler basit bir görüntünün bile ne kadar karmaşık ve belirsiz olabileceğini ve sözcüklerin izleyiciyi anlam vermeye yöneltmedeki gücünü gösterir. Bu örnekte, pek çok anlama gelebilecek ve farklı kişiler tarafından değişik şekillerde yorumlanabilecek bir imaj, sözcükler yoluyla spesifik bir anlam kazanmıştır.



5.1

Sözcüklerin çağrışım yaratan bu gücü, sadece kelimelerin imajları akla getirme yeteneği ile sınırlı değildir. Sözcükler diğer sözcükleri çağrıştırdığı gibi, imajlar yakın çevre içerisinde yeniden üretilen imajları ve imajlar sözcükleri çağrıştırmalıdır. Bu sonuncusu için Philip B. Meggs, Bob Gill'in 65. Art Direktörler Yıllığı için tasarladığı, Marty Jacops tarafından fotoğraflanan kapağı örnek gösteriyor (5.2). Gill bu tasarımda yaratıcı yıllık kapaklarında sıkça görülen kutlamalı ya da hayali imajlar taşıyan tasarımlardan farklı bir görüntü kullanmıştır. Gill art direktörler yılının, rekabete ve yarışma dayanan kıran kırana bir mücadelenin söz konusu olduğu gösterilere dönüştüğünü anlatan bir imaj kullanmıştır (Meggs, 1989, s. 42).

Meggs yazı ve imajın etkileşimini anlatırken aynı kitap için hazırlanan, aynı ismi taşıyan fakat değişik imajlarla sunulan iki kapak tasarımı ve bunların okuyucuya yaptığı değişik çağrılar üzerinde durur. James William

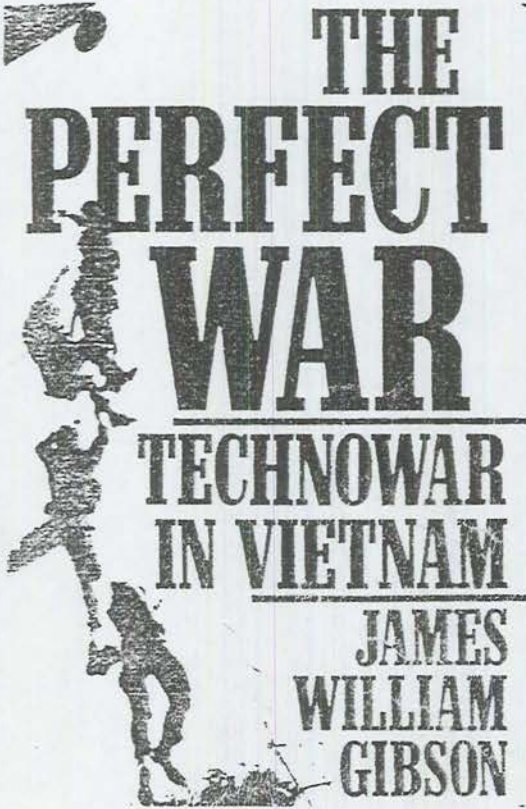
65th Art Directors Annual



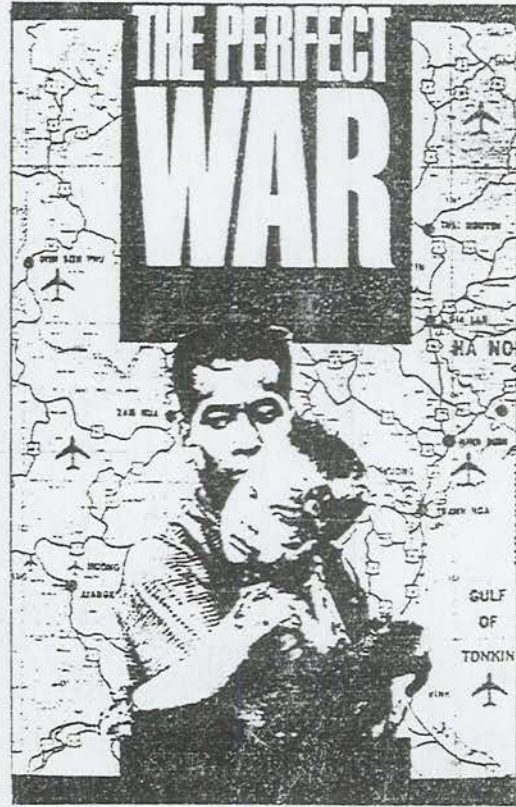
5.2

Gibson'un Vietnam savaşında Amerika'nın ilgisini analiz eden kitabı "The Perfect War"ın ciltli ve karton kapaklı baskıları için hazırlanan kapak tasarımlarının karşılaştırılması çağrışım meydana getiren karşılıklı ilişkiyi meydana çıkarır. Cilt kapaklı baskı (5.3) için Andy Carpenter tarafından hazırlanan ceket tasarımı "Technowar in Vietnam" alt başlığını ve savaş

alanına yüksek teknoloji donanımı kullanarak inen askerleri gösteren bir imaj taşır. Alt başlık ve imaj kitabın Vietnamda kullanılan gelişmiş askeri donanım üzerine olduğu izlenimini uyandırır. Tasarımı Adriane S. Tark tarafından yapılan karton kapak baskısı (5.4) alt başlığını "The War We couldn't Lose and How We Did" şeklinde değiştirdi. Kapak iki görüntüyü birleştirir: Üzerine uçak piktografı eklenmiş bir Vietnam haritası ve yaralı bir çocuğu kucaklamış genç bir Vietnamlı. Alt başlık ve imaj bu kitabın anlam ve içeriğini, yazarın, Birleşik Devletlerin olağanüstü teknik gücüne rağmen niçin zafer kazanamadığını açıklamış olabileceğini akla getiren tamamen farklı bir yöne çeker. Adam ve çocuğun sıkıcı harita ile yan yana gelmesi politik ve askeri güçler tarafından tuzağa düşürülen sivililerin şiddetli mücadelesini ve acısını dile getirir.



5.3



5.4

Bu iki kitap gösterilip yorumlanmaları istendiğinde, bir okuyucu ciltli versiyonun savaşta kullanılan bütün yeni teknolojik silahlar hakkında olduğunu belirtmiş. Aynı kişi karton kapaklı versiyon için düşüncelerini, "Kitap adının ironisi güçlendirilmiş. Nasıl mükemmel bir savaş olabilir ki? Hiç kimse kazanmıyor. Bana hayatı mahfetmek için neler yapabileceğimizi düşündürdü." şeklinde dile getirmiş (Meggs, 1989, s. 43).

Gerçekten de bir kitabı onun kapağı yoluyla anlayabilmemiz zordur. Kitabın kapağına baktığımızda onun kapak tasarımı bizi bir yoruma doğru yönlendirir.

Manşet, başlık, alt başlık ve metin herbiri görüntü ile farklı bir ilişki içindedirler. Başlık ya da manşet genellikle imaj ile eşlit düzeydedirler. Eğer başlık imaj ile aynı şeyi söylerse mesajı güçlendirebilen görsel ve sözsel bir fazlalık doğar. Sanatçının fotoğrafını taşıyan bir plak kabı, üzerinde sanatçının büyük puntolarla yazılmış ismini de bulunduruyorsa bu görsel sözsel fazlalıktır. Manşet ve başlıklar çoğu kez imajlarla birbirlerini açıklamak, güçlendirmek ya da anlamlarını değiştirmek için karşılıklı etkileşim halindedirler.

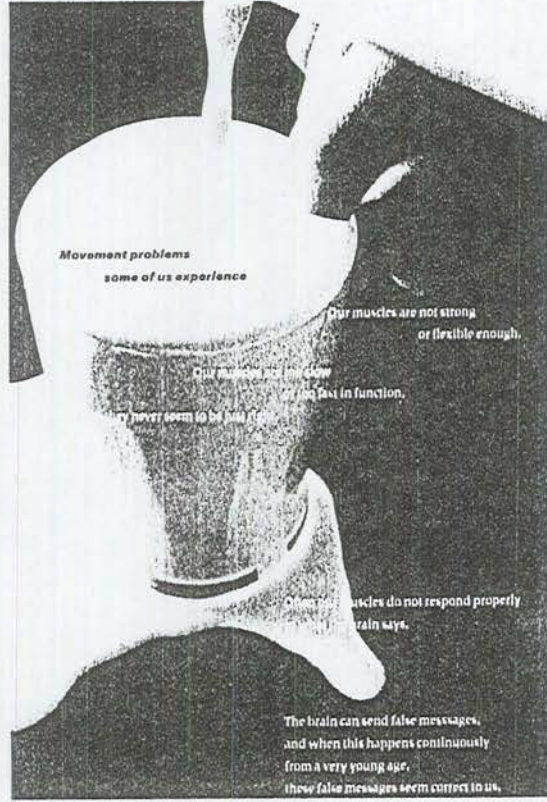
Resim altı yazıları (caption) imaja bağlı olarak görülürler ve imajı tasvir etmek, adlandırmak ya da teşhis etmek için bilgi verirler. İmajların akan metinle ilişkisi çoğu kez, imajın metin içindeki olaylar, nesneler ya da insanların görsel betimlemesi olarak algılanması ile geleneksel rolünü icra eder.

2. Yazı ve İmajın Beraber Kullanılması

Yazı ve imaj çok değişik biçimlerde bir arada kullanılabilir. Yazı ve imajın birbirlerini etkilemeyecek şekilde birbirlerinden açıkça ayrılması alelade görsel düzenlemedir. Bu çeşit düzenlemede elemenların dağılımı birbirlerine müdahaleleri olmaksızın, herbirinin iletimine olanak sağlar. Bu düzenlemede yazı ve imaj grafik tasarımında olduğu gibi bütünün ayrılmaz

parçaları durumunda değildir. Kitap, gazete ve dergi sayfalarında sıkça rastlanan bir düzenlemedir.

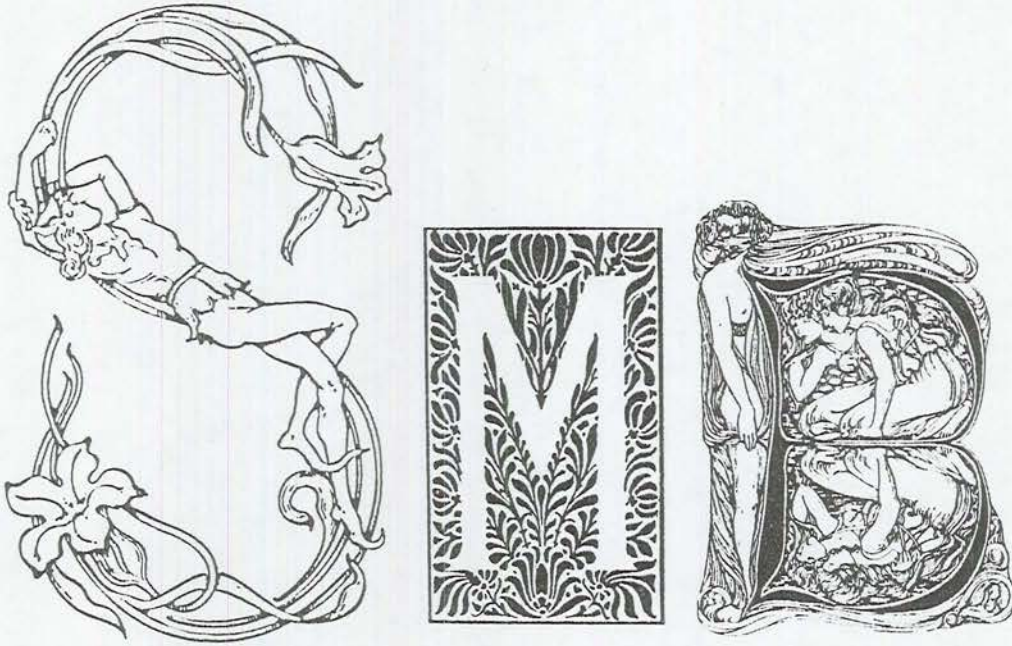
Tasarımcılar çoğu kez, yazı ve imajı, onların iletim ve bildirim güçlerini arttıracak, şiddetlendirip yoğunlaştıracak yeni ve beklenmedik yollar içerisinde yanyana getirir ve birleştirirler.



5.5

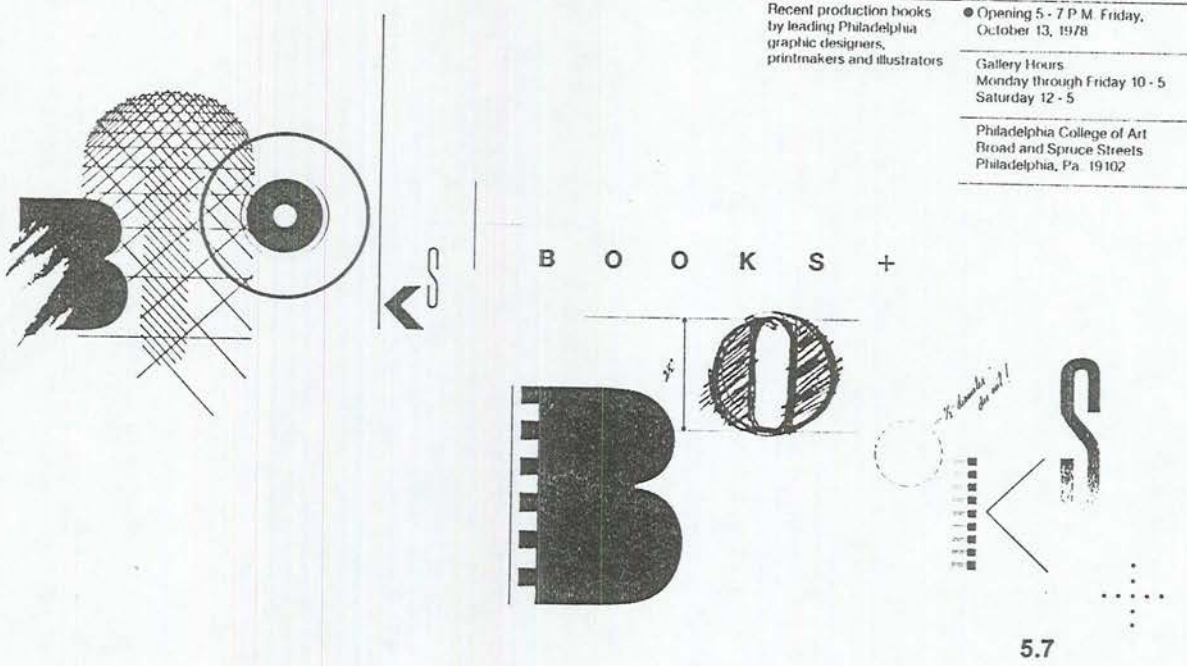
Sıkça kullanılan uygulama, imaj üzerine yeniden basılan yazı ve imajdan ayrılan yada imajdan negatif olarak çıkan yazının oluşturulmasıdır. Yazının zemini oluşturan imajdan ayrılması görüntü üzerindeki açık - koyu ve renkli alanların uygun kullanımı ile gerçekleşir. Bu teknikler Frank Armstrong'un tasarladığı, Thomas Wedell tarafından fotoğraflanan "Hareket Problemlerimiz" kitapçığında güçlü bir görsel hiyerarşi ve etkili bir iletişim yaratmak için kullanılır (5.5). İmaj üzerine basılmış başlığın ölçü, pozisyon ve değer kontrastı, onu bir dominant eleman yapmak için birleştirirler. Okuy-

cu çabucak, taşmakta olan süt bardağını engellenmiş bir kişinin hareket problemlerinin direkt sonucu olarak kavrar. Yazı ve imaj arasında bir sebep sonuç ilişkisi kurulur. Metin imaja ters bir şekilde negatif olarak öne çıkmış ve Armstrong metni fotoğrafın daha koyu bölgeleri üzerinde dikkatle planlamış. İmajın oluşturduğu arka plan ve yazı arasındaki tam olması gereken kontrast oldukça kritiktir, çünkü kontrast yetersiz olduğunda sonuç okuma güçlüğü olabilir ya da arka plan öyle komplekstir ki, yazı ile karışabilir.



5.6

Orta çağa ait el yazmaları zamanından bu güne sanatçılar ve tasarımcılar harfleri imajlarla birleştirme konusunda büyük yenilik ve değişimler gösterdiler. Örneklerde görülen İngiliz dergisi "The Studio" dan alınan 1890'ların ilk illüstrasyonları harf formlarının imajları içerebildiğini, imajlar yoluyla şekillenebileceğini ya da harfin şeklini alan bir imaj tarafından yaratılabileceğini gösterir (5.6). Bir kitap sergisi için hazırlanan çağdaş logo içerisinde, William Longhauser, harf formlarını basılı üretimle ilgili, bir silindirik pres, spiral tutturucu, tel tutturucu, bir layout taslağı ve kalıp bıçağı için hazırlanan bir izi içeren simgelere çevirdi (5.7).

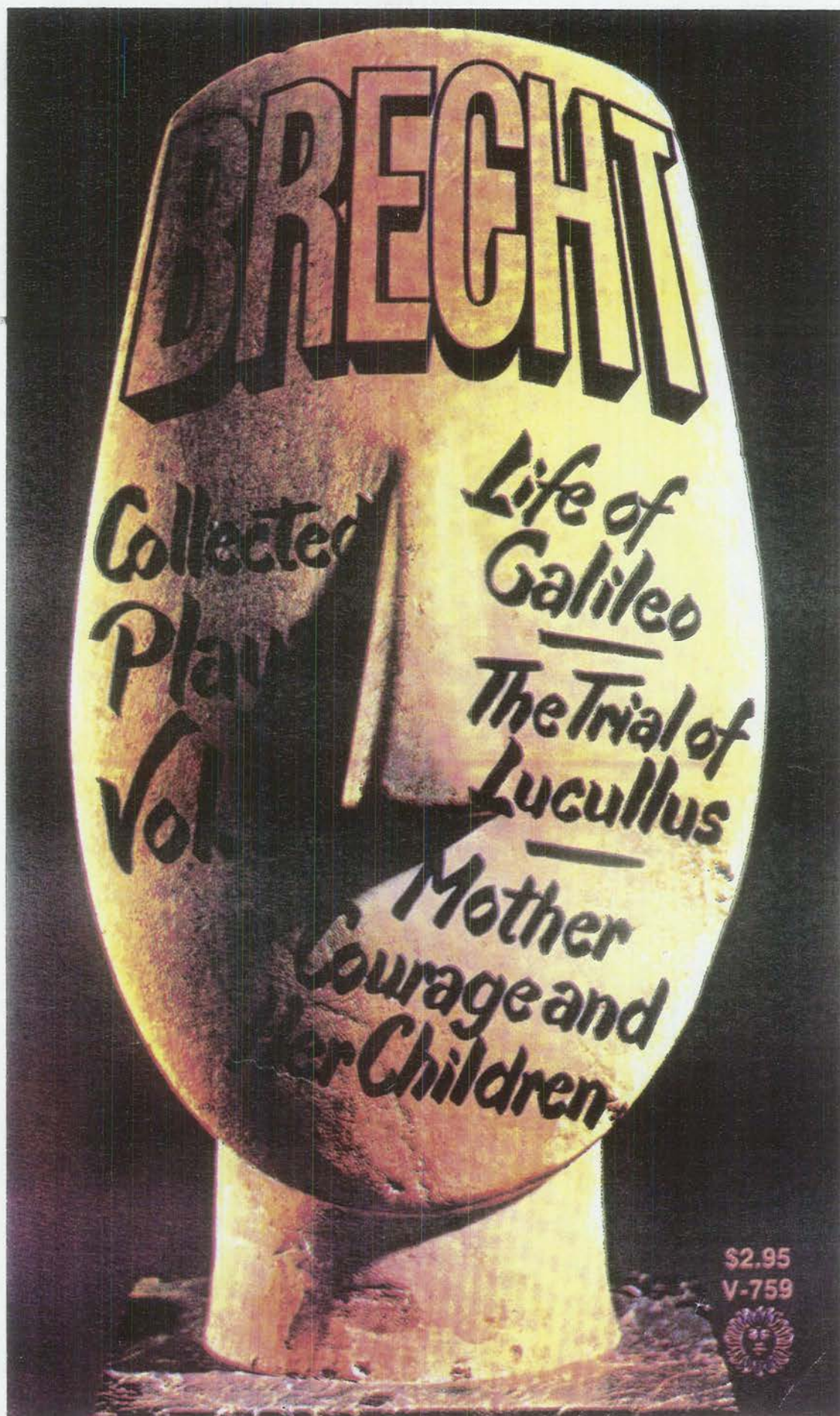


Dietmar Winkler'in Giacometti'ye saygı gösterisi, bir imaja benzetmek için kelime içerisindeki harf formlarının düzenlenerek birleşmesinin örneğidir (5.8).

Bir imaj ya da obje, Scudellari'nin "The Collected Plays of Brecht, Volume 5" için hazırladığı kapakta olduğu gibi kelimelerin üzerine konduğu bir sayfa üzeri haline gelebilir(5.9). İmaj bir yazı için sayfa yüzeyi ya da zemin olabileceği gibi bunun tersi de olabilir. Yazının oluşturduğu bir zemin üzerinde imaj kullanılabilir. Bradbury Thompson örnekteki dergi kapağında bir modelin gerisinde dokusal tipografik zemin elde etmek için tekrarlanan "Mademoiselle" başlığını(masthead) kullandı(5.10).

Yazı ve imajın aynı düzeyde daha kompleks bir bütünleşmesi, Dugald Stermer tarafından dizayn ve illüstre edilen Ramparts dergisinin bir baş yazı layoutunda vardır(5.11). Makale Birleşik Devletler ve yerli kıızılderili kabileleri arasındaki ilişkileri dile getirir. Stermer, George Washington'un Passamaquoddia kıızılderililerine mesajının metnini sayfayı dolduran Times Roman karakteriyle dizmiştir. Yazı George Washington'un siyah leke çalış-





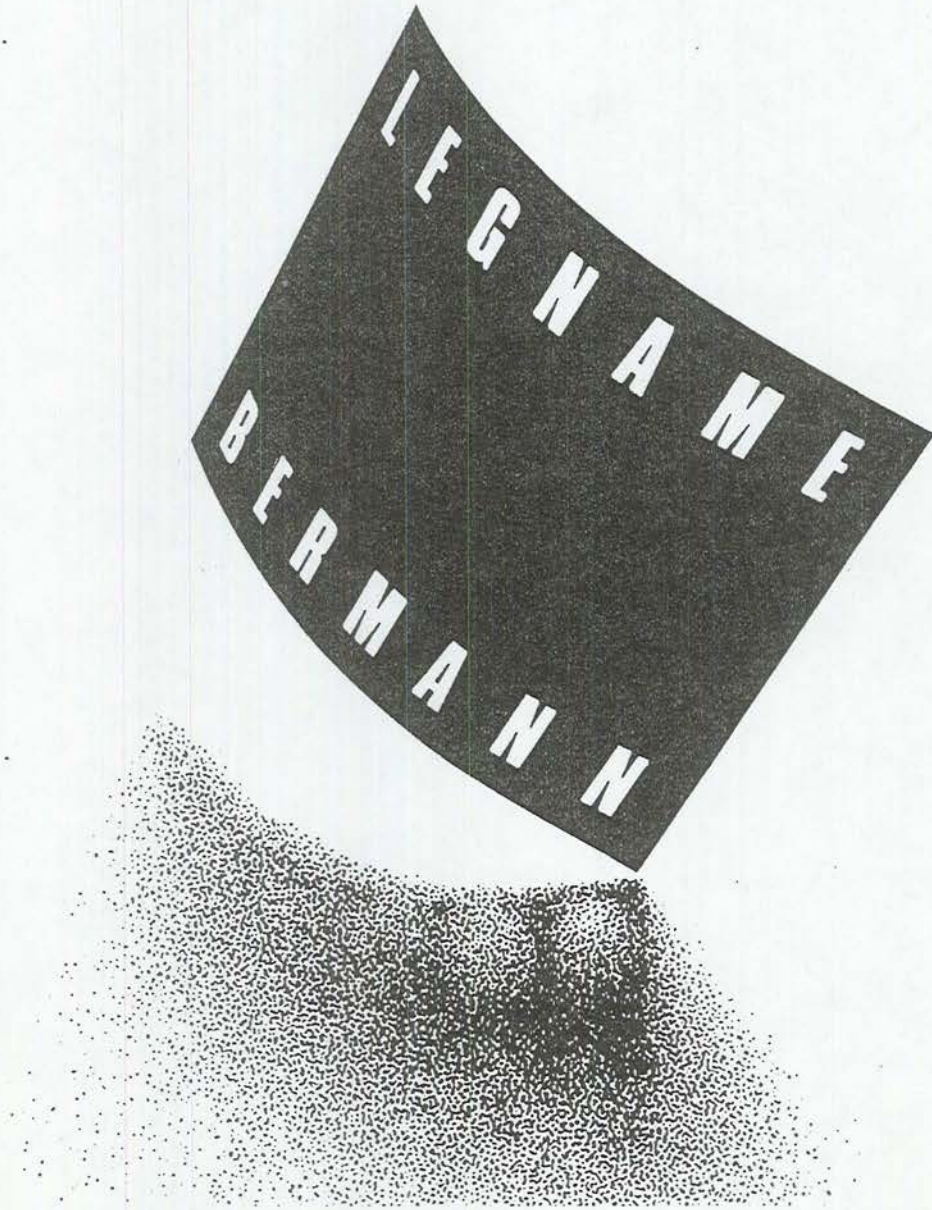
ması bir illüstrasyonuyla üst üste binerek çakışır. Siyah imaj üzerinde kalan yazı beyaz olarak öne çıkarak imajdan ayrılır. Yazı Washington'un yüzü ve göğüslüğü (jabot) üzerinde mavi, zeminde ise kırmızı mürekkeple basılıdır.



BROTHERS OF PASSAMAQUODIA:

I am glad to hear by Major Shaw, that you accepted the chain of Friendship which I sent you last February from Cambridge, and that you are determined to keep it bright and unbroken... Brothers, I have a piece of news to tell you which I hope you will attend to. Our enemy, the King of Great Britain, endeavored to stir up all the Indians from Canada to South Carolina against us. But our brethren of the six Nations & their allies the Shawanese & the Delawares would not hearken to the advice of his Messengers sent among them, but kept fast hold of the ancient covenant chain. The Cherokees & the Southern tribes were foolish enough to listen to them and take up the hatchet against us. Upon this our Warriors went into their country, burnt their houses, destroyed their corn and obliged them to sue for peace and give hostages for their future good behavior. ¶ Now Brothers never let the king's wicked counsellor turn your hearts against me and your brethren of this country, but bear in mind what I told you last February and what I tell you now. In token of my friendship I send you this from my army on the banks of the Great River Delaware, this 24th day of December, 1776. *George Washington.*

Legname/Bergmann film üretim şirketi için dizayn edilen logoda, tasarımcı Craig Frazier firma sahiplerinin isimlerini film spaketlerine dönüştürmek için bold condensed sans serif harf formlarını kullandı(5.12). Arkadan ışıktandırmanın oluşturduğu film parçası şeklindeki gölge harf şeklindeki spaketlerden geçerek gelen ışığın oluşturduğu lekelerle sahiptir. Bu onun ışık geçirgenliğini gösterir.





STRAVINSKY
CONDUCTS
HISTOIRE
DU SOLDAT
SUITE
PULCHINELLA
SUITE

COLUMBIA SYMPHONY/COLUMBIA CHAMBER ENSEMBLE

VE YOURSELF
OUR OWN NAME
OR CHRISTMAS

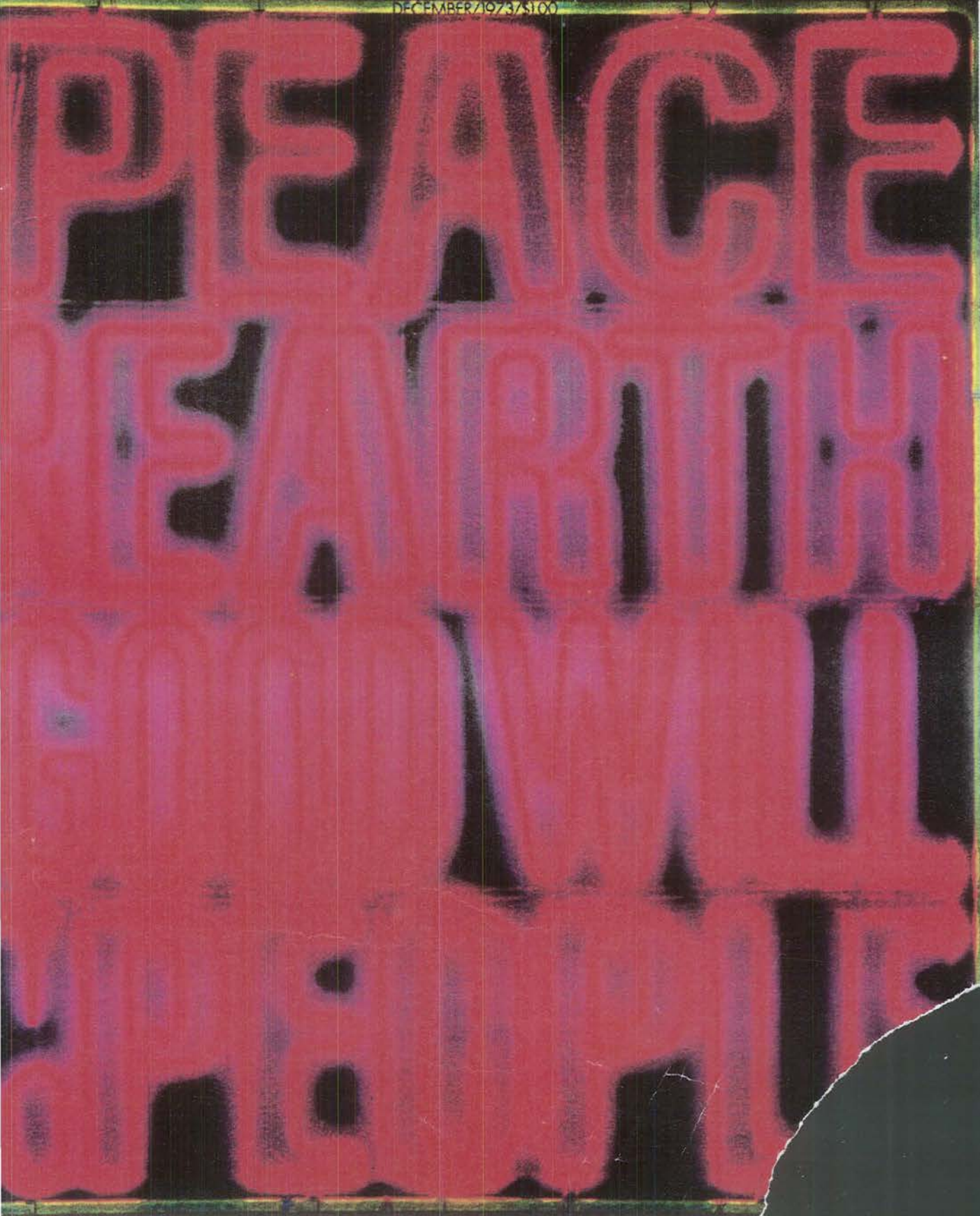
YS FOR
REE CHILDREN

Ms.

WHAT ABOUT THE
POW WIVES?

THE TRUTH
ABOUT
HOLIDAYS

DECEMBER 1973/\$1.00



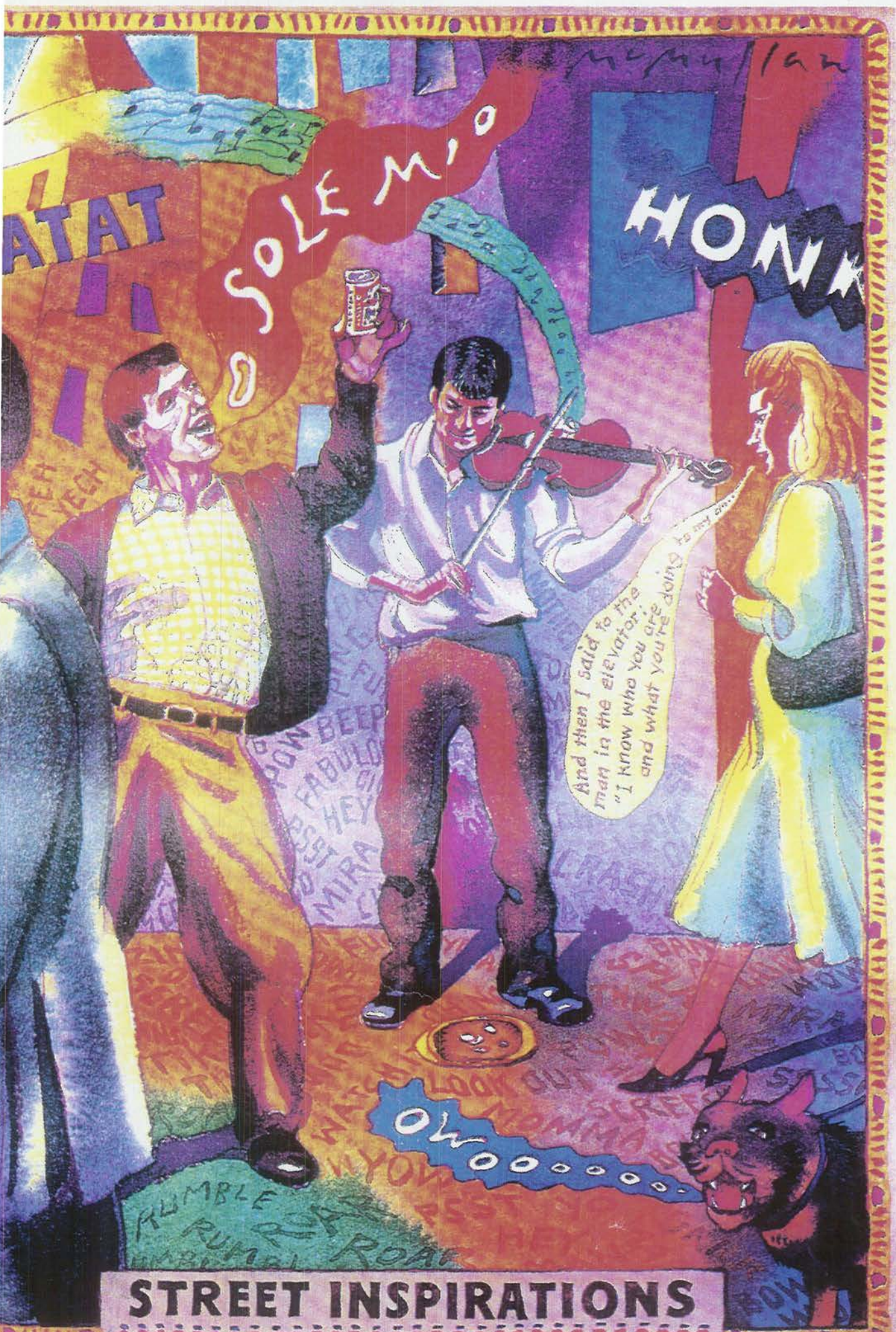
Bir Stravinski albüm kapağında, Richard Mentel, geniş, modern tarz tipografiye dominant rol oynatıyor ve sonra yazının düz çizgisini, üzerinde gösteriden karakterlerin duracakları tiyatro sahnesi katları olarak kullanıyor(5.13). U bir kapı aralığı olurken Y ve O pencerelere dönüşüyor. Bu şekilde bazı karakterlerin harf formlarının arkasına yerleştirilmesi daha canlı bir mekansal görünüş yaratır.

3. İmajlar İçerisinde Sözcükler

Resimli alan harf ve kelimeleri eleman olarak içinde bulundurabilir. Örnekte Bea Feitler'in tasarımını yaptığı, Mel Dixon tarafından fotoğraflanan Ms. dergisinin kapağında kelimeler imaja dönüşür(5.14). Yazılı bir mesaj bir neon işareti olarak gerçekleştirilmiş, daha sonra ışıldayan parlaklığın siyah zemine karşıt ışık saçarken tespit edilebilmesi için fotoğraflanmıştır.

Şekilde (5.15) bir gazete manşeti, Colombia Yayın Sistemi için bir reklam manşeti olarak görevlendiriliyor. Lou Dorsfman'ın tasarımını yaptığı, Mel Dixon tarafından fotoğraflanan bu reklamın bir güvenilirliği vardır; "CBS hakkındaki 1927 yılı gazete öyküsü, eski Metropolitan Opera Binasından ilk yayın....Eylül 27; 1966, bu ilk yayından tam 39 yıl sonrası," reklam Metropolitan Operanın Lincoln Center'deki yeni evine henüz taşınmış olmasını tebrik ederek devam ediyor.

"Street Inspirations" (Sokak Esintileri) isimli bir illüstrasyonda, James McMullan, bir şehrin gürültüsünü ifade eden kelimeleri resimli alanlar içinde bütünleştirdi(5.16). Bir korna sesi, işçilerin gürültüsü, sokak müzisyenlerinin müziği, bir köpeğin havlaması ve bir kadın sesi, hepsi grafiksel olarak ifade edildi. Yaya kaldırımı ve duvar şehrin gürültüsü ve sokak argosu ile yankılanıyor.



STREET INSPIRATIONS

We have a more than passing interest in the transformation of the grand old lady of Thirty-ninth Street into the debutante of Lincoln Center. For while the Metropolitan Opera inaugurates its new home we will be celebrating an anniversary.

CBS went on the air 39 years ago, on September 18, 1927, and the Met was with us on our opening night as we presented the first broadcast of an American opera, "The King's Herchman," by Deems Taylor.

In the years since then CBS has brought America the voices of virtually every great star from the world of song. We have helped to foster public interest in fine music generally through millions of records and thousands of hours of radio and television broadcasts. Down the years CBS has commissioned over 200 works by the world's foremost composers. And, in developing the Long-Playing record which can reproduce an entire opera on two or three discs, we have transformed the very nature of recorded music.

They have been busy and rewarding years since that opening night. And now there is another opening: the Metropolitan Opera at Lincoln Center. It is with special joy that we salute a great musical institution in its beautiful new home. Bravissimo!

COLUMBIA
BROADCASTING
SYSTEM

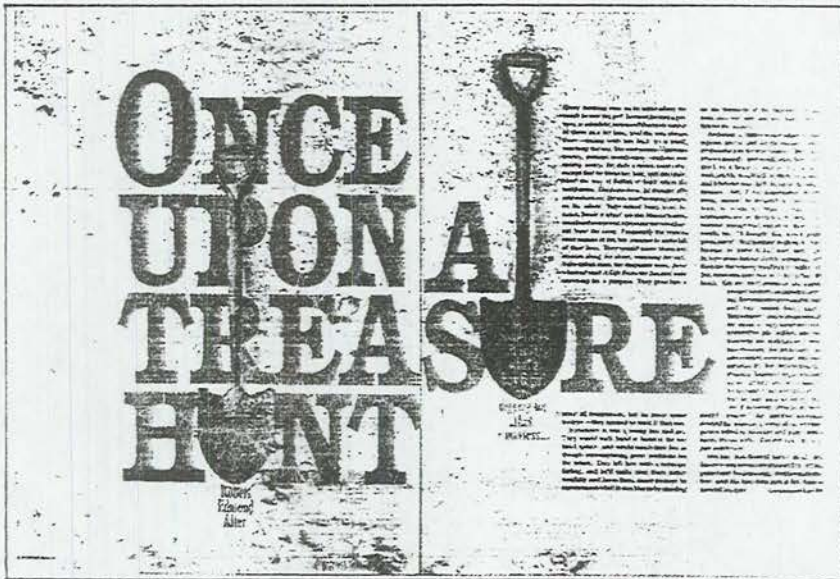
SUNDAY, SEPTEMBER 18, 1927 - 1966
Metropolitan Opera - The King's
Herchman - on the Air Tonight
Seven Stations Will Radiate Gala Inaugural
COLUMBIA CHAIN
IN DEBUT TODAY

4. Yazı ve İmajın Birleşip Bütünleşmesi

İtalya'daki erken 20. yüzyıl fütürist hareket ressamaları, görünüşün farklı yönlerinin bir tam olarak nüfuz etme, eşzamanlı birleşim yöntemi içinde birleştirilebileceğine inandılar. Eşzamanlılık aynı anda var olan, mevcut bulunan birbirinden farklı formların eriyip birbirine karışması anlamındadır. Onların çağdaşları Paris'teki kübist resamlardan görsel bir teknik ödünç alarak, fütürist sanatçılar onu bir imaj içerisinde bir objenin birden fazla görünüşü anlamında da kullandılar. Bu yaklaşım grafik tasarımcılar için de görsel mesajlar oluştururken kullanışlı olmuştur.

4.1. Harf Olarak İmaj

Başka bir şeyin yerine koyma yöntemi yoluyla bir imaj, bir kelime içerisinde harf rolü oynayabilir. "Once Upon a Treasure Hunt" (Eski Bir Define Avı) öyküsü için hazırlanan tasarımda, Herb Lubalin, bir kumsal fotoğrafı üzerine büyük bir başlık yerleştirmiştir(5.17). İki küreğin palası 'treasure' ve 'hunt' kelimelerindeki "U" harfinin yerine geçmiştir. Başlık, bir define avının nesnelliğini işaret eden sembolik gösterge olan metalik altın sarısı ile basılmıştır.



Harf formları imajlardan inşa edilebilir. Bir Neiman - Marcus mağazasındaki yeni üçüncü katın muhteşem açılışını duyuran bir direct mailde Sibley / Petcot Tasarım, "third" kelimesinin harf - harf okunuşu için siluet illüs-trasyonlar kullandılar(5.18): T, yeni restorantta bir garsondur; H, düğün salonunu belirten bir gelin-damat; I, kadın iç giyim bölümünü temsil eden bir figürdür; R, çocuk giysileri, ayakkabıları ve oyuncakları bölümünü tasvir eder ve D, yeni galeride bir müşteridir.

4.2. İmaj Olarak Harf

Harf formları aynı anda (simultane olarak) bir imaj ve bir harf olmaları için değiştirilip ustalıkla kullanılabilirler. Şekilde Diana Graham tarafından Eastside Tennis Clup için dizayn edilen logoda S harfi formları tenis top-larını temsil eden ikonlar meydana getirerek daireler içerisinde yer almış-lardır(5.19). Bu geometrik olarak inşa edilmiş sans serif harflerdeki yuvar-lak formların tam daire olması, S ve tenis topunun birbirlerine kaynaşma-sında önemli bir etkindir.



5.19



5.20

Tom Geismar'ın dizaynı olan Knapp Ayakkabıları ambleminde de bu tür bir eş zamanlılık mevcuttur (5.20). K harfinin uç stroklarından ürünü ifa-de eden ayaklar çıkmıştır. Harf formu bu ayaklar yoluyla kişileştirilmiştir ve yürüyen bir insan için bir metafor olmuştur.

4.3. İmaj Olarak Kelime

İnsan iletişimde, alfabe karakterleri atomlardır ve kelimeler, sadece bir sesi ifade etmekten başka bir anlam ile konuşma ve yazılı iletişimin en küçük birimleri olan moleküllerdir. Grafik tasarımcılar bir kelimenin görsel formu ya da onun alt yapısını değiştirip üzerinde ustaca oynayarak kelimenin anlamını geliştirip güçlendirebilirler.

Diana Graham'ın Backdoor Art Gallery için hazırladığı logo dizaynı, kelimenin birinci kısmının geriye doğru okunmasına sebep olacak şekilde ters çevrilmesiyle anlamı şekilsel olarak ifade eder (5.21). K ve R harflerinin abartılı uzantıları şekli iyi bir simetri içerisine sokar ve görünüşe bir bütünlük getirir.



5.21

Tohum ve bitki yetiştiricileri ve dağıtımçıları George J. Ball Inc.'in logosu Ivan Chermayef tarafından dizayn edildi (5.22). Bu çalışma müşteriyi üç kademedede ifade eder -yeşil mürekkeple basılı- Ball kelimesi firmanın ismidir; minüskül "l" lerin üzerindeki kırmızı daireler, toplar için simgelerdir; ve eşzamanlı olarak, yeşil sapların üzerindeki kırmızı daireler, müşterinin en önemli ürünlerinden biri olan çiçekleri ifade eder.



5.22

Rock grubu Chicago'nun logosu, portakal sandığı ve spor takımlarını andıran gelenek içinde, Victorian kıvrımlar ve kalın el yazısı ile oluşturulmuş, canlı, sıcak, yöreyi anımsatan bir forma sahiptir. Bir kısmı şekillerde görülen dizaynını John Berg'in yaptığı plak albümleri serisinde logo, değişik alt tabakalar üzerinde uygulanmış ve logonun fiziksel formu çok sayıda değişik teknikle gerçekleştirilmiştir (5.23-5.31). Kelime, bu grup için bir amblem olarak, fiziksel bir yaşam üstlenerek bir obje ve bir ikon haline gelir.

Görsel benzetme (logonun karşılığı kıvrımlı çizgiler ve bir parmak izi) grafik yaklaşım için bir temel oluşturur (5.23, illüstrasyon: Nick Fasciano).

Kurumuş (aşınmış) odunun kaba dokusu alt tabakayı oluşturur ve üzerine logo ahşap oyma aletleri ile oyulur. Sonuç güçlü bir boyutlandırma ve dokusal kalitedir (5.24, illüstrasyon: Nick Fasciano).

İnek derisi üzerine işlenen deri işi Chicago Kentinden büyük yangın gibi tarihi görüntüler içerir. Bu kapak haki zemin üzerine kahverengi tram klişe ile basılıdır ve orjinalle dikkat çekici bir benzerlik yaratmak için kaba-tilmiştir (5.25, illüstrasyon: Nick Fasciano).

Nakış tekniği, bir atletizm takımının üniforma arması havasını çoğaltır. Logo ile pek çok spor takımının logosu arasındaki benzerlik de bu ilişkiyi güçlendirir (5.26, illüstrasyon: Nick Fasciano).

Gri zemin üzerine mavi mürekkeple basılmış oyma süslemelerin kolajı, hisse senedi havası çağrıştırmaktadır (5.27, illüstrasyon: Nick Fasciano).

Rock Grubu, kendi logolarını çevre sakinleri ve polis korkusu içinde bir duvara uygulayan boyacılar olarak poz vermişlerdir (5.28, fotoğraf: Reid Miles).

Logo Chicago bölgesinin eski zamanlardan kalma bir haritası üzerine uygulanmıştır (5.29, illüstrasyon: Nick Fasciano).

Walter Dillman's 1940s Chicago, Illinois, is the
first of the Chicago series. It is a collection
of the Chicago series. It is a collection
of the Chicago series.

Chicago's 1940s Chicago, Illinois, is the
first of the Chicago series. It is a collection
of the Chicago series. It is a collection
of the Chicago series.

Chicago's 1940s Chicago, Illinois, is the
first of the Chicago series. It is a collection
of the Chicago series. It is a collection
of the Chicago series.

Chicago's 1940s Chicago, Illinois, is the
first of the Chicago series. It is a collection
of the Chicago series. It is a collection
of the Chicago series.

Chicago's 1940s Chicago, Illinois, is the
first of the Chicago series. It is a collection
of the Chicago series. It is a collection
of the Chicago series.



5.18



5.23



5.24



5.25



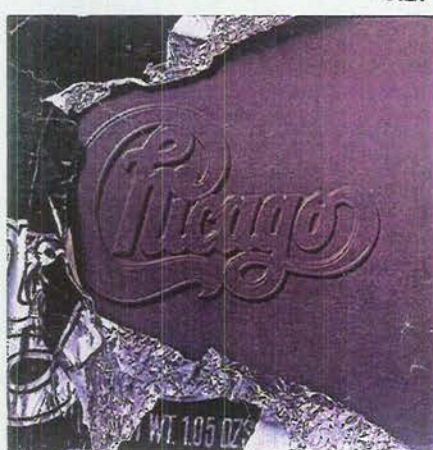
5.26



5.27



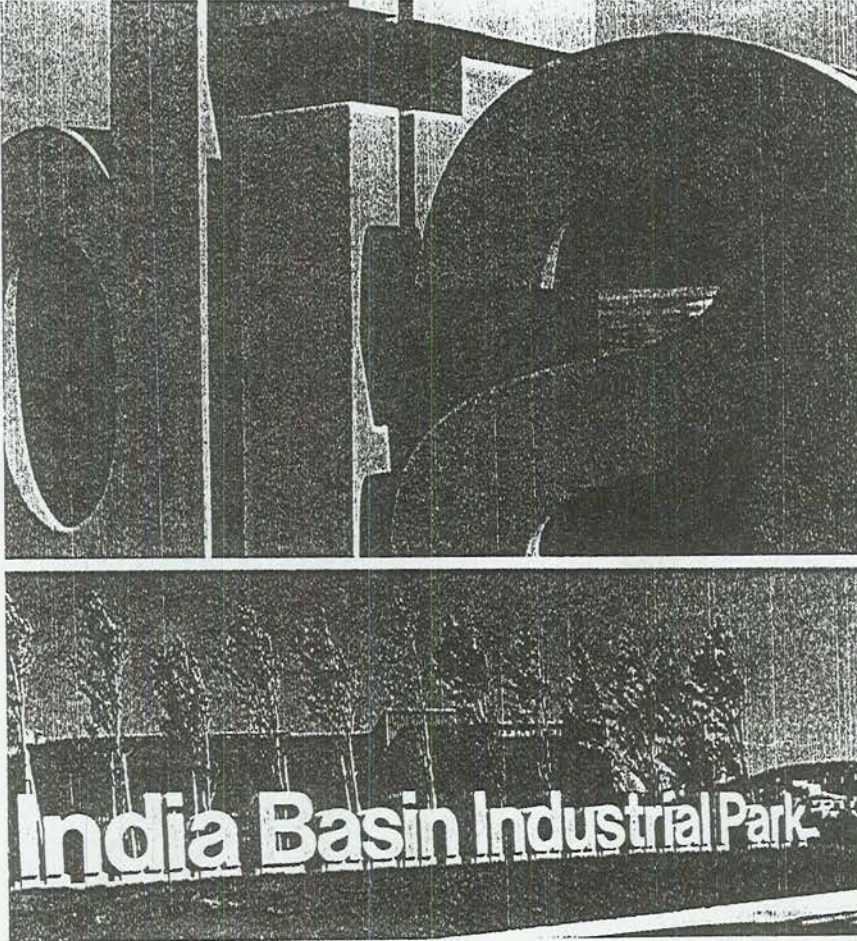
5.28



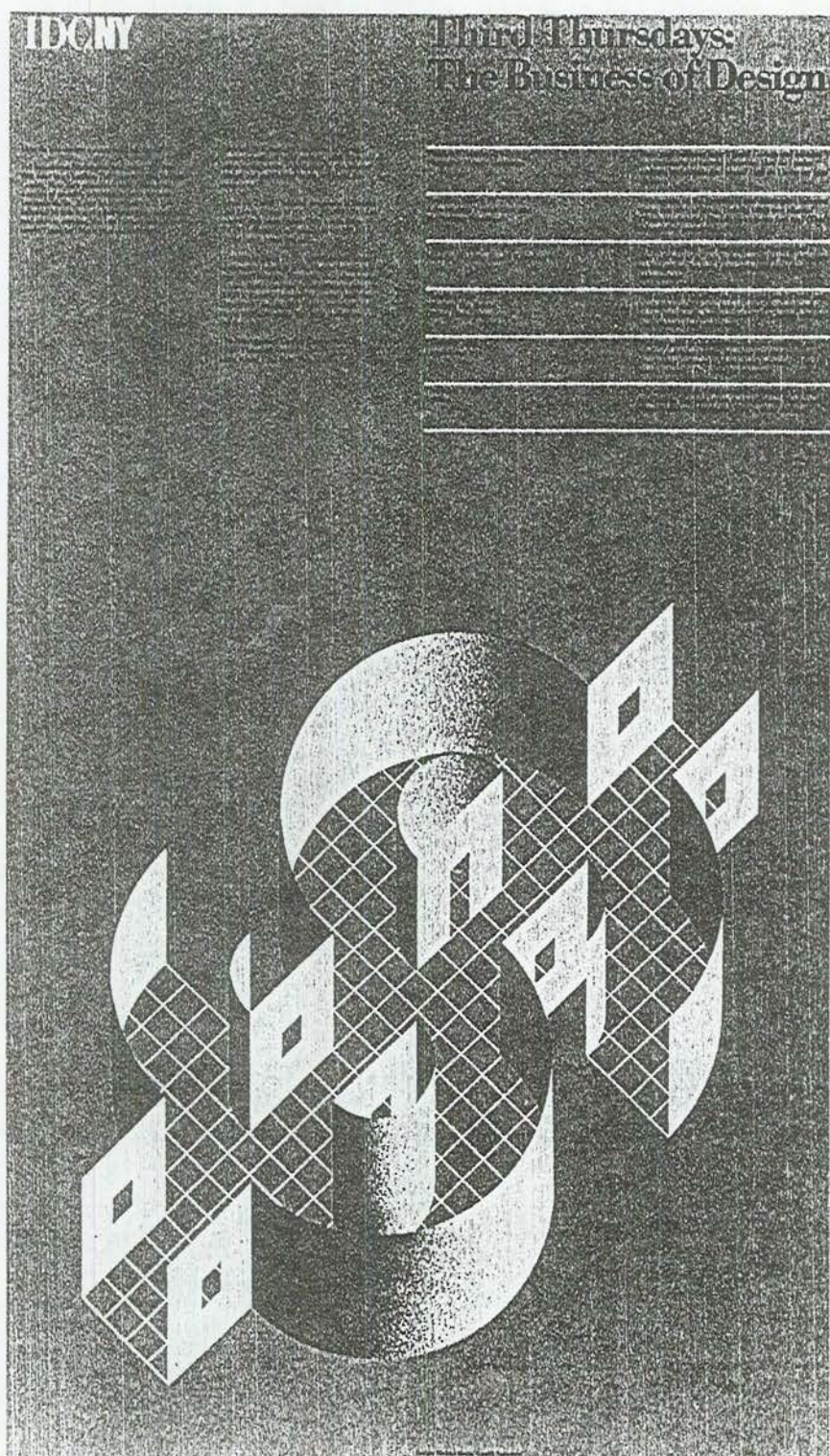
5. Çevresel Görüntü Olarak Yazı

Şekil 5.31'in ortaya koyduğu gibi, tipografik formlar somut fiziksel formlarla boyutlu objeler haline gelebilirler. Harf formları ve sözcükler iki boyutlu bilgi çevresinden ayrılıp üç boyutlu dünyaya katılabilirler. Michael Manwaring'in India Basin Industrial Park için tasarladığı işaret(5.33), ölçü ve kütle-siyle, bir simge bir heykel, elle yapılmış bir sanat eseri haline gelerek bir anıtsallık kazanır.

Vignelli Associates'ten Michael Bierut'un yaptığı afişte (5.34) iki boyutlu bir çizim, üç boyutlu çevre illüzyonu yaratır. İç mimarlara, mesleğin iş alanları hakkında bir dizi seminer için hazırlanan afişte, bir grafik işareti (dolar) konuyu açıklamak için bir iç kat planıyla birleştirilmiştir.



5.33



Farklı bir uzaysal yaklaşım, Virginia Team ve Nick Fasciano tarafından hazırlanan, Charles Ives plak ceketinde görülür (5.35). Harf formları alt tabaka içinde alçalan boşluklar haline gelir. Boşlukların iç yüzeyleri, Ives'in Amerikan motiflerini (temalarını) çağrıştıran imajlar, simgeler ve renkli biçimler içerir.

6. Nesnel Yazı ve İmaj

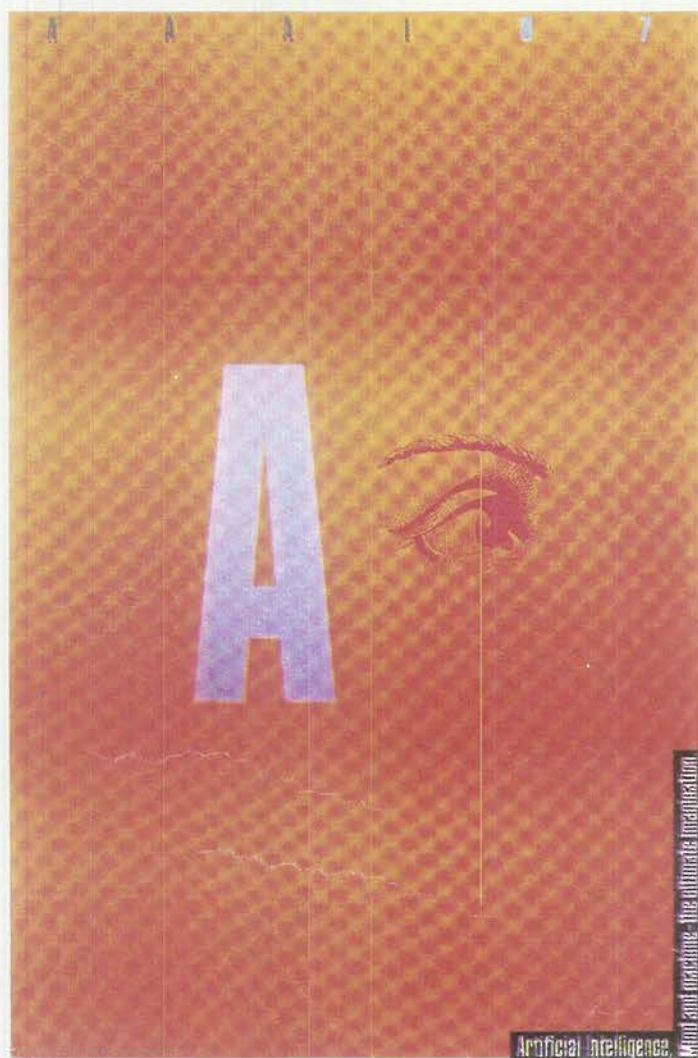
Yazı ve imaj nesnel olarak kullanıldıkları zaman, güçlü belirleyici yeteneklere sahiptirler ve kişisel peşin hükümlerden bağımsızdırlar ya da çok güçlü çağrışım meydana getirme özellikleri vardır. Tasarımcılar iletişimin temel elemanlarını anlamı ifade etmek için kullanırlar. Basit bir toplamsal yöntem, bu iletişimsel işaretlerin, birbirlerine bir yakınlık içerisinde yerleştirildiklerini akla getirir.

6.1. Harf Artı İmaj

America Association of Artificial Intelligence (AAAI), "Yapay Zeka. Düşünce ve Makina." isimli yıllık konferanslarını bir afişle duyurdu. Tasarımcı Craig Frazier, oyularak işlenmiş bir göz imajının yanına, metalik gümüş mürekkeple basılmış ve eşit aralıklı dairelerin tekrarlayan deseni ile kabartılmış büyük bir A harfi formu yerleştirdi. Birlik içinde bu formlar, yapay zekayı etkili ve dolaysız bir biçimde ifade eder. Büyük A harfi formu ve göz imajı kontrast bir çalışma içindedirler; geometrik organiğe, makina formu insan formuna, işaret (simge) resme ve initial alfabe 'rebus'a kontrasttır. Rebus, kelimeler ya da hecelerin, ses olarak ismi kastedilen kelime ya da heceye benzeyen objelerin resimleri yoluyla temsilidir. Örneğin bir göz resmi, -İngilizce olarak- 'ay' sesine eşittir, o da -yine İngilizce olarak- 'I' harfinin okunuşudur.



5.35



5.36

6.2. Kelime Artı İmaj

İmajların bir kelimenin anlamını geliştirme ve şiddetlendirmedeki gücü, İsviçreli tasarımcı Siegfried Odermatt' ın Neuenburger Versicherungen sigorta şirketi için hazırladığı bilgi verici sayfalar serisinde görülmektedir. Metin dizisi, "Felaketle aranızda Neuenburger Sigortayı koyun" der.

Wasser (Su). Bir musluktan taşan su, kelimenin su altında kırılması yoluyla büyütülmüştür (5.37).

Unfall (Kaza). Kırık bir kemiğin röntgen filmindeki yer değiştirme, yazıdaki benzer bir yer değiştirme ile vurgulanmıştır (5.38).

Feuer (Ateş-Yangın). Yanmış odunların kömür haline gelmiş kalıntıların yüksek kontrastlı bir fotoğrafı, yangının hasarına dikkat çeker, yazının rengi de ateşi akla getirir (5.39).

Auto (Otomobil). Kazaya uğramış otomobil, karıştırılmış ve tahrip edilmiş yazı ile çarpışıyor (5.40).

Glas (Cam). Keskin kenarlar tehlike ve hasarı ifade eder. Kırık parçaları harf formlarını boydan boya kesmiştir, fakat Odermatt, her bir harften doğru şifre çözümüne olanak verecek kadar parçayı dikkatle geriye bırakmıştır (5.41).

Vol (Hırsızlık). Bu serideki imajların çoğu ikondur fakat parmak izi, hırsız işaret eden bir indekstir (5.42).

7. Görsel Sözel Sinerji

Görsel - sözel sinerji, parçaların bireysel manalarından çok daha güçlü anlamlar yaratmak için birlikte kullanılan sözcükler ve resimlerin, işbirliği içindeki hareketidir. Bu yaklaşım, Doyle Dane Bernbach reklam şirketinin metin yazarlarından Bill Bernbach tarafından desteklenmiştir. Bu şirketin Volkswagen kampanyası tekniğin klasik örneğidir. Art direktör Helmut



Für diesen Fall – die

Neuenburger Versicherungen

Wasser? Das ist nicht auch Ihr Wasserhahn sein? Aus Versehen
ab oder offen, als Sie die Wohnung verlassen. Der Ablauf ist
geschlossen oder hat sich verstopft, so dass jetzt das Wasser
überflutet und die Wohnung überschwemmt. Eine schöne
Überraschung! Die Wasserschadenversicherung deckt Schäden,
im Inneren des Gebäudes entstehen durch Ausströmen von
Wasser aus Wasserleitungen oder durch Eindringen
von Regen, Schnee und Schmelzwasser durch das Dach. Die
Kosten für das Aufheben eingestürzter Wasserleitungen und
für die Reparatur werden ebenfalls von der Versicherung über-
nommen. Das gleiche gilt für die allfällige Beschädigung von
Eigentum, was bei Wasserschäden stets zu befürchten ist.

5.37



Für diesen Fall – die

Neuenburger Versicherungen

Jeder achte Mensch wird im Laufe eines Jahres von einem Unfall
betroffen. Diese Feststellung, die sich aus der Unfallstatistik
ergibt, mag Sie verwundern, aber sie stimmt. Beruf, Verkehr und
Sport fordern alljährlich eine bestimmte Anzahl Opfer. Durch
die Unfallversicherung können die Heilungskosten (Arzt, Apo-
theke, Spitalpflege usw.), sowie für vorübergehende Arbeits-
unfähigkeit ein Taggeld, für dauernde Arbeitsunfähigkeit eine
Invaliditätsentschädigung, beim Tod eine Todesfallentschä-
digung versichert werden. Man unterscheidet zwischen Einzel-,
Kollektiv-, Frauen-, Kinder-, Dienstboten-, Auto-Inassen- und
Reise-Unfallversicherungen. Der Betriebsinhaber braucht ferner
eine Zusatzversicherung zur « Suva ».

5.38



Für diesen Fall – die

Neuenburger Versicherungen

Nicht bloss alte Holz- und Riegelhäuser brennen nieder, sondern
auch moderne Bauten. Die Feuerversicherung deckt Schäden,
verursacht durch Brand, Blitzschlag, Explosionen und Natur-
katastrophen. Bei Neuversicherungen wird auch die Wertver-
minderung infolge Abnutzung usw. ganz oder teilweise vergütet.
Bei Haushaltungen und Geschäften können Feuer-, Diebstahl-,
Glas- und Wasserschadensrisiken in einer einzigen kombinierten
Police versichert werden. Für den Betriebsinhaber ist die
Betriebsunterbrechungs-, und für den Hausbesitzer die Mietins-
verlust-Versicherung die natürliche Ergänzung zur Feuerver-
sicherung.

5.39



Entre vous et l'adversité – mettez

La Neuchâtoise Assurances

Le détenteur de véhicule à moteur est tenu légalement de
souscrire une assurance de la responsabilité civile. Cette assu-
rance garantit aussi la défense du détenteur contre les prétentions
exagérées. L'assurance Casco complet ou partiel et celle des
occupants d'automobiles sont les compléments indispensables
de l'assurance de la responsabilité civile. L'assurance Casco
complet couvre tous les dégâts au véhicule du détenteur, y compris
la perte. L'assurance Casco partiel est limitée au vol, à
l'incendie, aux bris des glaces, et aux forces de la nature. Les
occupants d'automobiles sont assurés contre les accidents,
sans tenir compte de la responsabilité. Les proches parents du
détenteur, membres de l'assurance de la responsabilité civile, sont
couverts par cette assurance.

5.40



Für diesen Fall – die

Neuenburger Versicherungen

Scherben bringen Glück, sagt der Volksmund; meistens aber
kosten sie eine Menge Geld! Das Glas spielt im modernen
Geschäft, in der modernen Wohnung eine immer grössere Rolle,
womit natürlich auch die Gefahr des Glasbruchs ständig zu-
nimmt. Die Glasversicherung deckt Bruchschäden an Gebäude-
und Mobiliar-Verglasungen.

5.41



Entre vous et l'adversité – mettez

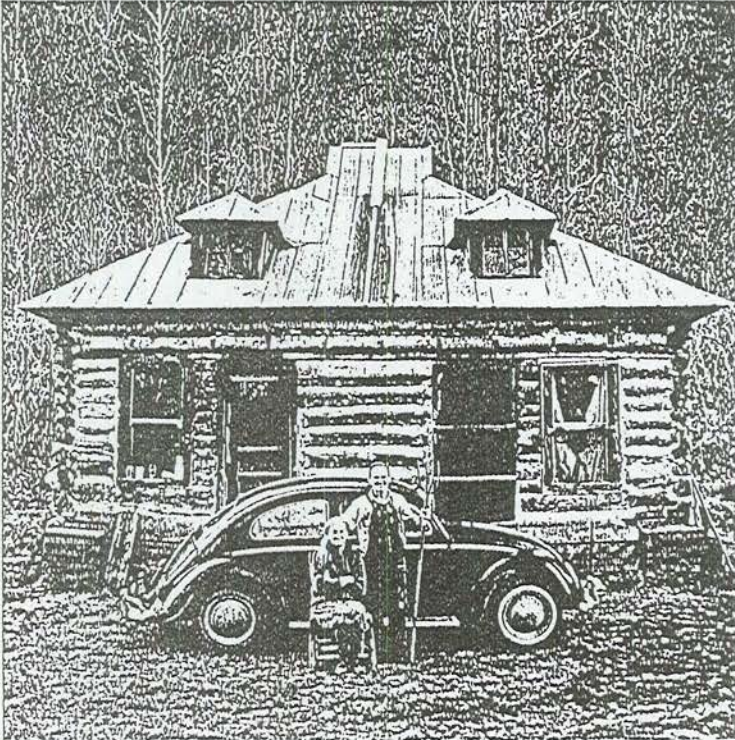
La Neuchâtoise Assurances

La plus belle empreinte digitale ne garantit pas l'arrestation du
voleur et la restitution des choses subtilisées. La seule protection
efficace contre la perte due à un vol est une bonne assurance.
L'assurance couvre les dommages dont auraient à souffrir votre
patrimoine ou les locaux que vous habitez, par suite d'un vol avec
effraction; vous pouvez l'étendre au cas de vol simple et de vol
de bicyclettes.

4.42

Krone, metin yazarı Rita Seldon ve fotoğrafçı Wingate Pinge tarafından yaratılan çalışma (5.43), bu prensibi ortaya koyar. İmajsız başlık anlatım için tamamlanmış değildir; "Katırın ölümünden sonra yapılacak tek şey buydu" ifadesi, açıklama ve bir son gerektirir. Katırın ölümünden sonra yapılacak tek şey neydi? Ve fotoğraf çözümü verir; satın alınan bir Volkswagen.

Sözcükler okuyucuyu katırın ölümü hakkında bilgilendirmeden, fotoğraf sadece, arabaları ve evleriyle kırsal kökenli bir çiftin resmi olarak algılanır. Her bireysel okuyucu, fotoğraf üzerinde, kendilerinin özgeçmiş ve deneyimlerine dayanan kişisel yorumlarını yansıtabilirlerdi. Daha önce tartışılan başlık, imajı spesifik bir anlama bağlar.



"It was the only thing to do after the mule died."

Three years back, the Hartsels of
Besse, Missouri, had a tough decision to
make.

To buy a new mule.
Or invest in a used bug.
They weighed the two possibilities.
But there was the problem of the hot
ter 47-year-old mule. Tough on a mule,
Edward made. But his tough car was an
old VW.

Then, what about the mule's habits of
the two 100-pounders? They are good.

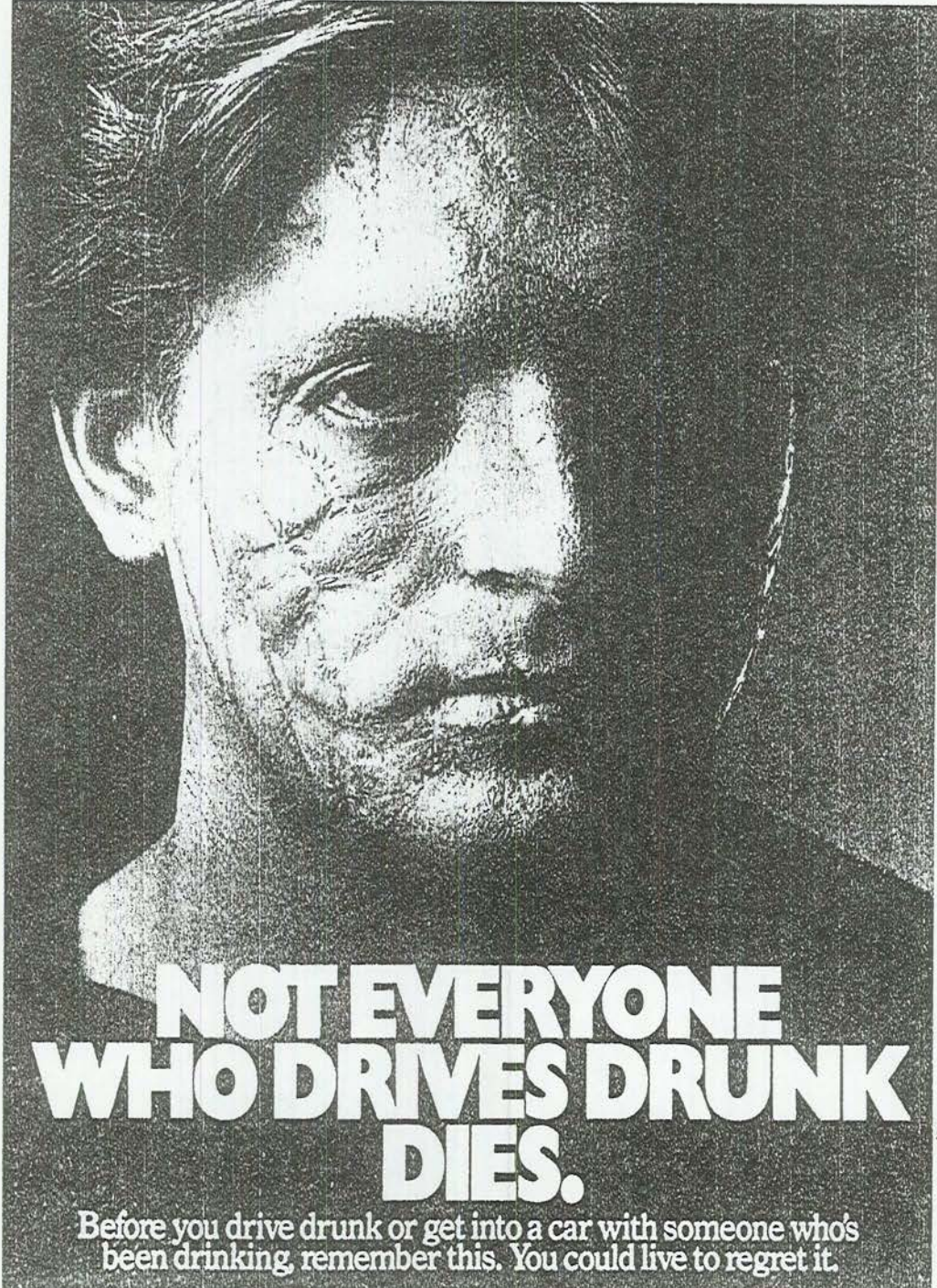
As the Hartsels put it: "I get one mule
out of a dozen's worth of gas and I
get where I want to go in 10 minutes."
Then there's the real beauty to their
ride. Many a mule pulling a wagon and
many a 100-pound automobile has
sped many an hour shot in the mud.
As for the mule, it mule really is a horse. A

bug doesn't. "It just sits out there all day
and the good old mule's nose is spread on
the day we spot it."

Finally, there was maintenance to
think about. When a mule breaks down,
there's only one thing to do. "Shoot it."
But if and when that bug
breaks down, the Hartsels
have a Volkswagen. And
only two problems away.



Görsel - sözsöl sinerji çok güçlü heyecan uyandıran bir etki meydana getirebilir. Şekilde (5.44) alkollü araç kullanmanın potansiyel tehlikeleri hakkında lise öğrencilerini uyaran afiş, "Alkollü araç kullanan herkes ölmüyor" sözünü mantıklı kılıyor. Yeni yetme bir gencin, korkunç bir biçimde yaralanmış yüzünün gerçeğinden daha büyük fotoğrafı başlıkla çarpıcı bir kontrast içindedir. Reader's Digest'in sponsorluğunu yaptığı ulusal yarışmada seçilen bu poster, art direktör Sal De Vito ve metin yazarı Jamie Seltzer'in yaratıcı takımı tarafından hazırlanmıştır.



**NOT EVERYONE
WHO DRIVES DRUNK
DIES.**

Before you drive drunk or get into a car with someone who's been drinking, remember this. You could live to regret it.

The Big Apple Opens in Orange County

Sponsored by State Mutual Savings and Loan
and Jam Church Advertising and Graphic Design, Inc.

SHIPPED

From the New York
Art Directors Club and
Open for 15 days only

CONTENTS

The New York Art Directors Club Show
Featuring 1200 examples of the best advertising and
graphic design in the U.S.A. Categories include:

Newspaper

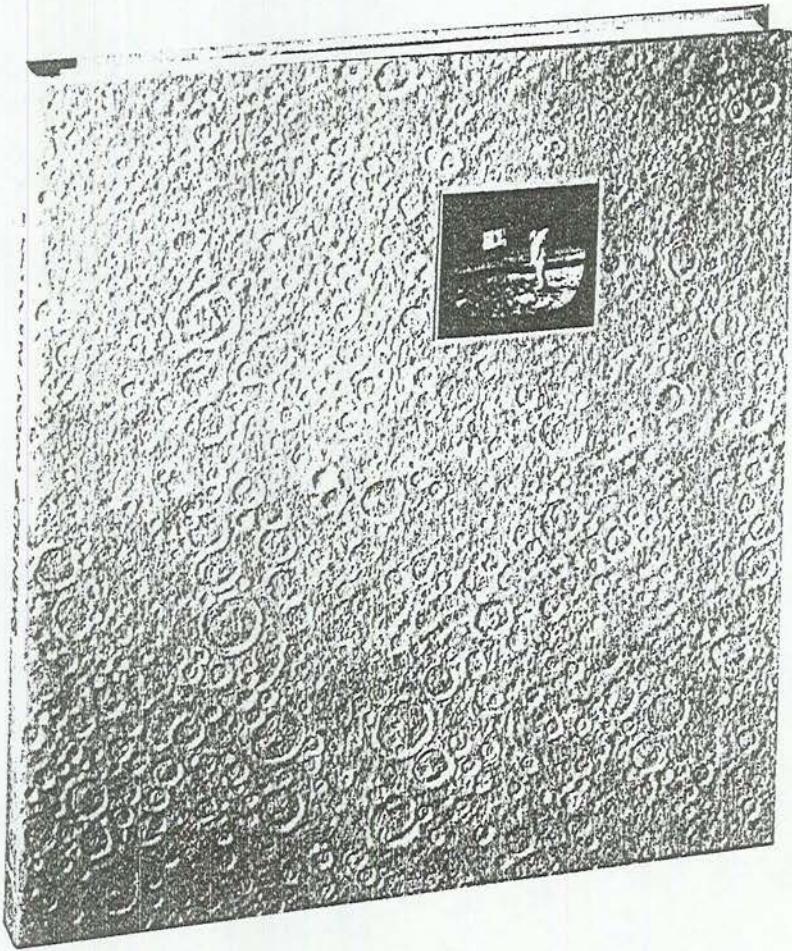
Advertising, books,
black and white and
color, newspapers,
editorial, magazine
advertising,
including 1000 pages
Sales, Public Service,
Art, Political, and
all other service of
Trade and Education
Consumer and
Public Service, Spills,
Film, Film and
Television, and
Prizes.
Promotional and
graphic design
including Booklets,
Brochures, Annual
Reports, Sales Kits,
Booster Organs,
Capabilities
Brochures,
Packaging, Record
Albums, Calendars,
Letterheads, Logos,

Corporate Identity

Programs, Posters,
Signs, Public Service,
Promotional and
Political, Printing and
book, Booklets, Art
Graphic, and
Illustration,
including
Advertising,
Promotion, and
Editorial and
Photography,
including
advertising, Public
Service, Promotion,
Editorial, and more

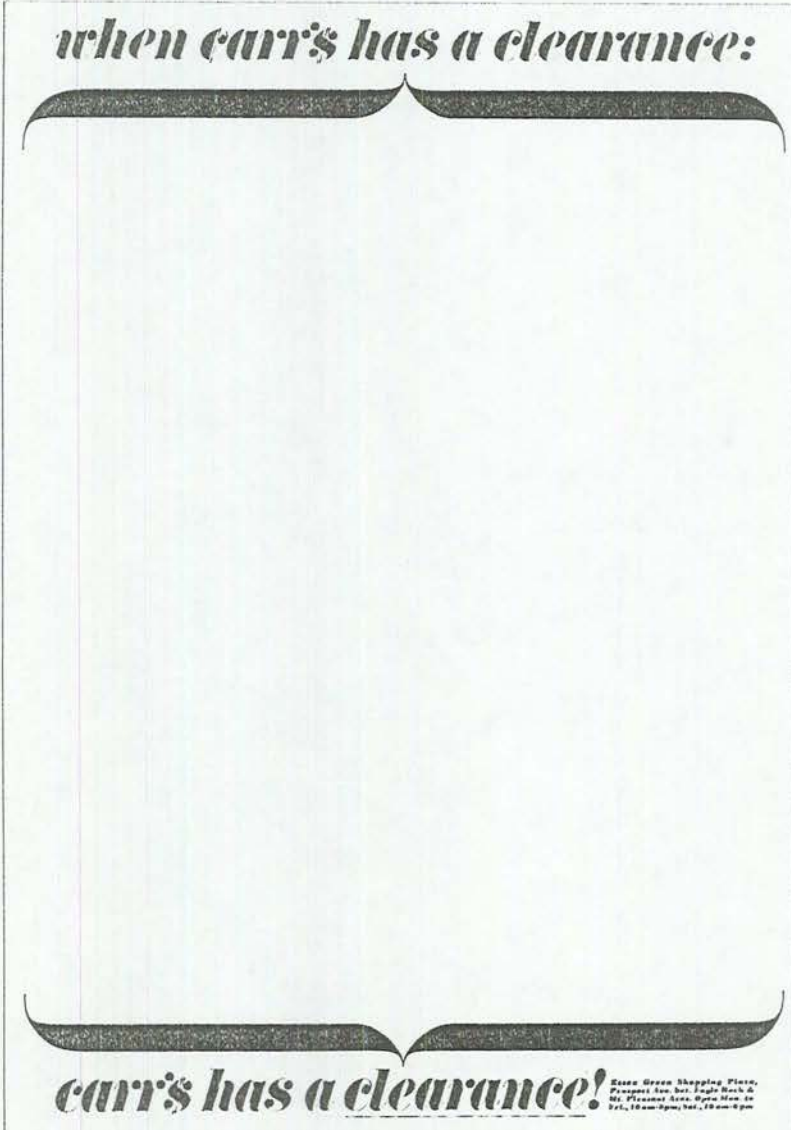
January 22 thru February 1, Monday thru Friday 9 to 4, at
400 Main Street Blvd. Newport Beach, (714) 833-8383

Görsel - sözsel sinerji reklamla sınırlandırılmaz. Jann Church'un dizayn ettiği, John Lawler tarafından fotoğraflanan, New York City'den bir gezici sergiyi duyuran afiş (5.45), büyük elmanın portakal vilayetinde açıldığını anons eder. Bu tanımlanamaz başlığa, fotoğrafla spesifik bir anlam verilir. Bir elmanın çerçevelenmiş bir fotoğrafını içeren paketin açılışı başlığı deşifre eder. Başlık ve fotoğrafı beraberce okuyarak, New York City'den bir serginin Orange County'de açılacağını öğreniriz.



8. Yalnızca Yazı ya da İmaj

Etkili ve mükemmel grafik iletişimler, imajsız sadece yazı ile ya da yazı kullanılmaksızın sadece imaj ile de yaratılabilir. Lou Dorfsman'ın, ayda ilk yürüyüş konulu bir kitap için hazırladığı ceketle ilk ay yürüyüşünün renkli bir fotoğrafı, ayın krater dokulu yüzeyi şeklinde kabartılmış gri sayfa üzerine yerleştirilmiştir (5.46). Kitabın konusunu çabucak ileten tasvir, tipografik açıklamaya gerek bırakmaz.



Karşı strateji, Herb Lubalin tarafından eski bir gazete reklamında tenzilatlı satışlar için kullanılmıştır (5.47). Bir gazetenin kalabalık yüzeyine kontrast içinde Lubalin, indirimli satışlardan sonra ne bırakılacağını göstermek için parantezler kullanmıştır. Bir bakıma, imajın bulunmayışı imajların normalde gördüğü vazifeyi yerine getirir. Söz ve imajın birleşiminin karşılıklı etkileşim ve sinerji için olağanüstü bir potansiyele sahip olmalarına karşın, bu iki örnek, bireysel olarak kullanıldıklarında da sadece yazı ve sadece imajın güçlü mesajları iletmedeki yeteneğini ortaya koyar (Meggs, 1989, s. 67).

Bu bölümde yazı ve imaj arasında varolabilen, mesajın gücünü arttıran ve beklenmedik görsel bileşimler yaratan ilişkiler irdelendi. Yazılan sözler ve resimler iletişimin tamamıyla farklı anlamlarıdır. Grafik tasarımcılar, harfler, sözcükler ve imajları değiştirerek ve birleştirerek dilimizin olanaklarını geliştirip çoğaltırlar.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Önceleri sadece tipo baskı yöntemini tanımlamak üzere kullanılan tipografi, günümüzde, baskı, video ve bilgisayar görüntüsü, elektronik işaretler gibi alfabetik ve rakamsal iletişimin söz konusu olduğu çok geniş bir alan içerisinde ele alınır.

"Tipografi grafik tasarımın yarısıdır". Herhangi bir grafik tasarıma bakıldığında bu apaçık görüldüğü halde, araştırmama başlarken bu sonuca ulaşacağımı hiç düşünmemiştim. Çünkü, bilinen tipografi, dört yıllık grafik lisans eğitimi süresince alınan sadece dört kredilik bir dersti. Tipografi maddesinin karşılığında tipo baskı tekniğini tanımlayanların dışındaki ansiklopedik sözlüklerde tipografi kelimesi yer almıyordu. Bu konuda kaynak olabilecek hiç bir Türkçe kitap yoktu. Bu noktadan başladım. Daha tanımlanmamış, Türkçede karşılığı olmayan onlarca tipografik terimle karşılaştım; başlarken gözüme küçücük görünen tipografinin bilimle başlayıp sanatta sonsuzlaşan okyanusunda kayboldum; kullanacağım harf karakteri için 7.000 civarında seçeneğim olduğunu bilmek beni ürküttü; yıllardır 'italik' bildiğim yazıların aslında italik olmadığını öğrendim.

Tipografi konusunda yeterli başvuru kaynağımızın bulunmaması, yabancı kaynakların aktardığı bilgilerdeki farklılıklar ve sunulan bilgilerin birbirleriyle çelişiyor olması, yirminci yüzyılın özellikle ikinci yarısından itibaren bu alandaki teknik olanakların gelişmesiyle meydana gelen hızlı gelişimin takip edilme zorluğundan kaynaklanıyor olabilir. Bu araştırmanın belkide en önemli sonucu tipografi konusunda çok daha fazla araştırma yapılmasına gerek olduğudur. Bu araştırmada yer alan konu başlıklarının her biri ayrı birer araştırma konusu olabilir.

Grafik eğitiminin içerisinde yer verilen yazı tasarımı ve tipografi eğitiminin de tipografi konusunda yaşanan hızlı gelişime ayak uydurması gerekir. Varolan uygulama tipografi ve grafik tasarımı birbirinden ayıran bir nitelik gösteriyor. Oysa tipografi ve grafik tasarım ögesi olarak kullanımı konusundaki teorik bilginin artırılması ve bu konuya sadece tipografi derslerinde değil diğer bütün derslerde de yer verilmesi yararlı olurdu. Ayrıca tipografi eğitimi bilgisayarla desteklenmedikçe, öğrencilerin harf ve kelimeleri aşp, paragraf, sütun ve sayfalara ulaşması zor gibi görünüyor.

Tipografinin alışlagelmiş kalıbından çıkarılması, doğrudan doğruya grafik tasarımın içindeki yerini alması bu konuya gereken önemin gösterilmesiyle mümkün olabilir. Temel bileşenlerinden birinin kullanımındaki yetersizlik, tasarım için sarfedilen bütün emek ve harcamaları boşa çıkarabilir. Unutulmamalıdır ki, sadece yanlış seçilen bir yazı karakteri diğer yönleriyle çok iyi planlanmış bir mesajı sabote edebilir.

KAYNAKÇA

Ana Britannica, Ana Yayıncılık, İstanbul, 1986.

Aslier, Mustafa, **Grafik Sanatlar**, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Sanatlar Bölümü Yayınları.

Bektaş, Dilek, **Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi**, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1992.

Conover, E. Theodore, **Graphic Communication Today**, West Pub. Co., USA, 1985.

Garcia, Mario R., **Contemporary Newspaper Design**, Englewood Cliffs, N. J., Prentice - Hall, 1989.

Gelişim Hachette, Hachette et Cie ve Gelişim Basım ve Yayımları A.Ş., İstanbul, 1983.

Meggs, Philip B., **Type & Image**, Van Nostrand Reinhold, New York, 1989.

Nelson, Roy Paul, **Publication Design**, Wm. C. Brown Company Publishers, USA, 1983.

Rehe, Rolf F., **Typography and Design for Newspapers**, İrfa Publication, Germany, 1985.

Rockport Allworth Editions Rockport Publishers, Inc. / Allworth Press,
Computer Graphics, Hong Kong, 1992.

Solomon, Martin, **The art of Typography**, Watson - Guptill Publications,
New York, 1986.

Turnbull, Arthur T. ve Baird, Russel N., **The Graphics of Communication**,
Holt, Rinehart and Winston, New York, 1980.