

TC
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
GRAFİK ANASANAT DALI
SANATTA YETERLİK TEZİ

**TASARIMI SANATA, TASARIMCIYI İSE SANATÇIYA YAKLAŞTIRAN
SÜREÇTE TİPOGRAFİNİN TASARIM NESNESİNE DÖNÜŞMESİ**

Hazırlayan
Betül USLU ÖZKAN

Danışman
Prof. Dr. H. Yakup ÖZTUNA

İZMİR 2014

YEMİN METNİ

Sanatta Yeterlik Tezi olarak sunduğum “**Tasarımı Sanata, Tasarımcıyı İse Sanatçıya Yaklaştıran Süreçte Tipografinin Tasarım Nesnesine Dönüşmesi**” adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynaklarda gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Betül USLU ÖZKAN

TUTANAK

Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü' nün 03.04.2014 tarih ve 6 sayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği' nin 43 maddesine göre Grafik Anasanat Dalı Sanatta Yeterlik öğrencisi Betül USLU ÖZKAN'ın, "Tasarımı Sanata, Tasarımcıyı İse Sanatçıya Yaklaştıran Süreçte Tipografinin Tasarım Nesnesine Dönüşmesi" konulu tezi incelenmiş ve aday 05.05.2014 tarihinde, saat 16:00' da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra 90 dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilimdallarından jüri üyelerine sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin BAŞARILI olduğuna oy BİRLİĞİ ile karar verildi.

Prof. Dr. H. YAKUP ÖZTUNA

BAŞKAN

Prof. MÜMTAZ SAĞLAM
ÜYE

Prof. NAMIK KEMAL SARIKAYA
ÜYE

Prof. SEVAL DULGEROĞLU YANUZ
ÜYE

Prof. Dr. HAKAN ERTEP
ÜYE

YÜKSEKÖĞRETİM KURULU DOKÜMANTASYON MERKEZİ

TEZ VERİ FORMU

Tez No: **Konu Kodu:** **Üniv.Kodu:**

• Not: bu bölüm merkezimiz tarafından doldurulacaktır.

Tez Yazarının

Soyadı: USLU ÖZKAN **Adı:** Betül

Tezin Türkçe Adı: Tasarımı Sanata, Tasarımcıyı İse Sanatçıya Yaklaştıran Süreçte
Tipografinin Tasarım Nesnesine Dönüşmesi

Tezin Yabancı Dildeki Adı: The Transformation Of Typography Into A Designed
Object In A Process That Brings Design And Art,
Designer And Artist Together

Tezin Yapıldığı

Üniversite: DEÜ **Enstitü:** Güz. San. Enstitüsü

Yıl: 2014

Tezin Türü:

Yüksek Lisans:

☐

Doktora:

☐

Tıpta Uzmanlık:

☐

Sanatta Yeterlilik:

☒

Dili: Türkçe

Sayfa Sayısı: 191

Referans Sayısı: 144

Tez Danışmanının

Ünvanı: Prof. Dr. **Adı:** H. Yakup

Soyadı: ÖZTUNA

Türkçe Anahtar Kelimeler:

- 1- Tipografi
- 2- Biriciklik
- 3- El Yapımı
- 4- Aşkınlık
- 5- Deneysellik

İngilizce Anahtar Kelimeler:

- 1- Typography
- 2- Uniquely
- 3- Hand Made
- 4- Transcendence
- 5- Experimentation

Tarih:

İmza:

Tezimin Erişim Sayfasında Yayımlanmasını İstiyorum

Evet

☐

Hayır

☒

ÖZET

Tipografinin tasarım nesnesine dönüşme sürecinde, sanat-tasarım alış-verişi içinde tasarımcının sanatçı tavrıyla eserlerini gerçekleştirmesi bu çalışmanın problemi oluşturmaktadır. Sanat-tasarım alış-verişinin ve teknolojinin tipografinin bir tasarım nesnesine dönüşmesi üzerindeki etkilerini irdelenmek çalışmanın temel amacıdır. Sürekli olarak ayrı görülen sanat ve tasarımın birbirlerini çok fazla besledikleri için ayrı düşünölemeyecekleri, bu çalışmada örnekler üzerinden incelenerek ortaya konulmuştur.

Sanat-tasarım alış-verişinin, teknolojik ilerlemelerle gelişen araçlarla başat bir seyir gösterdiği, oluşan gelişmelerle bu alışverişin kendini yenilediği görölmüştür. Bu araştırma, Endüstri Devrimi'nin getirdikleriyle değişen hayatın, Avangard Sanat Hareketleri'nin tasarım dilini kullanmalarıyla görselleştirildiğini ve tasarımcıların kendilerini El Lissitzky gibi sanatçı-tasarımcı olarak görmeleri üzerinden sanat-tasarım alış-verişinin varlığını ispatlamıştır.

Avangard Sanat Hareketleri'nin Amerika'ya taşınması ile fotodizginin ardından bilgisayarın sağladığı özgürlükler ve deneyler ortamının, grafik tasarımcıları kişisel deneyimlerde bulunmaya heveslendirdiği görölrken, sanatçı gibi düşünmeye ve davranmaya bir çağrı niteliği de oluşturduğu saptanmıştır. Bu değişimi hazırlayan süreçte, Wolfgang Weingart'ın gelenekselleşmiş tipografi kurallarını yıkma deneylerinin, sanatsal bir bakış açısıyla gerçekleştirildiği, örnekler üzerinden açıklanmıştır.

Sanat ve tasarım alış-verişinde, zaman içinde tipografinin bir tasarım nesnesine dönüştüğü belirlenmiş ancak bu dönüşümün daha öncekilerden farklı olarak teknolojiden uzaklaştığı bulguları elde edilmiştir. Teknolojiyi reddeden “post-dijital” anlatım biçiminin, el yapımının biricikliğini ve kusurlu güzelliğini vurgularcasına zanaatın öneminin yeniden keşfedildiği gözlemlenmiştir.

ABSTRACT

This study focuses on how a designer works with the attitude of an artist in a process in which typography turns into a designed object resulting from the connection between the fields of art and design. The main goal is to analyze the effects of the relationship between art-design and technology on the transformation of typography into a designed object. By analyzing examples, the study points out the fact that; contrary to the belief that art and design are separate from each other, they actually influence each other too much to be considered as such.

It's been observed that the interaction between art-design is influenced mainly by the tools developed as a result of technological advances and that it renews itself as a result of these developments. This research proves the existence of a connection between art-design by pointing out how the change in lifestyle triggered by the Industrial Revolution has been visualized by Avantgarde Art Movements as they utilized the language of design; and designers –such as El Lissitzky– considered themselves as artist-designers.

After Avantgarde Art Movements reached America, the freedom and the experimentation opportunities that came with computers –following a period of photographic typesetting–, made graphic designers enthusiastic about experimenting; causing them to think and act like artists. It's explained with examples that, within the period that triggered this transformation, Wolfgang Weingart's attempts to challenge traditional rules of typography were in fact realized from an artistic perspective.

Resulting from the interaction between art and design, typography has turned into a designed object in time; however this transformation has distanced itself from technology unlike the previous ones. The importance of crafts has been rediscovered by the “post-digital” style of narration, which objects to technology and emphasizes the uniqueness of handmade objects and their flawed beauty.

İÇİNDEKİLER

TASARIMI SANATA, TASARIMCIYI İSE SANATÇIYA YAKLAŞTIRAN SÜREÇTE TİPOGRAFİNİN TASARIM NESNESİNE DÖNÜŞMESİ

YEMİN METNİ.....	ii
TUTANAK.....	iii
YÜKSEKÖĞRETİM KURULU DOKÜMANTASYON MERKEZİ	iv
TEZ VERİ FORMU.....	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
RESİM LİSTESİ	ix
ÖNSÖZ.....	xx
GİRİŞ.....	1

1. BÖLÜM

SANAT TASARIM ALIŞVERİŞİNDE TİPOGRAFI	7
1.1. Sanat-Tasarım Alışverişinde Sanatçı Tasarımcı ve Özgür Tipografi	8
1.1.1. Zamanının Öncesindeki Tipografik Deneyler.....	9
1.1.2. Makineleşmiş Yeni Bir Dünyanın Özgür Sözcükleri.....	14
1.2. Sanat-Tasarım Alışverişinin Amerikan Grafik Tasarımına Etkileri	35
1.2.1. Sanat Yönetmenliği ve İmge Metin İlişkisinde Yenilikler.....	36
1.2.2. Amerikan Dışavurumcu Okulu ve Figüratif / İfadeci Tipografi.....	48

2. BÖLÜM

TASARIMCININ SANATÇI TAVRI VE KURALSIZ / SEZGİSEL TİPOGRAFI	61
2.1. Bireysellik, Deney ve Yıkım Sonucunda Oluşan Tipografik Anlatımlar.....	62
2.1.1. Bireysellikle Oluşan Gençlik Hareketlerinin Tipografideki Yansımaları	64

2.1.2. Bireysel Deneylerle Uluslararası Tipografi Kurallarının Sorgulanması.....	71
2.2. Tipografinin Gelişmesi ve Çeşitlenmesi Üzerinde Teknolojinin Etkisi..	81
2.2.1. Bilgisayarın Tasarım Dünyasına Girmesi	83
2.2.2. Tipografiyi Oluşturan Fontların Çeşitlenmesinde Bilgisayarın Etkisi	85
2.3. Teknoloji ve Küreselleşmenin Bireysel Tipografik Anlatımlardaki Rolü	90
2.3.1. Tipografide Teknolojiyle Desteklenen Bireysel Anlatımlar.....	91
2.3.2. Teknoloji ve Küreselleşmeyle Aynılaştan Tipografide Yerel Arayışlar	102
 3. BÖLÜM	
TASARIM NESNESİ OLARAK TİPOGRAFI.....	117
3.1. Post-Dijital Dönemde Dijital Detox'un Tipografi Üzerindeki Etkileri..	118
3.1.1. Kaligrafik Tipografinin Kusurlu Sıcaklığı.....	119
3.1.2. El Yapımının Biricikliği	130
3.2. Tipografide Aşkılık	139
3.2.1. Aykırı Malzeme Estetiği.....	139
3.2.2. Şok Etkisi ve Kışkırtıcı Tipografi.....	152
3.3. Tipografinin Çevreye ve Hayata Dahil Olması.....	159
3.3.1. Kurgusunu Mekanla Tamamlayan Tipografi.....	160
3.3.2. Kurgusunu Süreçle Oluşturan Tipografi	166
SONUÇ	179
KAYNAKÇA	179
SÜRELİ YAYINLAR	184
ÖZGEÇMİŞ	

RESİM LİSTESİ

- Resim 1.** Stéphane Mallarmé, “Un Coup de Dés Jamais N'Abolira Le Hasard”, şiir, 1914. 9
Kaynak: <http://limitededitionsclub.com/un-coup-de-des/>
Son erişim: 7 Mart 2014 _____ 9
- Resim 2.** Lewis Carroll, “The Mouse’s Tale” (Fare’nin Masalı), ilk basılı versiyonu, “Alice in Wonderland” kitabının içinden, 1865.
Kaynak: Roxane Jubert, *Typography and Graphic Design: From Antiquity to the Present*, 2006, s. 135. _____ 11
- Resim 3.** George Herbert, “Easter-wings” (Paskalya Kanatları), 1633.
Kaynak: <http://www.flickr.com/photos/uofglibrary/5139063073/in/photostream/>
Son erişim: 7 Mart 2014 _____ 12
- Resim 4.** Filippo Tommaso Marinetti, “Les Mots En Liberte Futuristes” (Fütürist Özgür Sözcükler) şiir kitabı, 1919.
Kaynak: <http://cdm.reed.edu/cdm4/artbooks/marinetti.php>
Son erişim: 08 Şubat 2014 _____ 17
- Resim 5.** Filippo Tommaso Marinetti, “A Letter from a Soldier to his Sweethearth in 1915” (1915’te Bir Askerin Sevgilisine Mektubu), 1915.
Kaynak: <http://cdm.reed.edu/cdm4/artbooks/marinetti.php>
Son erişim: 29 Ağustos 2013 _____ 18
- Resim 6.** Filippo Tommaso Marinetti, “Vive la France”, 1914-15.
Kaynak: http://www.moma.org/collection/object.php?object_id=36625
Son erişim: 27 Ocak 2014 _____ 19
- Resim 7.** Guillaume Apollinaire, “Il Pleut” (Yağmur Yağıyor), Kaligramlar, 1916.
Kaynak: Patick Cramsie, *The History of Graphic Design: From the Invention of Writing to the Birth of Digital Design*, 2010, s. 177. _____ 20
- Resim 8.** Vladimir Mayakovsky’nin “For The Voices” eserinin El Lissitzky tarafından görselleştirilmiş halinden karşılıklı iki sayfa.
Kaynak: <http://www.artelibro.it/blog/2011/09/19/i-librai-antiquari-ad-artelibro-2011-programma-e-catalogo/>
Son erişim: 19 Eylül 2013 _____ 25
- Resim 9.** El Lissitzky, “Dlia Golosa” [For the Voice], Vladimir Mayakovsky’nin şiiri, 1923.
Kaynak: <http://lib.stanford.edu/art/exhibitions/collaborations>
Son erişim: 27 Ocak 2014 _____ 25
- Resim 10.** Jan Tschichold, “Die Neue Typographie” (Yeni Tipografi) el ilanı, 1928.
Kaynak: “Grafik Tasarım” Görsel İletişim Kültürü Dergisi, Mart 2008, sayı 18, s. 92. _____ 28
- Resim 11.** Jan Tschichold, “Die Hose” (Pantolon) için sinema afişi, 1927.
Kaynak: http://www.moma.org/collection/object.php?object_id=8734
Son erişim: 07 Şubat 2014 _____ 29

Resim 12. Jan Tschichold, “Konstruktivism” (Konstrüktivizm) sergisi için afiş, 1937. Kaynak: http://www.designishistory.com/1920/jan-tschichold/ Son erişim: 07 Şubat 2014	29
Resim 13. Piet Zwart, NKF (Hollanda Kablo Fabrikası) Kataloğu, 1927. Kaynak: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Piet_Zwart,_Nederlandse_Kabel_Fabriek,_1927.jpg Son erişim: 07 Şubat 2014	30
Resim 14. Piet Zwart, “NKF” Kataloğu, 1927-28. Kaynak: http://www.iconofgraphics.com/zwart/large/piet_zwart_NKF7.jpg Son erişim: 9 Mart 2014	31
Resim 15. Piet Zwart, “Sinema” sanat kitapları serisinden “Komedi Sineması” kitabı kapak tasarımı, 222x175mm, 1931. Kaynak: http://www.cynephile.com/2010/09/piet-zwart-monografieen-over-filmkunst-1931/ Son erişim: 9 Mart 2014	32
Resim 16. László Moholy-Nagy, “Pneumatik”, tipofoto örneği, 1926. Kaynak: http://www.iconofgraphics.com/Laszlo-Moholy-Nagy/ Son erişim: 07 Şubat 2014	33
Resim 17. Ladislav Sutnar, G. B. Shaw’ın kitap kapakları için ceket tasarımı, Dekoratif Sanatlar Müzesi, Prag, 1930-3. Kaynak: http://www.vam.ac.uk/vastatic/microsites/1331_modernism/artist_92_317.html Son erişim: 24 Eylül 2013	34
Resim 18. Erté Romain de Tiroff, “Furs, Evening Gowns...” (Kürk, Abiye...) illüstre edilmiş 4 sayfadan ilki, 1924. Kaynak: http://hprints.com/item/47719/?u=2,4 Son erişim: 23 Ekim 2013	37
Resim 19. Mehemed Fehmy Agha, “Vogue” dergisi sayfa tasarımı, Temmuz, 1932. Kaynak: http://www.strikingly.com/redefining#gallery Son erişim: 23 Ekim 2013	40
Resim 20. Mehemed Fehmy Agha, “Vanity Fair” çift sayfa tasarımı, 1936. Kaynak: Graphic Design A Concise History, Richard Hollis, Thames & Hudson; 2. baskı (20 Ağustos 2001) Londra, UK.	40
Resim 21. Alexey Brodovitch, “Harper’s Bazaar” sayfa tasarımı, 1934. Kaynak: A History of Graphic Design, Philip B. Meggs, 1998, s. 304.	41
Resim 22. Alexey Brodovitch (sanat yönetmeni), “Harper’s Bazaar” çift sayfa tasarımı, Mart 1936. Kaynak: http://www.strikingly.com/redefining#gallery Son erişim: 23 Ekim 2013	42
Resim 23. “Harper’s Bazaar” sayfa tasarımı, Şubat 2013. Kaynak: http://www.strikingly.com/redefining#gallery Son erişim: 23 Ekim 2013	43

Resim 24. Paul Rand, “Jacqueline Cochran” tanıtım ilanı, 1943-1946. Kaynak: http://www.iconofgraphics.com/Paul-Rand/ Son erişim: 18 Ekim 2013	44
Resim 25. Paul Rand, “Apparel Arts”tan sayfalar, Mart 1939. Kaynak: http://www.paul-rand.com/foundation/editorial/#prettyPhoto[apparelArts]/16/ Son erişim: 28 Ocak 2014	45
Resim 26. Paul Rand, “No Way Out” afişi, 1950. Kaynak: http://images.moviepostershop.com/no-way-out-movie-poster-1950-1020202536.jpg Son erişim: 9 Mart 2014	46
Resim 27. Paul Rand, “Prejudices, A Selection”, Kitap Kapağı, 1958. Kaynak: http://www.flickr.com/photos/sllab/2818297219/ Son erişim: 28 Ocak 2014	47
Resim 28. Doyle Dane Bernbach, Volkswagen Beetle “Think small.”, 1959. Kaynak: http://thinkingouttabox.wordpress.com/2009/10/21/volkswagen-ads/ Son erişim: 8 Mart 2014	49
Resim 29. René Magritte, “Ceci n’est pas une pipe.” (Bu bir pipo değildir.), 1948. Kaynak: http://www.wikipaintings.org/en/rene-magritte/the-treachery-of-images-this-is-not-a-pipe-1948 Son erişim: 8 Mart 2014	50
Resim 30. Gene Federico, “Woman’s Day” (Kadınlar Günü) için tasarladığı ilan, 1953. Kaynak: http://www.aiga.org/medalist-genefederico/ Son erişim: 25 Ekim 2013	51
Resim 31. Herb Lubalin, “Marriage”, logo, 1965. “Mother & Child”, logo, 1966. “Families”, logo, 1980. Kaynak: http://www.aiga.org/medalist-herblubalin/ Son erişim: 25 Ekim 2013	52
Resim 32. Herb Lubalin, “Cough” öksürük şurubu ilanı, 1960. Kaynak: http://www.typogabor.com/herb-lubalin/pages/herb_lubalin_118.html Son erişim: 27 Ocak 2014	52
Resim 33. Herb Lubalin, “Beard” kitabının kapak tasarımı için üretilmiş bir figüratif tipografi, 1975. Kaynak: http://www.printmag.com/imprint/my-favorite-lubalin/ Son erişim: 27 Ocak 2014	53
Resim 34. Otto Storch, “McCall” dergisinden çift sayfa tasarım, 76 ve 77. sayfalar, 1961. Kaynak: A History of Graphic Design, Philip B. Meggs, 1998, s. 347.	54
Resim 35. Otto Storch, “McCall” dergisi, 1959. Kaynak: A History of Graphic Design, Philip B. Meggs, 1998, s. 348.	54

- Resim 36.** Bradbury Thompson, “Westvaco Inspiration For Printers” dergisinin 210. sayısından karşılıklı iki sayfa tasarımı, 1958.
Kaynak: http://www.modernism101.com/thompson_westvaco_210.php
Son erişim: 18 Ekim 2013 _____ 56
- Resim 37.** Bradbury Thompson, “Westvaco Inspiration For Printers” dergisinin 149. sayısından karşılıklı sayfalar, 1962.
Kaynak: http://citrinatas.com/history_of_viscom/images/modernism/bradthompson.htm
Son erişim: 07 Şubat 2014 _____ 57
- Resim 38.** Bradbury Thompson, “Westvaco Inspiration For Printers” dergisinden sivil savaş temalı çift sayfa tasarımı, 1961.
Kaynak: A History of Graphic Design, Philip B. Meggs, 1998, s. 342. _____ 57
- Resim 39.** Max Huber, “Monza” Araba Yarışları Afişi, 1940’lar.
Kaynak: <http://www.iconofgraphics.com/Max-Huber/>
Son erişim: 19 Ağustos 2013 _____ 58
- Resim 40.** Max Huber, “Jazztime” afişi, 1940’lar.
Kaynak: <http://www.domusweb.it/en/design/2010/02/16/max-huber-maxieland-jazz-.html>
Son erişim: 19 Ağustos 2013 _____ 59
- Resim 41.** Wes Wilson, “Otis Rush & His Chicago Blues Band, The Grateful Dead, The Canned Heat Blues Band” Konser Afişi, Fillmore Oditorium, 1967.
Kaynak: Grafik Tasarım Görsel İletişim Kültürü Dergisi, Mayıs, 2007, s. 81. _____ 65
- Resim 42.** Lee Conklin, “Procol Harum” Konser Afişi, Fillmore Oditorium, 1968.
Kaynak: 20th Century Type (Remix), Lewis Blackwell, 1998, s. 110. _____ 66
- Resim 43.** Jami Reid, “Sex Pistols” müzik grubunun “God Save the Queen” adlı albüm kapağının tasarımı, 1977.
Kaynak: No More Rules, Rick Paynor, 2003, s. 39. _____ 69
- Resim 44.** Wolfgang Weingart, Dünya gezileriyle ilgili bir seminerin davetiye tasarımı, 1961
Kaynak: Wolfgang Weingart, My Way To Typography, 2000, s. 59. _____ 72
- Resim 45.** Wolfgang Weingart, “Round” (Yuvarlak) adlı ilk bağımsız proje, 1962.
Kaynak: Wolfgang Weingart, My Way To Typography, 2000, s. 67. _____ 73
- Resim 46.** Wolfgang Weingart’ın round projesinde kullandığı baskı kalıpları. “R” metal harflerin baskıda kullanılan üst kısımları. “=” metal harflerin basılmayan alt kısımları, 1990.
Kaynak: Wolfgang Weingart, My Way To Typography, 2000, s. 171. _____ 73
- Resim 47.** Wolfgang Weingart, “Line” (Çizgi) adlı ikinci bağımsız proje, harf dizisinde yardımcı elemanlardan oluşan kompozisyonlar, 1964.
Kaynak: Wolfgang Weingart, My Way To Typography, 2000, s. 210. _____ 74
- Resim 48.** Wolfgang Weingart, “M” kübü, basılmış M harfinin bir kübün 6 yüzeyine de yapıştırılmış hali. Küp, M harfini farklı açılardan ve perspektiften çekme imkanı vermiştir. 1965.
Kaynak: Wolfgang Weingart, My Way To Typography, 2000, s. 236. _____ 75

Resim 49. Wolfgang Weingart, “M” kompozisyonları, 1965.	
Kaynak: Wolfgang Weingart, My Way To Typography, 2000, s. 258-259.	76
Resim 50. Wolfgang Weingart, “M” kompozisyonları, 1965.	
Kaynak: Wolfgang Weingart, My Way To Typography, 2000, s. 253.	77
Resim 51. Wolfgang Weingart, “Schön” (İyi), 1968.	
Kaynak: Wolfgang Weingart, My Way To Typography, 2000, s. 316, 317.	77
Resim 52. Wolfgang Weingart, “Y”, tekrar eden harf, 1971.	
Kaynak: Wolfgang Weingart, My Way To Typography, 2000, s. 334, 335.	78
Resim 53. Wolfgang Weingart’ın öğrencileriyle yaptığı espas, ağırlık ve boyut çalışmaları, 1971.	
Kaynak: Wolfgang Weingart, My Way To Typography, 2000, s. 273.	79
Resim 54. Wolfgang Weingart, seyahat izlenimleri, zaman çizelgeleri ve tren biletleri gibi malzemelerle yapılmış film kolajları, 1973-75.	
Kaynak: Wolfgang Weingart, My Way To Typography, 2000, s. 354.	80
Resim 55. Wolfgang Weingart, seyahat izlenimleri, zaman çizelgeleri ve tren biletleri gibi malzemelerle yapılmış film kolajları, 1973-75.	
Kaynak: Wolfgang Weingart, My Way To Typography, 2000, s. 356.	81
Resim 56. April Greiman, “Does It Make Sense?” (Bu Mantıklı Mı?), Design Quarterly dergisinin 133. sayısı için portfolyo sunumu, USA, 1986.	
Kaynak: Rick Poyner, No More Rules Graphic Design and Postmodernism, 2003, s. 100.	84
Resim 57. Denise Gonzales Crisp, “Émigré” dergisinin 35. sayısından sayfalar, 1995.	
Kaynak: Rick Poyner, No More Rules Graphic Design and Postmodernism, 2003, s. 127.	88
Resim 58. Neville Brody, “State” yazı karakteri için afiş tasarımı, 1991.	
Kaynak: http://www.printmag.com/design-inspiration/the-fuse-box-faces-of-a-typographic-revolution/	
Son erişim: 28 Şubat 2014	89
Resim 59. Katherine McCoy, “Cranbrook” Sanat Akademisi, Tasarımda Mezuniyet Programı, Afiş, 1989.	
Kaynak: Rick Poyner, No More Rules Graphic Design and Postmodernism, 2003, s. 50.	92
Resim 60. Neville Brody, “The Face”, dergisinin 50, 51, 52, 53, 54 ve 55. sayılarının içindekiler sayfalarının logosol dönüşümü, UK, 1984.	
Kaynak: Rick Poyner, No More Rules Graphic Design and Postmodernism, 2003, s. 49.	93
Resim 61. Neville Brody, “Nike” afişi, 1992.	
Kaynak: http://nevillebrodypage.wordpress.com/gallery/big_nb_481/	
Son erişim: 28 Şubat 2014	94
Resim 62. Piet Zwart, “Trio Booklet” kapağı, 1931	
Kaynak: http://www.iconofgraphics.com/Piet-Zwart/	
Son erişim: 28 Şubat 2014	95

- Resim 63.** Jonathan Barnbrook, “Typography Now Two” kapak tasarımı, 1992.
Kaynak: http://www.barnbrook.net/archive/02_print/books/typography_now_two/tnowcover.html
Son erişim: 28 Şubat 2014 _____ 97
- Resim 64.** Jonathan Barnbrook, “Art and Technology” (Sanat ve Teknoloji), Makineyle Taş Oyma, 1990.
Kaynak: http://www.barnbrook.net/archive/02_print/environmental/stone_carving/sc-3a.html
Son erişim: 28 Şubat 2014 _____ 98
- Resim 65.** Jonathan Barnbrook, “Typography Now Two” iç sayfa tasarımı, 1992.
Kaynak: http://www.barnbrook.net/archive/02_print/books/typography_now_two/tnow-3.html
Son erişim: 28 Şubat 2014 _____ 98
- Resim 66.** David Carson, “RayGun” dergisi 1. sayısı kapak tasarımı, 1992.
Kaynak: <http://www.flickr.com/photos/joekral/3050296712/in/set-72157621244439899>
Son erişim: 22 Mart 2014 _____ 99
- Resim 67.** David Carson, “RayGun” dergisi 3. sayısı kapak tasarımı, 1993.
Kaynak: <http://zero1magazine.com/2010/08/ray-gun-magazine1992-2000/>
Son erişim: 28 Şubat 2014 _____ 100
- Resim 68.** Alexander Rodchenko, “New LEF” dergi kapağı tasarımı, 1927.
Kaynak: http://www.moma.org/collection/object.php?object_id=8209
Son erişim: 28 Şubat 2014 _____ 100
- Resim 69.** David Carson, “Trek” son işler, 2003
Kaynak: http://www.gingkopress.com/ima/trek-david-carson_ic.html
Son erişim: 28 Şubat 2014 _____ 101
- Resim 70.** Jonathan Barnbrook, “Priori Serif” yazı karakteri, 2003.
Kaynak: <http://www.edu.barnbrook.net/downloads.html#unit2a>
Son erişim: 28 Şubat 2014 _____ 104
- Resim 71.** Paula Sher, “Shakespeare in the Park” oyunu için afiş tasarımı, 1990.
Kaynak: Grafik Tasarım Ne İçindir, Alice Twemlow, 2008, s. 16. _____ 105
- Resim 72.** Cyan tasarım atölyesi, “Form+Zweck no. 2/3” dergisinden sayfalar, 1991.
Kaynak: Typography Now Two, Rick Poyner, 2000, s. 114. _____ 106
- Resim 73.** Tobias Frere-Jones, “Gotham” yazı karakterine kaynak olan fotoğraflar, 2000.
Kaynak: <http://www.typography.com/fonts/gotham/history/>
Son erişim: 28 Şubat 2014 _____ 107
- Resim 74.** Tobias Frere-Jones, “Gotham”ın Özgürlük Kulesinde kullanılması, 2002.
Kaynak: http://www.cityofsound.com/blog/2004/07/gotham_the_corn.html
Son erişim: 28 Şubat 2014 _____ 108

Resim 75. Why Not Associates, “Cursing Stone and the Reiver Pavement”, 2001. Kaynak: http://www.whynotassociates.com/environmental-3/cursing-stone Son erişim: 28 Şubat 2014	109
Resim 76. Why Not Associates, “Cursing Stone and the Reiver Pavement”, 2001. Kaynak: http://www.whynotassociates.com/environmental-3/cursing-stone Son erişim: 28 Şubat 2014	109
Resim 77. Tibor Kalman, “The United Colors of Benetton”ın “Colors” dergisinin “Racism” adlı 4. sayısı, 1993. Kaynak: http://www.colors magazine.com/magazine/4 Son erişim: 22 Mart 2014	113
Resim 78. Tibor Kalman, “HELP, GIVE, EAT”, 1987. Kaynak: Hall, P., & Beirut, M., (2000). Tibor Kalman: Perserve Optimist. New York: Princeton Architectural Press. s. 74.	114
Resim 79. Tibor Kalman, “Do Something, Send Money, Be Happy”, 1987. Kaynak: Hall, P., & Beirut, M., (2000). Tibor Kalman: Perserve Optimist. New York: Princeton Architectural Press. s. 74.	115
Resim 80. Gemma O’Brien, “Write Here, Right Now” (Buraya Yaz, Hemen Şimdi), Üniversitede öğrenciyken (2. Sınıf) kendi üzerinde gerçekleştirdiği bir proje, 2008. Kaynak: http://ikikadesigns.blogspot.com.tr/2013/05/gemma-obrien.html Son erişim: 9 Mart 2014	121
Resim 81. Gemma O’Brien, “Typo Berlin”, Berlin, 2009. Kaynak: http://www.designersjournal.net/jottings/profiles/profiles-gemma-obrien-for-the-love-of-type Son erişim: 9 Mart 2014	121
Resim 82. Shirin Neshat, “Allah’ın Kadınları”, 1993. Kaynak: http://whitney.org/Collection/ShirinNeshat/2000267 Son erişim: 13 Mart 2014	123
Resim 83. Gemma O’Brien, “Kirin Cider” için el yazımı Kaligrafik Billboardlar, Kaynak: http://forthe love of type.blogspot.com.tr Son erişim: 9 Mart 2014	124
Resim 84. Gemma O’Brien, Enstalasyon, 2013. Kaynak: http://lukesweet.com/?p=469#!prettyPhoto Son erişim: 9 Mart 2014	124
Resim 85. Gemma O’Brien, Enstalasyon, 2013. Kaynak: http://www.lovefreo.com/2013/09/27/better-left-unsaid-by-gemma-obrien/#!prettyPhot Son erişim: 9 Mart 2014	124
Resim 86. Dana Tanamachi, “O Magazine” (O Dergisi) kapak çalışması ve konuya giriş sayfaları, Şubat 2012. Kaynak: http://thegreatdiscontent.com/dana-tanamachi Son erişim: 12 Mart 2014	125

Resim 87. Tanamachi Studio, “Burton Snowboards” tasarımları, 2013. Kaynak: http://tanamachistudio.com/blog/tanamachi-studio-x-burton-snowboards Son erişim: 3 Mart 2014	126
Resim 88. Tanamachi Studio, “Puffin Books” (Penguin grubunun çocuk serisi), 2013. Kaynak: http://tanamachistudio.com/blog/puffin-chalk Son erişim: 3 Mart 2014	127
Resim 89. Leen Sadler, “Spoonful Sugar” için tanıtım kampanyası parçaları, 2011. Kaynak: http://www.leensadler.com/982/5027/work/spoonful-of-sugar Son erişim: 3 Mart 2014	128
Resim 90. Kyosuke Nishida, Brian Li Sui Fong, “Still Life Comes Alive” (Natürmaort Canlanıyor), Concordia Üniversitesi sene sonu sergisi için hazırlanmış tipografik enstalasyon, 2010. Kaynak: http://www.kyosukenishida.com/index.php?/installation/--still-life-comes-alive/ Son erişim: 5 Mart 2014	131
Resim 91. Kyosuke Nishida, “Words Can Fly A Thousand Miles” (Kelimeler Binlerce Mil Uçabilir), 2011. Kaynak: http://www.wordscanfly.org/en/poster.html Son erişim: 5 Mart 2014	133
Resim 92. Alida Rosie Sayer, “All moments” (Tüm Anlar), 2009. (Metin Kurt Vonnegut’un 1969 yılında yazmış olduğu “Slaughterhouse Five” romanından alınmıştır.) Kaynak: http://www.alidarosie.co.uk/am.html Son erişim: 5 Mart 2014	134
Resim 93. Alida Rosie Sayer, “Here we are” (Buradayız), 2010. (Metin Kurt Vonnegut’un 1969 yılında yazmış olduğu “Slaughterhouse Five” romanından alınmıştır.) Kaynak: http://www.alidarosie.co.uk/nw.html Son erişim: 5 Mart 2014	135
Resim 94. Shaz Madani, “A New Leaf” (Yeni Bir Yaprak), 2008. Kaynak: http://smadani.com/arctic-paper/ Son erişim: 4 Mart 2014	136
Resim 95. Shaz Madani, “Wild Card” (Vahşi Kart), 2008. Kaynak: http://smadani.com/arctic-paper/ Son erişim: 4 Mart 2014	136
Resim 96. Yulia Brodskaya, “Imagine” (Hayal Et), 2012. Kaynak: http://www.artyulia.com/index.php/Illustration/PAPERgraphic/2 Son erişim: 4 Mart 2014	137
Resim 97. Yulia Brodskaya, “I’m No Angel” (Ben Melek Değilim), 2010. Kaynak: http://www.artyulia.com/index.php/Illustration/PAPERgraphic/3 Son erişim: 4 Mart 2014	138

Resim 98. Robert Massin, Édith Piaf'ın "La Foule" şarkısının görselleştirilmesi aşamasındaki etüdlar, 1965.	
Kaynak: Laetitia Wolff, Massin, Phaidon Press, 2007, s. 163.	140
Resim 99. Robert Massin, Édith Piaf'ın "La Foule" (Kalabalık) şarkısının görselleştirilmiş hali, 1965.	
Kaynak: Laetitia Wolff, Massin, Phaidon Press, 2007, s. 164-165.	141
Resim 100. Stefan Sagmeister, "Everyting I do Always Comes Back To Me.", enstalasyon, 2002.	
Kaynak: Stefan Sagmeister, Things I Have Learned In My Life So Far, Abrams yayınları, 2008.	144
Resim 101. Stefan Sagmeister, "Everyting I do Always Comes Back To Me.", enstalasyonundan parçalar, 2002.	
Kaynak: Stefan Sagmeister, Things I Have Learned In My Life So Far, Abrams yayınları, 2008.	144
Resim 102. Stefan Sagmeister, "Everyting I do Always Comes Back To Me.", enstalasyonundan "Back" parçası, 2002.	
Kaynak: Stefan Sagmeister, Things I Have Learned In My Life So Far, Abrams yayınları, 2008.	145
Resim 103. Stefan Sagmeister, "Everyting I do Always Comes Back To Me.", enstalasyonundan "to me parçası", 2002.	
Kaynak: Stefan Sagmeister, Things I Have Learned In My Life So Far, Abrams yayınları, 2008.	145
Resim 104. Anton Beeke, "UABC" sergi afişi, 1989.	
Kaynak: Grafist 6, İstanbul Uluslararası Graik Tasarım Günleri, Uluslararası Grafik Tasarım Sergisi, Mimar Sinan Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü, İstanbul, 2002, s. 39.	147
Resim 105. Camilo Rojas, "Enjoy" (Keyfini çıkarmak-Keyif)	
Kaynak: 3D Typography, Janette Abbink & Emily CM Anderson, 2010, s. 154.	149
Resim 106. Coca-Cola'nın "Enjoy" kampanyasından görseller.	
Kaynak: http://mastersofmedia.hum.uva.nl/2012/09/08/getting-real/ http://www.galerie123.com/en/original-vintage-poster/138/coca-cola-enjoy-food	
Son erişim: 6 Mart 2014	149
Resim 107. Camilo Rojas, "Gold" (Altın)	
Kaynak: 3D Typography, Janette Abbink & Emily CM Anderson, 2010, s. 154.	150
Resim 108. Camilo Rojas, "Mc Doland's"ın altın gibi kızarmış patatesleri.	
Kaynak: http://blogs.wsj.com/corporate-intelligence/2013/12/26/taken-out-of-context-mcdonalds-gives-up-on-employee-advice-site/	
Son erişim: 6 Mart 2014	150
Resim 109. Camilo Rojas, "Flavor" (Lezzet-Tat)	
Kaynak: 3D Typography, Janette Abbink & Emily CM Anderson, 2010, s. 154.	151
Resim 110. Marlboro logosu.	
Kaynak: http://reklamarasi.net	
Son erişim: 6 Mart 2014	151

- Resim 111.** Stefan Sagmeister, “Aiga” Eğitim Afişi, 1999.
Kaynak: Fabiola Reyes, *TYPO: The Beautiful Worlds of Fonts*, Monsa, 2007, s. 141.
_____ 154
- Resim 112.** Marina Abromovic, “Lips of Thomas Performans”ı, 1975.
Kaynak: <http://www.shinyawatanabe.net/en/writings/content57.html>
Son erişim: 19 Mart 2014 _____ 155
- Resim 113.** “Skarifikasyon” örnekleri, erkek ve kadın, Kongo.
Kaynak: www.pinterest.com/pin/50806302019475820/
www.pinterest.com/pin/212654413628075188/
Son erişim: 16 Mart 2014 _____ 155
- Resim 114.** De Designpolitie, “Utrecht Sanat Okulu Moda Gösterisi” için afiş, 1994.
Kaynak: AREA, Phaidon Press Limited, 2005, s. 66. **Son erişim:** 10
Mart 2014 _____ 157
- Resim 115.** Oded Ezer, “Stami Veklumi” (Unimportant & Nothing), İsraili şair Yona Volach’a saygı afişi, 2004.
Kaynak: 3D Typography, Janette Abbink & Emily CM Anderson, 2010, s. 148 ____ 158
- Resim 116.** Why Not Associates ve Gordon Young işbirliğiyle gerçekleştirilmiş olan Crawley kütüphanesi “Tipografik Ağaç Kolonları”, 2009.
Kaynak: <http://www.whynotassociates.com/environmental-3/crawley-library-2>
Son erişim: 16 Mart 2014 _____ 161
- Resim 117.** Why Not Associates ve Gordon Young işbirliğiyle gerçekleştirilmiş olan Crawley kütüphanesi “Tipografik Ağaç Kolonları”, 2009.
Kaynak: http://ministryoftype.co.uk/words/article/typographic_tree_columns/
Son erişim: 16 Mart 2014 _____ 161
- Resim 118.** Anna Garforth, “Grow”, 2013.
Kaynak: <http://www.annagarforth.co.uk/work/grow.html>
Son erişim: 16 Mart 2014 _____ 162
- Resim 119.** Stefan Sagmeister, “Obsessions make my life worse but and work better”, 2008.
Kaynak: <http://www.sagmeisterwalsh.com/work/project/obsessions-make-my-life-worse-but-my-work-better/>
Son erişim: 10 Mart 2014 _____ 164
- Resim 120.** Sebastian Lemm, enstalasyon, 1999-2004.
Kaynak: Agathe Jacquillat ve Tomi Vollauchek, *The 3D Type Book*, 2001, s. 195.____
_____ 165
- Resim 121.** Stefan Sagmeister Inc., “We Are All Workers” Lewis, 2010.
Kaynak:
http://designarchives.aiga.org/#/entries/%2Bid%3A21434/_/detail/relevance/asc/0/7/21434/we-are-all-workers/1
Son erişim: 16 Mart 2014 _____ 167

- Resim 122.** Stefan Sagmeister Inc., “We Are All Workers” Lewis, 2010.
Kaynak: http://designarchives.aiga.org/#/entries/%2Bid%3A21434/_/detail/relevance/asc/0/7/21434/we-are-all-workers/1
Son erişim: 16 Mart 2014_____167
- Resim 123.** Stefan Sagmeister, “Either Act or Forget” (Harekete Geç ya da Unut), Lisbon Billboard, 2005.
Kaynak: <http://www.229design.com/supersized-public-service-announcement/>
Son erişim: 10 Mart 2014_____168
- Resim 124.** Katie Bevin, “Urban Tales Shadow Typography” (Kent Hikayesi Gölge Tipografi) “From here to there and there to here”, 2010.
Kaynak: <http://re-imagingtheurban.tumblr.com>
Son erişim: 16 Mart 2014_____170
- Resim 125.** Katie Bevin, “From here to there and there to here”, 2010.
Kaynak: <http://re-imagingtheurban.tumblr.com>
Son erişim: 16 Mart 2014_____170
- Resim 126.** Jiyeon Song, “One Day Poem Pavilion”, 2008.
Kaynak: http://obviousmag.org/en/archives/2009/11/the_one_day_poem.html
Son erişim: 11 Mart 2014_____171
- Resim 127.** Jiyeon Song, “One Day Poem Pavilion”, 2008.
Kaynak: <http://people.artcenter.edu/~jsong5/thesis/index03.html>
Son erişim: 11 Mart 2014_____172
- Resim 128.** Jiyeon Song, “One Day Poem Pavilion”, 2008.
Kaynak: http://obviousmag.org/en/archives/2009/11/the_one_day_poem.html
Son erişim: 11 Mart 2014_____173

ÖNSÖZ

Günümüzde herşeyin sanallaştığı dünyamızda, doğala ve doğallığa bir özlem olarak el yapımının, dolayısıyla zanaatın öneminin arttığı görülmektedir. Bu ortamda tipografinin kendini ve amacını aşarak, tamamiyle bir tasarım nesnesi haline gelmesi ise “Tasarımı Sanata, Tasarımcıyı İse Sanatçıya Yaklaştıran Süreçte Tipografinin Tasarım Nesnesine Dönüşmesi” adlı bu tezde incelenmeye değer görülmüştür. Sanat ve tasarım arasındaki alış-veriş ve etkileşimin, tasarımcıyı sanatçı tavrıyla üretimlerde bulunmaya teşvik etmesi sürecinin sonucunda oluşan tipografinin tasarım nesnesine dönüşmesi, tasarımcıların üretimlerinin incelenmesi üzerinden bu tez ortaya konulmuştur.

Zengin arşivinden yararlandığım ve olumlu eleştirileriyle bu tezin gerçekleştirilmesinde yardımlarını esirgemeyen danışmanım Prof. Dr. H. Yakup ÖZTUNA’ya teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca bu çalışmada üzerimden desteklerini hiç eksik etmeyen Aileme ve Akademisyen arkadaşlarıma da teşekkür ederim.

Betül USLU ÖZKAN

GİRİŞ

Grafik tasarım ve tipografinin günümüzde sanatla yarışır duruma gelmesi ya da aralarındaki sınırların erimesi/silikleşmesi, Endüstri Devrimi¹ ve iki dünya savaşının, insanlardaki gelenek, otorite, gelecek inancını yok etmesiyle mümkün olmuştur. Yaşanan bu savaşlar sonucunda ümitsizliğe ve yalnızlığa itilen toplumda, tüm değerlere ve geleneklere karşı inancını yitirmiş olan sanatçı ve düşünürler, geleneği reddedip yeni önermelerde bulunmuştur. Endüstri Devrimi ile birlikte hurufat² yardımıyla bir nebze de olsa özgürleştirilen tipografi, dünya savaşlarının insanlar üzerindeki etkilerinin sonucu gelişen öncü hareketlerle birlikte, teknolojik gelişmelerin ürünleri olan fotoğrafın, fotomontajın ve bilgisayarın sunduğu olanaklarla onu bağlayan kalıplarından kurtulma yolunda sınırları zorlamıştır.

Endüstri Devrimi ile birlikte gelişen teknolojik ilerlemeler sayesinde fotomontaj³ ve fotodizgiyle⁴ matbaadan bir adım ötesine geçilirken, bilgisayarın tasarım dünyasına girmesiyle tipografi, maddesinden tamamiyle arındırılıp sanal ortamda var olmaya başlamıştır. Sanal ortama aktarılan yazı karakterleriyle bilgisayarda tasarım yapmak neredeyse deney yapmakla eş değer hale gelmiştir. Çünkü grafik tasarım uygulamalarında hurufat ile ve daha sonra fotodizgiyle yapılan ve sınırlı bir alanı olan yazı yerleştirilmesi yani tipografi, yazı karakterlerinin sanal ortama aktarılmasıyla sonsuz özgürlük alanı kazanmıştır. Bilgisayarın olanaklarıyla gerçekleştirilen tasarımlarda; yazı istenilen yere, istenilen şekilde ve büyüklükte

¹ Endüstri Devrimi, 1760-1840 tarihleri arasında İngiltere’de yaşanan, tarıma ve zanaatlara dayalı bir ekonomiden, sanayinin ve makine üretiminin egemen olduğu bir ekonomiye, özellikle James Watt adlı bir İskoç’un buhar makinesini bulması ve makineyi üretime sokmasıyla gerçekleşen bir geçiş sürecidir. Hobsbawm, E. J. (2003). **Sanayi ve İmparatorluk**. (A. Ersoy, Çev.) Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, s. 280.

² Hurufat: (Type) Matbaacının yazı çeşidi; görüntüsü kalıba dökülerek veya tek örnekte rölyefi kesilerek, metalde 144 puntoya kadar ağaç ve plastikte daha büyük olabilen baskı ögesi. Sarıkavak, N. K. (2003). **Görsel İletişim ve Grafik Tasarımda Çağdaş Tipografinin Temelleri**. Ankara: Seçkin Yayıncılık, s. 224.

³ Fotomontaj: Birkaç fotoğrafın ya da ayrı fotoğraflardan kimi bölümlerin birleştirilerek tek fotoğraf elde edilmesi işlemi. Birbiri üstüne fotoğraf çekerek ya da negatifleri karıştırıp üst üste basarak gerçekleştirilir. Bir konu üzerindeki eksik bölümleri tamamlamak ya da daha çok konuyu bir araya toplamak amacıyla yapılır. Gülsoy, T. (1999). **Reklam Terimleri ve Kavramları Sözlüğü**. İstanbul: Adam Yayınları, s. 331.

⁴ Fotodizgi: (Phototypesetting). Tipografik dizgi işleminin optik ve mekanik düzenekler aracılığıyla yarı ya da tam özdevinimli yapılması. Sarıkavak, N. K. (2005). **Sayısal Tipografi 2**. Ankara: Başkent Üniversitesi Yayınları, s. 268.

yerleştirilebildiği gibi, üst üste çakıştırmalara olanak tanıyacak katmanlaşmayla da yapıyı sorgulayan bir zemin yaratılmıştır. Böylece sınırlar neredeyse yok olurken, tüm kuralların geçerliliğini yitirdiği, kuralsızlığın deneylerinin başladığı durumda, tasarımcılar bu özgürlüklerle neler yapabileceklerini denemeye ve yeni şeyler keşfetmeye başlamışlardır.

Bilgiyi daha hızlı ve daha çok kişiye ulaştırabilmek için tarih boyunca yeni yöntemler ve çözümler üzerinde çalışılmıştır. Ancak dünya değiştikçe, bilginin sadece yazı ve görselin belirli alanlarda kurgulanmasıyla aktarılmasının yetersiz olduğu ortaya çıkmış ve bilgi aktarımının daha etkili olabilmesi için, imge-metin arasındaki ilişki sorgulanmaya başlamıştır. Bu sorgulamanın üretimler üzerindeki etkisinin artma nedenlerinden en önemlisi, dünya savaşlarının insanlardaki inanç kavramını köreltmesiyle birlikte hayata dair tüm kuralların sorgulanmaya başlanması olarak gösterilebilir.

Bu sorgulama ortamında ve öncesindeki teknolojik yenilikler, hayatın tüm alanlarında kendini göstermiş, buharla çalışan makinelerle artık uzaklar uzak olmaktan çıkmıştır. Seyahatler kolaylaşmış ve bu seyahatler insanların bakış açılarının genişleyip gelişmesini sağlamıştır. Yeni üretim yöntemleriyle geleneksel tipografi kuralları sorgulanmaya başlamış ve bu sorgulamalarda savaşların yıkıcılığı görülebildiği gibi, dönemsel değişikliklerin heyecanı, dinamik yapısı da görülür hale gelmiştir. Bu heyecanın ve yıkımın tipografide görünür olması; eşzamanlı ya da peş peşe oluşan Avangard⁵ (Öncü) sanat hareketleriyle mümkün olmuştur.

Avangard Sanat Hareketleri aracılığı ile tasarımı sanata, tasarımcıyı ise sanatçıya yaklaştıran süreçte tipografinin tasarım nesnesine dönüşmesi sürecinin yazı ve imgenin bir bütün olarak düşünülmesiyle başladığını söylemek mümkündür.

⁵ Avangard bir askerlik terimi: bir ordunun, birliğin öncü kolu. 1830-1840'ların ütopya döneminde siyaset diline giriyor ve köklü dönüşümlerin bayraktarları anlamına kullanılıyor. Dönem, 1789 Devrimi'nin evrensel, sınırsız-sonsuz vaatlerinin anlamlandırılmaya çalışıldığı, siyasal imgelemin kayıt tanımadığı, havai bir dönem. Saint-Simon, Fourier, Louis Blanc, Marx/Engels, Proudhon, Blanqui, Tocqueville, geleceğe hükmedeceğine inandıkları programlarını hep bu dönemde tasavvur ederler. İnsanlığın hülyalarını, tarihin menzillerini canlandırır ve modernliğin fikri hayatını kurarlar. Sosyalist ütopya, nihayetinde, insanlığın bir sanat alemine ulaşacağını vaat ederler. Bu aleme yolculuğun gene sanatın kılavuzluğunda yapılması umulur; yani sanat hem araç, hem de amaçtır. 'Avangard' terimi, bu büyük toplumsal tasarımın gerçekleşmesinde sanata verilen öncü rolü ifade etmek üzere, ilk kez ütopya sosyalist Saint-Simon'un cemaatinde dolaşıma girer. Bürger, P. (2003). **Avangard Kuramı**. (A. Artun, düzenleyen, E. Özbek, çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.

Ardından kavramsal düşünceyle birlikte tasarım ve sanatların ayrı ya da bir olması değil, önemli olanın fikir olduğu üzerinde ortak paydada buluşulmuştur. Bundan sonra atılacak her adımda sanat ve tasarım arasındaki sınırların erimeye başladığı, sanatçının tasarım, tasarımcının ise sanatçı tavrıyla işler ürettiği görülmüştür. Sınırların eridiği bu süreçte; tasarımla sanatın birbirlerini nasıl dönüştürüp, geliştirdiği ve bu dönüşüm içinde tipografinin sadece dizgi ve basımcılıkla ilişkiliyken; nasıl olupta tasarım nesnesine evrildiği, bu tezde örnekler üzerinden analiz edilmiştir.

Bununla birlikte bu araştırmanın amaçları arasında; görsel-metin ilişkisi açısından belirleyici özelliği olan dergi tasarımları, tipografinin tasarım unsuru olarak kullanılmasında en önemli sistem olan grid⁶ sisteminin yıkılması, tipografinin tasarım yüzeyinden ve dijital ortamdaki kopuşu, kurtuluşu ve özgürleşmesi sürecinde kullanılan yöntem, malzeme ve dilin incelenmesi yer almaktadır. Yüzeyin sorgulanması, grid sisteminin yıkılması, üç boyut yanılsamaları ve üç boyutlu tipografi uygulamaları incelenmiş ve günümüzde tipografinin tasarım yüzeyinden nasıl koptuğu, kendisinin bir tasarım yüzeyi haline nasıl geldiği ve bir tasarım malzemesi olmanın ötesinde özgür bir anlatım biçimi olarak tasarım nesnesine dönüşmesi irdelenmiştir.

Tipografinin yüzyıllar boyunca geçirdiği teknolojik gelişmelerle kullanım kolaylığının artması ve ulaşılabilen yazı karakterlerinin aşırı artışı, ilk başlarda tasarımcılar için bir özgürlük olarak görülüp kabul edilse de sanıldığı gibi aksine tasarımda sınırlılıklar ve kargaşa ortamının oluşmasına neden olmuştur. Tasarımcılar da bu sınırları ve yaratıcıyı sorgulamak adına, onun karşısında olan anlam, malzeme ve metoda yönelmişlerdir. Bu yönelimler; kağıdın, eski baskı yöntemlerinin, atık malzemenin kullanımına olanak sağlayarak, bu malzeme ve yöntemleri yüceltmıştır. Günümüzde tipografinin tasarım yüzeyinden nasıl koptuğu, kendisinin bir tasarım yüzeyi haline nasıl geldiği ve bir tasarım nesnesi olurken; kullandığı malzemesi, dili ve yöntemleri; bu yöntemlerin el yapımını “hand made” ve “kendin yap” (DIY - Do It Yourself)’i yüceltme nedenleri tezin öncelikleri arasındadır. Günümüz tasarım ve

⁶ Grid: ızgara, kafes. Reklam taslağındaki alanları belirleyen eşit aralıklı düşey ve yatay çizgiler Gülsoy, T. (1999). **Reklam Terimleri ve Kavramları Sözlüğü**. İstanbul: Adam Yayınları. s. 226.

sanat dünyasında kağıdın öneminin ve değerinin artmasıyla bir fetiş nesnesine dönüşmesi ve bu süreçten yazının (tipografinin) nasıl etkilendiğini araştırmak tezin bir diğer önemini oluşturmaktadır.

Günümüzde tipografi ve kullanımını ele alan birçok kitap ve araştırma olmakla beraber; tipografinin özgürleşme sürecini, nedenleriyle ve örnekler üzerinden eser çözümlemesiyle ele alan bir kaynak bulunmamaktadır. Tez bu açıdan bakıldığında literatüre katkıda bulunacak bir kaynak olması açısından da önem kazanmaktadır.

Tezin temel sorunsalı, tipografinin özgürleşmesi (basılı sayfadan ve dijital ortamdaki kurtuluşu) olarak ele alınırken, bu genel görüntünün oluşmasında etkisi görülen teknolojik gelişmelere tepki duruşlarının ne olduğunu, ürünler üzerinden incelemek, çözümlemek ve açıklamaktır.

Bu araştırmanın yapılmasında iki neden ön plana çıkmaktadır: Birincisi Modernizm sonrası kırılmaya çalışılan ve teknolojinin yardımıyla yıkılan kuralların tipografinin özgürleşmesi üzerindeki büyük etkilerinin olması; ikincisi ise teknolojiyle özgürleşen (kurallardan sıyrılan) tipografinin yine aynı nedenle sınırlandırılması ve bunun yıkılması için önerilen dijital-detox⁷ devri diye adlandırılan, el yapımı (hand made) ve kendin yap (DIY)'ın günümüzde önem kazanmasıdır.

Tezde tarihsel bir anlatım yolu izlemek yerine; sanat-tasarım, tasarım-teknoloji gibi etkileşimler üzerinden tasarım ürünlerinin görsel ve içeriksel olarak çözümlenmesiyle tipografinin özgürleşmesi irdelenmeye çalışılmıştır.

Tezde daha çok bireysel anlatımlar ve bağımsız çalışmalar üzerine odaklanılmıştır. Çünkü tezin konusunu oluşturan tipografinin özgürleşmesinde; tasarımcıların ajans ve müşteriden bağımsız çalışmaları yatmaktadır. Böylelikle tasarımcılar düşünceleri yönlendirilmeden, farklı teknik ve malzemeyi deneme

⁷ Yaklaşık 15 yıl önce ortaya çıkan internet bağımlılığı tıpkı madde bağımlılığı gibi konusunda uzman psikiyatri klinikleri tarafından tedavi edilmektedir. Özellikle sosyalleşmeyi ve saygınlığı artırıcı programlar sayesinde internetten tamamen kopmalarını sağlamaya yönelik tedavi yöntemleri Dijital Detoks olarak isimlendirilmektedir. Teknoloji Defteri. (tarih yok). İnternet Bağımlılığı Nedir İnternet Bağımlılığının Tedavisi: Teknoloji Defteri. Mart 21, 2014 tarihinde Teknoloji Defteri: <http://teknolojidefteri.com/internet-bagimlilik-nedir-internet-bagimlilikinin-tedavisi.html> adresinden alındı.

olanağı bulmanın yanı sıra özgür / bağımsız bir şekilde deneysel çalışmalarda ürünler vermişlerdir. Bu durum, işlerde deneysellikle beraber sınırların zorlanmasına, yeni ufuklar açılmasına ve tipografiyi tasarımın bir parçası olmaktan kurtarıp, tasarımın kendisi haline gelmesine neden olmuştur.

Tezin birinci bölümünde; tüketim kültürünün oluşmasına olanak sağlayan ekonomik-sosyolojik ve kültürel olgular üzerinden, reklam sektörünün oluşması, sanat yönetmeni teriminin ortaya çıkışı ve grafik tasarımın öneminin giderek artması ve kendini tüketim kültürünün karşısına alması analiz edilmiştir. Tasarımcıların reklam dünyasının karşısında olarak, dünya üzerindeki sorumluluklarının farkına varması ve bunu deklare etmeleriyle birlikte, bireyselliklerini de ilan etmeleri irdelenmiştir. Bu süreçte kendilerini diğerlerinden ayıran ve yol gösterici olan sanat yönetmenlerinden Alexey Brodovitch ve dergi tasarımlarının, imge-metin ilişkisindeki rolleri örnekler üzerinden anlatılmıştır.

Tezin ikinci bölümünde; grid sisteminin kırılışında elektronik ortamın ne kadar etkisinin olduğu ve bu yıkımın neleri tetiklediği ve oluşturduğu belirlenmeye çalışılmıştır. 1960'larda grid sisteminin sorgulanmasıyla bir anlamda özgürleştirilen tipografinin, tasarımcının da özgürleşmesiyle (bireysel anlatımlar) daha farklı anlatım yolları bulması ve tasarımcının sanatçıya öykünme sürecinde tipografinin görselin önüne geçmesi, hatta görsel haline gelmesi üzerinde durulmuştur. Tipografinin sadece okunmak için değil, aynı zamanda izlemek için de olduğunun altı çizilmiştir.

Üçüncü bölümde ise dijital ortamın yol açtığı post-dijital diye adlandırılan günümüzde kağıdın ve el yapımının artmasına neden olan dönem, örnekler üzerinden çözümlenmiştir. Başta tasarım dünyasını çok heyecanlandıran ve deneye olanak tanıyan dijitalin bir süre sonunda tek düzelik, sınırlılık ve tekrardan ibaret hale gelmesi, sanal ortamın sorgulanıp; el yapımı, kendin yap, kağıt sanatı gibi oluşumları tetiklemesi ve kağıdı tekrardan bir fetiş haline getirmesi üzerinde araştırma yapılırken, özellikle tipografinin bu ortamda bir anlatım aracı olarak yükselişi, bir tasarım nesnesi olarak kendine yön ve alan bulması üzerinde durulmuştur.

Tezde öncelikle, tipografinin basılı sayfada özellikle dergi tasarımlarında, Avrupa'dan Amerika'ya göç eden Alexey Brodovitch'in metin-görsel ilişkisine

getirdiği yeni bakış açısı ve tipografinin grid sisteminden kurtulmaya başlamasındaki ilk adımlar incelenmiştir. Teknolojik olarak gelişen dünyanın değiştirdiği tipografinin, nasıl özgürleştiğine ve bu süreç içerisinde tipografinin dünyayı nasıl değiştirdiğine yanıt aranmıştır.

1. BÖLÜM

SANAT TASARIM ALIŞVERİŞİNDE TİPOGRAFİ

Günümüzde grafik tasarım ve tipografinin sanatla yarışır duruma gelmesinin ya da aralarındaki sınırların erimesinin temelleri, Endüstri Devrimi'nin, sonuçlarıyla ilişkili olduğu kadar, yaşanan dünya savaşlarının, toplumda ve bireylerde yarattığı etkilerle de ilişkilidir. Bu savaşlarla ümitsizliğe ve yalnızlığa itilen toplum içinde tasarımcılar, tüm değerlere ve geleneklere olan inancını yitirir ve geleneği reddedip yeni önermelerde bulunmayı tercih ederler. Endüstri Devrimi ile, bir nebze de olsa özgürleşen tipografi, bundan sonra dünya savaşlarının insanlar üzerindeki etkilerinin sonucu olarak, gelişen öncü sanat hareketleriyle (Fütürizm, Konstrüktivizm, Bauhaus⁸ vb.) beraber; teknolojik gelişmelerin ürünleri olan fotoğraf, fotomontaj ve fotodizginin sunduğu olanaklarla sınırlarının dışında bir dünyada var olmaya başlar.

Sanat-tasarım alışverişi içerisinde tipografinin nasıl değişim gösterdiği ve bu değişim içinde hangi aşamalardan geçtiği örnekler üzerinden bu bölümde irdelenmiştir. I. Dünya Savaşı ile birlikte ortaya çıkan ve gelenekleri sorgulayan Avangard Sanat Hareketlerinin sanat-tasarım alışverişinden yararlanmaları sonucu, deneyimledikleri tipografi ağırlıklı çalışmalarıyla tipografinin geleneksel kurallarını sorgulayışları tespit edilirken; bu alışverişin, Avangard Sanat Hareketleri'nden de önce, içinde bulunduğu dönemin kısıtlı baskı olanaklarını zorlayarak; George Herbert, Lewis Carroll ve Stéphane Mallarmé tarafından gerçekleştirilmiş olduğu belirlenmiştir. Bu alış-verişin Avangard Sanat Hareketleri içerisinde en yaygın biçimde gösterildiği çalışmaların, Fütürist Filippo Tommaso Marinetti'ye, Guillaume Apollinaire'e ve Konstrüktivist El Lissitzky'e ait olduğu; Bauhaus Tasarım Okulu'ndan ise László Moholy-Nagy ve adını Yeni Tipografi ile duyurmuş olan Jan Tschichold gibi sanatçı-tasarımcıların çalışmaları olduğu saptanmıştır.

⁸ Bauhaus: Sanat ve tasarım okulu Bauhaus, ünlü mimar Walter Gropius'un öncülüğünde 1919'da açılmıştır. Birinci Dünya Savaşı'nın ardından Bauhaus tasarıma taze bir yaklaşım getirmeyi amaçladı. Bauhaus tasarımları, ana renklerin kare, üçgen, daire gibi basit şekillerin kullanımıyla öne çıkar Ambrose, G., & Harris, P., **Görsel Tipografi Sözlüğü**, çev: B. Bayrak, Literatür, İstanbul, 2012, s. 39.

Avangard Sanat Hareketleri'yle oluşan sanat-tasarım alışverişinin göçlerle Amerika'ya taşınmasının neden olduğu, günümüzde de grafik tasarım dünyasını derinden etkileyen değişimler ve Avangard hareketleriyle ilişkili olan unsurlar, sanatçılar üzerinden sınırlandırılmıştır. Ayrıca, Amerikan Grafik Tasarımı'nın oluşmasında etkili olan alanlardan, sanat yönetmenliği ve dergi tasarımları üzerinde durulurken; sanat yönetmenliğinin gelişmesinde etkili olan uzmanlaşmanın, nasıl gerçekleştiği ve geliştiği tespit edilmiştir. Bu uzmanlaşmanın dergi tasarımlarındaki etkileri irdelenirken; dergilerin tipografik kurgusundaki yeni açılımlar ve bu dergilerde sanat yönetmeni olarak çalışan tasarımcılar araştırılmıştır. Bu tasarımcılarla birlikte anılan Amerikan Dışavurumcu Okulu ve İfadeci Tipografi örnekler üzerinden incelenmiştir.

1.1. Sanat-Tasarım Alışverişinde Sanatçı Tasarımcı ve Özgür Tipografi

I. Dünya Savaşı'nın yıkıcılığıyla geleneklere olan inancın ölmesi sonucu; toplumun, kuralların, sanatın ve kültürün sorgulandığı bir ortam oluşmuştur. Bu sorgulama ortamında teknolojinin de hızla ilerlemesine paralel, sanat ve tasarım uygulamalarında da bazı yenilikler meydana gelir. Sanatçı ve tasarımcılar yeni dünyanın yeni görüntülerini oluşturabilmek amacıyla, içinde bulundukları ortamı yeni teknolojik olanaklarla sorgulamaya başlarlar. Bunun sonucunda, yeni dünyanın yeni sanatının ancak Avangard Sanat Hareketleri'yle mümkün olacağını öngörürler.

Armstrong'a (2012) göre Avangard tasarımcılar:

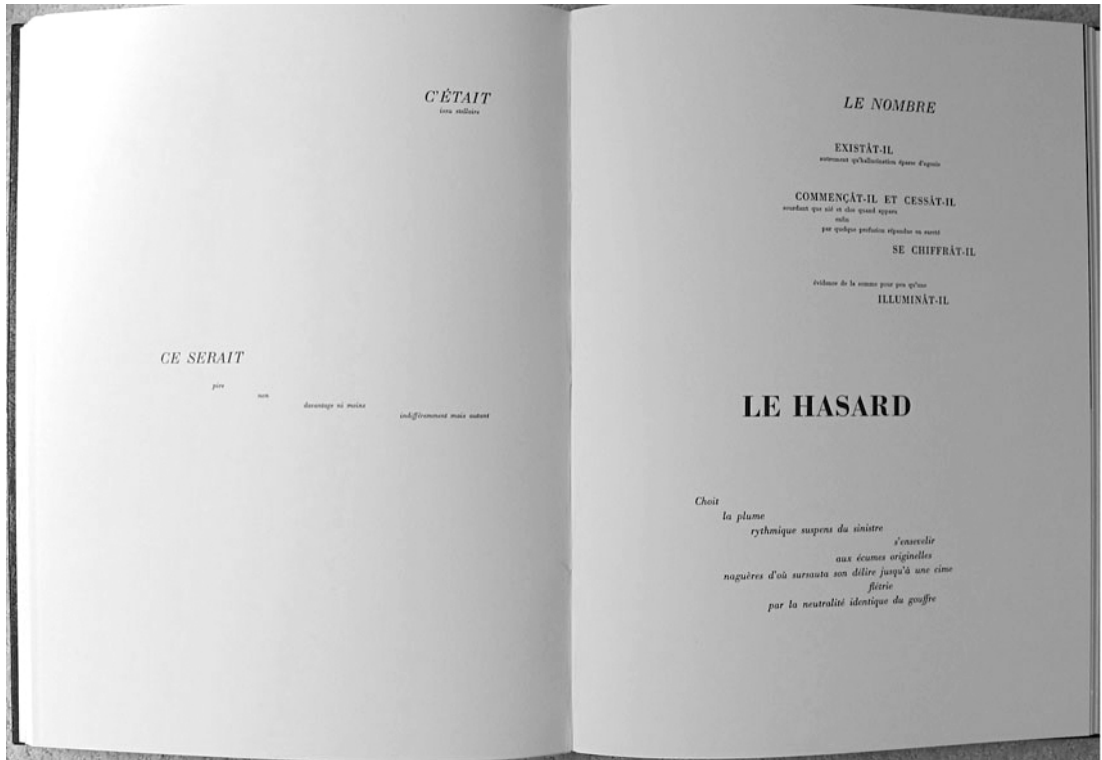
“Sanayileşme, teknolojik devrim ve dünya savaşının yarattığı kaosla çevrelenmiş olarak düzen ve anlam aradılar. Bu sanatçılar manifestolarla seslerini duyurdular ve yepyeni, çarpıcı bir görsel dağarcıkla afişler, kitaplar, dergiler ve harf karakterleri yarattılar. Şövaleleri terkedip, kitlesel iletişimi benimsediler. ... Bu modern dünyaya uygun, kirlenmemiş görsel biçimler keşfetmeye yöneldiler. Böyle deneyler yoluyla, asimetrik mizanpaj, etkin beyaz alan, seri tasarım, geometrik harf karakterleri, minimalizm, hiyerarşi, işlevsellik ve evrensellik gibi öğeleri keşfettiler.” (s. 19).

Endüstri Devrimi'nin getirdikleriyle bu devrime paralel olarak kendini gösteren Avangard Sanat Hareketleri; grafik tasarım ve tipografiye adeta esin kaynağı olmuş ve anlatımlarının bu doğrultuda güçlenmesini sağlamıştır. Bu sanat hareketlerini diğerlerinden ayıran grafik tasarım ve tipografiye kaynak olmasını sağlayan en önemli neden; endüstriyle gelişen ve değişen bu yeni dünyaya, yeni bir

sanat ve yeni bir görüntü yaratılması isteğidir. Avangard Sanat Hareketleri'ndeki bu yeni ve deneysel yaklaşımlar, grafik tasarımın gelişmesine, tipografide ise cesur denemelere ve yeni tarzların oluşmasına elverişli bir ortam sağlamıştır.

1.1.1. Zamanının Öncesindeki Tipografik Deneyler

Tipografi, sanat-tasarım alışverişi içerisinde kademeli olarak tasarım nesnesine dönüştürülmüş ve bu dönüşüm ilk olarak kendini Avangard Sanat Hareketleri'nde göstermiştir. Avangard Sanat Hareketleri içerisinde değerlendirilen ve Fütürist Manifesto'yu yazan Filippo Tommaso Marinetti ve Konstrüktivist El Lissitzky'nin kitap üzerine yazdığı manifestosundan çok daha önceleri, Stéphane Mallarmé tarafından modern tipografinin ilk yapı taşları atılmıştır.



Resim 1. Stéphane Mallarmé, “Un Coup de Dés Jamais N'Abolira Le Hasard”, şiir, 1914.

Kaynak: <http://limitededitionsclub.com/un-coup-de-des/>

Son erişim: 7 Mart 2014

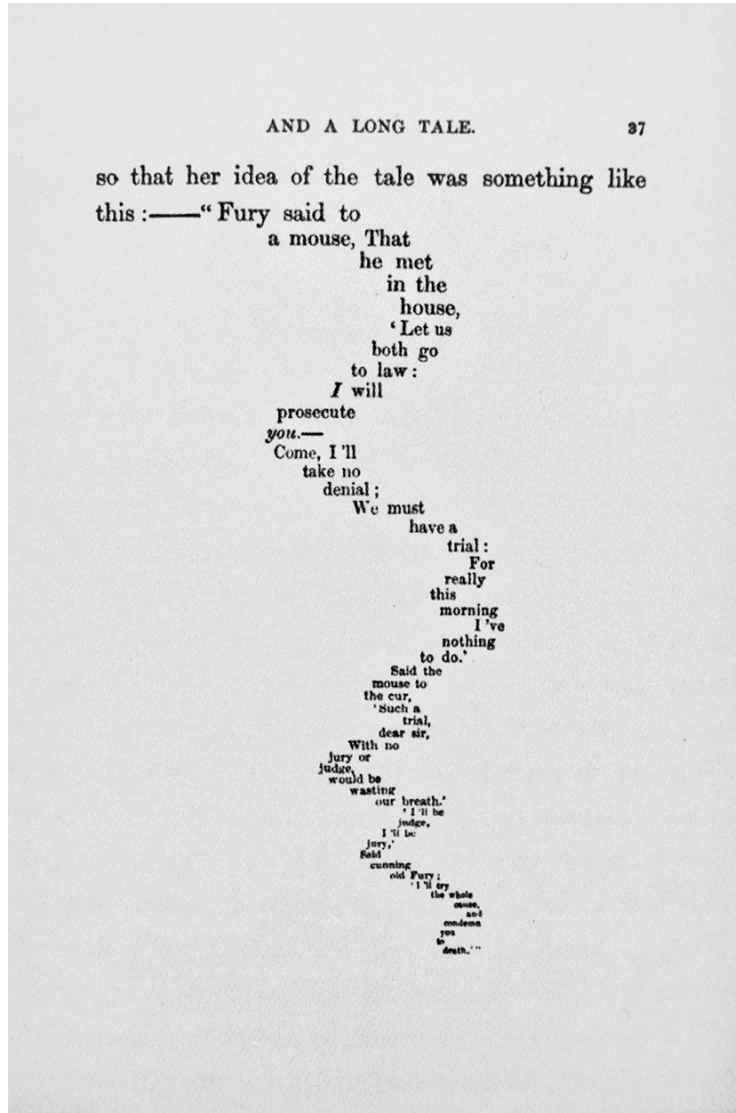
“Sanat tarihçisi Jaques Damase, 1966’da Cenevre’de yayınlanan “*Revolution typographique*” (Tipografik devrim) adlı kitabında Fransız şair ve eleştirmen Stéphane Mallarmé’yi (1842-1898) tipografideki modernist yaklaşımların öncüsü olarak gösterir” (akt. Becer, 2007, s. 27). Barthes (2006) ise Mallarmé’nin, Nesne-Yazın⁹’ın kuruluşunu bütün nesneleştirmelerin sonuncusu olan edimle, öldürmeyle taçlandığını söylerken; Mallarmé’nin tüm çabasının bu dili yıkmak üzerine olduğunu ve Yazın’ın bir bakıma ancak bu dilin cesedi sayıldığını belirtir (s. 13). Drucker, Mallarmé’nin figüratif kurgulu tasarımlarında; dokusal elemanların, görsel ve sözel ilişkileri içerisinde, anlamla adım adım bağ kurduğunu ve tüm ilişkilerin diğer formların izi ya da görseli olmaktan ziyade, kendi bütünlüklerini oluşturduğunu belirtir (akt. Bernstein, 2011).

Mallarmé’nin “*Un Coup de Dés Jamais N’Abolira Le Hasard*” (Bir Zar Atımı Asla Ortadan Kaldırmayacak Raslantıyı) (Resim 1) adlı şiirinin sayfa düzeninde; sayfaların tek tek değil de birlikte bir alan olarak tasarlanmasıyla geleneksel ve doğrusal metin yerini, yatay ve dikey hareketler ve farklı boyutlarda yazılar içeren, dinamik ve açık bir kompozisyona bırakır. Şiirde, okunuş ve önem sırasına göre farklı yazı karakterleri kullanılması, vurguyu ve etkiyi olabildiğince artırır. Sayfalarda beyaz alanlar, boşluğu ya da sessizliği simgelerken, bazı kelimeler ise bir merdiveni görselleştiriyormuşçasına ard arda birer çizgi olarak konumlandırılır. Kelimelerin birbirinden uzakta gruplar halinde kullanılması, onların yavaşça hareket ediyormuş gibi görünmelerini sağlar (Cramsie, 2010, s. 175-176).

Fransız şair Stéphane Mallarmé’nin, 1897’de Londra’da uluslararası edebiyat dergisi Cosmopolis’te yayımlanan, yirmi sayfadan oluşan ve birbirini takip eden sayfaların bir bütünmüş gibi düşünüldüğü “*Un Coup de Dés Jamais N’Abolira Le Hasard*” adlı şiiri üretmesini Twemlow (2008, s. 86), sayfa tasarımının semantik (anlambilim) potansiyelleri üzerine araştırma yapmak için deneyimlediği bir tasarım yolu olarak açıklarken; Drucker (akt. Bernstein, 2011), modernist görsel şiirselliğin ikna edici çalışmalarından biri olarak, sözel ve görsel/figüratif elemanların karşılıklı

⁹ Flaubert bir emek-değer ortaya çıkararak Yazın’ı kesin biçimde bir nesne olarak kurdu: Biçim bir çömlek ya da mücevher gibi bir “yapım”ın anlatımı oldu (yani yapım biçimin “gösterileni oldu, ilk kez bir gösterim olarak sunulup benimsetildi). Barthes, R., **Yazının Sıfır Derecesi**, 3. Baskı, çev: T. Yücel, Metis Yayınları, İstanbul, 2006, s. 13.

iletişimine yönelik, aydınlatıcı bir okuma-görme etkinliği olarak tarif eder. Hollis (1997) ise tipografinin geleneksel kurallarını yıkan, yirmi sayfalık “*Un Coup de Dés Jamais N'Abolira Le Hasard*” (Resim 1) ile bir kitabın açık iki sayfasını tek bir alanmış gibi görülebildiğini söyler.



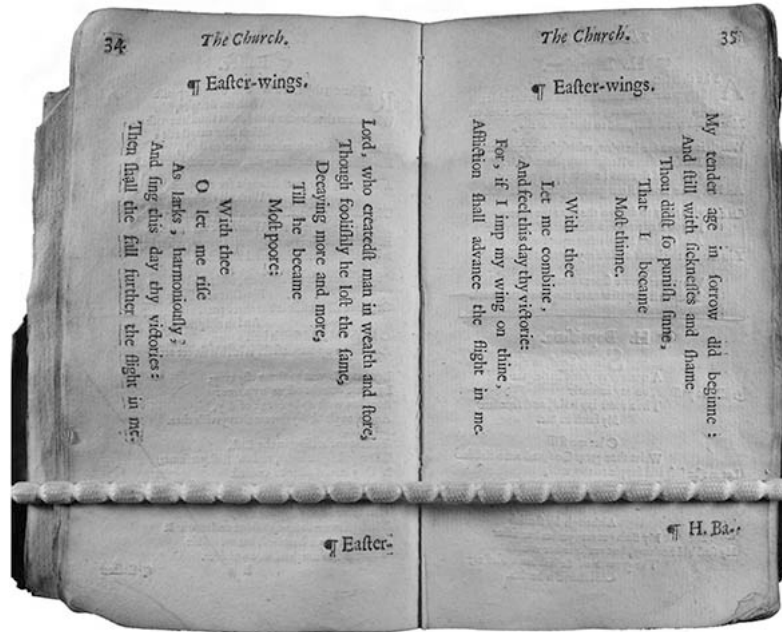
Resim 2. Lewis Carroll, “The Mouse’s Tale” (Fare’nin Masalı), ilk basılı versiyonu, “*Alice in Wonderland*” kitabının içinden, 1865.

Kaynak: Roxane Jubert, *Typography and Graphic Design: From Antiquity to the Present*, 2006, s. 135.

Mallarmé’nin 1897 yılında yazdığı “*Un Coup de Dés Jamais N'Abolira Le Hasard*” (Resim 1) şiirinin yer aldığı kitabındaki tasarım deneyinden önce, 1865

yılında Lewis Carroll, “*Alice in Wonderland*” (Alice Harikalar Diyarında) kitabının içindeki, “*The Mouse’s Tale*” (Fare’nin Masalı) (Resim 2) hikayesiyle bir görsel deneyim kurgular. Cramsie’ye (2010) göre bu kurgu Mallarmé’nin deneyiminden farklı olarak dekoratif bir görselleştirilmedir. Mallarmé’nin kurgusunda metnin anlamının ifade edilmesi görselleştirilirken, diğerinde anlamdan ziyade süslemeci bir tavır göze çarpar (s. 177).

Carroll’un “*The Mouse’s Tale*” hikayesi basılı sayfada, başlığın görselleştirilmiş hali olarak çıkar karşımıza. Hikayenin başlığı olan “*The Mouse’s Tale*”, metin dizilirken tıpkı; uzun, kıvrımlı ve giderek incelen bir fare kuyruğu şeklinde görselleştirilmiştir. Cramsie’nin de dediği gibi burada hikayenin içeriğinin ifadesinden ziyade dekoratif bir görselleştirme söz konusudur. Ancak yine de baskının sınırlayıcılığının esnetilmeye çalışıldığı bir örnek olarak, tasarlandığı yıllar için öncü bir deneyim sayılabilir.



Resim 3. George Herbert, “Easter-wings” (Paskalya Kanatları), 1633.
Kaynak: <http://www.flickr.com/photos/uofglibrary/5139063073/in/photostream/>
Son erişim: 7 Mart 2014

Bu süslemeci ancak öncü sayılabilecek görselleştirmelerden bir diğeri ise daha da eski bir tarihte deneyimlenir. “*Easter-wings*” (Paskalya Kanatları) (Resim 3), 1633 yılında George Herbert tarafından geleneklere uymayan bir yazı dizgisiyle kurgulanması açısından önem taşır. “*Easter-wings*” tarzı örnekleri yüzyıllar öncesinde el yazmalarında da görmek mümkündür (Cramsie, 2010, s. 177). Ancak George Herbert’ın tasarımı harufatla dizildiğinden ayrı bir öneme sahiptir.

Herbert, Carroll ve Mallarmé düşünce yapılarındaki farklılığı tasarımlarına yansıtmalarına (Resim 1, 2, 3) rağmen, teknolojik olanaksızlıklar nedeniyle sınırların dışına tam anlamıyla çıkabilmiş sayılmazlar. Basım teknolojisindeki olanaklar ya da olanaksızlıklar, Ambrose ve Harris’in (2012) de değindiği gibi, 18. yüzyılda gerçekleşen sanayileşme hamlesi, matbaacılığın da makineleşmesini sağlamasıyla; üretim miktarının artması, daha da önemlisi sürat kazanılmasıyla dizgi ve üretim süreçlerinde çarpıcı bir gelişme sağlar (s. 28).

1911 yılında ise, tüm tasarımları farklı bir boyuta taşıyacak daha önemli gelişmeler ard arda meydana gelir. Önce Linotype¹⁰ makinesinde aynı anda üç farklı yazı kalıbı seti (matris) kullanılabilir hale gelir ve bu durum farklı yazı karakterlerinin tek bir manivelayla basılmasını olanaklı kılar; daha sonra, yazı seti sayısının dörde çıkarılmasıyla o zamana kadar tahta kalıplar halinde hazırlanan başlık yazıları artık makineyle basılabilir hale gelir. Sonrasında da Ludlow tipografi firmasının geliştirdiği makineyle büyük boyutlu harflerin de matrisler yardımıyla mekanik olarak dizilebilir hale getirdiğini vurgulayan Becer, (2007, s. 26) “*Bu dönemde özellikle tipografi, tutucu düşüncelerden kurtarılarak radikal bir gelişim çizgisine oturtulmuş; deneysel olan cesaretlendirilirken, modern yaklaşımlara esas oluşturacak yeni bir dogmanın da temelleri atılmıştır*” diyerek, basım teknolojisinde gerçekleşen sistem değişikliklerinin, uygulamada deney imkanını artırarak yeni fikirlere kapı açtığının altını çizer.

Tipografinin geleneksel kurallardan ve baskının kısılcısından kurtulma çalışmalarının yazında (edebiyatta) meydana gelişi; George Herbert, Lewis Carroll

¹⁰ Linotype 1886 yılında oluşturulmuş mekanik bir dizgi sistemidir. Sözcükleri kağıt üzerine, elle dizmeden çok daha verimli bir şekilde, ucuz ve çabuk yerleştirir. Yüz harften daha fazla yazı içeren kurşun çubuklar ya da bloklar üretir. (makinenin ismi buradan geliyordu line[satır]-o-type[yazı]). Garfield, S., **Tam Benim Tipim**, çev: S. Gürses, Domingo, İstanbul, 2012, s. 239.

ve Stéphane Mallarmé’de açık bir şekilde görülür. Yazın, tipografisiz düşünölemeyeceğinden, tipografinin üzerinde yapılan deneylerin edebi eserlerle başlaması şaşırtıcı değildir. Şair ve yazarlarla başlayan tipografinin kurallarını esnetme çabaları, Avangard Sanat Hareketleri’nin makineleşmiş yeni dünyanın sözlerini ve görsellerini yaratmak istemeleriyle uç bir noktaya ulaşır. Bu hareketler makineleşmiş yeni dünyanın özgür sözlerini geleneksel kuralların yıkımında bulurlar.

1.1.2. Makineleşmiş Yeni Bir Dünyanın Özgür Sözcükleri

Tasarımın bugünkü anlamda bir yaratıcı etkinliğe dönüşmesi, teknolojik ilerlemelerin ve Endüstri Devrimi’nin yanı sıra gelişen sanat hareketlerinin de sayesinde olmuştur. Avangard Sanat Hareketleri’nden önce teknoloji, dünyayı ve dünyaya bakışı değiştirmiştir. Batı dünyasında teknolojik gelişmelerle meydana gelen köklü değişimlere paralel olarak ortaya çıkan bu yeni sanat hareketleri, mevcut sanat ve tasarım ortamını temelinden değiştirerek, endüstriyel bir dünya için yeni bir “dünya görüntüsü” ve yorumu getirmeyi amaçlamışlardır. Bu sanat hareketlerinin ifade aracı, çoğunlukla grafik tasarım ve tipografi olmuştur.

Harrison ve Wood (2011), 20. yüzyılın ilk 10 yılının, 19. yüzyıl kaynaklarından gelen bir dizi öğeyi yeni yüzyıla uyan bir senteze ulaştırma çabasının sonucu olarak, temeli “ifade”ye dayanan yeni bir sanatın oluştuğunu söylerler. Bu yeni sanatın temelindeki fikir, sanatçının bir “benliği” olduğu ve bunun ifade edebilirliğiydi. *“Avangard sanatçıları hem bu fikirleri hem de yaptıkları ve yaydıkları yapıntıları, kendilerinin sanayileşmiş, kentli toplumlarının değer ve önceliklerine olan eleştirel mesafelerini haklı çıkarmak üzere kullandılar.”* (s. 151).

Mehmet Yılmaz (2006), Avangard Sanat’ın ilk örneklerinden Fütürizm’in oluşumunu, İtalya’nın içinde bulunduğu siyasal sorunlar nedeniyle birlik oluşturamamasına bağlar. Bu yıllarda İtalya hızla savaşa hazırlanırken; bilimden sanata, siyasetten ekonomiye kadar, ülkesini her alanda yeniden Avrupa kültürünün ön saflarında görmek isteyen kalabalık bir sanatçı grubu oluşur. Bu sanatçılardan biri olan şair ve oyun yazarı Filippo Tommaso Marinetti (1876-1944), birçok idealist

gencin arzusunun, İtalyan burjuvazisinin yaratmaya çalıştığı toplumsal değerlerle birebir örtüştüğü düşüncesini şöyle dile getirmiştir:

“...İtalyan ulusu her alanda ş ahlânış a geçmeli, bu uğurda ş iddet dahil ne gerekiyorsa yapılmalıydı. Marinetti’nin gayet etkili ve heyecanlı bir dille kaleme aldığı Gelecekçi Bildirge, bu talebin bir özeti gibiydi:

- Biz yüzümüzü tehlike aş kına, enerjik davranış a ve korkusuzluğa çevirdik.
- Cesaret, pervasızlık ve devrim ş iirimizin temelleridir.
- Dünyanın ihtişamı yeni bir güzellik ile zenginleş iyor: Hız’ın güzelliği. ... (s. 79)

Fütürizm kelimesinin de tanımladığı gibi bu eylemin özünü, geleceğin farazi dünyasına yönelik bir özlem ve teknolojik geliş imin bitimsizliğine ilişkin bir inanç oluş muştur. “Fütüristler modern dünyanın getireceklerini olumlama ve geleceği idealize edip yüceltme konusunda diğer avangard eylemlere benzerler.” (Arredamento, 2001, s. 62). Dilek Bektaş (1999), 1909’da başlayan Fütürizm Sanat Hareketi’nin bilim ve endüstri toplumunun yeni gerçekleri karş ısında, tüm yerleş ik değerleri yıkmak üzere devrimci bir heyecanla; savaş coş kusunu, makine çağ ını, hız ı ve modern yaşam ı yücelten bir dünya görüş ü doğrultusunda ürün verdiğ ini söylerken, Maurizio Scudiero (The Italian Futurist Book, 1990) ise Colophon Galeri’de sergilenen Fütürist kitaplardaki kurguyu, yine Colophon Galerisi’nin web sayfasındaki “The Italian Futurist Book” yazısında, şöyle anlatır: “Savaş ın seslerini ve gürültülü çeş itliliğini betimlemek için yansıma seslerin geniş kullanımı yazının en belirgin özelliğini oluşturur.”

Fütüristler, Gutenberg’den bu yana kullanılan metal harf dizgisinin sayfada adeta “empoze ettiğı ” yatay ve çizgisel disiplini başarıyla alaş ağı eden ilk sanatç ılar olmaları açısından, grafik tasarım tarihi ve tipografi için önemlidirler. Becer (2007), Fütüristler’in matbaa disiplinini alaş ağı etmelerini şöyle anlatır:

“Yazar ve sanatçı kimlikleriyle basılı sayfayı bir matbaacı ya da dizgicinin gözüyle değil, alıcının (okuyucunun) bakış aç ısıyla ele alan Fütüristler; dizgicileri ikna ederek, zorlayarak, hatta yeri geldiğinde kandırarak, dinamik bir basılı imge yaratma uğ ruına tipografik elemanlarla özgürce oynamış lardır.” (s. 29-30).

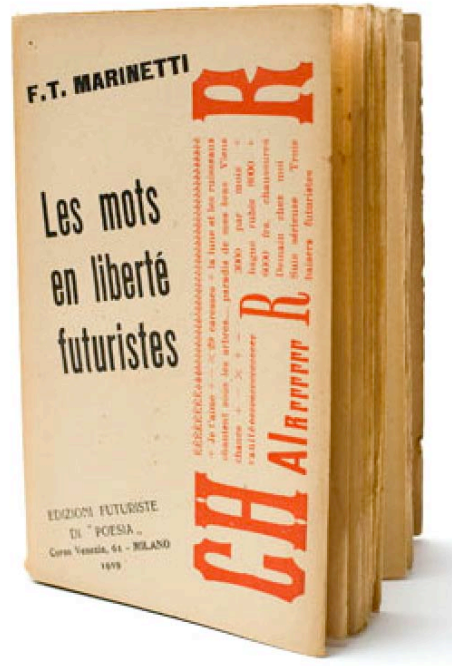
Armstrong (2012), Filippo Tommaso Marinetti’nin simetrik sayfaları parçaladığını ş u sözleriyle dile getirir: “Onu paramparça etti ve yazı parçaları, matbaa iş aretleri ve ilanlarla bir araya getirdi.” (s. 20). Marinetti’nin 1909’da Le Figaro’da yayımlanan ve gerçek bir devrim niteliğı taşıyan “Fütürist Manifesto”sunda, tipografide kontrast kavramını özellikle vurguladığını belirten

Becer (2007), tasarımlarda çok sayıda ve türde yazı karakterlerinin, farklı kalınlıklarının ve boyutlarının bir araya getirilmesiyle güçlü kompozisyonlar oluşturulurken; tipografide simetrik düzenleme ve satırlardaki yatay çizgiselliğe son verildiğini ve böylece sayfalara bir hareketlilik, canlılık duygusunun egemen olduğunun altını çizer (s. 30).

“Marinetti 1909 yılında Fütürist Manifesto’da şunları belirtir: “Kuraldan sıyrılmış imgelem deyince, söz dizimi kuralları ve noktalama diye bir şey söz konusu olmaksızın, birbiriyle ilişkisiz sözcüklerle dile getirilen imgenin ve benzeşimlerin mutlak özgürlüğünü anlıyorum... Benzeşim, farklı ve karşıt görünen birbirinden uzak şeyleri birbirine bağlayan sınırsız bir aşktır. ... Ayrıca, lirik coşkumuzun, keserek ya da uzatarak merkezlerini ya da uçlarını pekiştirerek, seslilerin ve sessizlerin sayısını çoğaltarak ya da azaltarak, sözcükleri özgür bir biçimde çarpıtması ya da biçimlendirmesi gerekiyor. Böylece, dışavurumlu özgür dediğim yeni yazım’a ulaşmış oluyoruz.” (Batur, Modernizmin Serüveni, 1998, s. 78).

1919 yılında, “*Les Mots En Liberté Futuristes*” (Fütürist Özgür Sözcükler) (Resim 4), adı altında yayınlanan, cep boyutundaki portfolyo, İtalyan şairi ve kuramcı Marinetti’nin yazı ve tipografik deneylerinin mini bir antolojisi niteliğindedir. Bu küçük portfolyodaki çalışmalarda Marinetti’nin tipografik deneyleri, 20. yüzyıl yaşamının gürültülü enerjisini temsil eden güçlü bir tekniği ortaya çıkarmıştır. Bu teknik, kitapta ustaca bir tasarım ve patlayıcı bir düzen içerisinde yerini alır.

Marinetti, “*A Letter from a Soldier to his Sweet Hearth in 1915*” (1915’te Bir Askerin Sevgilisine Mektubu) (Resim 5) eserinde, kelimelerin ve harflerin oluşturduğu şekillerle seslerin görselleştirilmesi üzerinde çalışır. Twemlow (2008), Marinetti’nin fütürist edebiyata ulaşmak için uyguladığı programın, kelimelerin grafik tasarımda görsel unsurlar olarak kullanılmasına yol açtığını belirtir (s. 86). Armstrong (2012), Marinetti’nin şiirini desteklemek için tipografiyi eğip büktüğünü (Resim 6) ve bu oyunun; iletilmek istenenin gürültüsünü, süratini ve şiddetini ortaya koyarak mesajı daha da güçlendirdiğini söyler. Ayrıca Marinetti’nin Fütürist edebiyata ulaşmak için uyguladığı programın, kelimelerin grafik tasarımda görsel unsurlar olarak kullanımı için pek çok yol açtığını da sözlerine ekler (s. 19-20).



Resim 4. Filippo Tommaso Marinetti, “Les Mots En Liberte Futuristes” (Fütürist Özgür Sözcükler) şiir kitabı, 1919.

Kaynak: <http://cdm.reed.edu/cdm4/artbooks/marinetti.php>

Son erişim: 08 Şubat 2014



Resim 5. Filippo Tommaso Marinetti, “A Letter from a Soldier to his Sweetheart in 1915” (1915’te Bir Askerin Sevgilisine Mektubu), 1915.

Kaynak: <http://cdm.reed.edu/cdm4/artbooks/marinetti.php>

Son erişim: 29 Ağustos 2013

Marinetti, “*A Letter from a Soldier to his Sweetheart in 1915*” (Resim 5) eserinde, tipografik unsurları zaman ve mekan yaratmak için kullanır. Görselleştirilen mektubun kendisi değildir aslında, mektubu okuyan sevgilinin; hissettikleri, düşünceleri ve aklında canlandırmaya çalıştıklarıdır. Sevgili, yaşadığı yoğun, karmaşık duygular içinde sevdiğinin mektubunu okurken düşüncelerinde savaşı canlandırır. Kelimelerin ve harflerin yoğun kontrast kullanımı; büyük, yüksek ve etkili (patlama gibi) sesleri görselleştirirken bir yandan da harf tekrarları, ateşlenen silahları ve çıkardığı sesleri tasvir eder. Bu eserde sevgilinin altta küçük bir şekilde görselleştirilmiş olması bize; savaşın büyüklüğünü, yıkıcılığını ve muazzamlığını gösterir niteliktedir.

bakımından kendilerini en iyi şekilde ifade edebilecekleri bir alana dönuşür. Böylece yeni dünyanın yeni sanatı, ifade araçlarının deneyimle örtüştüğü bir yol bulur.



Resim 7. Guillaume Apollinaire, “Il Pleut” (Yağmur Yağıyor), Kaligramlar, 1916.
Kaynak: Patick Cramsie, The History of Graphic Design: From the Invention of Writing to the Birth of Digital Design, 2010, s. 177.

Weill (2008), Avangardlar’ın bütün eylemlerinde reklamın öneminin bilincinde olarak; beyaz üzerine kırmızıyla hazırlanmış afişlerin kullanımında, el ilanları dağıtımında ve medyanın kullanılmasında gelecekçi ruha uygun düşen küresel bir estetik yaratmak istediklerini vurgular. Weill ayrıca, Guillaume Apollinaire’in 1917’de yayımladığı *Kaligramlar*’ının (Resim 7) ise sözler ve resimler arasında yeni bir bağ kurulmasının gerekliliğini gözler önüne serdiğini belirtir (s. 40).

Apollinaire’in *Kaligramlar*’ında yazının sadece okunmak için değil, aynı zamanda izlenmek için de yazılabileceği açık bir şekilde görülür. Yazıyı oluşturan harfler, sanki gökyüzünden yeryüzüne akan yağmur tanecikleri gibi

yerleştirilmişlerdir. Bu da izleyiciye şiirin yağmurla ilgili olduğunu söyleyen ön bilgilendirme gibidir. İzleyici ya da okuyucu İtalyanca bilmesede şiirde neden bahsedildiğinin bilgisine böylelikle sahip olur. Fütüristler'in politikayı ve endüstriyi karşı karşıya getiren enerjik kutlamalarını anlamak için, kişinin İtalyanca bilmesi şart değildir. Fütüristler, tipografinin sözselleştiği kadar, dışavurumcu bir görsel dil olduğunu da keşfederler. Kelimenin anlamını yorumlamak ve genişletmek için, yüksek görselliğe sahip şiirlerini, tipografik formlar ve kompozisyonlar oluşturmak için kullanırlar (McCoy, 2001, s. 3-4).

Katherine McCoy (2001), Modernist Devrimciler'in şiirleriyle tipografiyi sonunda bir görsel dil haline getirdiklerini söyler. McCoy, Modernist Devrimciler'in klasik yazı geleneğini kökten reddederek; tasvir ve dil yapılanmasında yeni yaklaşımlar keşfettiklerini ve son derece görsel olan tipografik biçim ve kompozisyonlardan oluşan şiirlerinin, kelimenin anlamını genişletmek ve açıklamak için kullandıklarının da üzerinde durur. Ayrıca McCoy, bu devrimcilerin dili ve görseli yapılandıran yeni girişimleri keşfettiklerini belirtir (s. 3-4). Bu çalışmalar, klasik metin geleneğine karşı, radikal bir başkaldırı niteliğindedir.

Fütüristler, çalışmalarında genel olarak savaşın karmaşasını ve yıkımını gözler önüne serebilmeyi amaçlamışlardır. Bu çalışmaları savaşa ve savaşın yol açtığı yıkıma övgü niteliği taşır; çünkü savaşın yıkım gücünün daha iyi bir dünya, daha iyi bir gelecek ve daha iyi bir sanat-tasarım ortamı yaratacağı düşüncesindedirler. Bu yıkıma paralel olarak sanatın ve tasarımın kuralları ile sanatın yuvası olan müzelerin yıkılmasının gerekliliğinin üzerinde dururlar. Yazım kuralları ve yazının sayfa üzerindeki kurgusunun kurallarına aykırı duran Fütüristler, sanat ve tasarım arasındaki ayrımı yok sayan ve bu ayrım üzerinde düşünülmesi gerektiğini vurgulayan öncülerdir (Armstrong, 2012, s. 21).

Fütüristler için modern sanat, makineyle yaşama övgü olarak şekillenirken, Konstrüktivistler içinse, hayatın inşasında gizlidir. Fütüristler, düzeni ne kadar yıkma çabası içindeyseler, Konstrüktivistler de bir o kadar yapılandırma çabasıındaydılar. Bu durum, Konstrüktivistler'in ürettikleri işlerde ve yayınladıkları manifestolarda açık bir şekilde görülür.

20. yüzyıl ile birlikte gelişen bilimsel teknoloji kültürünün ve Endüstri Devrimi'nin, manevi değerlerin yerine, çıkar ilişkilerini ve hızı getirdiğini söyleyen Bayav (2011), bu dönemde sanatçının yalnız kalması sonucu gelenekten koptuğunu belirtir. Bu bağlamda 20. yüzyılın başıyla beliren bireysel hareketlerin, yeniliği arayış bilinciyle sanattaki alışılmış tüm sınırları zorlamayı hedefleyen bir akımlar dönemini beraberinde getirdiğini sözlerine ekler (s. 39).

Sanatı, burjuva alışkanlıklarının sınırlarının dışında var edebilmek isteyen Fütüristler ve Konstrüktivistler, bağımsız ve yeni üretim formları arayışlarında, yeni dünyanın dili olarak kullanabilecekleri tipografi ve grafik elemanları keşfederler. Becer (2007) bu durumu: *“Erken modernist öncülerin basılı çalışmalardaki en tipik özellik, kitlesel medyanın konumuna ve edebi ve görsel formların geleneksel yapısına karşı başlatılan yıkıcı ve sistematik bir saldırıydı.”* (s. 34) sözleriyle destekler. Modernistler, basılı çalışmalarında dergileri, sadece fikirlerini daha geniş kitlelere duyurabilmek için değil aynı zamanda düşüncelerini gerçekleştirme imkanından dolayı da kullanırlar. *“Modernist öncüler düşüncelerini tasarladıkları dergiler aracılığıyla yayma yoluna gitmiş; dergi yayınlama fikri, modern sanat akımlarının tipografiyle yakınlaşmalarının en önemli nedeni olmuştur.”* (s. 33).

Dergiler, Modernistler'in adeta bir gösteri mecrasıdır. Fütüristler, içinde bulunulan toplum yapısına ve düzenine karşı çıkarken, Konstrüktivistler bunu da aşarak, sanat ve yaşam arasındaki farklılıkların yok olduğu bir yapı etrafında üretimlerini gerçekleştirmişlerdir. Bu üretimlerin ortak noktası ise kullandıkları dil, tipografi ve grafik tasarımıdır. Bektaş (1999), 20. yüzyılın başında meydana gelen ve Modern Sanat Hareketleri olarak adlandırılan yenilikler döneminde; şair, filozof, yazar ve sanatçıların beraberce, grafik tasarım için tamamiyle yeni bir görsel dil yarattıklarını ve çağımızdaki görsel iletişimi doğrudan etkilediklerini söyler.

Harrison ve Wood (2011), Modernleşme'ye iki çeşit tepki verildiğini söyler: Bazılarında insan yaşamının makinenin etkisine girmesi ve hızlı nüfus artışıyla birlikte yabancılaşma, karamsarlık ve kıyamet karışımına yol açarken, bazılarında ise tam tersi bir etki yaparak histerik bir canlılığa yol açmıştır. I. Dünya Savaşı'ndan hemen önceki yıllarda Marinetti'nin “Fütürizm” teriminde yakaladığı coşku bütün Avrupa kıtasında, Londra'dan Moskova'ya dek her yerde hissedilmiştir (s. 152-153).

Bu yenilikçi tavır Rus sanatçılar için kendi yaratıcı fikirlerini oluşturmada etkili olur. Fransız Kübizmi ile İtalyan Fütürizmi'nden etkilenen ve bunları benimseyen Rus sanatçılar, kendilerini Kübo-Fütürist olarak adlandırdıkları yeni bir sanat hareketi başlatırlar. Bu sanat hareketi, aralarında Konstrüktivizm'in de bulunduğu birçok sanat ve tasarım akımının doğuşuna ortam hazırlamıştır (Meggs, 1998, s. 262).

Rusya'nın 20. yüzyılın ikinci on yılında, I. Dünya Savaşı'nın ve Rusya Devrimi (Ekim Devrimi)'nin türbülansı içerisinde, 20. yüzyılın grafik tasarımı ve tipografisi üzerinde uluslararası etkisi olan yaratıcı sanatının filizlendiğini söyleyen Meggs, Rusya'nın içinde bulunduğu politik travma ortamını şöyle tarif eder: "*Çar II. Nicholas (1868-1918), suikastle tahttan indirilmiş, Rusya halk ayaklanmasıyla harap edilmiş ve Bolşevikler'in Kızıl Ordu'su 1920'de zaferle bu durumun içinden çıkmıştır.*" (1998, s. 262). Mehmet Yılmaz (2006), Rusya'nın yaratıcı sanatının, devrimle beraber gelişmiş sosyal bir sanat ve tasarım hareketi olduğunu şu sözlerle ifade eder: "*Eski olanı yıkmak ve yeni bir dünya kurmak: İşte, politikanın devrimcileri ile sanatın devrimcilerini birbirlerine yaklaştıran ortak ideal buydu.*" (s. 86). Becer (2011), Konstrüktivizm olarak anılan bu akımın; tırnaksız (sans serif) yazılar, geometrik kompozisyon ve bar adı verilen kalın şeritlerden oluşan temel biçimsel özelliklerinin olduğunu vurgular. Konstrüktivizm'in grafik tasarım alanındaki başlıca temsilcileri, Alexander Rodchenko ve El Lissitzky'dir (s. 103).

Lissitzky'nin Rus Devrimi'ni (1917) toplum için yeni bir başlangıç olarak gördüğünü söyleyen Meggs (1998), Lissitzky'nin Komünizm ve toplum mühendisliğinin yeni bir düzen yaratması gerekliliğine olan inancını şu sözleriyle aktarır: "*...teknoloji toplumun ihtiyaçlarını sağlamalıydı ve sanatçı/tasarımcılar (Lissitzky kendini inşacı olarak tanımlıyordu) insanlığa daha zengin bir toplum ve çevre sağlamak adına sanat ve teknoloji arasında bir birlik kurmalıydı.*" (s. 264).

Estetik problemlerin çözümünde işlevselliği ve teknoloji kullanımını ön plana çıkaran Konstrüktivist tavır, ilk örneklerini dinamik bir alan olan grafik tasarım alanında ortaya koyar. Meggs (1998), grafik tasarımın, sanat ve teknolojiyi bünyesinde birleştirip, çevreyi biçimlendirmede en etkili yöntem olacağı düşünüldüğü için seçildiğini öne sürer. Gelenekçi görüşlere karşı çıkan

Konstrüktivist tasarımcılar, devrim niteliğindeki köklü değişiklikler sonucunda, bir afiş ya da gazete tasarımını anımsatacak kadar yoğun görsel melzamerlerle kitap tasarlamış ve üretmişlerdir. Kitap üzerinde çalışan en önemli temsilci El Lissitzky'dir. Bir kitap için belki de vazgeçilmez tek unsur olan tipografinin amacını aştığı ve görüntü olarak başka mecralara gönderme (afiş gibi) yaptığı en güzel örnekleri El Lissitzky, Konstrüktivist akım içerisinde gerçekleştirmiştir (s. 264-265).

El Lissitzky 1926'da "Kitabımız"da şöyle diyordu: "Günümüzde kitleleri harekete geçiren fikre "materyalizm" deniyor ancak günümüzün durumunu betimleyen şey ise maddesizleşme. Örnek olarak: iletişim geliyor, yollanan mektup sayısı artıyor, kullanılan kağıt ve malzeme miktarı yükseliyor ve sonra telefon kullanımı bu yoğunluğu rahatlatıyor. Daha sonra iletişim ağı genişliyor, iletişim hacmi büyüyor ve bu yükü de radyo hafifletiyor. Kullanılan malzeme miktarı düşüyor, maddesizleşiyoruz ve yüklü malzemeler giderek serbest kalmış enerjiye dönüşüyor. Bu çağımızın işareti." (Armstrong, 2012, s. 26).

Avangard fikirlerin 1920'lerde Avrupa ve Amerika'da yayılmasını sağlayan ve akımın kıvılcımı olan El Lissitzky, Armstrong'a (2012) göre "Kitabımız"da, döneminin kitap tasarımındaki yeni araçları ele alırken; geleceğin dijital dünyasında gerçekleşecek maddesizleşmeyi de öngörür ve o günlerde kelime için iki boyut olduğunu söyler: Bir, ses olarak zamanın, iki, temsil olarak boşluğun işlevi. Yeni kitap kurgusunda bunların her ikisinin de olmaması gerektiğini savunur (s. 25-30).

Lissitzky, kitabı okunacak bir parça kağıttan daha fazlası olarak, bir tasarım nesnesi gibi düşünmüş ve bu doğrultuda onu yeniden yapılandırmak üzerinde durmuştur. Lissitzky, Almanya'da almış olduğu mimarlık eğitiminin de etkisiyle kitabın, "tipografik sistem yardımıyla inşa edilmiş mimari bir yapı" olduğunu da düşünmüştür. Bu düşüncelerle Lissitzky, Mayakovsky'nin "For the Voice" (Ses İçin) (Resim 8-9) adlı şiir kitabıyla, tipografik tasarımda yeni bir yaklaşımın öncülüğünü yapmış ve bir grafik tasarımcısı olarak, kitabı bütünüyle tipografik unsurlardan oluşturmuştur. Kitapta yer alan tüm elemanları görsel bir biçimde düzenleyerek kitabı bir binaymışçasına yeniden inşa etmiştir.

Meggs (1998), Lissitzky'nin, kitabı, dekore etmek yerine, bütünsel bir kavram ve görsel bir program doğrultusunda yapılandırmak gerektiğini savunduğunu söyler (s. 265). Lissitzky, Mayakovsky'nin "*For the Voices*" (Resim 8-9) şiir kitabı için yaptığı tasarımı bütünüyle tipografik unsurlardan oluşturmasıyla dikkat çeker. Becer (2007), kitaptaki bütün metinlerin geleneksel tipo baskı yöntemleriyle dizildiğine dikkat çekerken; bu kitapla birlikte, grafik tasarımda bir özgünlük ve anlaşılabilirlik dengesinin kurulabildiğine de vurgu yapar (s. 131-132).

Lissitzky "*For the Voice*" adlı kitapla birçok yeniliğe imza atar: Sayfayı yapılandırmada kullandığı metinleri, harfleri ve onların renklerini baskıda üst üste bindirmesi, yazı karakteri setinde bulunan ve dizgide kullanılan tüm malzemeleri figüratif bir şekilde bir araya getirmesi, şiiri oluşturan kelimelerin birbirleriyle ve sayfayla olan kontrastlık ilişkileri ve en önemlisi ise parmak fihristi kullanmasıdır. Parmak fihristi Lissitzky'nin, okuyucunun belirli bir şiiri kolaylıkla bulabilmesini sağlaması açısından bir şiir kitabı için büyük ve beklenmedik bir yeniliktir.

1923'te tipografi üzerine düşüncelerini, Merz'de yayınlanan "*Tipografinin Topografisi*" adlı makalesinde aktaran Lissitzky'e göre; "tipografi yüksek etkisinin ya da yararının üzerine çıkarılmalı: '*Konuşulan dilin dinamik yapısını aktaran*', '*dinamik, ifadeci bir yapı*' olmalıydı." Lissitzky makalede, yazınsal kompozisyonun, görsel ve ifadeci rolünü vurgulamıştır. Alışılmışın aksine, kitaptaki boş alanların organizasyonu ile ilgilenmiştir (akt. Jubert, 2006, s. 207).

Lissitzky'nin, çalışmalarını gerçekleştirmede, Gutenberg'in metal dizgi sisteminin uygun olmadığını düşündüğünü söyleyen Becer (2007), Lissitzky'nin, 1920'lerde tasarımda yeni ufuklar açan "*fotomekanik*¹¹" (photomechanic) yöntemini tasarımlarında kullandığına dikkat çeker. Bu yöntemin olanaklarının metal dizgiye oranla daha geniş olması sayfa üzerinde elemanların (özellikle tipografi) yerleştirilmesinde Lissitzky'e yeni ufuklar açtığını belirtir (s. 130).

¹¹ Fotomekanik: Yazı ve resimleri, fotoğraflama ve mekanik yöntemlerle hazırlanmış baskı kalıbı ile basmaya özgü (işlem). Gülsoy, **Reklam Terimleri ve Kavramları Sözlüğü**, Adam Yayınları, İstanbul, 1999, s. 386.

Margolin (1993), 1920'lerde reklamcılık (advertising)¹², tasarım ve tipografinin sanatla ilişkisinin Almanya'da yaygın bir şekilde tartışıldığını söylerken (s. 64); Becer (2007), bu dönemde grafik tasarımdaki yaratıcı düşüncelerle güzel sanatlar arasında daha önce rastlanmayan sıkı bir ilişki kurulduğunu; renk, soyutlama, form ve mekan konusunda ortak bir tartışma ve sorgulama zemini oluştuğunu belirtir (s. 111). Lissitzky, Süprematist resim dili ve tipografik iletişim arasında bağlantı kuran ilk sanatçı olması açısından önem taşır. Lissitzky'nin işlerinde resim, grafik tasarım ve tipografi dilini aynı anda kurgulayabiliyor olması, sanatçının 1921'de gerçekleştirdiği Berlin seyahatinde De Stijl, Bauhaus, Dada ve Konstrüktivizm ile ilişki kurmasına ve mükemmel Alman baskı imkanlarına erişebilmesine bağlanabilir (Meggs, 1998, s. 265).

Avangard Sanat Hareketleri, tipografiyle doğrudan ilişkili olduğu için (çünkü gelenekleri ve klasik anlamda sanatı / resmi reddediyorlardı) sanat-tasarım, imge-metin arasında bir köprü niteliği taşır. Avangardlar; grafiğin, sanatın ve tasarımın bir bütün olarak algılamının ve görmenin gerekliliği üzerinde durmuşlardır. Değişen/yenilenen ve zamanın gerekliliklerine cevap verecek şekilde yeniden üretilen sanat, grafik tasarım dediğimiz alanı, günümüzde de derinden etkileyecek güce sahip olması açısından önem taşır.

Ahu Antmen (2009), 1920'li yıllarda Rusya'da Konstrüktivizm ve Almanya'da Bauhaus Okulu çerçevesinde üretilen eserler kıyaslandığında; üretim süreçleri, malzemeleri ve geometrik biçimsellikleri açısından benzerlikler bulmanın söz konusu olduğunu söyler. Ayrıca herşeyden önce işlevselliğe önem veren bu yeni yaklaşımların, sanat olgusunun felsefesi ve terminolojisinde temelden bir değişimi öngördüklerini savunur. Bu değişimin kapısını açan kelimenin ise hem Rus Konstrüktivistler'i hem de Bauhaus sanatçıları için, sanatsal dışavurum yerine 'konstrüksiyon' olduğunu vurgular (s. 103).

¹² Advertising: İnsanları gönüllü olarak belirli bir davranışta bulunmaya ikna etmek, belirli bir düşünceye yönleltmek, dikkatlerini, bir ürüne, hizmete, fikir ya da kuruluşa çekmeye çalışmak, onunla ilgili bilgi vermek, ona ilişkin görüş ve tutumların değiştirmelerini veya belirli bir görüşü benimsemelerini sağlamak amacıyla oluşturulan; iletişim araçlarından yer ya da süre satın almak yoluyla sergilenen veya başka biçimlerde çoğaltılıp dağıtılan ve bir ücret karşılığında oluşturulduğu belli olan duyurudur. Gülsoy, T., **Reklam Terimleri ve Kavramları Sözlüğü**, Adam Yayınları, İstanbul, 1999, s. 8.

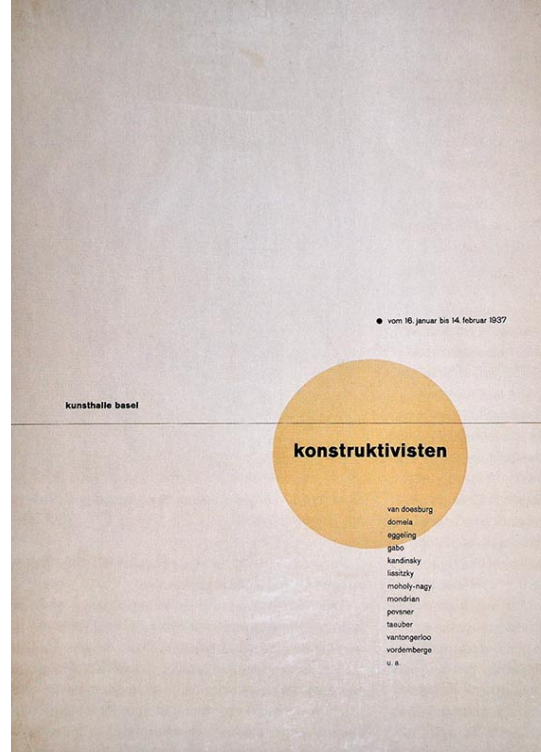
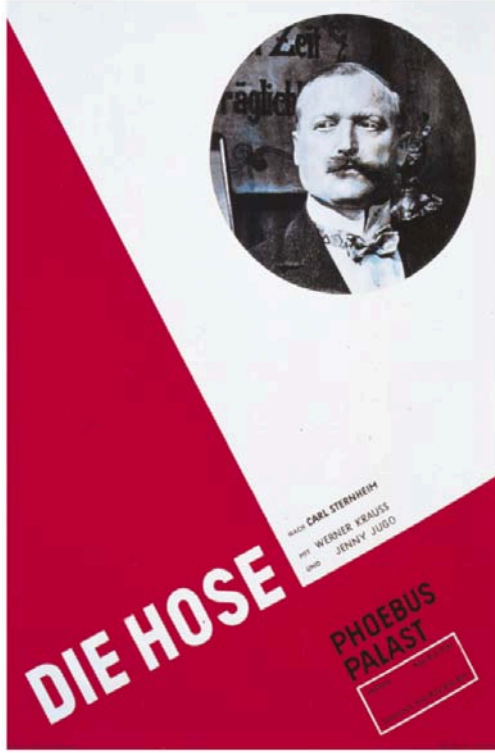


Resim 10. Jan Tschichold, “Die Neue Typographie” (Yeni Tipografi) el ilanı, 1928.
Kaynak: “Grafik Tasarım” Görsel İletişim Kültürü Dergisi, Mart 2008, sayı 18, s. 92.

Rus Konstrüktivizm’i ile Bauhaus’un yenilikçi tasarım yaklaşımları arasında bir sentez oluşturan Jan Tschichold (1902-1974), Konstrüktivist ilkeler doğrultusunda kuramlar geliştirerek, bunları “Yeni Tipografi¹³” (Resim 10) başlığı altında kitaplaştırır. Tschichold bu fikirlerini kusursuz bir şekilde uygulayarak geniş kitlelere tanıtır (Becer, 2007, s. 231; Öztuna, 2008, s. 90). Tasarımcıyı

13 Jan Tschichold’un (1902-1974) yayımladığı ‘Die Neue Typographie’ (Yeni Tipografi) 1928, sadelik, netlik ve işlevsellik düşüncesini, tırnaksız fontları ve asimetriyi öne çıkarır. Tschichold, materyalleri daha verimli kullanarak daha adil bir dünya oluşturmak düşüncesinden ilham almıştır. Buna büyük harflerin kullanılması da dahildir. Nazi Almanyası’ndan İsviçre’ye kaçan Tschichold, bazı erken dönem kuralcı düşüncelerini Nazizm ve Stalin’in kontrolcülüğüne çok benzediğini düşünerek terk etmiştir. Ambrose, G., & Harris, P., **Görsel Tipografi Sözlüğü**, çev: B. Bayrak, Literatür, İstanbul, 2012, s. 282.

çağdaşlarından ayıran en önemli özelliği “Yeni Tipografi” kitabını yazması değil, düşüncelerini uygulama fırsatı bulabilmiş olmasıdır. Tschichold, tasarımlarıyla Rus Devrimi’ni derinden anlamış ve uygulamış görünür.



Resim 11. Jan Tschichold, “Die Hose” (Pantolon) için sinema afişi, 1927.

Kaynak: http://www.moma.org/collection/object.php?object_id=8734

Son erişim: 07 Şubat 2014

Resim 12. Jan Tschichold, “Konstruktivism” (Konstrüktivizm) sergisi için afiş, 1937.

Kaynak: <http://www.designishistory.com/1920/jan-tschichold/>

Son erişim: 07 Şubat 2014

Tschichold, “Die Hose” (Pantolon) (Resim 11) afişinde, sayfayı kırmızı ve beyaz, simetrik olmayan dinamik iki alana ayırır. Düşmek üzereymişçesine gerilim yaratan beyaz boşluğu kırmızı alan durdurur; ancak kırmızı form içindeki beyaz yazı, kırmızı şekil tarafından durdurulan beyaz boşluğun sınırlarını kırar. Yazıların oluşturduğu biçim, kırmızı alana kontrast bir görsellikteyken, beyaz boşluğa da yön olarak zıtlık yaratır. Beyaz boşluk, bakışı aşağı doğru çekerken; yazıların yukarı doğru çıkmasını sağlar ve yukarıdaki daire içinde kullanılan resim bakışın son noktasıdır. Jan Tschichold, asimetric kurgusuyla sayfa yapısında dinamik, heyecanlı

ve bakışı yakalayan bir yapı oluşturur. Ayrıca Tschichold, “Konstruktivism” sergisi için tasarladığı afişte (Resim 12), sayfanın boşluğunun da yapıyı oluşturmada önemli olduğunu gösterir. Tasarımı oluşturan tipografi ve şekiller boşlukta daha da değer kazanır. Tschichold, “Konstürktivizm” afişinde boşluk sayesinde dingin bir anlatım yakalarken, tipografinin asimetrik düzeniyle de dinamik bir görüntü sergiler.



Resim 13. Piet Zwart, NKF (Hollanda Kablo Fabrikası) Kataloğu, 1927.

Kaynak:

http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Piet_Zwart,_Nederlandse_Kabel_Fabriek,_1927.jpg

Son erişim: 07 Şubat 2014



Resim 14. Piet Zwart, “NKF” Kataloğu, 1927-28.

Kaynak: http://www.iconofgraphics.com/zwart/large/piet_zwart_NKF7.jpg

Son erişim: 9 Mart 2014

Modern tipografinin öncülerinden olan Piet Zwart’ın, Yeni Tipografi’nin asimetrik kurgusunu ve Konstrüktivizm’in yapısalcı tavrının bileşimini (Resim 13) çalışmalarında görmek mümkündür. Zwart, 1919 yılında De Stijl ile tanışır ancak yıllar içinde bağımsız bir tasarımcı olarak kendini geliştirir ve anlatımında De Stijl’in sadece yalın renk anlayışı kalır. Zwart, sentezlediği tasarım anlayışını reklam işlerine taşıması açısından önem taşır.

Zwart’ın Konstrüktivizm’den oldukça etkilendiği, NKF (Hollanda Kablo Fabrikası) şirketi için yapmış olduğu çalışmalarda görülür (Resim 13-14). Bu çalışmalarda; spot renkler, temiz turnaksız (sans serif) tipografi ve foto-montaj kullanır. Mimar olarak bilinen Zwart, kendisini mimar ve tipografin birleşimi bir melez olarak görmeyi tercih ederdi (Design is History, 2009). Piet Zwart’ın 20’lerin sonları ve 30’larda yaptığı eserlerde; asimetrik kompozisyon, çağa daha uygun görünen spot ve transparan renk kullanımı kendini gösterir (Resim 15).



Resim 15. Piet Zwart, “Sinema” sanat kitapları serisinden “Komedi Sineması” kitabı kapak tasarımı, 222x175mm, 1931.

Kaynak: <http://www.cynephile.com/2010/09/piet-zwart-monografieen-over-filmkunst-1931/>

Son erişim: 9 Mart 2014

Zwart’ın geleneksel tipografinin duygusuz ve donuk “griliğine” karşı çıkarak; dinamik ve dikkat çekici bir kompozisyon yapısı içinde tipografik gelenekleri sorguladığını belirten Becer (2007), malzemeye yeni bir bakış açısıyla yaklaşan sanatçının, siyah formlarla beyaz sayfa arasında dinamik bir etkileşim oluşturduğunu belirtir (s. 225). Tipografi kullanımlarında, büyüklük ve harf kalınlıkları arasında canlı, güçlü ve ritme dayalı kontrastlar kurarak, boşluğu bir “gerilim alanı” haline dönüştürmeyi başarır (Resim 15).



Resim 16. László Moholy-Nagy, “Pneumatik”, tipofoto örneği, 1926.
Kaynak: <http://www.iconofgraphics.com/Laszlo-Moholy-Nagy/>
Son erişim: 07 Şubat 2014

“Yeni Tipografi” gibi kapsamlı hareketleri etkileyen László Moholy-Nagy, 1923’te, 28 yaşındayken Bauhaus’a gelir. Moholy-Nagy, bu meşhur sanat okulunu, teknoloji düşüncesinin şekillendirdiği sözleriyle doldurur. Bu Macar Konstrüktivist’in saplantılı tartışmaları, teknolojinin hem estetik hem de grafik uygulama alanlarında oynayacağı rolü yansıtır. Sözcük ve fotografik imgenin – fotogram, fotoplastik ve en önemlisi, tipofoto– bileşimi, onun zihninde metnin uçarı doğasının panzehiri olur (Resim 16). 1928’e kadar Bauhaus’ta kalan Moholy-Nagy, Yeni Tipografi gibi kapsamlı hareketleri etkiler. 1937’de Amerika Birleşik Devletleri’ne göç ederek, Chicago’da daha sonra Tasarım Enstitüsü adını alacak olan Yeni Bauhaus’u kurar (Armstrong, 2012, s. 32).

Nazi rejimi yüzünden 1940’larda Amerika’ya göç eden tasarımcılardan biri de Ladislav Sutnar’dır. Sutnar, diğerk göçmenler gibi Amerika’ya Konstrüktivist temelleri taşır. Sutnar, Modernistler’den öğrendikleriyle yeni bir tasarım sözlüğü ve anlayışının temelini oluşturabilmeyi amaçlar. Ancak ne bu sözlük, ne de bu yeni

tasarım anlayışı, katı tasarım kurallarının olduğu bir şey olmamalı ve sanat için sanat görüşüne varmalıdır. Bu düşüncelerle aslında Sutnar tasarımı anlatmaya çalışır. Onun için tasarım ne katı kuralları olan teknik bir şey, ne de sanat kadar kuralsız bir şeydir. Sutnar'ın çalışmaları, düşüncelerinin en iyi şekilde görselleştirilmiş aktarımını oluşturur. Bu çalışmalar aynı zamanda imge ve metin ilişkisinin sorgulanmasını da beraberinde getirir.



Resim 17. Ladislav Sutnar, G. B. Shaw'ın kitap kapakları için ceket tasarımı, Dekoratif Sanatlar Müzesi, Prag, 1930-3.

Kaynak: http://www.vam.ac.uk/vastatic/microsites/1331_modernism/artist_92_317.html

Son erişim: 24 Eylül 2013

Sutnar'ın, G. B. Shaw'ın kitap kapakları için 1930 ve 1933 yılları arasında yapmış olduğu ceket tasarımları (Resim 17), Modernistler'den öğrenilmiş olan yorumlayıcı tipografi ve asimetrik kompozisyonu kolaylıkla görebileceğimiz örneklerdir. Fotoğraf ve tipografinin kurgulanışı, birbirlerine göre

konumlandırılışları ve en önemlisi birbirlerini hem görsel, hem de içerik açısından güçlendirmeleri açısından önem taşır. Fotoğraf ve tipografi kesinlikle birbirinden ayrı düşünülmediği gibi; yazıyı fotoğraf, fotoğrafı ise yazı tamamlar. Kapaklardaki tipografi ve fotoğrafın asimetrik olarak kurgulanması, tasarım yüzeyini hareketli bir yapıya büründürür. Bu gibi tasarım kurguları, bize modern tipografinin sayfadaki kurgusunun hayata geçirilmiş halini gösterir.

Burcu Dünder (2011), 20'lerde ve 30'larda Amerika Birleşik Devletleri'ne göç eden Avrupalı tasarımcı ve tipografların (Moholy-Nagy ve Walter Gropius 1935, Herbert Bayer 1938, vb.), Amerika'da tasarımcı ve eğitimci olarak meslek hayatlarına devam ederken; Bauhaus ekolünün ve Jan Tschichold, El Lissitzky gibi 20. yüzyıl erken dönem Avangard sanatçı ve tasarımcılarının fikirlerinin bu ülkede yayılmasına da aracılık ettiklerini söyler (2011, s. 55).

Nazi baskısından kaçan sanatçı, tasarımcı ve kültür adamları, Amerika'nın bütün görsel sanatlarını ve tasarım anlayışını etkileyerek, grafik tasarımın reklamcılıktan ayrılması ve kendini bir alan olarak var edebilmesi açısından Amerikan Grafik Tasarım tarihi için çok önemlidir. Bu göçmen tasarımcılar öncelikli olarak, reklamcılık içerisinde imge-metin ilişkisi ve fotoğraf kullanımı gibi sorunlar üzerinde çalışırken; daha sonra reklamcılık içinde tasarımcının rolünün ne olduğunu sorgulamaları ve belirlemeleri gibi durumlarla, grafik tasarıma profesyonelleşmeyi de beraberlerinde getirmişlerdir. Sonrasında ise grafik tasarımın reklamcılıktan ayrılmasıyla Amerikan Grafik Tasarımı tam anlamıyla kendini var edebilmiştir.

1.2. Sanat-Tasarım Alışverişinin Amerikan Grafik Tasarımına Etkileri

Modern sanat ve tasarımın 1913 yılındaki "Armory Show"da Amerika'ya tanıtıldığını, ancak halk tarafından reddedildiğini söyleyen Meggs (1998), 1930'lara kadar Amerika'da grafik tasarımın, sadece geleneksel illüstrasyonun alanı olarak görüldüğünü ifade eder (s. 300). Helfand ve Drenttel (2002) ise grafik tasarımın, II. Dünya Savaşı'na kadar Amerika'da ticari sanat olarak bilindiğini ve bunun da baskıcılar ve dizgiciler tarafından yapıldığını belirtirken; grafik tasarımın, o dönemlerde bir sanat dalından çok bir meslek olarak görüldüğünü ve bir kişinin ya

da fikrin yaratıcı bir biçimde ifade edilişinden çok, yeni doğan bir ekonomik kültürün yansıması olduğunu belirtir (s. 4). McCoy (1990), Amerikan Grafik Tasarımı'nın doğuşunu ise çoğaltma teknolojilerinin gelişmesiyle fikir ve uygulamanın zamanla birbirinden ayrılması sonucunda kendiliğinden ortaya çıkan “uzmanlaşma”ya ve “Avrupa’dan göç alımı”na bağlar (s. 5).

Garfield (2012), 1930'lara kadar tipografinin; sayfada, reklamda ve kitapta nasıl durması, kurgulanması gerekliliği üzerine çetin tartışmalar yaşandığı üzerinde dururken, bu tartışmalara örnek olarak Beatrice Warde'nin söylemlerini gösterir. Warde'ye göre, tipografi Kristal Kadeh¹⁴ gibi görünmez olmalı ve içeriği görünür kılarken, fark edilmeyecek denli gösterişsiz olmalıdır (s. 63-67). Warde (akt. Garfield, 2012), tipografinin görevini şu sözlerle tanımlar: “...*düşünce, fikir ve görüntüleri bir akıldan başka bir akla aktarmasıdır. Tipografi biliminin bir ön kapısı varsa, budur işte.*” (s. 66). Warde, Surrey’de, dizgi makineleri ve yazı karakteri üreten öncü şirketlerden biri olan “Monotype Corporation”da halkla ilişkiler yöneticisi olarak, 1920 ve 30'larda şirketin yüzü ve sesi haline gelir. Warde'nin bakış açısı sınırlayıcı görünmekle birlikte; gösterişli olanla, ilginç ya da deneysel olanı da engeller. Warde, yazı karakterinin kendisinin de bir mesaj olabileceği düşüncesini görmezden gelirken, aynı zamanda heyecanı ve ilerlemeyi de engellemiş/öldürmüş olur (Garfield, 2012, s. 63-67). 1930'larda Avrupa’dan gelen göç dalgasıyla bütün bu tutucu görüşler rafa kaldırılır. Tipografinin nihayet sözselsel olduğu kadar, dışavurumcu bir görsel dil olduğu anlaşılır.

1.2.1. Sanat Yönetmenliği ve İmge Metin İlişkisinde Yenilikler

Avrupa’dan göç eden tasarımcılar tarafından, imge metin ilişkisindeki yeni kurguların Amerika’ya taşınması ve orada reklamcılık tarafından özümsemesiyle birlikte dergi tasarımlarında inanılmaz değişimler yaşanır. Meggs (1998), dergi tasarımlarındaki değişimleri üç tasarımcıya bağlar: Erté Romain de Tiroff (Resim 18), Dr. Mehemed Fehmy Agha (Resim 19, 20) ve Alexey Brodovitch (Resim 21,

¹⁴ Kristal Kadeh: Bu ünlü tipografi metaforu, Beatrice Warde’un daha sonra bir deneme olarak da yayınlanan 1930 tarihli konuşmasından alınmıştır. Warde’a göre tipografi çekici bir saydamlığa sahip olmalı ve kendi biçimine dikkat çekmeden mesajı net bir biçimde iletmelidir. Armstrong, H., **Grafik Tasarım Kuramı: Tasarım Alanından Okumalar**, çev: H. Y. Savaş Çekiç, Dü., & M. E. Uslu, Espas Sanat Kuram Yayınları, İstanbul, 2012, s. 145.

22). Bu tasarımcıların hepsi de editoryal tasarımlarla ilgilenir ya da moda dergilerinde çalışır (s. 302). Ancak dergi tasarımlarındaki değişimlerde etkili bir şekilde adından söz ettiren Alexey Brodovitch ve daha sonraki dönemde Otto Storch'tur. Her iki tasarımcının işlerinde de Avangard etkileri açık bir şekilde görmek mümkündür. Avangardlar'ın yarattığı fikirlerin çarpıştığı ve birleştiği bu reklamcılık ortamı, grafik tasarım endüstrisinin üzerine kurulduğu modern temeli yaratır.



Resim 18. Erté Romain de Tiroff, “Furs, Evening Gowns...” (Kürk, Abiye...) illüstre edilmiş 4 sayfadan ilki, 1924.

Kaynak: <http://hprints.com/item/47719/?u=2,4>

Son erişim: 23 Ekim 2013

Reklamcılık, çok farklı şekillerde tanımlansa da tasarımcıların ve reklamcıların (Albert Lasker, William Bernbac, Leo Burnett vb.) bulunduğu bir nokta vardır: “sattırmak!” (Elden, 2013, s. 136). Reklamcılık sayesinde grafik tasarım gündelik hayatın bir parçası haline gelir ve sanatlardan tasarıma geçiş yapılır.

Böylece basımcılığın odağı, yayımcılıktan reklamcılığa doğru gelişim gösterir (Hobsbawm, 2003). Bu değişimlere ek olarak baskı teknikleriyle birlikte tipografide ve grafik tasarımda yaşanan gelişmeler, tasarımcıları sayfa yapısında yenilikler deneyimleyebilmeleri için teşvik eder.

Briggs ve Burke'un (2004) değindiği gibi, “‘Endüstri Devrimi’ ve ‘İletişim Devrimi’ aynı sürecin parçaları olarak görülebilir.” (s. 129). Ulaşım alanında yaşanan devrimler (buharla çalışan makineler) pek çok alandaki ilerlemeyi hızlandırır. Ancak; radyo, televizyon, telgraf, telefon ve telsiz telgrafı gibi icatların 20. yüzyılı iletişim açısından çok farklı bir şekilde etkiler. Bu gelişmelerle birlikte baskı alanındaki yenilikler de artar ve beraberinde uzmanlaşmayı getirir. McCoy'un (2001) da dediği gibi; dizgicilik ve basımcılığın teknik üretim faaliyetlerinden fikir ve şekil vermeyi ayıran yeni çoğaltma teknolojilerinin ortaya çıkması, uzmanlaşmayı teşvik eder ve Amerikan Grafik Tasarımı'n doğuşu, uzmanlaşma ve göçlerle birlikte farklı fikir yapılanması sonucu sanat yönetmenliği üzerinden gerçekleşir (s. 5-6).

Naziler'in estirdikleri terör sonucu, mesleklerini Avrupa'da sürdürmelerine olanak kalmayan, içinde yazar ve kültür adamlarının da bulunduğu sanatçı ve tasarımcılar Amerika'ya göç ederler. Göçle gelen tasarımcıların, modern sanat ve tasarım anlayışını da beraberlerinde getirmeleriyle 1930'lara kadar Amerikan Grafik Tasarımı'nda hakim olan illüstrasyon geleneğine son verilmiş olur. Amerikalı tasarımcılar göçle gelen Avangard tasarımcılarla birlikte, Amerikan Grafik Tasarımı'nın doğuşunu gerçekleştirirler. Bu tasarımcılar, geleneklerin süratle kaybolduğu yeni bir dünyaya daha uygun görünen yorumlayıcı tipografi ve asimetrik kompozisyonu, Modernizm'in ikili yolları olan nesnellik ve belirsizlik içerisinde kurgular ve yeni bir tasarım dilini deneyimlerler. 20. yüzyıl başlarında modern sanat akımlarının yenilikçi düşüncelerinin basılı sayfa üzerinde kullanılmasıyla grafik tasarım ve tipografi alanında büyük bir değişim yaşanır. Buna ek olarak iletişim fikrinin merkezini oluşturan yorumlamanın, tasarımcının yapması gereken en önemli iş olduğunu da gösterirler.

Bu değişimlerin oluşmasını sağlayan göçmenler arasında tasarımcının rolünün yeniden tanımlanmasını sağlamaları açısından, Ladislav Sutnar ve Andrew Kner önemlidir. Bu tasarımcılar, reklamlarda kullanılan ağır bir edebi dille yazılmış

metinler yerine, reklam yönbilgisinin¹⁵ (brief) küçültülerek kopyalandığı metin kullanımını önerirler. Çünkü iletişim fikrinin merkezinde yorumlamanın olduğunu düşünen Sutnar ve Kner, tasarımcının, despot bir müşterinin kiraladığı bir işçi olmadığını, tasarımcının ancak mesajın yorumlayıcısı olabileceğini reklam metninde yaptıkları değişimle ispatladılar (McCoy, 2001, s. 6).

Tasarımcının yapması gereken en önemli işin, çalışmanın merkezi ve temelini oluşturan fikir olduğu, konsept ve uygulamanın birbirinden ayrılmasıyla gerçekleşir. Teknolojinin hızla ilerlemesi, giderek daha farklı ve komplike fikirleri uygulamaya izin vermesi, tasarımcıların konsept üzerine daha fazla yoğunlaşmalarını sağlar. Teknolojinin ilerlemesini her alanda göstermesiyle rekabet ortamı oluşur ve üreticiler ürünlerini daha çok satabilmek için diğerlerinin önüne geçebilecekleri reklamları tercih eder. Tasarımcıları zorlayan bu durum, beraberinde profesyonelleşmeyi de getirir. Böyle bir ortamda uzmanlaşmanın daha da artması ve derinleşmesi sanat yönetmenliği teriminin oluşmasını sağlar.

Uzmanlaşmayla birlikte orataya çıkan sanat yönetmenliği sayesinde tasarımcıların görev tanımı yeniden oluşturulur. Bundan böyle tasarımcılar, işin sadece fikir kısmıyla ve onun en doğru bir şekilde kurgulanmasıyla ilgilenmelidirler. Rand'ın dediği gibi: *“Tasarım, şekil ve içeriğin manipülasyonudur. İçerik fikirdir. Şekil, bu fikirle ne yaptığınızdır. Onunla nasıl uğraştığınızdır.”* (Heller & Pettit, 2002, s. 4). Sanat yönetmeni adı altında çalışan tasarımcıların, tasarımın bütün olarak oluşturulmasıyla ilgilenmeleri, üretimler için de olumlu etkiler yaratır.

“Art Director” (Sanat Yönetmeni) terimi, 1920’lerin sonlarına doğru özellikle dergicilikte ortaya çıkmıştır. Mehemed Fehmy Agha sanat yönetmeni olarak Vogue’da 1928’den 1943’e kadar ve Alexey Brodovitch ise Harper’s Bazaar’da 1934’ten 1958’e kadar çalışmışlardır. Her ikisinin de sanat yönetmenliğinin yükselişinde ve moda dergilerinin yeniden tasarlanmasında büyük etkileri olmuştur (Lupton & Miller, 2004, s. 189) (Yu, 2013).

¹⁵ Reklam Yönbilgisi: Reklam verenin, reklam kampanyasının oluşturulmasına ve uygulanmasına yol göstermesi amacıyla reklam ajansına ilettiği yazılı ya da sözlü açıklama. Gülsoy, T., **Reklam Terimleri ve Kavramları Sözlüğü**, Adam Yayınları, İstanbul, 1999, s. 57.

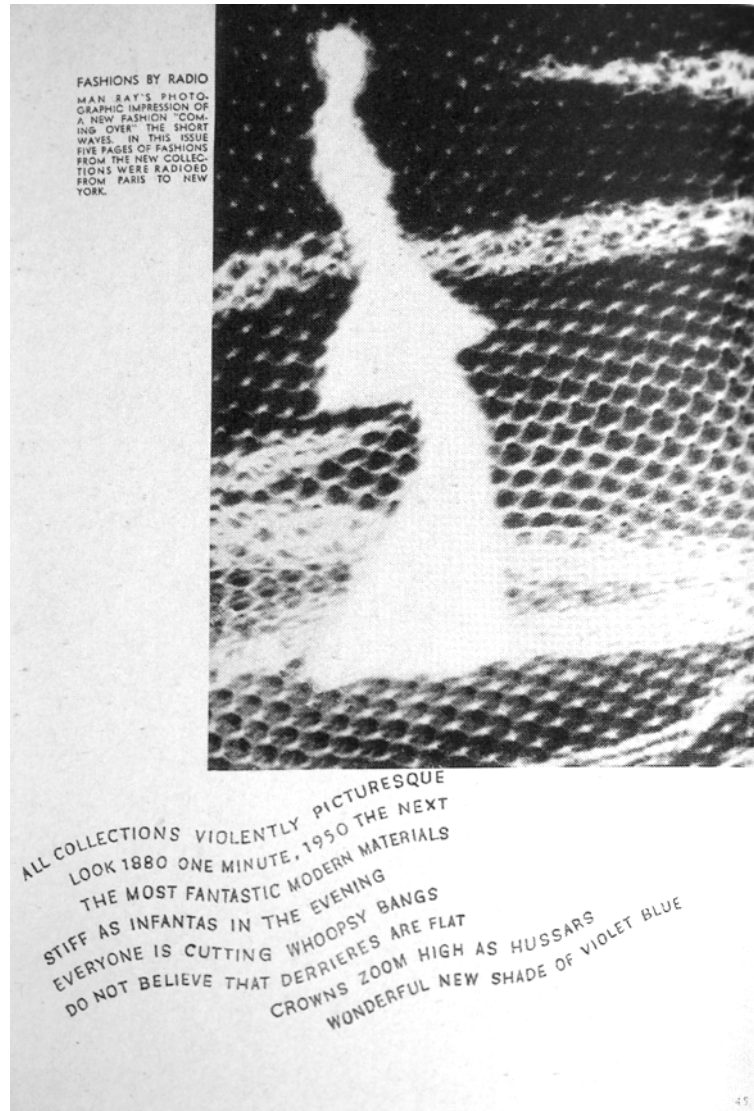


Resim 19. Mehemed Fehmy Agha, “Vogue” dergisi sayfa tasarımı, Temmuz, 1932.
Kaynak: <http://www.strikingly.com/redefining#gallery>
Son erişim: 23 Ekim 2013



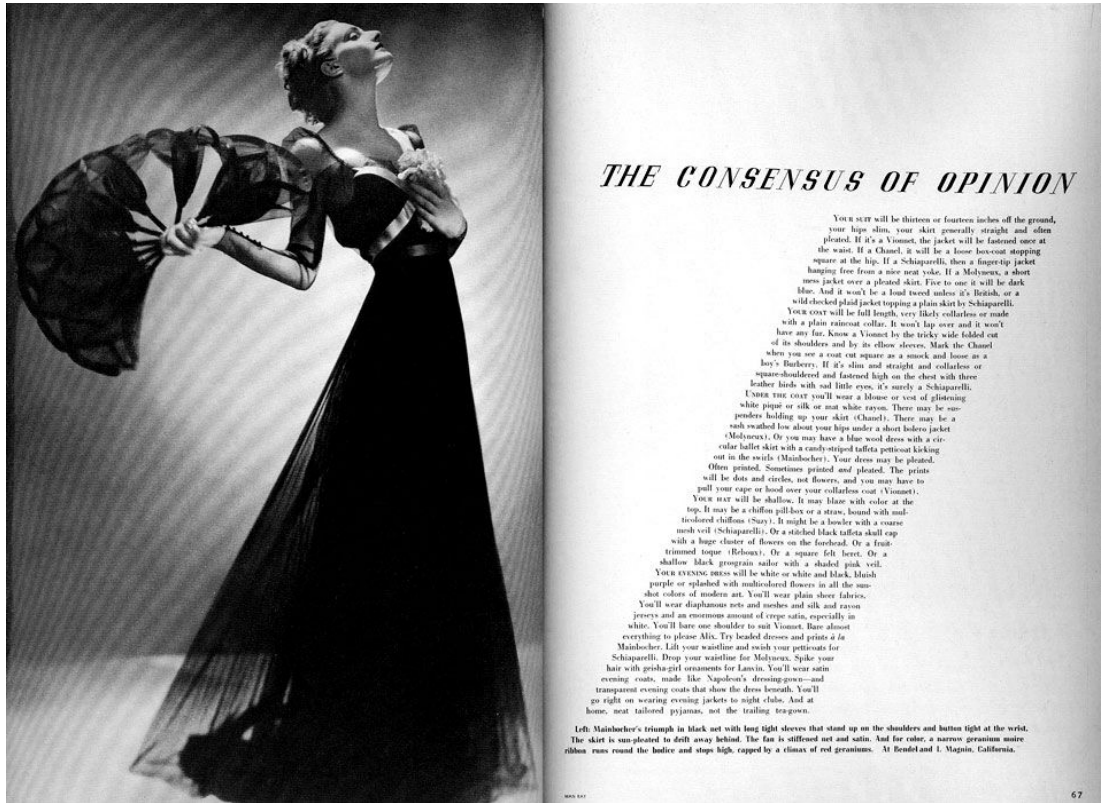
Resim 20. Mehemed Fehmy Agha, “Vanity Fair” gift sayfa tasarımı, 1936.
Kaynak: Graphic Design A Concise History, Richard Hollis, Thames & Hudson; 2. baskı (20 Ağustos 2001) Londra, UK.

Alexey Brodovitch ve Mehemed Fehmy Agha'nın (Resim 19, 20) tipografi ve layout düzenini ve kurallarını alt üst ettiği, tasarımda ve tipografinin kurgulanmasında yeni bir çağ açan işlerini önce Vogue (Resim 19), daha sonra Harpar's Bazaar dergisinin sayfalarında görmek mümkündür. Vogue dergisinde sanat yönetmenliği yapan Dr. Agha, Meggs'e (1998) göre ilk eğitilmiş ve deneyimli sanat yönetmeni olması açısından önemlidir (s. 303).



Resim 21. Alexey Brodovitch, "Harper's Bazaar" sayfa tasarımı, 1934.
Kaynak: A History of Graphic Design, Philip B. Meggs, 1998, s. 304.

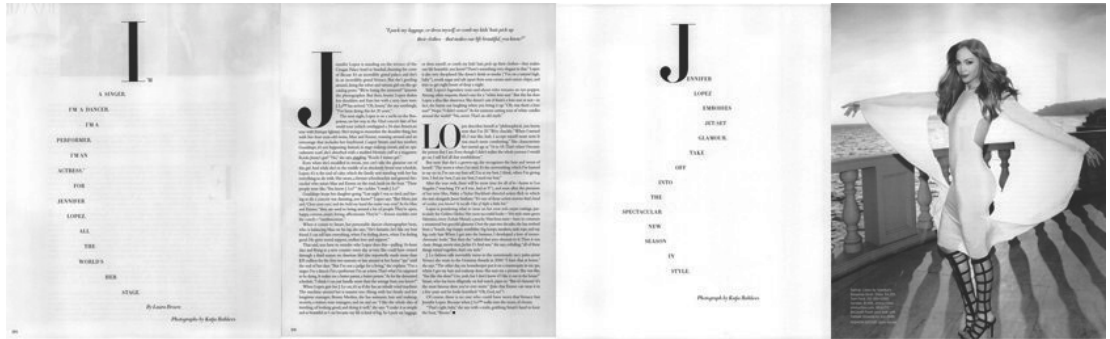
Hollis'e (1997, s. 98) göre Agha, sayfa tasarımında iki sayfayı tek bir sayfa (Resim 20) gibi gören ilk kişi olması açısından, tasarım tarihinde büyük bir öneme sahiptir. Ancak unutulmamalıdır ki Fütürist sanatçı Stéphane Mallarmé yirmi sayfalık şiiri olan "Bir Zar Atımı Asla Ortadan Kaldırmayacak Raslantıyı" (Resim 1), Agha'nın iki sayfayı bir sayfa gibi görüp tasarlamasından çok önce 1897'de düşünüp uygulamıştır. Bu da Avangard sanatın etkilerinin boyutunu gözler önüne serer. 30'ların başında Mehemed Fehmy Agha'nın Vogue (Resim 20) dergisinde ilk denemelerini yaptığı sayfa tasarımları, klasik layout düzenini ve kurallarını bozma deneyimleri olarak Alexey Brodovitch'e yol göstericidir. Brodovitch'in bu kuralları bozma oyununda tasarladığı sayfalar (Resim 21, 22) figüratif tipografinin geliştirilmesine olanak sağlamıştır.



Resim 22. Alexey Brodovitch (sanat yönetmeni), "Harper's Bazaar" çift sayfa tasarımı, Mart 1936.
Kaynak: <http://www.strikingly.com/redefining#gallery>
Son erişim: 23 Ekim 2013

Brodovitch, Fütürizm ve Konstüktivizm gibi Modern Sanat Akımları'nın sayfayı oluşturan elemanların (özellikle yazının / tipografinin) özgürleşmesi için çalıştıklarını bilmesi ve bunları sayfa tasarımına çok kolay bir şekilde uygulayabilmesi sayesinde, sayfa düzeni (layout) tasarımında yeni biçim ve anlamlar yaratmada oldukça başarılı olur. Bu akımları özümsemiş olan Brodovitch, standart sayfa yapısını (grid sistemine dayanan layout düzenini) fotodizginin yardımıyla geliştirir, gelenekleri kırar ve “*Figüratif Tipografi*” (Expressive Typography) (Resim 21, 22) denilen yeni bir dönem başlatır. Fotodizginin yardımıyla fotoğraf ve metni yüzey üzerinde kurgulamak daha kolay hale gelir, olasılıklar ve alternatifler artar.

O güne kadar bütün basılı ürünlerde görsel ve tipografinin yerleri ve durumları belliyken, Alexey Brodovitch ile yeni bir çağ başlar. Brodovitch, görsel ve yazı birlikteliğini o güne kadar görülmemiş bir tarzda oluşturur. Görselle yazı birbiri içine geçer, belirlenen sınırlar aşılar ve grid sistemi görece olarak bozulmaya başlar. Sayfa düzeni belirlenmiş katı kurallardan sıyrılır ve sayfaya hareket gelir.



Resim 23. “Harper’s Bazaar” sayfa tasarımı, Şubat 2013.

Kaynak: <http://www.strikingly.com/redefining#gallery>

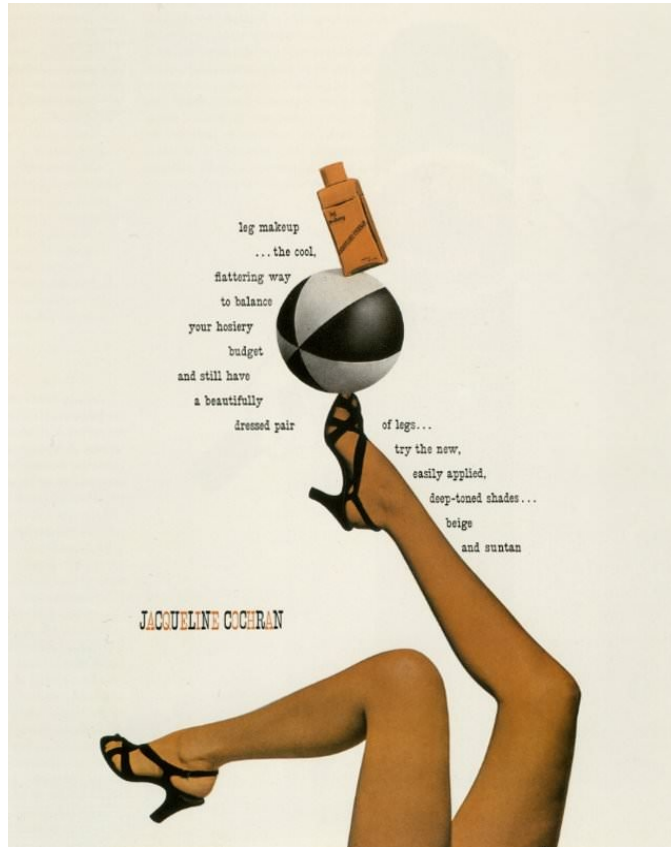
Son erişim: 23 Ekim 2013

Brodovitch, Modern Sanat Akımları'nı dergi tasarımlarına taşımasıyla günümüzde de hala kullanılmakta olan figüratif tipografinin dergi sayfalarındaki ilk görsellerini oluşturur. Harper’s Bazaar dergisinin Şubat 2013 sayısındaki sayfa tasarımlarında (Resim 23), Brodovitch’in esin kaynağı olduğu görülebilir. Brodovitch, tipografinin düzenlenmesinde yeni oluşumlarla ilgilenirken, aynı zamanda bütünü de gözden kaçırmadan sayfaların birbirini ritmik bir biçimde takip

etmesini sağlar. Sayfayı oluşturan tasarım elemanlarının sadece tipografi ve fotoğraftan ibaret olmadığını, sayfayı oluşturan kağıdın da boşluk olarak bir değerinin olduğunu gösterir.

Brodovitch'in çalışmalarındaki resim ve yazının dağılımından, "müzikal bir his" alınır; temiz ve açık sayfalar üzerindeki keskin tipografi aşkı ve beyaz alan tutkusuyla editorial tasarıma yaklaşım üzerine yeniden düşünülmesini sağlar. Ayrıca Brodovitch, tasarımcılara fotoğrafı nasıl kullanacaklarını sorgulatması açısından da önem taşır (Resim 21, 22) (Meggs, 1998, s. 303).

Avrupa'dan Nazi baskısıyla göç eden tasarımcılar, birçok genç Amerikalı tasarımcı üzerinde etkili olur. Bu Amerikalı tasarımcılar arasında Paul Rand ve Bradbury Thompson ilk sıradadır. Bu tasarımcılar 1950'lerde grafik tasarım anlayışları yeterince olgunlaştığında; kompozisyon, fotoğraf ve imge-metin ilişkisinde yeni yaklaşımlar getirirler.



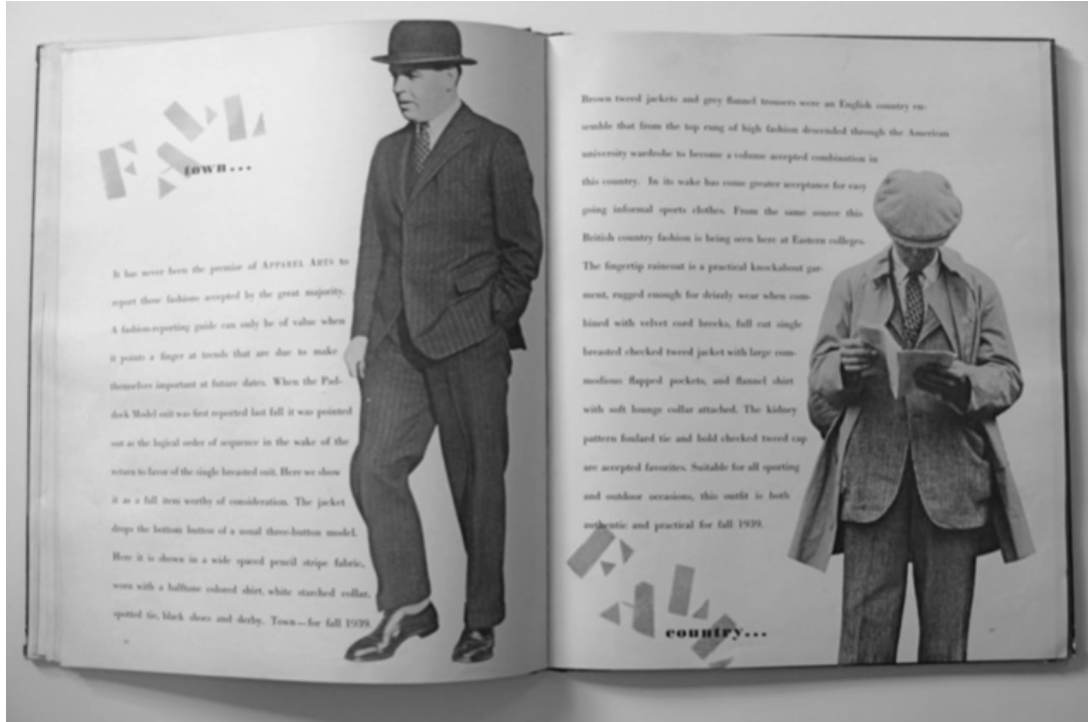
Resim 24. Paul Rand, "Jacqueline Cochran" tanıtım ilanı, 1943-1946.

Kaynak: <http://www.iconofgraphics.com/Paul-Rand/>

Son erişim: 18 Ekim 2013

Şekil-içerik (fikir), imge-metin (tipografi) ilişkisini, Heller ve Pettit’e (2002) verdiği bir ropörtajda, Paul Rand şöyle yorumlar:

“Sanat ilişkilerdir. Tüm sanat dalları ilişkiler üzerine kuruludur. Tasarımda ilişkiler üzerine kuruludur. Şekil ve içerik arasındaki ilişkidir. İçerik ana fikirdir. Şekil fikre nasıl yaklaştığınızdır. Onunla ne yaptığınız tasarımın anlamıdır. Şekille içerik arasındaki çelişkidir. Şekil sorun yaratır. Nasıl yapacaksınız, nasıl göstereceksiniz, nasıl düşüneceksiniz, nasıl konuşacaksınız, nasıl dans edeceksiniz... burda koreografi içeriktir, dansın kendisidir ...” (s. 4).



Resim 25. Paul Rand, “Apparel Arts”tan sayfalar, Mart 1939.

Kaynak: [http://www.paul-rand.com/foundation/editorial/#prettyPhoto\[apparelArts\]/16/](http://www.paul-rand.com/foundation/editorial/#prettyPhoto[apparelArts]/16/)

Son erişim: 28 Ocak 2014

1930’ların başında, Avrupalı modernlerin sadık bir takipçisi haline gelen Rand, onlardan öğrendiği ekonomik ve işlevsel yöntemleri, editoryal tasarımlarını yaptığı “Esquire” ve “Apparel Arts” (Resim 25) dergilerinde kullanır. Rand, 1941’de William H. Wentraub Reklam Ajansı’na şef sanat yönetmeni olarak katılır ve ajans müşterileri için zeka, mizah ve sanat temelli estetiklerin eşsiz bir karışımından oluşan tasarımlarıyla Amerikan reklamcılığının duygusunu ve görüntüsünü değiştirmeye devam eder (Heller & Pettit, 1998, s. 9).



Resim 26. Paul Rand, “No Way Out” afişi, 1950.

Kaynak: <http://images.moviepostershop.com/no-way-out-movie-poster-1950-1020202536.jpg>

Son erişim: 9 Mart 2014

Rand, basın ilanları hazırlarken, her ürün için ayrı bir çözüm üretmesi nedeniyle diğer tasarımcılardan ayrılır (Resim 24, 25, 26). Tasarlayacağı kampanya onun için bir problemdir ve her kampanyanın farklı bir çözümü vardır. İlanlarda o günün tercihi olan alışılmış kaligrafik fontların¹⁶ yerine Futura¹⁷ kullanmayı tercih eden Rand’ın tasarımları, diğer tasarımcılara göre daha sadedir ve gözü daha çabuk yakalayan bir yapıdadır (Resim 27). Rand’ın tasarladığı ilanlar, büyük ve küçük olmak üzere iki yapı malzemesine ayrılır. Büyük kütleyi dikkat çekmek için

¹⁶ Font: Matbaada yazı kalıplarına verilen isim, günümüzde yazı karakterleri için kullanılır.

¹⁷ Futura, geometrik şekillere dayalı turnaksız (sans serif) bir yazı karakteridir.

konumlandırıran Rand, küçük kütleyi ise daha yakın bir dikkate ihtiyaç duyması açısından kullanır. Rand, işlerinde mizahı kullanmayı tercih edişini şöyle açıklar: “...kişilerin mizah içeren bir ilanı hatırlaması daha kolaydır. Mizah; sevimli, sempatik ve samimidir.” (Heller, 2004, s. 55; McAlhone & Stuart, 2005, s. 212).



Resim 27. Paul Rand, “Prejudices, A Selection”, Kitap Kapağı, 1958.
Kaynak: <http://www.flickr.com/photos/sllab/2818297219/>
Son erişim: 28 Ocak 2014

Rand ilanlarına ek olarak kitap kapağı tasarımlarında; buluntu nesneleri, kesilmiş kağıtları ve minimal tipografi kullanmayı severdi. Tipografi kurgularında sadece en kullanışlı turnaklı (serif) ve turnaksız (sans serif) yazı karakterlerini kullanırken, sıcaklık yaratmasının yanı sıra ekonomik olduğu için de el yazısını tercih ederdi (Resim 27) (Heller, 1997).

Oyunlu bir tarzı olmasına rağmen Rand, mesajını akılda kalıcı, doğrudan ve en hızlı bir şekilde ileticek işlere imza atar. Bu deneyci tasarımcıların deneme olanaklarının genişlemesi teknolojik yeniliklere bağlanabilir. Bu yeniliklerden biri de fotodizgidir. Fotodizgi, 1930’larda bilinmesi ve kullanılmasına rağmen tam

anlamıyla yaygınlaşması 1940'ların sonlarını bulur. 1949 yılında kullanılmaya başlanan “fotodizgi” yazının da fotoğraf gibi, doğrudan ofset plakası üzerine aktarılabilir hale gelmesini sağlar. Bu gelişme üretim maliyetini düşürdüğü gibi hızı da artırır ve tipografik açıdan birçok yenilik getirmesiyle deney olanağını da artırır. Dündar (2011), fotodizgi sayesinde artık farklı puntolarda metin dizmenin mümkün hale geldiğini ve tasarımcıların daha önce hiç olmadığı kadar geniş bir tipografik repertuvarla çalışma olanağı bulduklarını belirtir (s. 10).

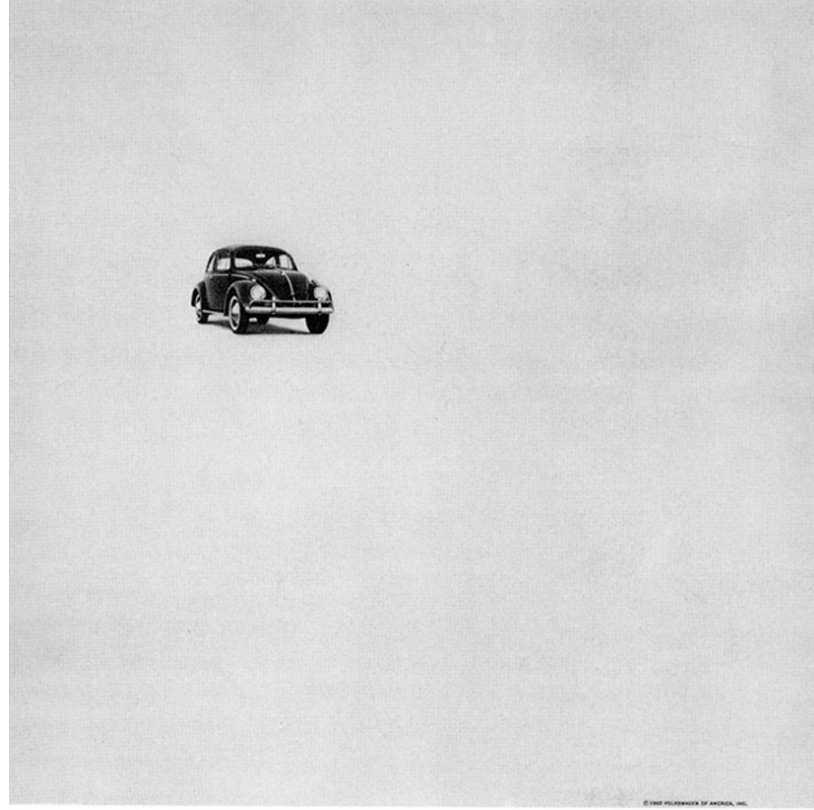
Baskı teknolojisinin değişip gelişmesi, tasarımda uygulanan metodların artmasına olanak verdiği gibi; uygulamada çeşitliliklerin oluşması ve yaratıcı fikirlerin uygulama sektesine uğramayışları, grafik tasarımın baskı sürecinden ayrılıp, kendini bir disiplin olarak var edebilmesini sağlar. Böylelikle deneylere başlayan tasarımcılar, yaptıkları bu denemelerle “big idea” (büyük fikir)’nın temelini oluştururlar (McCoy, 2001, s. 6).

1.2.2. Amerikan Dışavurumcu Okulu ve Figüratif / İfadeci Tipografi

Avrupa’daki tasarım anlayışı, uzun yıllar süren kuramsal temellere dayalı olmasına rağmen Amerika’daki yaklaşım ise günlük problem çözümlerinin alanda deneyimlenerek gerçekleştirilmesine dayanır. 1930’lar ve sanat yönetmenliğiyle birlikte imge-metin ilişkisinde başlayan değişim rüzgarları, 1950’lerden itibaren ve 1960’ların sonlarına dek Amerika’da ve özellikle New York’ta tipografik tasarımda inanılmaz bir gelişmeye neden olur. New York ve Batı Kıyısı grafik tasarım ve tipografinin merkezi haline gelir. Sanatın merkezinin New York’a kayması¹⁸ Amerika’da müthiş değişimler yaratır. Bu değişimlerin Amerikan tipografisi üzerinde etkisi büyük olmuştur. Amerikan Grafik Tasarımı’nda “big idea”, “tipografik ekspresyonizm” ya da “figüratif tipografi” adı verilen akımların oluşmasına olanak sağlamıştır. Ayrıca gelişen bu sanat ortamı ve tipografi, grafik

¹⁸ Paris 14 Haziran 1940’ta Alman birlikleri tarafından işgal edildi. Beş yıl boyunca yaşam adeta durdu, ya da daha doğrusu bir başka biçime büründü, susturulmuş, yarım kalmış, yarı saklanmış bir haldeydi. Dışarıdan bakılınca Paris bir hayalet kenti. ... Paris’in tek bir el bile ateş edilmeden düşmesi daha da ciddiye, çünkü, kentin sanat hazineleri kurtulmuş olsa bile, Batı kültürünün simgesel yıkımını temsil ediyordu. Guilbaut, S., “Özgürlük ve Soğuk Savaş”, **New York Modern Sanat Düşüncesini Nasıl Çaldı: Soyut Dışavurumculuk**, çev. E. Kökteke, SEL Yayıncılık, İstanbul, 2009, s. 67.

tasarımın reklamcılıktan ayrılmasına ve ayrı olarak tanımlanmasına da yardımcı olduğunu söylemek mümkündür (McCoy, 2001, s. 5-6).



Think small.

Our little car isn't so much of a novelty any more.
A couple of dozen college kids don't try to squeeze inside it.
The guy at the gas station doesn't ask where the gas goes.
Nobody even stares at our shape.
In fact, some people who drive our little

flivver don't even think 32 miles to the gallon is going any great guns.
Or using five pints of oil instead of five quarts.
Or never needing anti-freeze.
Or racking up 40,000 miles on a set of tires.
That's because once you get used to

some of our economies, you don't even think about them any more.
Except when you squeeze into a small parking spot. Or renew your small insurance. Or pay a small repair bill. Or trade in your old VW for a new one.
Think it over.



Resim 28. Doyle Dane Bernbach, Volkswagen Beetle “Think small.”, 1959.

Kaynak: <http://thinkingouttabox.wordpress.com/2009/10/21/volkswagen-ads/>

Son erişim: 8 Mart 2014

Guilbaut (2009), savaş sonrasında New York’un, sözcüsü Clemet Greenberg aracılığıyla, “...bir kültür merkezi olarak en sonunda uluslararası statüye kavuştuğunu, hatta Batı dünyasının kültür simgesi olarak Paris’in yerini aldığını ilan ettiğini” (s. 12) belirtir. Bu gelişmelerde Hülya Şahiner’in (2002) dediği gibi ilk olarak 20. yüzyılın başındaki makineleşme olgusu kendini gösterirken; yeni kavrama ve anlamlandırma biçimleri, özellikle 50’li yıllardan sonra gelişen elektronik

aygıtların etkisiyle üretilmeye başlanır (s. III). Bu değişimlerin tasarım ve sanat dünyalarını bu denli derinden etkilemeleri, aslında değişen ve gelişen teknolojinin dünyayı ve dünya algısını da şekillendirmesinin bir sonucudur. Teknolojinin gelişmesi dünyayı algılamayı değiştirdiği gibi, fotodizgiyle metin ve imgenin arasındaki teknik farklar ortadan kalkar ve metin de tıpkı fotoğraf gibi basılı sayfaya eklenebilir hale gelir. Bu, metnin yerleştirilmesinde olduğu gibi farklı boyda yazı karakteri kullanılmasını da kolaylaştırır. Böylece alışılan sayfa düzeninin dışında yeni dünyaya daha uygun görsellikler oluşmaya başlar.

Bu görselliklerde büyük fikir “big idea” yönteminin etkisi büyüktür. Doyle Dane Bernbach’ın klasik Volkswagen Beetle (Resim 28) serisiyle örneklenen bu reklamlar, sözel ve görsel arasındaki temel fikrin zekice ve ustaca yaratılmış karşılıklı etkileşimleridir. Kısa ironik etkileşimli başlıklar; Sürrealizm’in ve özellikle Magritte’in, görselleri (Resim 29) kışkırtıcı bir şekilde kullanmasını anımsatır (McCoy, 2001, s. 6). Reklamcılıkta “big idea” yöntemi çok etkili olmasına rağmen, bu yöntemin figüratif tipografiyle birleştirilerek kullanıldığı ve sadece bu yöntemin uygulandığı örnekler, tipografinin grafik tasarımda fotoğrafın önüne geçmesi açısından önem teşkil eder.

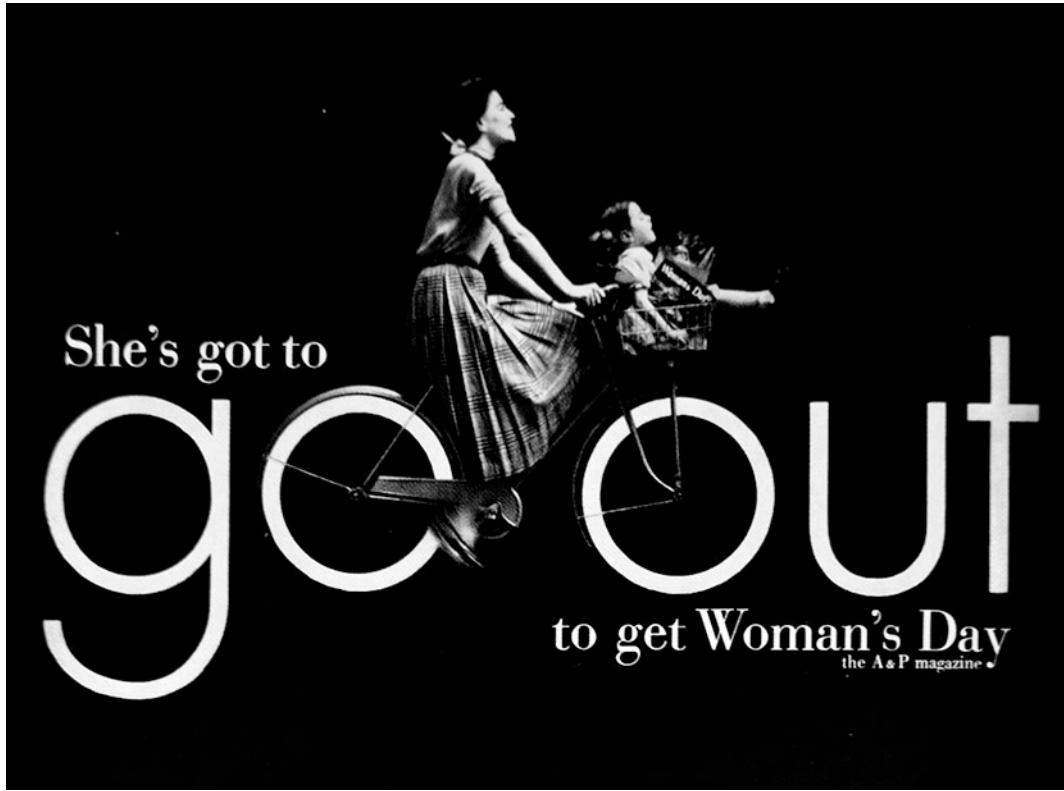


Resim 29. René Magritte, “Ceci n’est pas une pipe.” (Bu bir pipo değildir.), 1948.

Kaynak: <http://www.wikipaintings.org/en/rene-magritte/the-treachery-of-images-this-is-not-a-pipe-1948>

Son erişim: 8 Mart 2014

Bektaş (1992), figüratif tipografinin en etkili örneklerinin verildiği dönemi 1950’lerin başından 1960’lara kadar gösterir. Ayrıca bu eğilimin birçok farklı biçime girerek, bazen Gene Federico’nun ilk olarak kullandığı gibi harfleri nesnel biçimlere dönüştürürken (Resim 30), bazen de Herb Lubalin’in işlerinde olduğu gibi nesneleri harfsel biçimlere çevirdiğini (Resim 31) söyler (s. 151). Ellen Lupton ve Abbott Miller (2004), Lubalin’in anlatımcı kelime oyunlarının; reklamcılık ve grafik tasarım dünyasını oldukça etkilediğini aktarırlar (s. 106). “Tipografik Ekspresyonizm” olarak adlandırabileceğimiz “Figüratif Tipografi”de harf biçimleri görüntü olarak karşımıza çıkarken; aynı zamanda görsel katkılar eklenerek, deformasyonlara gidilerek kelimenin anlamını yine kelimenin üzerinde göstermeyle (Resim 32, 33) de yapılabilmektedir.



Resim 30. Gene Federico, “Woman’s Day” (Kadınlar Günü) için tasarladığı ilan, 1953.
Kaynak: <http://www.aiga.org/medalist-genefederico/>
Son erişim: 25 Ekim 2013

MARRIAGE

MOTHER

Families

A READER'S DIGEST
PUBLICATION

Resim 31. Herb Lubalin, “Marriage”, logo, 1965. “Mother & Child”, logo, 1966. “Families”, logo, 1980.

Kaynak: <http://www.aiga.org/medalist-herblubalin/>

Son erişim: 25 Ekim 2013



Resim 32. Herb Lubalin, “Cough” öksürük şurubu ilanı, 1960.

Kaynak: http://www.typogabor.com/herb-lubalin/pages/herb_lubalin_118.html

Son erişim: 27 Ocak 2014



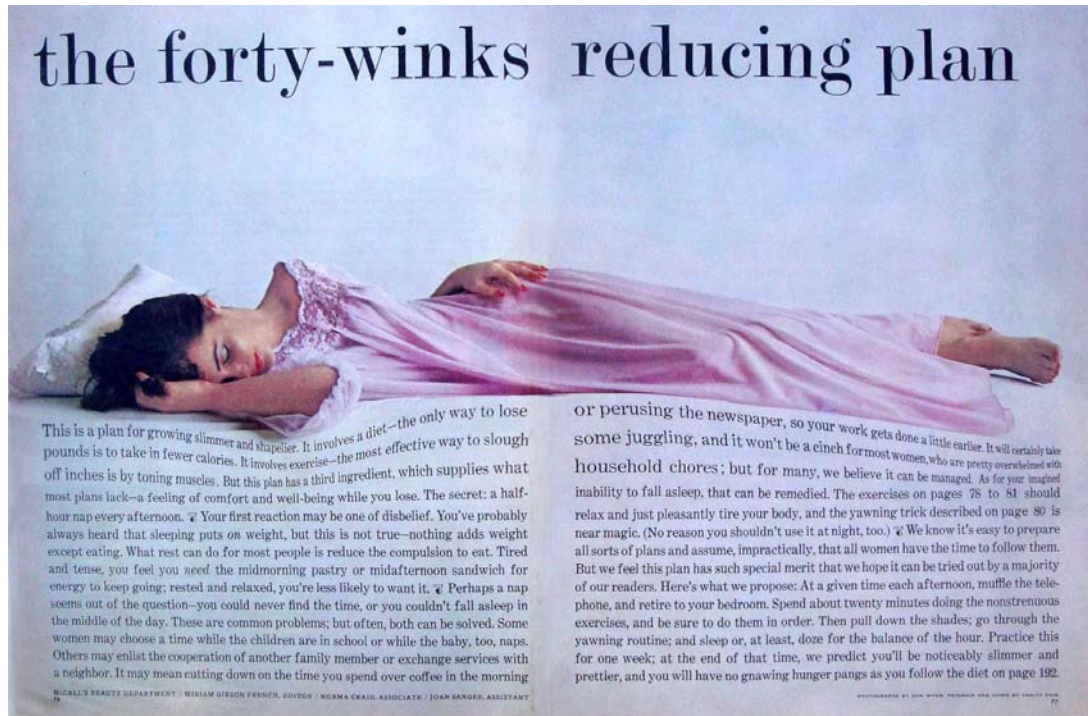
Resim 33. Herb Lubalin, “Beard” kitabının kapak tasarımı için üretilmiş bir figüratif tipografi, 1975.

Kaynak: <http://www.printmag.com/imprint/my-favorite-lubalin/>

Son erişim: 27 Ocak 2014

Gene Federico’nun 1950’li yıllarda Woman’s Day (Resim 30) için tasarladığı ilanının, 1960’lar ve sonrasında Herb Lubalin’in tasarladığı logolara (Resim 31) esin kaynağı olduğu görülebilir. Lubalin’in logolarında uyguladığı içeriği yazıyla görselleştirme oyunu; işlerinde dikkat çekicilik ve farklılık yaratırken, bir yandan da sıcaklık katar. Becer (2011), Lubalin’in, Avrupa’dan göç ile Amerika’ya taşınan sanat hareketlerinden etkilenen tasarımcıların, 1940’larda başlayan ve özellikle 1950’lerden sonra kendine özgü bir üsluba dönüşen Amerikan Grafik Tasarımı’na “Amerikan Dışavurumcu Okulu” adını verdiğini belirtir (s. 106).

Özellikle New York’ta daha çok kendini gösteren “Amerikan Dışavurumcu Okulu”nda, günün rekabet ortamında yetersiz kalan, salt bilgi ve görselin bir sayfa üzerindeki görüntüsü, bundan böyle ürünle birlikte kurulan bağlam dahilinde görselleştirilir. Bunun içinse görsel ve tipografi birlikte hareket ederken, kavramsal yapıda bir konsept dahilinde birleştirilir. Görselliği; imge ve metin birlikte, içerikteki bağlam dahilinde oluştururlar. Bu üslubu en iyi uygulayanlar içinde Paul Rand ve Bradbury Thompson vardır. 1960’larla birlikteyse Otto Storch, Amerikan Grafik Tasarımı’nın en önemli temsilcileri arasında anılmaya başlar.



Resim 34. Otto Storch, "McCall" dergisinden çift sayfa tasarım, 76 ve 77. sayfalar, 1961.
Kaynak: A History of Graphic Design, Philip B. Meggs, 1998, s. 347.



Resim 35. Otto Storch, "McCall" dergisi, 1959.
Kaynak: A History of Graphic Design, Philip B. Meggs, 1998, s. 348.

Storch, ilk kadın dergisi olan McCall'da 1955'ten itibaren 15 sene sanat yönetmenliği yapmış ve bu süreç içerisinde, figüratif tipografi sınıflandırmasında konumlandırabileceğimiz birçok sayfa tasarımı üzerinde çalışmıştır. Storch'un McCall dergisi için tasarladığı çalışması (Resim 34), figüratif ya da ekspresif tipografinin güzel örneklerinden biridir. Burada görsel ve metin arasındaki ilişki daha belirginleşir, hatta birbirini etkiler hale gelir. Sayfadaki yazılar, fotoğraftaki uzanıp yatmış kadın figürünün altında ezilmiş gibi görünür, ancak bu ezilme kadının altındaki kuş tüyü yumuşacık bir yatağın ezilmesi görünümündedir. İçerik kiloyla ilişkili olduğundan görsel ve içerik birbirini anlam bakımından da fazlasıyla destekler.

Storch'un diğer önemli çalışmalarından bir diğeri (Resim 35) ise yine McCall dergisindedir. Metinler günün moda ikonu hanımların hareketlerine göre şekillendirir. Bakışlar izleyiciyi yazının başlığına yönlendirir ve yazıların hareketliliği sayfada devingen bir yapı yaratır. Bu tasarımda da yine karşılıklı iki sayfanın bir bütün olarak tasarlandığı görülür. Hareketler birbirini tekrar etse de sayfaların farklı renkte olması ve figürlerin kıyafetlerinin bu renklere kontrast olarak konumlandırılmaları sayfanın bütünsel yapısını korurken aynı zamanda dikkat çekici kılmaktadır.

Sanat yönetmenliği yapmış diğer bir grafik tasarımcıysa Bradbury Thompson'dır. Thompson, 1938 yılında, Batı Virginia Kağıt ve Kağıt Hamuru Şirketi ile çalışmaya başlar. Şirketin, Westvaco Inspirations adlı bülteninin sayfalarını, kendi renk, fotografik röprodüksiyon ve tipografik deneylerini gösterdiği bir yapıya dönüştürür (Gelder, 1995). Westvaco dergisindeki tasarımları, figüratif tipografinin ve 4 renk baskının (Resim 36, 37, 38) tanıtımı gibidir. Hayali bir tasarım ürünü olan Westvaco maskının tasarımı aşamasında Thompson, çocuk çizimlerinden etkilenir (Resim 36). Geniş oval bir yüz ve geniş oval bir ağız, simetrik iki göz ancak birinin göz kırptığını göstermek adına "s" harfini kullanır. Fikrin görselleştirilen hali olarak kullanılan harfler bu durumda primitif sanat gibi durur (Hays, 1990). Thompson'ın Westvaco'daki tipografi ve görsel uygulamaları grafik tasarıma yeni bir bakış açısı getirir. Thompson'ın işlerinde modernist fotomontajlar ve figüratif tipografi örneklerinin etkileri görülür.



Resim 36. Bradbury Thompson, “Westvaco Inspiration For Printers” dergisinin 210. sayısından karşılıklı iki sayfa tasarımı, 1958.

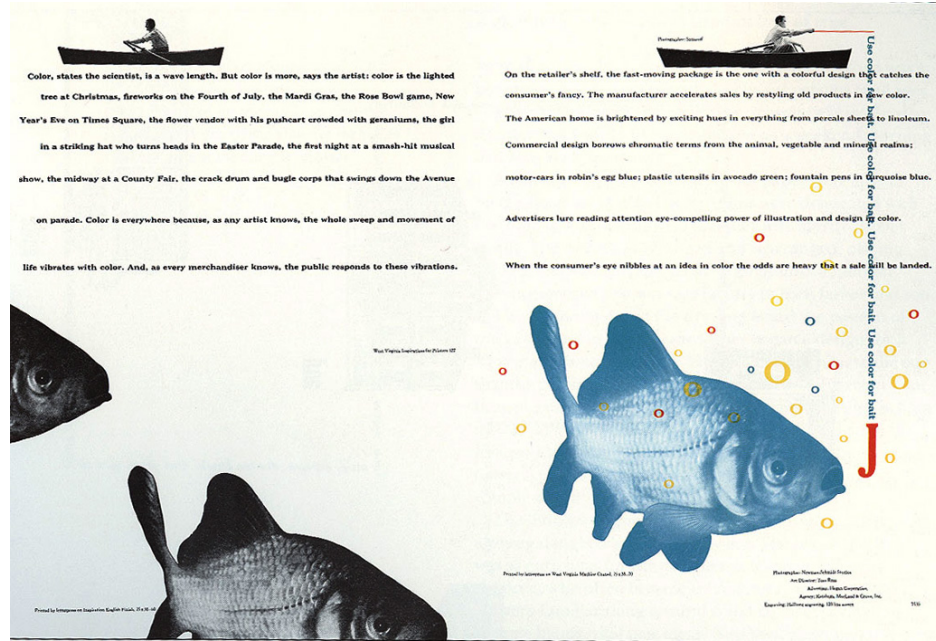
Kaynak: http://www.modernism101.com/thompson_westvaco_210.php

Son erişim: 18 Ekim 2013

Hays’a (1990, s. 134) göre, sınırlı olanaklarına rağmen Thompson, 4 renk baskı (CMYK¹⁹) klişeyle²⁰ tasarımda öncü rol oynamıştır. Basılı sayfanın sınırlarını genişletebilmek adına bu buluşçu baskı sürecini; harf kalıpları, eski gravürler, fotoğraf ve modern sanatla birleştirerek grafik elemanlar olarak kullanır. Onun sayfa düzeni ve tipografi kullanımı diğer tasarımcılar için model teşkil eder. Tasarımda yazıların dikey kullanımı, satır arası boşluğun değişkenliği (Resim 37), harfler arasındaki kontrastlık (gerek büyüklük gerekse renk olsun) (Resim 36, 38) gözü yakalayan, devingen bir yapı oluşturur.

¹⁹ CMYK: Baskıda dört temel işlem (Proses) rengi (Cyan, magenta, yellow, black) Bu renkler tramlama yöntemi ile baskıda bütün renkleri oluştururlar. Aslında temel renk sayısı üçtür. Siyah bu renklere zorunlu olarak ilave edilmiştir. Teoride üç rengin karışımının siyahı oluşturması gerekirken, pratikte bu durum böyle değildir. Hem üç rengin mürekkepleri yeterli renk şiddetini sağlamadıklarından hem de üç renkli mürekkebin karışımı yerine siyah mürekkep kullanmanın maliyetinin daha düşük olması nedeniyle siyah renk sisteme ilave edilmiştir. Türkçe Bilgi: Türkçe Genel Başvuru ve Bilgi Sitesi, Web Sitesi: <http://www.turkcebilgi.com/ansiklopedi/cmyk> adresinden alınmıştır.

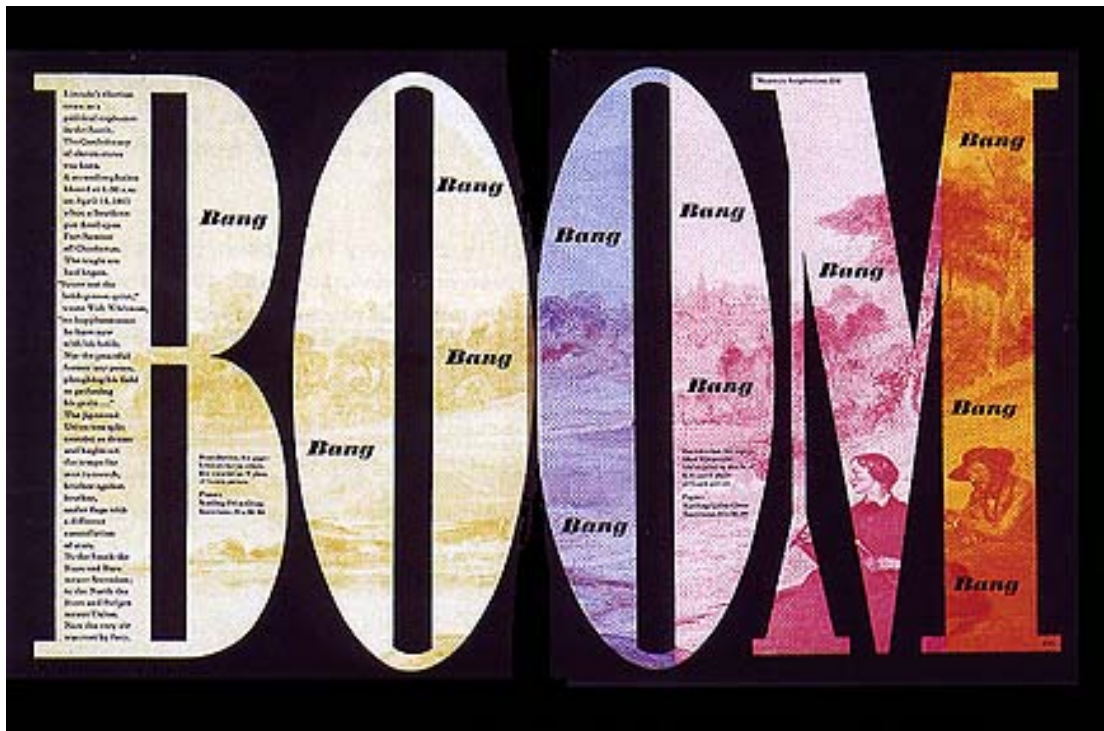
²⁰ Klişe: Baskıda kullanılmak amacıyla, üzerine kabartma resim, şekil, yazı çıkarılmış metal levha. Dil Kurumu, Web Sitesi: <http://www.tdk.gov.tr/> adresinden alınmıştır.



Resim 37. Bradbury Thompson, "Westvaco Inspiration For Printers" dergisinin 149. sayısından karşılıklı sayfalar, 1962.

Kaynak: http://citritinas.com/history_of_viscom/images/modernism/bradthompson.htm

Son erişim: 07 Şubat 2014



Resim 38. Bradbury Thompson, "Westvaco Inspiration For Printers" dergisinden sivil savaş temalı çift sayfa tasarımı, 1961.

Kaynak: A History of Graphic Design, Philip B. Meggs, 1998, s. 342.



Resim 39. Max Huber, “Monza” Araba Yarışları Afişi, 1940’lar.

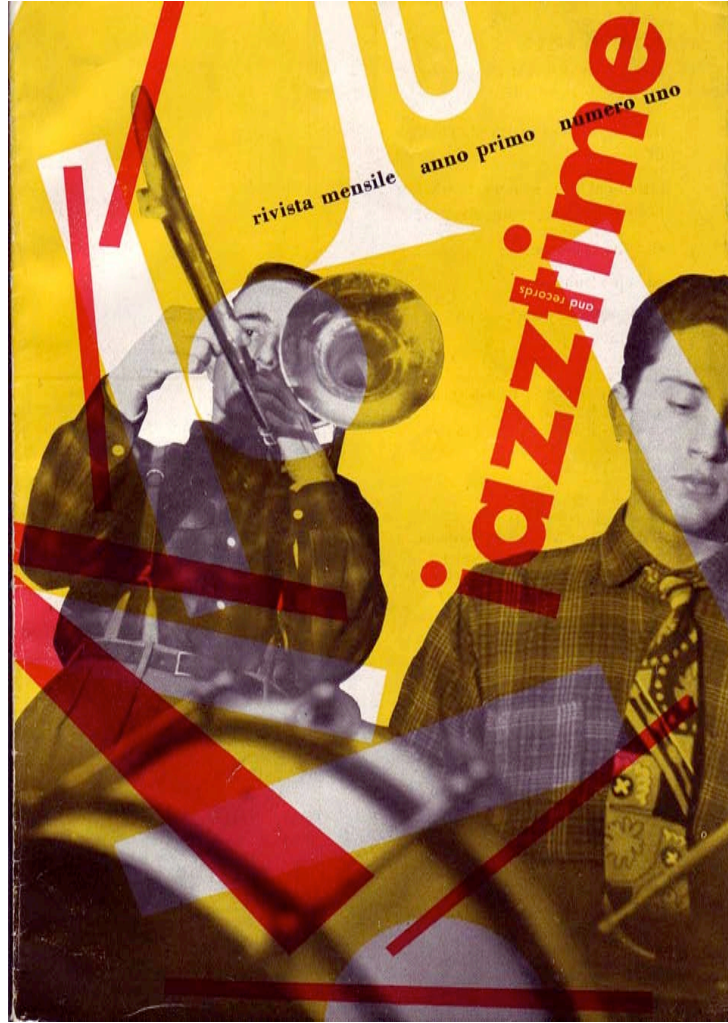
Kaynak: <http://www.iconofgraphics.com/Max-Huber/>

Son erişim: 19 Ağustos 2013

Thompson’ın işlerinde Max Huber’in çalışmalarını anımsatan transparanlıklar, spot renkler ve tipografinin anlatımla bütünleştiği doneler görülür. Max Huber de Alexey Brodovitch gibi Modern Sanat Akımları’ndan etkilenir. Ancak Huber’i diğerlerinden ayıran en önemli özellik İsviçre Tasarım Anlayışı²¹ içinden

²¹ Enternasyonal Tarz ya da İsviçre Tarzı denen ve 1920’lerin devrimci prensipleriyle tanınan de Stijl, Bauhaus Okulu ve Die Neue Typographie gibi akımları temel alan bu akım 1950’lere gelindiğinde iyice oturmuştu. Tipografi kişisel ifadenin bir yolu olmaktan çıkıp evrensel bir kullanım alanına kavuşmuştu artık ve ızgaralar matematiksel prensipler, minimal dekorlar ve serifsiz karakterler norm haline gelmişti. Ambrose, G., & Harris, P., **Görsel Grafik Tasarım Sözlüğü**, çev: B. Barhana, Literatür, İstanbul, 2010, s. 280.

çıkmasıdır. Uluslararası Tipografik Tarz'ın soğuk ve resmi bulunmasından çok önceleri, 40'lı yıllarda İsviçreli bir tasarımcı olan Huber, fotomontaj konusunda yeni denemeler yaparken; dönemin en yaygın akımına uymayan, hatta karşısında duran karmaşık bir düzenleme eğilimi içerisindeydi. Bu karmaşık düzenlemeler, iletilmek istenenin içeriğine göre şekillenmesi ve deneysel olması açısından da Uluslararası Tipografik Stil'e ters düşen bir görsellik içindedir.



Resim 40. Max Huber, “Jazztime” afişi, 1940’lar.

Kaynak: <http://www.domusweb.it/en/design/2010/02/16/max-huber-maxieland-jazz-.html>

Son erişim: 19 Ağustos 2013

Huber'in çalışmalarına en iyi örnek Monza araba yarışları için tasarladığı afiştir (Resim 39). Bu çalışmasında otomobillerin hızı ve dinamizmiyle; izleyiciye

sadece yarışın bilgisini vermekle kalmaz, aynı zamanda yarışta yaşanacak heyecanın da ön bilgilendirmesini yapar. Kurgulanan şekiller, hızla bir virajı alıyormuşçasına kıvrılan oklar, hareketleri kadar renkleri itibariyle de afişteki heyecanı ve dinamizmi artırır. Okların afişin dışından gelen uçlarının daralması/incelmesi ve yazıların da aynı şekilde perspektife girmesi, derinlik hissini çoğalttığı gibi izleyiciye yarış anından bir anı da yaşatmakta gibidir. Renk kullanımının sade olması dikkat çeker ancak renklerin transparan kullanımları yarışta birbirlerini geçmeye ve birbirlerine üstünlük kurmaya çalışan arabaların soyutlaşmış hallerini yansıttığı söylenebilir. Bu kadar hareketli, renkli ve boyut farklılıklarıyla perspektif yaratan yazılar, karmaşadan düzen yaratırlar.

Max Huber’i, diğer tasarımcılardan farklı kılan; tasarım tarzında görselleri ve tipografiyi çok ilginç bir şekilde birleştirmesidir. Fütürizm’den etkilendiğini bize tasarımlarındaki hareketi görselleştirmek istemesi açık ederken; Jazz afişlerindeki (Resim 40) geometrik şekillerin (dikdörtgenlerin) ve yazı karakterlerinin ilginç ve eğlenceli yerleştirmesi bize Konstrüktivizm’den etkilendiğini gösterir (Sadha, 2011).

Max Huber gibi İsviçre Tasarım’ı içinden çıkan Wolfgang Weingart ise Huber’den farklı olarak çalışmalarını daha deneysel bir boyuta taşımasıyla, İsviçre Tipografisi’nin kuralcı ve işlevsel yapısının kırılıp Postmodernizm’in başlamasına öncülük etmesi açısından önem taşımaktadır. Bunun yanı sıra içinde bulunan sosyo-kültürel ortam da Postmodern dönemi hazırlayanlar içerisinde. Post-war (savaş sonrası) yeni neslin, bir önceki jenerasyonun özgürlük inancından farklı bir inanç içinde olmaları tüm toplumsal yapıları zorlayarak değişmesine neden olur. Bu değişimlerde Postmodern anlayışın gelişmesine katkıda bulunmuştur; ancak Postmodernizm’in, Modernizm’in dilini ve bir anlamda kurallarını kullanarak bu sorgulamalarda bulunduğu da unutulmamalıdır.

Ayrıca teknolojik gelişmeler de Postmodernizm’i hazırlayan diğer etkenler arasında sayılabilir. Özellikle bilgisayarın, bir grafik tasarım aracı haline gelmesiyle ve yazı karakterlerinin bilgisayar ortamıyla birlikte onu sınırlayan kalıptan kurtulması ve çeşitlenmesi Postmodern deneyleri artıran bir durum oluşturur.

2. BÖLÜM

TASARIMCININ SANATÇI TAVRI VE KURALSIZ / SEZGİSEL TİPOGRAFI

Kuralların gerekliliği sorgulanırken, tasarımcılar sanatçı tavrıyla kişisel bakış açılarıyla oluşturdukları çalışmalar üretmeye başladılar. Tasarımcı artık bir manifesto doğrultusunda ya da tasarımın belirlenmiş katı kuralları karşısında kendini yok saymak yerine; tıpkı bir sanatçı gibi kendi tarzını, bakış açısını ve anlayışını tasarımlarında yansıtmaya çalışmaktadır. Artık tasarımcı da tıpkı sanatçı gibi görünür ve bilinir olma çabasıdadır.

Bu bölümde genel olarak, tasarımcının bireysel deneyimlerini paylaşmasıyla ve bu görüşlerin onay alması ya da destek bulmasıyla tasarım dünyasında oluşan hareketlilik ve sonuçları ele alınır. Bireysel deneyleri sırasında, tasarımcının grafik ürünlerini gerçekleştirirken bir grafik tasarımcı gibi değil de; bir sanatçı gibi davranması dikkat çekmiş ve bu tavrın çalışmaların sonucundaki etkisi üzerinde durulur. Tasarımcının bireyselleşmesini hazırlayan süreç ve bireyselleşmeyle birlikte ortaya çıkan Postmodernizm ve Deconstruction (Yapıbozum)²², tasarımcılar üzerinden irdelenir.

“Tasarımcının sanatçı tavrı ve kuralsız / sezgisel tipografi” adlı II. Bölüm, üç kısımdan oluşur: 1- Bireyselleşmeyle birlikte tipografiyi oluşturan kurallar üzerinde deney ve kuralların yıkımı. 2- Bilgisayarın, bir tasarım aracı olarak tasarım dünyasına girmesi. 3- Bilgisayar ve küreselleşmenin etkisiyle aynılanan tasarımlarda, yerellekle farklılaşma çabaları. Tipografik kuralların üzerinde bireysel deneyler yapılarak sorgulandığı ilk kısımda; bireyselleşmenin, savaş sonrası (post-war) gençlik hareketleriyle oluşumu ve İsviçre Punk²³’ının atası sayılan Wolfgang

²² “... Jacques Derrida’nın düşüncelerinden filizlenen Dekonstrüktivizm (Yapıbozumculuk), mimari bir stil olarak 1980 sonlarında ortaya çıktı ve tipografinin de içinde bulunduğu birçok tasarım alanında giderek etkili oldu. Postmodernist tasarımın bir tür devamı olarak ele alabileceğimiz bu üslubun genel özelliklerini; belirsizlik, parçalara ayırma, kesinlikten uzaklaşma ve denetimli bir kaos olarak özetlemek mümkündür. BECER, E., **Modern Sanat ve Yeni Tipografi**, Dost, Ankara, 2007, s. 282.

²³ Yeni Dalga Tipografisi, Post-modern, İsviçre Punk, Pluralist, West Coast (Batı Sahili), Avant Garde ve Deco gibi değişik birçok adlara sahiptir. Öztuna, H. Y., “Hegemonyaları Kıran Coşku: Wolfgang Weingart”, **Grafik Tasarım Dergisi** (2), 2006, Kasım, s. 59.

Weingart'ın deneyleri üzerinden irdelenerek gösterilmeye çalışılır. Bilgisayarın tasarım dünyasına girmesiyle meydana gelen değişim ve gelişimler ise ilk bilgisayarla tasarım üretmiş olan April Greiman ve yazı karakteri tasarımı yaparak fontların kişiselleşmesini sağlayan tipograf ve tasarımcılar üzerinden incelenir. Kuralların yıkılmasıyla oluşan Postmodern ortamın incelendiği kısım ise Weingart'ın öğretilerinin peşinden giden; Neville Brody, David Carson vb. tasarımcılarla, Émigré, RayGun, Face vb. dergiler analiz edilir. Bu bölümdeki bilgisayar destekli bireysel anlatımların küreselleşmenin de etkisiyle oluşan aynılıktan kurtulma çabaları, tasarımlarında yerel ifadelerle yer veren tasarımcılar üzerinden araştırılır. Buna ek olarak, tipografik yer imlerinde yerel değerlere ve yerel tarihe vurgu yapan tasarımlar gözden geçirilir.

Postmodernizm'in eklektik bir yapısı olduğundan ve anlatım dili olarak kullandığı Deconstruction (Yapıbozum), tüm yapıyı bozmak ve parçadan bütüne tekrar oluşturmak üzerine yapılandığından, bu dönemde ağırlıklı olarak tipografinin parçadan bütüne, düzenlenmesiyle ilgili deneysel çalışmalarda bulunan tasarımcılar incelenirken, dönemin diğer tasarımcıları çalışma dışı bırakılır. Aynı şekilde yerel çalışan tasarımcıların tümünü almak yerine, tipografik çalışmalarıyla farklarını yerellikle ortaya koyabilen tasarımcılar ele alınır.

2.1. Bireysellik, Deney ve Yıkım Sonucunda Oluşan Tipografik Anlatımlar

Tipografinin oluşumu el yazısına dayandığından, doğası gereği kişiseldir. Ancak tipografi, İsviçre Tasarım Anlayışı'nın ve bu tarzda etkisi olan De Stijl, Bauhaus ve Yeni Tipografi gibi akımların da yapmaya çalıştığı üzere, tarihi boyunca kişisellikten uzaklaştırılması üzerinde çalışılan bir alandır. Tasarımcı-sanatçılar, yüzyıllar boyunca tipografinin bu sınırlandırılma ve yalına indirgeme durumunun karşısında savaş verirler. Teknoloji sayesinde matbaanın gelişmesiyle oluşan bir takım değişimler, tipografiyi özgürleştiriyormuş gibi görünse de (dijital dünyanın imkanları keşfedilinceye kadar), hurufat dizilişinin ve baskı makinesinin imkan ya da imkansızlıkları başka sınırlar meydana getirir.

Her teknolojik ilerlemede bir nebze özgürleştirilen ve kurallarının genişletildiği tipografi kurgusu, ardından başka kuralların kısıncasına girmiştir. Fütürizm’de özgürleşen tipografi; Konstrüktivizm, Yeni Tipografi, Bauhaus ile katılmış ve sonunda İsviçre Tasarımı ile tüm özgürlüğü ve kişiselliği elinden alınmıştır. Katılmanın son noktası olan İsviçre Tipografisi’ne karşıt gelişen akım, yine aynı ülkeden gelmiş ve tipografinin en katı hali olan İsviçre Tipografisi üzerinde deneyler başlamıştır. Bu katılma karşıtı ortam ve sonuçlarına Arredamento dergisinde yayınlanan “*Postmodernizm’e Ne Oldu?*” başlıklı makalede şu şekilde değinilir:

“...Modernistler, yitirilmiş geleneksel cennetin mükemmel iç tutarlılığını, eski üslupların bütünleştirici genel geçerliğini yeni araçlarla bir kez daha kurma amacındaydılar. Yaklaşık yarım yüzyıllık bir çabadan sonra bu “yeniden katılaştırma” hedefine ulaşmak artık mümkün görünmüyordu. Sonuçta 1970’lerde dünyanın her yerinde etkili olacak güçlü bir Modernizm karşıtı hareket başlayacaktı. Tarihselciliğin ve eklektisist eğilimlerin başı çektiği, Modernizm’in yasakladığı her şeyin serbest bırakıldığı bir dönem yelpazesi ortamda ve bilgi kuramında etkili oldu.” (Arredamento Mimarlık, 2005, s. 50).

Tüm bu katılmaya karşı sorular soran ve deneyler yapan yine İsviçre Tasarım Anlayışı’nda üretimde bulunan ve bu tarzın bütün normlarını bilen Wolfgang Weingart’tır. Weingart’ın başlarda bir tasarımcıdan ziyade bir sanatçı gibi normları sorgulayabilmeyi başarması, anlatımda yeni yollar üretilebilmesine olanak tanınması açısından önemlidir. Bu deneyler ardından, bilgisayarın küçülüp kişiselleşmesi ve tipografi üzerindeki deney olasılıklarının artmasıyla tipografinin gerçekten özgür kalabildiği bir dönem başlar.

Tipografi üzerindeki bu deneylerin başladığı yıllar, aynı zamanda; savaş, insan hakları, kadın özgürlüğü, doğal çevrenin korunması vb. konularda sosyal protestoların yoğun olduğu 1970’li yıllardır. Bu yıllarda toplumun uyanışı, bireysel çözümleri ve ifadeleri de beraberinde getirmiştir (Becer, 2011, s. 111). Bu nedenle Postmodernizm, bireysel tercihlerin ve sorgulamaların ön plana çıktığı bir dönemdir; ancak Postmodern dönem, kişisel tercihler doğrultusunda ürünlerini vermesi açısından, görsel olarak modern akımlar gibi bir tutarlılık göstermez. Postmodern, Modernizm’in tüm görsel dillerini tasarımcıların sezgisel ve bireysel bakış açılarıyla genişletir. Bu genişletme, teknolojik ilerlemelerle sayısal (bilgisayar) ortama aktarılan ve çeşitliliği artan yazı karakterleri ve bilgisayarın bu yazı karakterleri üzerinde deneye olanak vermesiyle daha da artmıştır. Bu gelişmeler, grafik tasarım

ve tipografi üzerinde yapılan deneyleri artırmış ve yıllarca yapı oluşturmak için kullanılan kuralların alaşağı edilmesini sağlamıştır.

2.1.1. Bireysellekle Oluşan Gençlik Hareketlerinin Tipografideki Yansımaları

Bireyselleşmeyi hazırlayan en önemli değişim, geleneksel değerlerin önemini yitirmesiyle başlar. Bunu hazırlayan nedenlerin biri ise II. Dünya Savaşı'nın dünyayı Doğu-Batı kutuplarına bölmesi olarak görülebilir. Doğu-Batı çatışmasının yayılmasıyla dünyada; sınıf, din ve etnik kökenle ilgili sorunlar oluşmaya başlamasının yanı sıra, Batı'nın ve Doğu'nun zengin batılılaşmış ülkelerinde oluşan sosyal değerler (tüketim kültürü gibi) küreselleşme sayesinde tüm dünyaya yayılmıştır. Tüm bu değişimler geleneksel değerlerin silikleşmesi ve değerini yitirmesiyle birlikte bireyselleşmeyi de beraberinde getirmiştir.

Bireyselleşmeyi hızlandıran en büyük etki savaş sonrası yeni nesil gençlik hareketleridir. Bu gençlik hareketlerinin gelişmesini sağlayan en büyük etkenler arasında; dünya savaşları, yönetim ve bir önceki nesille bağ kurulamaması sayılabilir. Yeni nesil gençler, savaş jenerasyonu olan bir önceki nesilden farklı bir şekilde özgürlüğe inanır. Savaş jenerasyonu; “ulus”, “imparatorluk”, “ticaret” üzerinden özgürlük savaşını gerçekleştirir. Ancak yeni nesil, bireysel özgürlüklere inanarak, 1950'lerin ortalarında bireysel özgürlükler için; “sivil haklar”, “barış hareketleri”, “kadın hakları”, “serbest konuşma” gibi başlıklar altında propagandalar yaparlar. Bu bireysel özgürlüklerin savunulduğu propagandalar, gençlerin çoğunlukta olduğu üniversitelerde yapılır. Özellikle 1960'ların sonlarına doğru üniversite kampüslerinin adeta bir savaş alanına dönüşmesi şaşırtıcı değildir (Cramsie, 2010, s. 261).

Bu nesil, bir önceki neslin hatalarını tekrar etmek istemediğinden, hayatı ebeveynlerinin yaşadığı doğrularla (onlara göre yanlışlarla) değil, kendi doğrularıyla yaşamak ister. Gençler kendilerini toplumun öngördüğü türde bir yetişkin olarak görmeyip; kendi yaşam biçimlerini gerçekleştirebilmek adına, müziğin ve modanın yeni ifade şekillerinden faydalanırlar. Böylece bireysel olarak başlayan ve genele yayılan “kişisel ifade”, birçok altkültürün oluşmasını sağlar. Bunlar arasında en

yaygını Hippi hareketidir. Bu hareketin giyim stilleri ve anti-materyalist cinsel liberal tutumları (maddiyat karşıtı cinsel özgürlükçü tutumları), tüm dünyada özellikle kentsel orta sınıf genç insanları etkilemiştir (Cramsie, 2010, s. 261).



Resim 41. Wes Wilson, “Otis Rush & His Chicago Blues Band, The Grateful Dead, The Canned Heat Blues Band” Konser Afişi, Fillmore Oditorium, 1967.

Kaynak: Grafik Tasarım Görsel İletişim Kültürü Dergisi, Mayıs, 2007, s. 81.

1966'da binlerce Amerikan genci, geleneksel aile değerlerinden kaçabilmek adına Hippi hareketinin merkezi haline gelen San Francisco'ya gelir. Hippi olarak adlandırılan bu genç topluluğun takip ettiği rock grupları; Jefferson Airplane, Grateful Dead ve Quicksilver Messenger Service'dir. "Aynanın diğer tarafına geçmek" adına uyuşturucu kullanan Hippiler ne toplumu yeniden biçimlendirmek istiyorlardı, ne de değiştirmek; onlar sadece toplumun değerlerini reddedip, kendi dünyalarında aşk, ruhani barış gibi konularla ilgilenmişlerdi (Öztuna H. Y., 2007, s. 80-81).



Resim 42.

Lee Conklin, "Procol Harum" Konser Afişi, Fillmore Oditorium, 1968.
Kaynak: 20th Century Type (Remix), Lewis Blackwell, 1998, s. 110.

Hippiler'in kullandıkları yoğun uyuşturucuların neden olduğu görüntüleri açıklamak için kullanılan "Psychedelic" teriminin;

... ilk olarak, halüsinasyona neden olan uyuşturucuların görsel ve işitsel duyuları değiştirerek; şuurlu zihinde yarattığı etkileri açıklamak için psikiyatrist Humprey Osmond tarafından kullanıldığını görürüz. Bu deneyim hem afişlerde hem de dönemin şarkılarında hayal dünyasına yolculuktu (Criqui & Gastaut, 2005'den akt. Öztuna H. Y., 2007, s. 81-82).

Tasarımda Psychedelic etki, 1950'lerdeki reklamların çarpıcı ve çabuk algılanabilen yapısından sıkılan; Wes Wilson, Stanley Mouse, Alton Kelley ve Rick Griffin gibi tasarımcıların bu konsepti tersine çevirme çabası olarak görülebilir. "Afişlerde tipografinin süslü bir şekilde, titreşimsi renklerle beraber kullanılması, çarpıtılması ve bozulması sonucunda oluşan okunaksızlık, tüketici toplumun ürünlerini tanıtan afişlerin katılığına karşı düşünülmüş bir zıtlığı yaratmıştır." (Resim 41, 42) (Öztuna, 2007, s. 82-83). Afişlerdeki bir diğer özellik ise ipek baskıyla üretilmeleri sebebiyle renklerin inanılmaz derecede parlak olmasıdır (Blackwell, 1998, s. 110).

Bu gelişmeler içinde Amerika ve İngiltere'de aslında banliyö altkültürü olan Punk da gelişim gösterir. Bir yönden Punk, serseri yıkıcı bir olumsuzluk ya da Nihilizm tarafından motive ediliyor gibi görünürken; diğer taraftan özgüvenin ilham verici bir zorlamasını sergilemiş ve sosyal normların dışında yaşayanların özgürlük duygularıyla takipçiler sağlamıştır. Bir hareket olarak Punk, temelde ikonoklastiktir²⁴. Özünde ana akımın en çok sevilen değer ve figürlerini, ne olursa olsun yıkmaya odaklı bir arzu refleksi içerisindedir (Cramsie, 2010, s. 289). Friedl ve Stein'a (1998) göre: "Agresif bir çirkinlikle Punk mesajını dünyaya haykırır: zevki reddet, uzlaşmacı yaşam tarzına karşı isyan et ve kuruluşlarla mücadele et. Punk, yaşamın her alanını içine dahil etmek isteyen bir anarşiydi" (s. 26).

Ortak değerler, toplumun genel değerlerine yabancılaşma formu olarak Punk; müzik, moda ve grafik tasarım üzerinden en canlı bir şekilde ifade edilir. Bu anlatım tarzı; fanzinlerde, albüm kapaklarında ve afişlerde görselleşir. Punk akımı bir İngiliz dergisinde aktarıldığı gibi şu sözlerle anamlanabilir:

"DEĞİŞİM DAHA İYİ BİRŞEY – Punk asla sadece müzikle ilgili olmadı – o bir şeyler yapma ve bir şeyler söylemeyle ilgiliydi – gaz değil - ve kıçlarınızı kaldırıp bakın, burası ne kadar boktan bir yer ve ne kadar yoğun bir yer olabilirdi - geçen jenerasyonun

²⁴ Geleneklere aykırı, put kırıcı.

bitmek tükenmek bilmeyen derslerini becermekle ilgili – onlar ne bilir, ONLAR NE BİLİR – BİRŞEYLERİ FARKLI YAP!” (Cramsie, 2010, s. 290-291).

İngiltere’deki Punk’ı hazırlayan ortam; gerek ekonomik, gerek politik, gerekse kültürel açıdan gergin ve sıkıntılıdır. 1970’lerde İngiltere, II. Dünya Savaşı’ndan bu yana ekonomik olarak en kötü günlerini geçirirken; gençlerde işsizlik probleminin yanı sıra, sürekli pahalılaşan hayat standartları baş gösterir. Bu gergin ortama ilave olarak, küçük (tabloid) gazeteler, nedeninin 1960’lardaki “serbestlik” düşüncesinin olduğunu vurguladıkları; yıkıcılık (vandalizm), eğitimsizlik, pornografi ve cinsellikle ilgili korkuları topluma salma eğilimindedirler. İngiltere, Margaret Thatcher’ın Muhafazakar Parti’nin lideri olduğu ve kendi tutucu politikasını biçimlendirdiği bir dönemde tutuculuğun daha da artmasını sağlayan bir yönetime girer. Bütün bu sıkıntılı, gergin ve baskıcı dönemde Punk hareketinin üyelerini, *“İngiltere’nin ekonomik durumundan zarar gören, hayal kırıklığı ve kızgınlık duygularını paylaşan alt sınıftan gençler, sanat okulu öğrencileri; kısacası ağırlıklı olarak 20-30 yaş ağırlığındaki insanların oluşturması hiçte tesadüfi değildir.”* (Öztuna Y. , 2006, s. 24).

Punk, DIY (Do It Yourself-Kendin Yap) anlayışıyla (ucuz olması nedeniyle) üretimlerini gerçekleştirir. Fotokopi, letreset²⁵ ve kes-yapıştır tekniklerini kullanan Punklar, akımın genel yapısındaki Anarşizm’i görsellere de yansıtmışlardır. Anarşizm’i yansıtmada kullanılan kolaj tekniği, Punk öncesinde de 20. yüzyıl sanat akımlarında protesto ifadesini etkili kılmak amacıyla tercih edilmesiyle dikkat çeker. H. Yakup Öztuna (2006), Punk akımının Avangard Sanat Hareketleri’nden yararlanması sonucu, Yeni-Dada’cı bir yaklaşım sergilemesini şu sözleriyle ifade eder:

... Kübizm ve Fütürizm’in ortaya koyduğu çok yönlü bakış açısı, eş zamanlı hareket, üst üste bindirme, yan yana getirme, çoğul zamanlılık; Dadaizm’in kullandığı parçalama, bölme, bozma, biraraya getirme gibi farklı görsel anlatım özellikleri, Punk görsellerinde kullanılan tipografik anlatıma bambaşka bir ifade gücü katmıştır. (s. 27).

²⁵ Letreset: 1960’ta yaratılmış, herkesin harf dizmesine olanak sağlayan kuru bir harf transferi uygulaması sistemi. Letreset fontları bir sanat/tasarım çalışması üzerine veya herhangi bir yüzeye sürtme yoluyla kolayca çıkarılır. Kişisel bilgisayarlardan önce tasarımcılar, gövde metnini daktiloyla yapıp, başlık ve sunum yazılarını oluşturmak için letreseti kullandılar. Letreset, Colin Bringnall (bu metinde kullanılan fütüristik font Countdown’ın tasarımcısı) gibi önde gelen tipograficilere yeni yazı karakterleri sipariş etmiştir. Gavin Ambrose & Paul Harris; **Görsel Tipografi Sözlüğü**, çev: B. Barhana, Literatür, 2010, s. 160.

Punk akımı, kolaj tekniğini kullandığından; görselleri, tasarım eğitimi almamış ya da tasarımla ilgisi olmayan kişiler dahi gerçekleştirebilirdi. Ancak akımın giderek daha fazla bir kesimi etkisi altına alması, tasarımcıların da Punk içinde çalışmalarda bulunmasını sağlar. Punk akımının ilk profesyonel tasarımcısı Jami Reid, akımın en önemli müzik grubu “Sex Pistols”ın “God Save the Queen” (Tanrı Kraliçeyi Korusun-İngiliz Ulusal Marşı’nın başlığı) parçası için tasarladığı albüm kapağı, Punk akımının arketip²⁶ ifadesi haline gelir. Reid’in 1977’de tasarladığı parçanın kapağı, yazı ve görselle dejenerasyonu gözler önüne serer. Albüm kapağının görseli, gazeteden bulunmuş ve fotokopiyle çoğaltılmış bir Kraliçe II. Elizabeth fotoğrafıdır (Resim 41) (Cramsie, 2010, s. 291).



Resim 43. Jami Reid, “Sex Pistols” müzik grubunun “God Save the Queen” adlı albüm kapağının tasarımı, 1977.

Kaynak: No More Rules, Rick Paynor, 2003, s. 39.

²⁶ Arketip: İlk Örnek. TDK, **Türkçe Sözlük**, TDK, Ankara, 2005, s. 121.

Albüm kapağındaki görselde Kraliçe II. Elizabeth'in ağzı ve gözleri yırtılmış ve yerlerine metinler yerleştirilmiştir (Resim 43). Gözlerin yerinde *God Save the Queen* (albümün adı) yazısı konumlandırılırken; ağzın yerinde grubun adını (Sex Pistols) oluşturan harfler dişlere benzetilerek, tek tek kesilerek bir araya getirilir. Görselin bu şekilde düzenlenmesi, Kraliçe'nin utandırıcı bir suç işlemesine ya da olup biteni görmedim, bilmiyorum tavrına bir vurgu gibidir. Ayrıca parçanın sözleriyle de vurgu yapılıyor olabilir. Punk hareketinin anarşisi ve yıkıcılığından Kraliçe'yi sadece Tanrının koruyabileceği ve "Sex Pistols" karşısında Kraliçe'nin tek bir söz bile söyleyemeyeceği vurgusu da yapılıyor olabilir. *God Save the Queen* albüm kapağına Dick Hebdige'in (2004) yorumu ise şöyledir: "*Kabaca bir araya getirilen yazı, Kraliçe'nin gözleri ve ağzı üzerine yapıştırılmış ve ucuz dedektif dergilerinde, kimliği gizlemek için kullanılan siyah kalın çizgilerle (bunlar suç ve skandalı çağrıştırıyorlar) ağzı ve yüzü iyice bozulmuştu.* (s. 105)"

Bireyselleşmenin ortaya çıkardığı, post-war gençlik hareketlerinin; kişisel ifadeleri ve istekleri doğrultusunda birleşerek oluşturdukları altkültürlerin de kendine has dilleri oluşmuştur. Bu dillerin, bu altkültürü oluşturan bireylerin kişisel ifadelerini yansıtır olması bu anlatım dillerini önemli kılmaktadır. Burada bahsedilen Punk ve Hippi hareketleri çok uzun soluklu olmasalar da etkilerini günümüz Postmodern tasarım anlayışında görmek mümkündür.

Dick Hebdige (2004), altkültürü karakterize eden, ironik kendini alçaltma sürecindeki; "vahşi dengesizlik", "çürümüş" ve "değersiz" gibi çağrışımların Punk'ı bir süre sonra çürütmesiyle, üyelerinin daha dengeli olan New Wave (Yeni Dalga) akımını tercih ettiklerini vurgular (s. 105). Armstrong (2012), Yeni Dalga akımının oluşumunu Weingart'ın sözdizimsel deneylerinin Amerika'ya sıçramasıyla birlikte, Akademik çevrelerin erken dönem 20. yüzyıl Modernizm'ini yeniden keşfetmesine bağlamış ve "... tarihselleştirilmiş postmodern mimarinin belirişi ve Weingart-vari yapısal ifadenin bir araya gelmesiyle, Yeni Dalga adını verdiğimiz grafik patlama meydana geldi" (s. 81) demiştir. Cramsie (2010) ise Amerika'daki Yeni Dalga hareketinin sadece Postmodernizm'in buradaki telaffuzu olmadığını, aynı zamanda Punk'ı da içinde barındırdığını söylerken, Yeni Dalga'da Punk'ın görsel etkilerinin kendini belli ettiğini de belirtir (s. 297).

2.1.2. Bireysel Deneylerle Uluslararası Tipografi Kurallarının Sorgulanması

Post-war gençlik hareketleriyle birlikte bireyselleşmenin önem kazanmasıyla, tasarımcılar da içinde bulundukları Uluslararası Tipografik Tarz'ın kurallarını bireysel deneylerle sorgulamaya başladılar. Bu yeni tipografik dilin deneyleri Wolfgang Weingart ile birlikte İsviçre'de kendini gösterir. Bu yeni dilin İsviçre'de oluşmaya başlamasını Becer (2011), İsviçre'nin II. Dünya Savaşı'nın dışında kalması olarak açıklamıştır. İsviçre savaşa katılmadığı için tasarım ve sanat üretimleri sekteye uğramamış, tam tersine gelişme olanağı bulmuştur. Ayrıca İsviçre Tipografisi'nin bu ülkeden dünyaya yayılıp uluslararası duruma ulaşması da bu yeni dilin İsviçre'de gelişmesi için ayrı bir unsurdur. Çünkü bu yeni tasarım anlayışı, İsviçre Tipografisi'nin sorgulanması sonucu oluşmuştur.

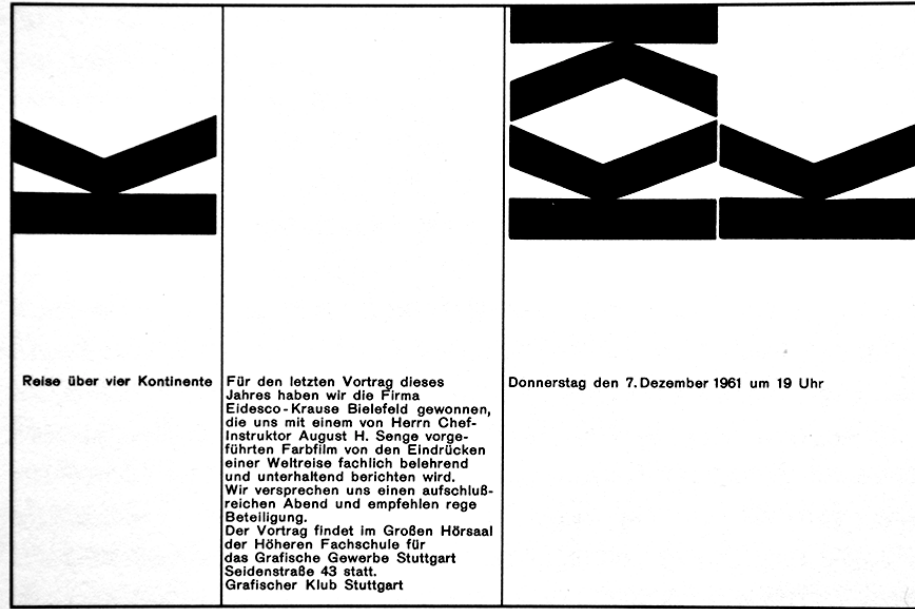
Wolfgang Weingart, Basel'de genç bir öğretmenken; İsviçre Tasarım Anlayışı'na karşı çıkmadan, baskın bir grafik tarz olan ve günümüzde Postmodern tasarım olarak bilinen anlayışa kapıları açmadan ve kavramsal isyanı başlatan kişi olmadan önce, İsviçre Tasarımı içinde üretimde bulunan bir tasarımcıdır. Bu nedenle İsviçre Tipografisi'nin, Weingart'ın kurallarını sorgulayıp yıkmasından önceki durumuna ve oluşumuna değinmek gerekir.

1970'lerin sonunda ve 1980'lerin başında gücünü kaybetmeye başlamadan ve birçok kişi onu soğuk, resmi ve deneysellikten uzak olmakla suçlamadan önce İsviçre Tasarımı, Uluslararası Tipografik Tarz olarak dünya çapında kabul görmüş bir tasarım anlayışıdır. Uluslararası bir duruma kavuşan İsviçre Tipografisi'nde ulaşılan saflık, nesnellik ve berraklığın tasarımcıya zamandan bağımsız bir biçim dili kazandırdığını söyleyenlerin olmasının yanı sıra, bu tasarım anlayışının formüllere dayandığını ve her defasında benzer sonuç ve çözümlere ulaştığını iddia ederek; bu üslubun karşısında duranların da var olduğunu ifade eden Becer (2007), İsviçre Tasarım Anlayışı'nın aşağıdaki maddelerle sınırlandırmanın mümkün olduğunu söyler:

- *Matematiksel bir grid çizimi üzerinde asimetrik olarak düzenlenmiş tasarım unsurları ile oluşturulan görsel bütünlük,*
- *Serifsiz yazı karakteri kullanımı (Özellikle 1957'den sonra, "Helvetica" karakterleri),*

- Genellikle soldan bloklanan, sağda serbest ve değişken satır uzunluklarına dayalı bir tipografik kompozisyon anlayışı,
- Sözel ve görsel bilgileri açık ve berrak bir tasarım anlayışıyla ileten nesnel metin ve fotoğraflar,
- Ticari reklamcılık ve propagandanın abartılı dilinden uzak, bağımsız bir tasarım anlayışı (s. 262-263).

Weingart'ın 1962 yılında başladığı ve İsviçre Tasarım Anlayışı'nın “form işlevi izler” (form follows function) anlayışına ters düşen bir şekilde ürettiği işleri, birçok “işlevsiz” tasarım formunun eklendiği karmaşık deneylerden oluşur (McCoy, 2001, s. 8). Weingart'ın bu deneyleri, İsviçre Tasarım Anlayışı'nın normlarını²⁷ sorguladığı, peş peşe bağımsız projelerdir. Bu deneylerde, dizgide kullanılan harf kalıpları dışındaki tüm hurufatlar (bir takım yardımcı çizgiler ve elemanlar) oluşturduğundan, Weingart bu deneylere dizgi hurufatlarının farklı kullanımlarını ve klasik baskı yöntemlerini sorgulamak amacıyla başlamıştır. Weingart bir grafik tasarımcı olarak başladığı çalışmalarına, bir sanatçı gibi devam etmiştir. Bunun nedeni; tasarımcının kuralları sorgulamasıyla başladığı deneylerine, estetik kaygılar taşıyarak devam etmesi olabilir. Ancak sonuçta vardığı nokta bu iki tavrın birleştiği ve bir potada eridiğini kanıtlar.



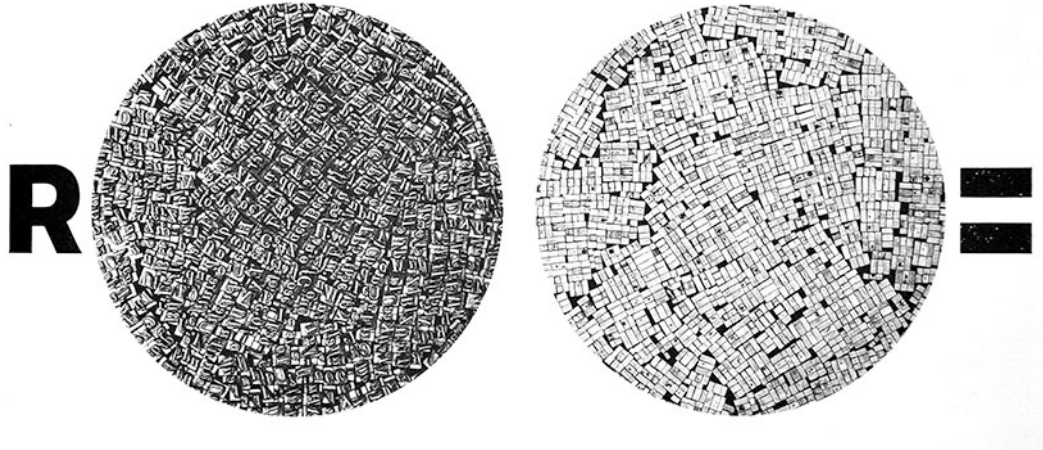
Resim 44. Wolfgang Weingart, Dünya gezileriyle ilgili bir seminerin davetiye tasarımı, 1961
Kaynak: Wolfgang Weingart, My Way To Typography, 2000, s. 59.

²⁷ Bu tarzın normları matbaada yapılan tipografi dizgisinin sınırlarını oluşturur. Bu sınırlar bu tarzda grid denilen ve baskıda görünmeyen birbirini kesen yatay ve dikey çizgilerden oluşur.

Weingart'ın 1960'larda İsviçre Tasarımı içerisinde ürettiği işlerinde grid sistemi ve Uluslararası Tipografik Tarz'ın soğuk ve kuralcı yapısı görülür (Resim 44). Weingart, sisteme karşı duruşunu gösteren deneylerini dönemsel ve içeriksel olarak sınıflandırmıştır. Bu dönemde kuralları sorgulamak adına ürettiği işleri, öncelikli olarak şekil ve dokulardan oluşur. Burada, harufatların basılmayan taraflarıyla neler yapabileceğini deneyimlemiştir. İlk olarak 1962'de “Round” (Resim 45, 46) adını verdiği çalışmalara başlamıştır. 1964 ve 1972 yılları arasındaki çalışmalara “Line” (Resim 47) adını vermiştir (Weingart, 2000, s. 169-170).

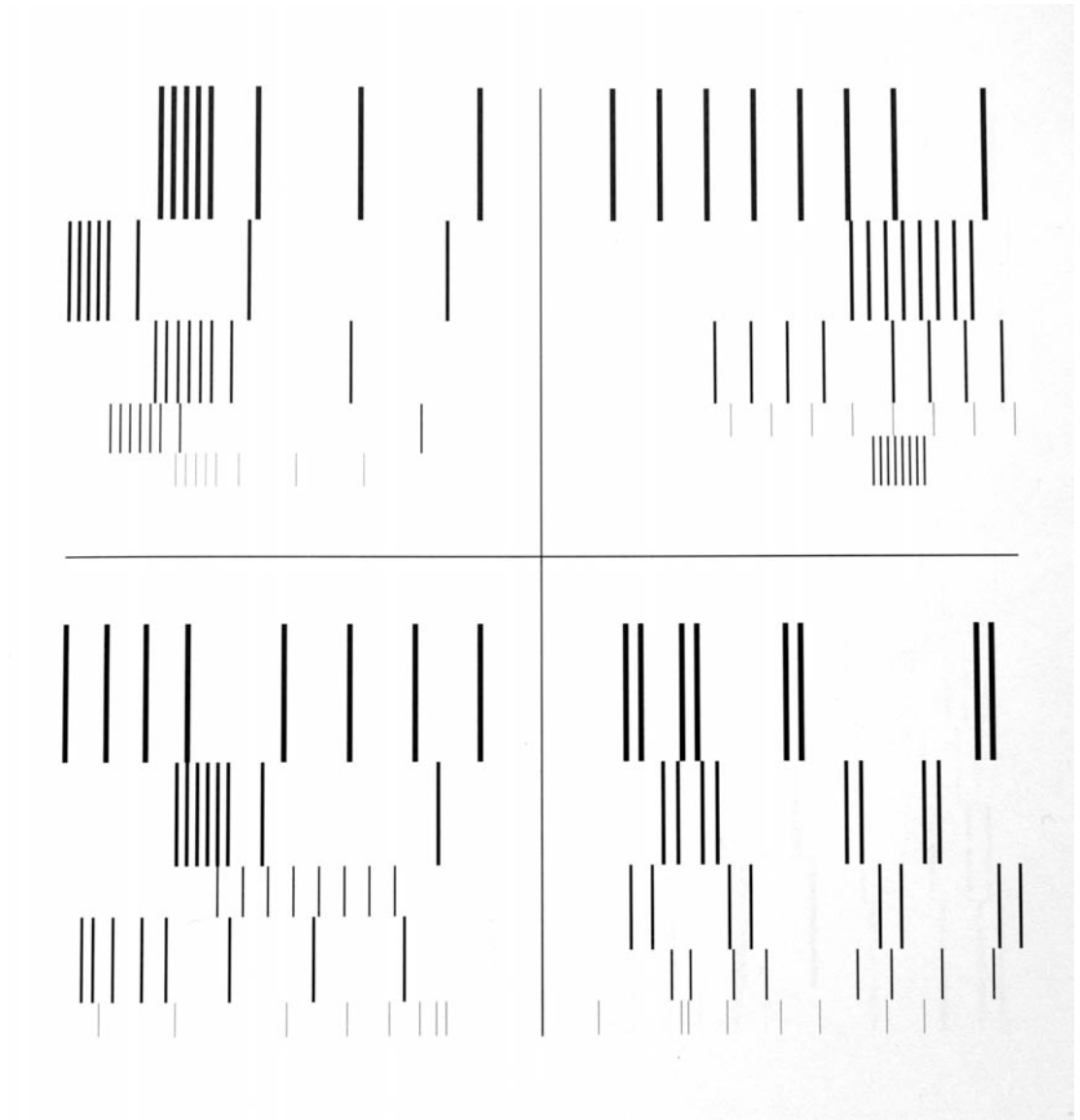


Resim 45. Wolfgang Weingart, “Round” (Yuvarlak) adlı ilk bağımsız proje, 1962.
Kaynak: Wolfgang Weingart, My Way To Typography, 2000, s. 67.



Resim 46. Wolfgang Weingart'ın round projesinde kullandığı baskı kalıpları. “R” metal harflerin baskıda kullanılan üst kısımları. “=” metal harflerin basılmayan alt kısımları, 1990.
Kaynak: Wolfgang Weingart, My Way To Typography, 2000, s. 171.

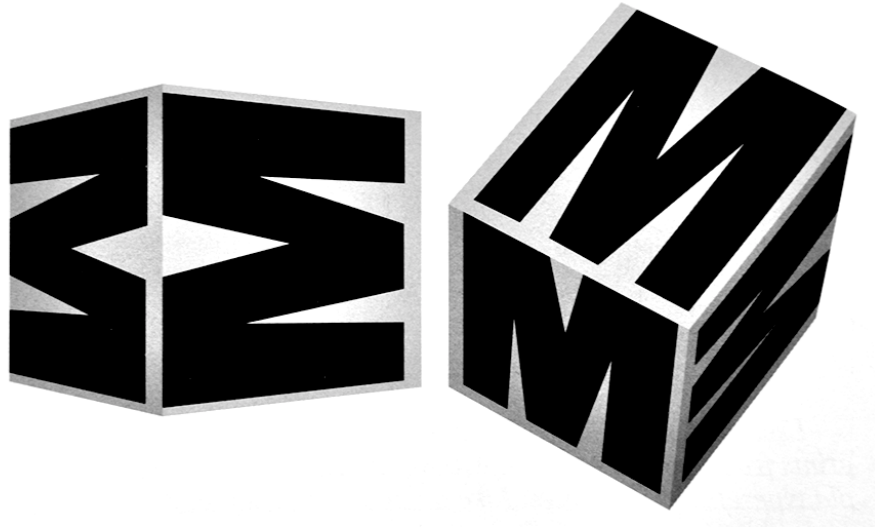
1962 yılında hurufatları, Uluslararası Tipografik Tarz'ın normları dışında bir satıra dizmeden ya da aralarına boşluk vermeden oluşturduğu, “Round” adını verdiği çalışmalarda, aslında grid sistemini ortadan kaldıran bir deneysellik göze çarpar. Burada bir harfin sayfa üzerindeki belirlenmiş görevinden, kullanım ve yerleştirme kurallarından sıyrılmış bir düzenlemeyi amaçladığı görülür. Weingart, “Round” adını verdiği bu çalışmalardan sonra “Line” adını verdiği çalışmalara başlamıştır (Weingart, 2000, s. 169-170, 200).



Resim 47. Wolfgang Weingart, “Line” (Çizgi) adlı ikinci bağımsız proje, harf dizisinde yardımcı elemanlardan oluşan kompozisyonlar, 1964.

Kaynak: Wolfgang Weingart, My Way To Typography, 2000, s. 210.

“Line” adlı çalışmalarında ise Weingart, matbaayla ilgili olan ancak basımla ilgili olmayan, yani baskıya yardımcı olan ve basılmayan parçalara (lead-kurşun, copper-bakır, brass-pirinç, iron-demir)²⁸ yönelir. Weingart, 1964 ve 1972 yılları arasında devam ettiği “Line” adını verdiği çalışmalarında, manzaranın kontur çizgileriyle kendi tipografik resimleri arasında estetik bir bağ olduğunu görür (Resim 47) (Poynor, 2003, s. 20; Weingart, 2000, s. 200-201). Bu resimsel durumu McCoy (McCoy, 2001) şu sözleriyle işaret eder: “Weingart oldukça resimsel hale gelen deneysel kompozisyonlarda giderek karmaşıklıktan tipografi ve gridleri keşfetti.” (s. 8). Bu yönelimler bize Weingart’ın hali hazırda tasarım ve dizgi yapmak için belirlenmiş olan kuralların ötesine geçebilme isteğini gösterir.

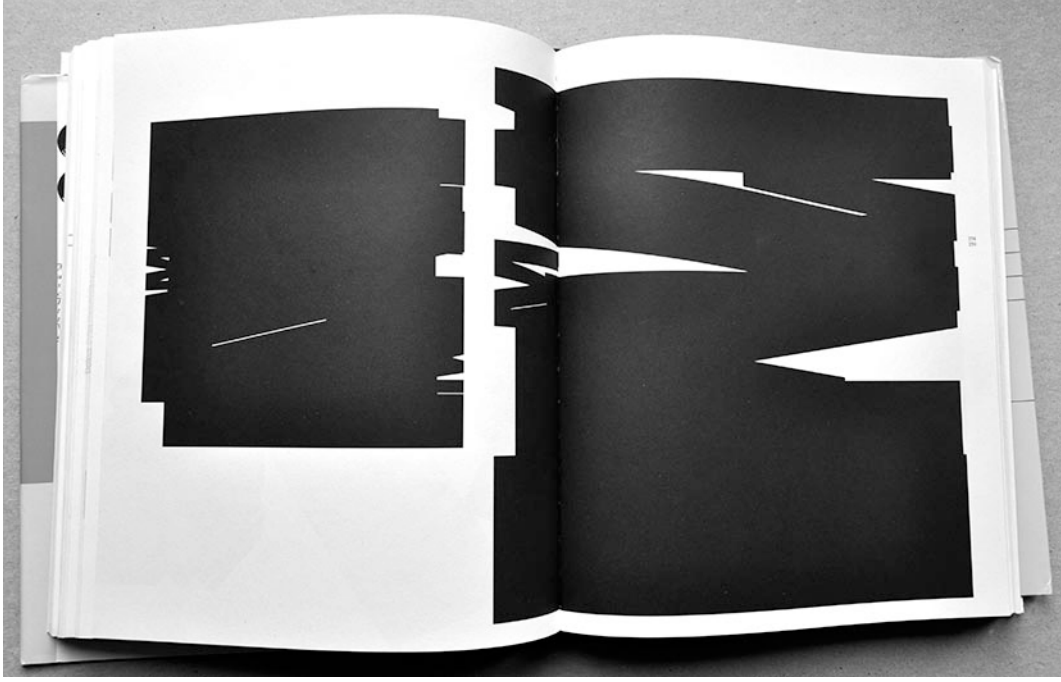


Resim 48. Wolfgang Weingart, “M” kübü, basılmış M harfinin bir kübün 6 yüzeyine de yapılandırılmış hali. Küp, M harfini farklı açılardan ve perspektiften çekme imkanı vermiştir. 1965.
Kaynak: Wolfgang Weingart, My Way To Typography, 2000, s. 236.

1962’de M harfiyle çalışmaya başlayan Weingart, hazır ve üretilmiş olarak aradığı ölçülerde bir harf bulamaz. Bunun sonucunda büyük puntolarda harf yapmaya başlar. Böylece harflerin inceliklerini ve kendine ait özelliklerini keşfeden Weingart’a göre: “B, kırılğan bir çiçek, Z göz alıcı bir yıldırım, L saat 3, W uçan bir kuş ve M ise kendine işaret eden bir oktur.” M harfi belki de bu yüzden Weingart için vazgeçilmez olur. Weingart, beyaz kartondan bir küp yapar ve her yüzeyine

²⁸ Dizilmiş satırların arasını açmak için kullanılan kalınlığı değişebilen yazısız metal parçalar. Gülsoy, T., **Reklam Terimleri ve Kavramları Sözlüğü**, Adam Yayınları, İstanbul, 1999, s. 281.

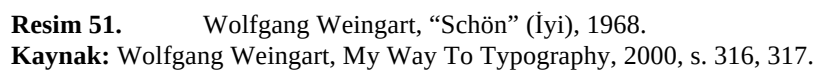
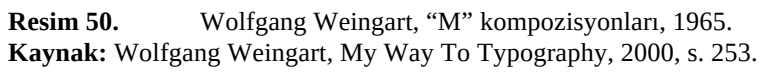
letterpress²⁹ ile basılmış M harfi yapıştırır ve birçok açıdan fotoğraflarını çeker (Resim 48). Bu Weingart’a hem perspektifi sunmuş hem de ağaç ya da metal kalıptan elde edemeyeceği kadar boyut, yerleştirme ve açı elde etmesini sağlamıştır (Resim 49, 50) (Weingart, 2000, s. 233).

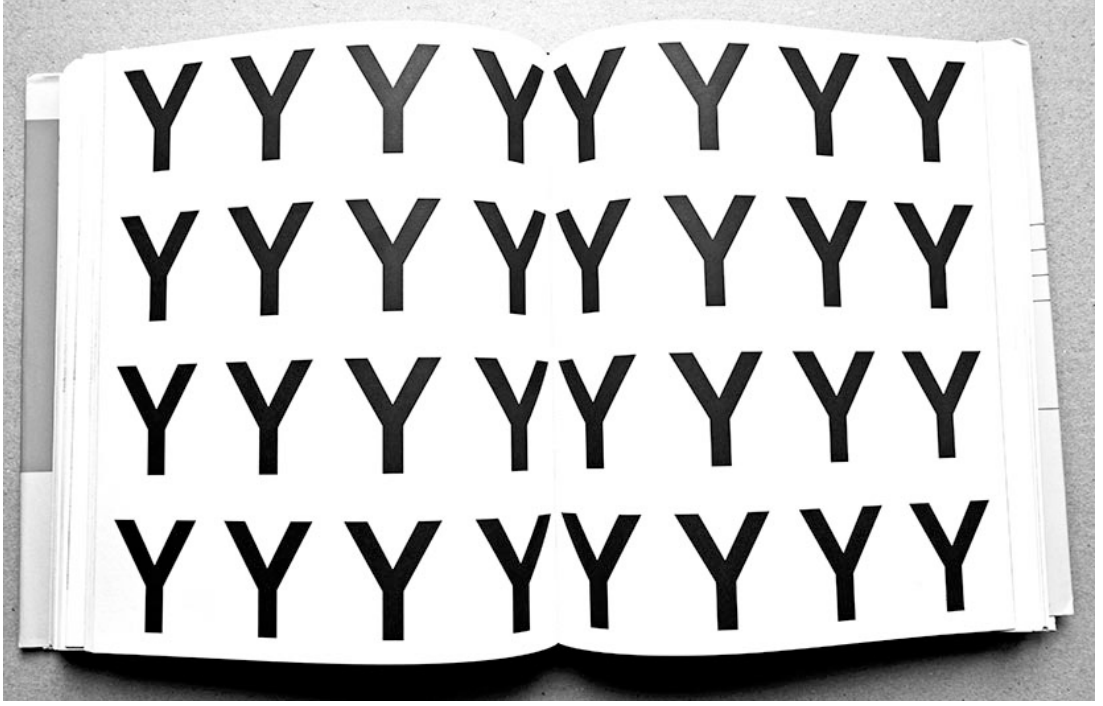


Resim 49. Wolfgang Weingart, “M” kompozisyonları, 1965.
Kaynak: Wolfgang Weingart, My Way To Typography, 2000, s. 258-259.

Weingart, kuralları sorgulama deneylerine tek bir harf kurgusuyla devam eder. Ancak 1968-1971 yılları arasında kelime ve harf tekrarlarıyla yeni deneylere giren Weingart, çalışmalarındaki görsellikleri; çocukluk, gelişim, okul çağlarındaki etkilenimleri, düşünceleri ve gezip gördüğü manzaraları aktararak oluşturur. İ ki noktayla yazılmış “*Schön*” (İyi) (Resim 51) kelimesi Weingart’ın güzellik anlayışını aktarırken, “Y” harfi ikili karşıtlık olarak çölün kuru ve delik deşik yüzeyinde renkli bir laledir (Resim 52) (Weingart, 2000, s. 309, 320-321).

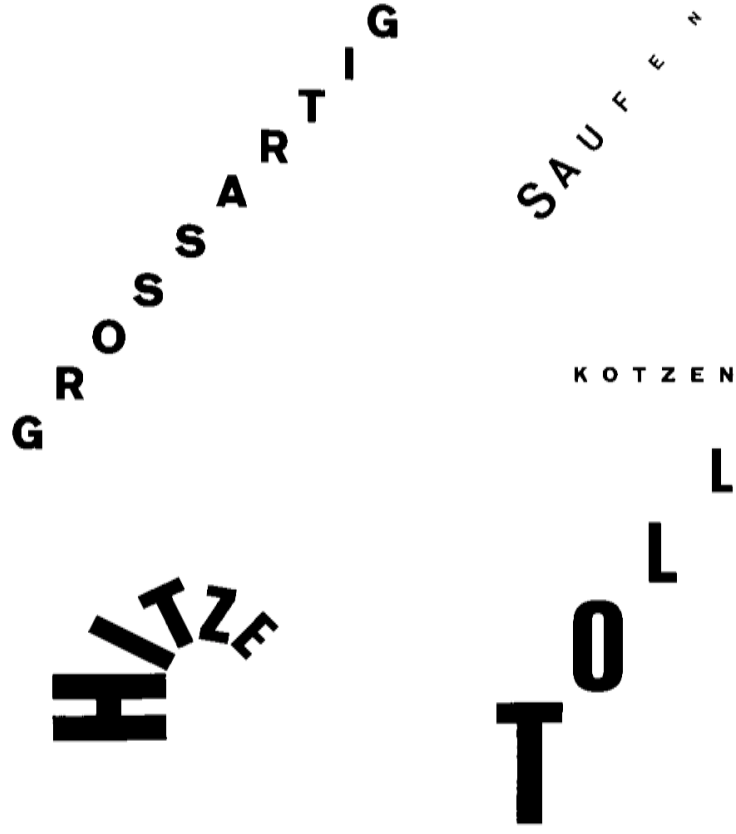
²⁹ Letterpress printing: (Basımcılık) tipo baskı, tipografik baskı. Klişede baskı yapan alanların yükseltilmiş olduğu baskı yöntemi. Gülsoy, T., **Reklam Terimleri ve Kavramları Sözlüğü**, Adam Yayınları, İstanbul, 1999, s. 285.





Resim 52. Wolfgang Weingart, “Y”, tekrar eden harf, 1971.
Kaynak: Wolfgang Weingart, My Way To Typography, 2000, s. 334, 335.

Weiterbildungsklasse für Graphik (Advanced Class for Graphic Design-Grafik Tasarım için İleri Sınıf) 1968 yılının Nisan ayında açılır. Weingart, bu okulda öğrencileriyle okunabilirliğin sınırlarında espas, ağırlık ve boyut üzerinde çalışırken şunu fark ederler: *“Harflerin arasındaki artırılmış boşluk, harflerin, kelimelerin ve kelime gruplarının grafik bir görüntü oluşturmaya neden olmaktadır.”* (Weingart, 2000, s. 270). Bu deneylerin sonucunda Weingart ve öğrencileri, tipografinin salt okumakla ilgili olmadığını, görsel ve anlama dayandığını keşfetmişlerdir. Kelimeyi oluşturan harfleri birbirinden ayırdıkça, okunaklılığın bozulmasıyla daha çarpıcı ve duygusal olan görsellik oluştuğunu ve bununla birlikte de anlamın ortaya çıktığını görmüşlerdir (Resim 53) (Weingart, 2000, s. 269-270).



Resim 53. Wolfgang Weingart'ın öğrencileriyle yaptığı espas, ağırlık ve boyut çalışmaları, 1971.

Kaynak: Wolfgang Weingart, My Way To Typography, 2000, s. 273.

Weingart, deneysel çalışmalarında yapmak istediğine şu sözleriyle vurgu yapar: “*Bu hantal mesleği tahrik ederek ve dizgiciliğin sınırlarını kırılma noktasına dek zorlayarak, sonunda tipografinin bir sanat olduğunu kanıtlamayı amaçladım.*” (Armstrong, 2012, s. 79). Bu düz kuralcılığı yıkabilmek adına gerçekleştirdiği deneyler sonucunda işleri tipografiden grafiğe dönüşen Weingart, bu grafik çalışmalarla grid sisteminin ve Uluslararası Tipografik Tarz'ın kurallarının artık geçerliliğinin kalmadığını ispatlamıştır (Resim 54). Weingart, bunları afiş gibi basılı çalışmalarına taşıyabilmesiyle, bu deneylerin bir akıma dönüşmesini sağlamıştır (Helfand, 1999; Heller & Chwast, 2011, s. 221-222).

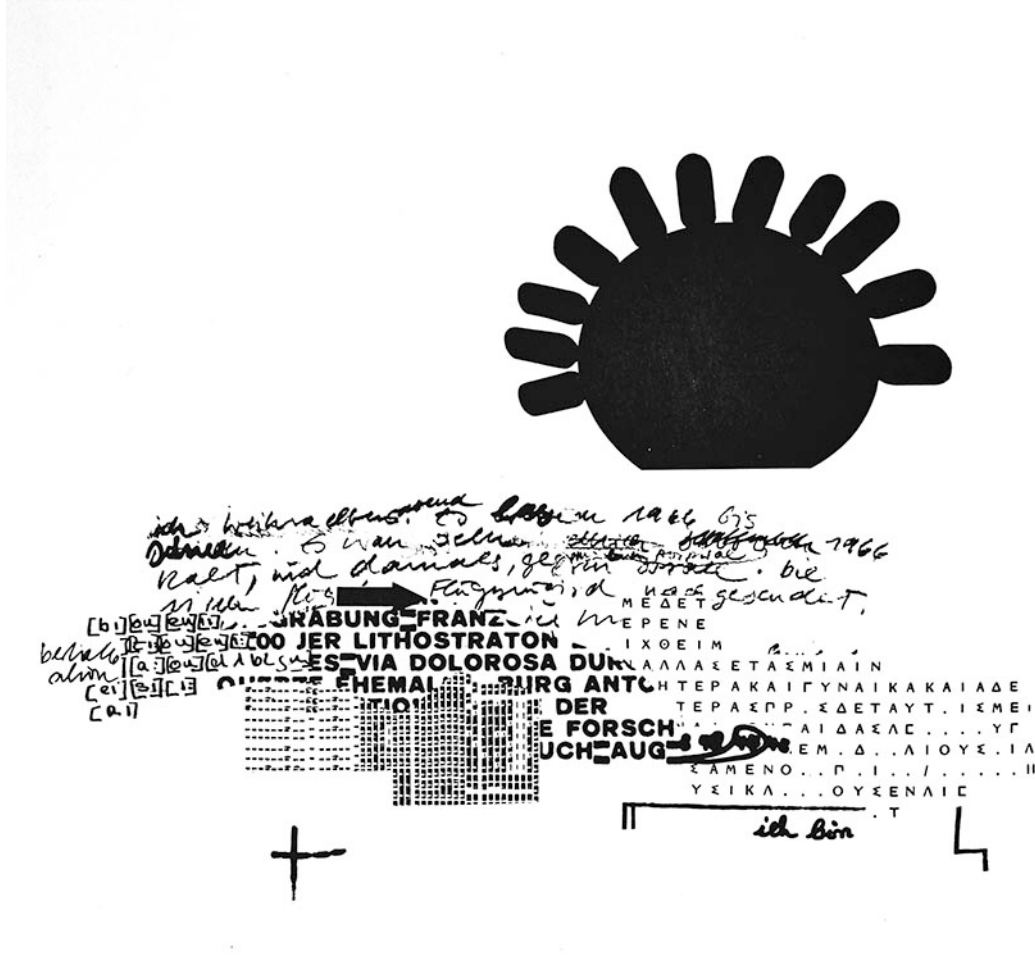


Resim 54. Wolfgang Weingart, seyahat izlenimleri, zaman çizelgeleri ve tren biletleri gibi malzemelerle yapılmış film kolajları, 1973-75.

Kaynak: Wolfgang Weingart, My Way To Typography, 2000, s. 354.

Deneyleriyle İsviçre Tasarımı'nın kurallarını yıkan Weingart, çalışmalarında; bu anlayışın temiz ve kuralcı grid sistemi ve tipografi anlayışının aksi olarak, tahmin edilemeyen kişisel özellikler –diyagonal yerleştirmeler, gelişi güzel harf boşlukları– kullanmıştır. Hem bireysel olarak başladığı kuralları sorgulama çalışmalarında, hem de öğretim programında deneyimlediği bir dizi; sözdizimsel, anlamsal ve faydacı (pragmatic) çalışmalar geliştiren Weingart, bu üretimlerde kazandığı deneyimlerini seminer ve yayınlarla geniş bir çevreye duyurarak, Yeni Dalga ya da İsviçre Punkı

denilen hareketin de öncüsü olmuştur (Resim 55) (Helfand, 1999; Heller & Chwast, 2011, s. 221-222).



Resim 55. Wolfgang Weingart, seyahat izlenimleri, zaman çizelgeleri ve tren biletleri gibi malzemelerle yapılmış film kolajları, 1973-75.
Kaynak: Wolfgang Weingart, My Way To Typography, 2000, s. 356.

2.2. Tipografinin Gelişmesi ve Çeşitlenmesi Üzerinde Teknolojinin Etkisi

Yeni Dalga ve ardından bilgisayarın bir tasarım aracı olarak grafik dünyasına girmesiyle birlikte Postmodern dönem kendini gösterir. Postmodernizm'i hazırlayan dönemselsel değişimleri ve gelişmeleri bizzat içinde yaşayan ve tasarım anlayışında bu değişimleri deneyimleyen Katherine McCoy'a (1994) göre, 1960'larda hüküm süren

İsviçre Tasarım Anlayışı'ndaki önde gelen tasarımcılar, bugün Postmodernizm olarak adlandırdığımız mimarideki tasarım denemelerine paralel olarak, İsviçre Tasarım Anlayışı'ndan daha ekspresif bir tasarım görüntüsü arayışına girerler. 1970'lerde grafik tasarım çalışmalarının yeni tarzı, daha iyi bir dönemin şansı için Yeni Dalga adıyla kendini gösterir (s. 49).

Bu süreçte Michigan, Bloomfield Hills'teki Cranbrook Akademisi'ndeki eğitimciler, Yapıbozum (Deconstruction) teorisinin üzerine temellendirilen bir analitik tasarım anlayışı kurgularlar. Bu anlayışta, soyut görsel iletişimin limitleri, karmaşık tipografik kurgularla ifade edilen anlamın katmanları üzerinden test edilir. Bu anlayış dekoratif bulunmasına rağmen, en iyi şekilde uygulayan Studio Dumbar ve Total Design'dır (Heller & Chwast, 2011, s. 221). Bu yeni teori, İsviçre Tasarım Anlayışı'nın yasakladığı birçok kuralı yok sayarak; izleyicinin, katılımı ve yorumu sayesinde anlamı kuvvetlendirir. Böylelikle; yazı seslerle hareketlendirilebilir, canlandırılabilir, imajlar okunabilir ve izlenebilir hale getirilir (McCoy, 2001, s. 9).

Bu yeni teoriyle üretilen çalışmalar, bilgisayarın belirli efektleri sayesinde ve globalizmin etkisiyle bir süre sonunda ifadelerde ve görsel sonuçlarda tek tipleşmeyi de beraberinde getirir. Bu aynılaştırmanın küreselleşmenin bir sonucu olduğu düşünülerek, tasarımcılar yerel ifadeler üzerinde yoğunlaşırlar. Böylelikle “yerellik” önem kazanır. Tasarımcıların kendini ve anlatımlarını sorguladıkları bu ortam, tipografinin kullanım alanlarının ve tasarımın sınırlarının zorlandığı “disiplinlerarası” çalışmaları da gündeme getirir.

Özellikle 1980 sonrası dönemde, grafik tasarım ve tipografide ardı ardına yaşanan gelişmelerde bilgisayarın etkisi çok büyüktür. Başlarda amatörce ve tam olarak tasarımcıya sağladığı olanaklara hakim olunmadan, bir oyuncak gibi kullanılan bilgisayar, zamanla tasarımcıyı dönüştürmüş ve tasarımcıların anlatımlarını kuvvetlendirmek adına kullandıkları bir araç halini almıştır. McLuhan ve Povers'ın (2001) söylediği gibi “...teknolojiler, tıpkı sözcükler gibi metafordurlar. Onlar da benzer biçimde, kullanıcıyla çevresi arasında yeni ilişkiler kurulana kadar kullanıcıyı dönüştürürler.” (s. 33).

2.2.1. Bilgisayarın Tasarım Dünyasına Girmesi

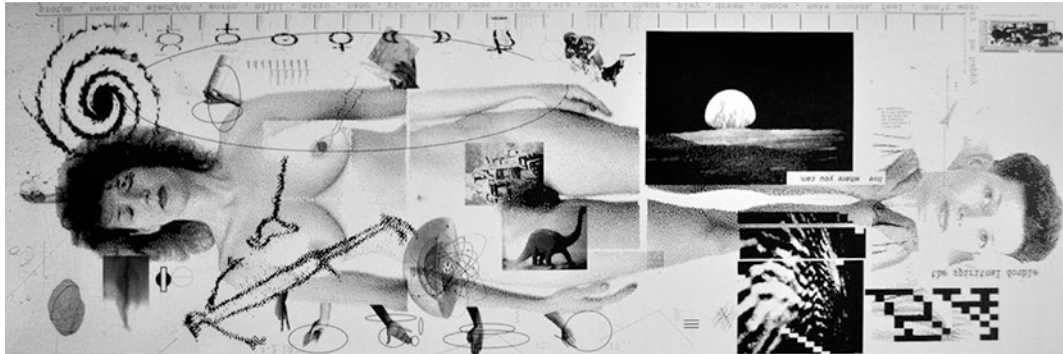
Tasarım dünyası, yeni neslin sorunlarıyla oluşan akımların ya da akademik ortamda oluşan akımların etkisiyle kendine ifade biçimleri ararken, baskı alanındaki teknolojik ilerlemeler de yoğun bir şekilde devam eder. Fotodizginin ardından, 1980'lerin ortalarından itibaren bilgisayar, grafik tasarım dünyasında bir araç haline gelir. Bilgisayarın tasarım dünyasında kullanılmaya başlaması 1980'lerin ortalarını bulur. Bilgisayar devrimi denilen oluşumun önderi olan Apple, 1970'lerde ve 1980'lerde, mikro bilgisayarları güçlü bir iş aracı haline dönüştürür; ancak International Business Machines (IBM), Amerikan iş çevrelerinde çok tutulan kişisel bilgisayarları piyasaya sürünce, önderliğini kısa sürede kaybeder. Apple'ın önderliği tekrar eline geçirebilmesi için heyecan yaratacak bir kampanya hazırlığına girilir. George Orwell'in, acımasız 'Inner Party' (Yakın Çevre) ve onun efendisi Big Brother (Büyük Birader) tarafından yönetilen totaliter Oceania'nın korkularını anlattığı 'Bindokuzyüzseksendört' adlı romanı, Apple'ın 1984 yılındaki reklam kampanyası için çok uygun bir senaryo olarak seçilir. Macintosh, Ridley Scott'ın yönetmenliğinde 60 saniyelik bir reklamla, devrim yaratan bir yenilik olarak Apple bilgisayarın hiç görünmediği bir reklam filmi gerçekleştirilir. Gerçekten de reklam tam da istenildiği gibi bir etki yaratır. Böylece Macintosh tekrar sektörün bir numarası olur ve tasarım dünyasına hizmete başlar (Rutherford, 2000, s. 176-178).

Apple'ın ürettiği yeni bilgisayarlar 1984'de bilgisayarın tasarım dünyasına girmesiyle yenilikler ve deneysel çalışmalar daha da artar. Bilgisayar tasarımı kullanan ve Yeni Dalga akımında üretimde bulunan ilk Amerikalı tasarımcı April Greiman'dır. Greiman, 1970'lerin başlarında bilgisayarlar grafik tasarım için bir araç haline dönüştürülmeden önce, İsviçre'deki Basel Tasarım Okulu'nda Wolfgang Weingart'ın öğretilerinin ışığında çalışır. Greiman, aldığı bu eğitimi, yeni dijital formların estetik potansiyelinde kullanan ilk Amerikalı tasarımcı olması açısından önemlidir (Cramsie, 2010, s. 314; Johnson, 2002, s. 100; Polano & Vetta, 2002, s. 139).

1960'ların ortalarında Basel Okulu'nun mezunları ve öğretmenleri Amerika'ya gelmeye başlarlar. Amerikalı genç tasarımcılar, Basel'den gelen eğitimci ve mezun öğrencilerin buraya taşıdığı bu yeni anlayışa büyük ilgi duyarlar. Eş

zamanlı olarak mimar Robert Venturi, polemik bilimsel incelemesi “*Complexity and Contradiction in Architecture*” (Mimaride Çelişki ve Karmaşıklık) sayesinde Amerikan kültür ortamına bir bomba gibi düşer. Amerika, 1965’te Postmodern anlatımla tanışırken; Robert Venturi ve Michael Graves, Post-Modern dekoratif motifleri geliştirirler (Heller & Chwast, 2011, s. 221; McCoy, 2001, s. 8).

Robert Venturi ve Basel’den gelen eğitimciler ve eğitimli tasarımcılar sayesinde Yeni Dalga adı verilen akımla tanışan Amerikalı tasarımcılar, 1970’lerin başında Basel’e, grafik tasarım alanında lisans üstü eğitim için göç ederler. Basel’e bu göçlerle gelip Basel Tasarım Okulu’nda eğitim alanlar arasında ilk sırada April Greiman ile Dan Friedman yer alır. 1960’lardan 1980’li yılların sonuna dek Basel Tasarım Okulu’nda eğitim gören öğrenciler, İsviçre modernizminin ödün vermez yapılarını bu yeni çağın dinamik deneylerini oluşturmak için kullanırlar (Armstrong, 2012, s. 77; McCoy, 2001, s. 8).



Resim 56. April Greiman, “Does It Make Sense?” (Bu Mantıklı Mı?), Design Quarterly dergisinin 133. sayısı için portfolyo sunumu, USA, 1986.

Kaynak: Rick Poyner, No More Rules Graphic Design and Postmodernism, 2003, s. 100.

Greiman, Apple bilgisayarların görüntü işleme (image-making) potansiyeli ile tasarımlarını, Weingart’ın deneysel tasarımlarının karmaşık ve görsel zenginliğiyle bütünler. Greiman’ın, 1986’da bir Amerikan dergisi olan “*Design Quarterly*”nin 133. sayısı için yaptığı “*Does It Make Sense?*” (Bu Mantıklı Mı?) adlı işi bilgisayarla yapılmış tasarımların ilk örneklerindendir ve Greiman bu işiyle bilgisayarlı tasarımın öncülerinden olur (Resim 56). Minneapolis’teki Walker Sanat Merkezi yayıncısı, Greiman’dan bütün bir dergiyi işlerini gösteren bir portfolyo gibi

kullanmasını ister. Greiman bu teklifi kabul eder; ancak yapmış olduğu işlerinin retrospektifini sergilemektense kendisini anlatan yeni bir şey üretmek ister ve “çıplaklıktan daha kişisel bir şey olmadığını” düşünerek, 60.96 x 182.88 cm (two x six-foot) (kendi gerçek boyutunda) ve içinde kendi çıplak fotoğrafının olduğu iki taraflı bir afiş tasarlar (Cramsie, 2010, s. 314-315).

Greiman, kendi çıplaklığını yine kendi düşüncelerini gösteren tipografi ve sembollerle katmanlaştırarak, gerçek bir öz-portre oluşturur. Kullandığı katmanlaşma, bireysel ifade ve eklektik yapılar, tasarımın Postmodern bir anlayış içerisinde ortaya konulduğunu izleyiciye gösterir niteliktedir. Ancak Greiman bu işiyle sadece Postmodern anlayışta bir üretimde bulunmakla kalmaz, bilgisayarı da bir tasarım aracı haline dönüştüren ilk adımı atar. John Smith (2009), dönemin grafik tasarımcılarının bilgisayarı bir tasarım aracı olarak kullanıp kullanamayacaklarını düşünürken; Greiman’ın tasarlamış olduğu öz-portresiyle bilgisayarlı tasarımı anında bir endüstri standardı haline getirdiğini belirtir.

Weingart’ın öğretilerinden yararlanmak isteyen Amerikalı genç tasarımcılardan olan April Greiman, Weingart’ın öğretilerini bilgisayarla birleştirerek eser vermesi ve bilgisayarla tasarım üreten ilk tasarımcı olması, onun tasarım dünyasında ayrı bir konuma sahip olmasını sağlamıştır. Greiman ile tasarımların bilgisayar ile gerçekleştirilebileceğini gören tasarımcılar, teknolojinin daha da gelişmesi sayesinde, fontların da geliştirilip çeşitlenebileceğini fark ederler. Böylece yazı karakterlerinin de çoğalmasıyla ve yazı karakteri tasarımcılarının artmasıyla yeni ve kişisel ifadeler içeren fontlar üretilmeye başlanır. Bu çeşitlenme tipografik tasarımlarda da gözle görünür değişimler yaratır.

2.2.2. Tipografiyi Oluşturan Fontların Çeşitlenmesinde Bilgisayarın Etkisi

Bilgisayarın tasarım dünyasına girmesiyle birlikte tipografi de onu katılaştıran ve kullanım olanaklarını sınırlandıran maddesinden kurtulur ve bilgisayarın sanal ortamına aktarılır. Garfield (2012), bu aktarma işlemini Steve Jobs’un üniversiteden ayrıldıktan on yıl sonra, ilk Macintosh bilgisayarı tasarlamasının ardından, belki de kimsenin aklına gelmemiş bir şeye “Font”

tasarımlarının bilgisayarda kullanılabilecek hallerini sayısal olarak var edebilme üzerinde çalıştığını söyler. Jobs; Chicago, Toronto, Venice, Los Angeles gibi birçok yeni font üretirken, başka fontların da üretilmesinde yardımcı olur (s. 49).

Sanal ortama aktarılan yazı karakterleriyle bilgisayarda tasarım yapmak neredeyse deney yapmakla eş değer hale gelir. Çünkü grafik tasarım uygulamalarında hurufat ile ve daha sonra fotodizgiyle yapılan ve sınırlı bir alanı olan tipografinin, yazı karakterlerinin sanal ortama aktarılmasıyla sonsuz özgürlük alanı kazanmasını Simon Garfield (2012) şu sözlerle anlatır:

“İşte bu bir şeylerin başlangıcı oldu - harflerle ve yazı karakterleriyle günlük ilişkimizde tam bir deprem etkisi yarattı. Bu buluş sayesinde, sonraki on yılda –o güne kadar sadece tasarım ve matbaacılık alanındaki teknik dilin bir parçası olan- “font” sözcüğü bütün bilgisayar kullanıcılarının diline girecekti.” (s. 12).

“Font”, hurufat olma halinden çıkıp, sayısal ortama aktarılan ve bu ortamda var olan, elle hissedilmeyen sayısal bir veriye dönüşür. Hurufat durumundan çıkışıyla sayısal ortamda bütün yüklerinden kurtulan, özgürleşen tipografi, yazı karakterlerinin çeşitlenmesini sağlayıp, tasarımcılara çok farklı tasarım olanakları sunar. Böylece tasarımcılar, basılı malzemelerde tipografiyi istediği yere, istediği şekilde ve büyüklükte koyabildiği gibi üst üste çakıştırmalara da imkan verebilen katmanlaşmayı da kullanabilme olanağına sahip olurlar. Bu olanaklarla sınırlar neredeyse yok olur, tasarımcılar bu özgürlükle neler yapabileceklerini denemek ve yeni şeyler keşfetmek için tasarlayıp, deneyimlemeye başlarlar.

Bu deney ortamında profesyonel yaklaşımların olduğu gibi amatör yaklaşımlar da vardı. Çünkü bilgisayarların küçülüp kişiselleşmesiyle birlikte, sadece tasarımcılar değil, bilgisayar sahibi olan herhangi biri de bir takım denemeler gerçekleştirebilirlerdi. Bu denemeleri kimi eleştirmenler doğal olarak korkunç bulur. Bu durumu Garfield (2012), eleştirmenlerin sözlerine de yer vererek şöyle anlatır:

“Çok sık olarak, özellikle de internet çağında, ağız bozuk olurlar. “Çocuk bezinden taşmış gibi görünen bir alfabe yaratmak için tipografik tek bir neden bile yok,” diyordu Peter Fraterdeus, 1996 yılında, AIGA Journal of Graphic Design dergisinde. (Özellikle “yoz” yazıdan bahsediyordu; Fontographer yazılımıyla eğlenen amatörün yaptığı işlerden.) tasarım eleştirmeni Paul Hayden Duensing’in dijital yazı karakterleriyle ilgili şu gözlemi de aynı havayı taşır: “[on yedinci yüzyıla ait bir yazı karakteri olan] Janson’ı dijitalleştirmek elektronik klavyeyle Bach çalmak gibidir.” (s. 258).

Bilgisayarın grafik tasarım dünyasında kolaylık sağlamasının yanında, Postmodernizm’in kişisel ifade özgürlüğünü de desteklediğini Zuzana Licko’nun

(2003) şu sözlerinden anlayabiliriz: “Bugünkü kişisel bilgisayarlar isteğe özel alfabeler yaratma olanağı veriyor, daha kişisel ifade biçimleri için potansiyel taşıyor.” (DEDİ Kİ, 2003).

Yazı karakterleri bilgisayara aktarılmadan ve bilgisayar ortamında tasarlanmaya başlamadan önce, uzmanlar tarafından yapılan seçkin bir disiplindir. Ancak Apple bilgisayarlarla birlikte sanal ortamda tasarlanmaya başlayan yazı karakterleri tasarım için daha çeşitli bir yelpaze sunar. Bu çeşitlilik yazı karakterlerini bilgisayarda tasarlamayı sağlayan programın Steve Jobs tarafından geliştirilmesiyle gerçekleşir.

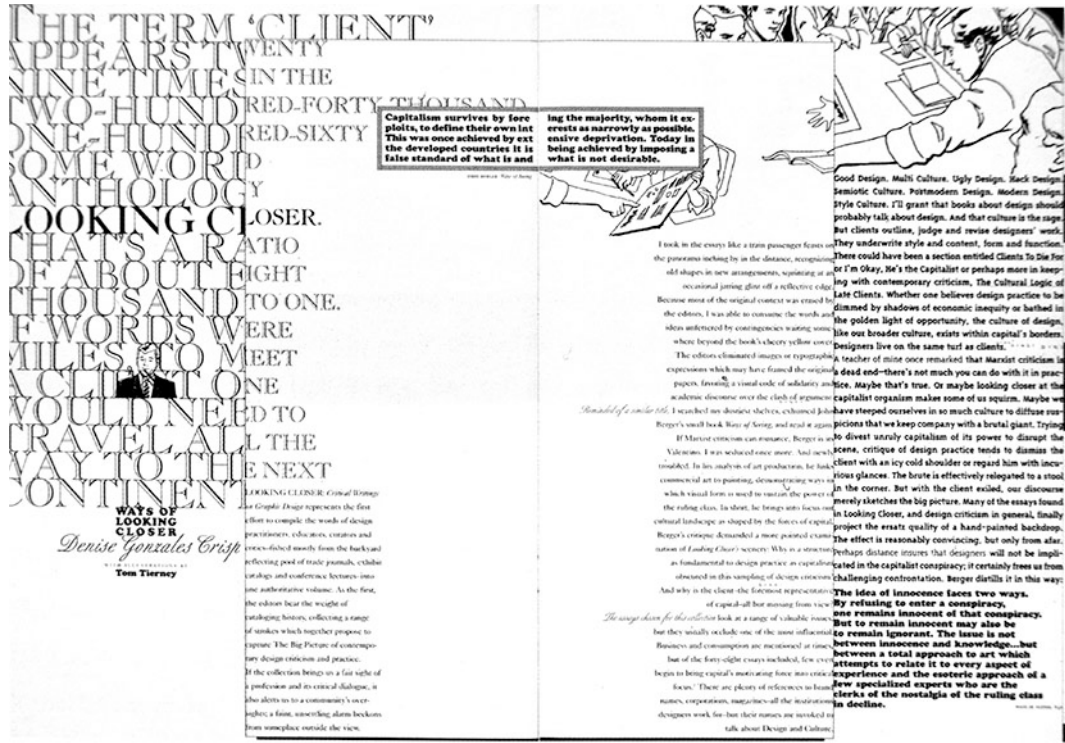
Licko (2003), eşi Rudy VanderLans’ın Émigré dergisini çıkarmaya başladığında Macintosh kullanmaya başladıklarını söyler. Dergiye özel fontlar tasarlama ihtiyacı nedeniyle Licko, karakter tasarımına başlar. Bu ihtiyacın, Macintosh’un sunduğu font seçeneklerinden daha orjinal ve etkili fontlar kullanma isteğinden doğdunu da belirten Licko, grafik tasarımcılar olarak ellerine geçen bu yeni olanağı, tasarımlarında test etme ve uygulama fırsatını yakaladıklarını da vurgular. Licko gibi tasarladığı fontları dergi üretiminde deneyimleme fırsatı bulan diğer bir tasarımcı da Neville Brody’dır. Brody’nin FUSE projesi³⁰ bilgisayarın olanak verdiği bu dijital font üretme çağını, Émigré gibi kutlayan bir dergiye dönüştür.

Émigré bir dergi (Resim 57) olarak, 1983 yılında üç Alman göçmen tarafından California, Berkeley’de digital temelli grafiklerin nihayetinde, daha tutarlı ve etkileyici görüldüğü bir sunumla ortaya çıkar. Émigré dergisi, 1987 yılında adına ters vurgu yaparcasına, grafik tasarıma odaklanan uluslararası bir sanat yayımına dönüşür. Bu değişim, derginin ilk birkaç sayısının satışının kötü olması nedeniyle derginin kontrolünü eline alan Rudy VanderLans’ın eseridir. Ayrıca Rudy VanderLans’ın eşi Zuzana Licko dergi için Mac’te yazı karakterleri tasarlar. Daha sonra Licko ve VanderLans çiftinin kurduğu Foundry³¹ masaüstü yayıncılığın tüm olanaklarını kullanır. 1980’lerden 1990’ların ortalarına kadar Émigré yeni dijital

³⁰ FUSE: Neville Brody ve Jon Woencroft tarafından 1991 yılında üretime başlayan; Dijital ve deneysel fontların tanıtıldığı ve bu üretimler üzerine makalelerin yayınlandığı bir dergi.

³¹ Foundry: (Basımcılık) Dökümevi, dökümhane. Döküm harf ve klişelerin yapıldığı atölye. Gülsoy, T., **Reklam Terimleri ve Kavramları Sözlüğü**, Adam Yayınları, İstanbul, 1999, s. 209.

teknolojilerin grafik tasarım potansiyelini araştıran yeni deneysel tasarımlar için bir forum haline gelir. 1991'den sonra Émigré'nin ticari başarısı iyice artar (Cramsie, 2010, s. 316; DEDİ Kİ, 2003).



Resim 57. Denise Gonzales Crisp, “Émigré” dergisinin 35. sayısından sayfalar, 1995.
Kaynak: Rick Poyner, No More Rules Graphic Design and Postmodernism, 2003, s. 127.

Bu dönemde tasarımcıların işlerinde kullanacakları fontları anlatıma uygun bir şekilde tasarlamaları, Postmodernist tutumun kişisel-sezgisel durumunun bir göstergesidir. Brody'nin fontları, anarşik tutumunun yanında dijital olasılıkların da benimsendiğini gösterir. Fontlar, çok çeşitli ve değişken yapıdadır. Brody'nin fontlarından bazıları; Insignia, Blur, Fuse, State (Resim 58) vb.'dir. Brody (2012), San Francisco'daki “FUSE98-Tipografinin Ötesi” adlı konuşmasında yazının; kültür, gerçek, güven, inanç, eğlence olduğunu ve hayatın kelimeler arasındaki boşlukta, sesler arasındaki sessizlikte ve nesneler arasındaki uzaklıkta var olduğunu hatırlatır (s. 362). Brody bu söylemleriyle tipografinin yaşamımızın içinde yer aldığını ve hayatın ise görmediğimiz ya da fark etmediğimiz ufak değerlerde gizli olduğunu vurgular.



Resim 58. Neville Brody, “State” yazı karakteri için afiş tasarımı, 1991.
Kaynak: <http://www.printmag.com/design-inspiration/the-fuse-box-faces-of-a-typographic-revolution/>
Son erişim: 28 Şubat 2014

Dündar (2011), kişisel bilgisayarların yaygınlaşması ile birlikte “masaüstü yayıncılık”ın³² ortaya çıkmasının ve geliştirilen programların grafik tasarımın dili üzerinde dönüştürücü etkisi olduğunu söyler. Bu gibi olanakların tasarımcıya özgür bir ortam sunduğunu ise şöyle ifade eder: Tasarımcılar bilgisayar monitöründe yazı ve resmi aynı anda görüntüleyip, manipüle edebilir ve yeni tasarım alternatiflerini hızla üretebilir; fotodizginin aksine, sayfa bileşenlerine doğrudan müdahalede bulunabilirler (s. 12-13).

Fontların bilgisayarda bir program aracılığıyla gerçekleştirilmesi, tasarımcılara yazı karakterlerinde kişisel bir değişiklik yapabilme olanağı tanır. Tasarımcılar bu kişisel değişikliklerle kendilerini bireysel olarak ifade etmeye yönelik yaratıcı bir hamle yakalayarak, sözcüklerle özgürleştirici bir oyun oynarlar. Yazı karakterlerini oluşturmada ortaya çıkan bu yenilikler, bilgisayarla tipografik tasarımlarda bulunan tasarımcıların tıpkı bir sanat gibi özgün anlatımlarını gerçekleştirebilmeleri için mükemmel bir zemin hazırlamıştır.

2.3. Teknoloji ve Küreselleşmenin Bireysel Tipografik Anlatımlardaki Rolü

Bilgisayarın tasarım dünyasına girmesi ve kabul edilip kullanılmaya başlamasıyla birlikte, Wolfgang Weingart ile başlayan kuralların sorgulanması süreci bir yıkımla taçlandırılmıştır. Bu kuralların yıkılması sürecinde yazı karakterlerinin, artık tasarımcı tarafından, aktarmak istediği içeriğe uygun bir şekilde tasarlanıyor olması, yıkımda bireyselleşmenin önemini arttırmıştır. Artık tasarımcılar kurgularını herşeyiyle kendileri tasarlıyor olmalarıyla bireyselliğin önemine vurgu yapmışlardır. Bilgisayar teknik olanaklarla tasarımcıya özgürlükler ortamı sunmuştur. Tasarımcı artık tipografiyi istediği şekilde büküp, eğebiliyor, açılabilir ve herşeyden önemlisi tasarımı oluşturan parçaları katmanlar şeklinde üst üste koyabiliyordu. Bu katmanlaşmayı bilgisayarın öncesinde fotodizgiyle deneyen birçok tasarımcı olmuştu ancak çok uğraştırıcı bir süreç olduğundan yaygınlık gösterememiştir.

³² Masaüstü yayıncılık (Desktop Publishing); birçok araç gereç, alan ve mekan gerektiren yayıncılık aşamalarının bir masanın üzerine sığabilecek düzeye indirgenmiş elektronik şeklidir. Yanık, H. **Masaüstü Yayıncılık**, Dönence Basım ve Yayın Hizmetleri, İstanbul, 2004, s. 7.

Bilgisayarın tasarımcılar tarafından kullanılmaya başlanmasıyla hareketlenen ve canlanan tasarım dünyası bir süre aynılaştırmadan şikayet eder olmuştur. Bireyselliklerle tasarım dünyasında bir sanatçı gibi kendi tarzını oluşturmaya çalışan tasarımcılar bu aynılaştırmadan kurtulmak için yollar denemişlerdir. Bu deneyimlenen yollardan en dikkat çekici olanı yerelliktir. Aynılaştırmayı küreselleşmeye bağlayan tasarımcılar, yerel değerler üzerine gitmiş ve üretimlerini yaptıkları bölgenin tarihi, yerel, kültürel değerleriyle tasarımlarını gerçekleştirerek farklılaştırmışlardır.

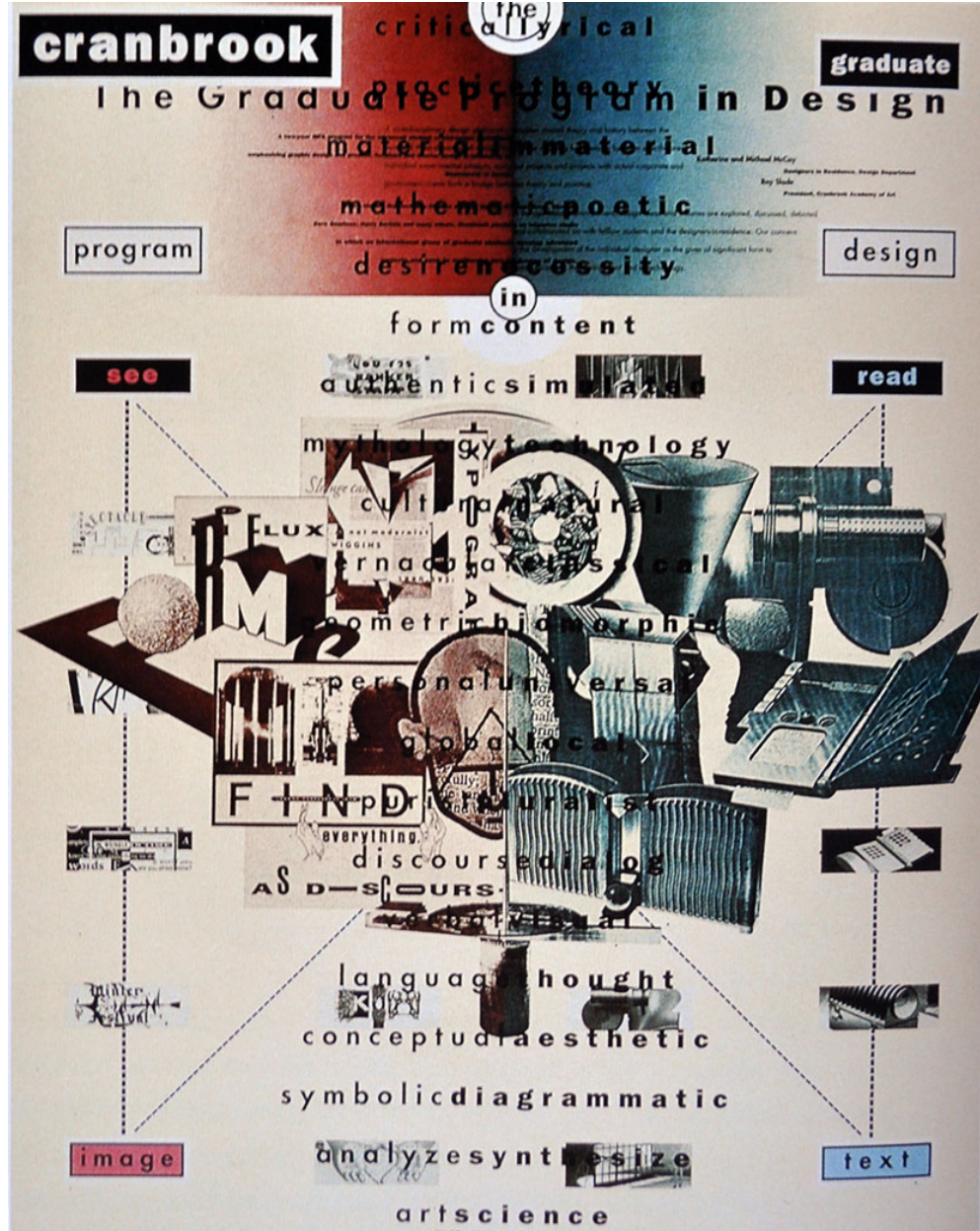
2.3.1. Tipografide Teknolojiyle Desteklenen Bireysel Anlatımlar

McCoy, Michigan'daki Cranbrook Sanat Akademisi'ndeki deneysel çalışmalarıyla, Wolfgang Weingart'ın resmi deneyselliğinin sınırlarını da aşan; çok katmanlı, kişisel çalışmalarla, 1970'lerin sonlarında başlayarak tasarım dünyasını, canlanan bir provakasyon alanına dönüştürür. Bu “metin ve imge arasında yeni bir ilişki” arayan yapıbozumcu, katmanlı çalışmalar, izleyiciyi kışkırtır ve yorum yapmaya yönlendirir (Resim 59). McCoy, Yapıbozum ya da Post-Yapısalcılık'ın tıpkı dilbilim ve felsefe gibi dilin dinamiklerine hitap ettiğini belirtir. Modernistler bu kadar katmanlı ve kişisel bir yaklaşımı kabul edilemez görüp, okunaklılığa dikkat çeken bir isyan başlatırlar. Bu isyan, Cranbrook'un önemini vurguladığı için ayrı bir önem taşır (Armstrong, 2012, s. 81; McCoy, 2001, s. 9).

Deneysel tasarımların çoğu zaman yeni teknolojilerin ihtiyaçlarına cevap verdiğini söyleyen Licko (DEDİ Kİ, 2003), tasarımı bir problem olarak gördüğümüzde her zaman aynı çözümün sıkıcı olabileceğini de sözlerine ekler. Zamanla bağlamın değişip, anlamın kayacağını ve bunun da her zaman yeni çözümler denemekle giderilebileceğini vurgular. Licko, tasarımın işlevi olan bir sanat olduğu görüşünü savunurken; işlevsel boyutun, tasarımdaki sanatı görünmez hale getirdiğini belirtir.

Yapıbozumcu görüş, okuyucudan belirgin olandaki karmaşık farklılıkları anlamasını ve göz önünde bulundurmasını isterken, “anlam” ile uğraşmanın son derece zor olduğuna dikkat çeker. Yapıbozumcu yaklaşım; tasarıma uygulandığında, dil ve imgelemin kullanım yoluyla, her bir katman, izleyenin dilin saklı

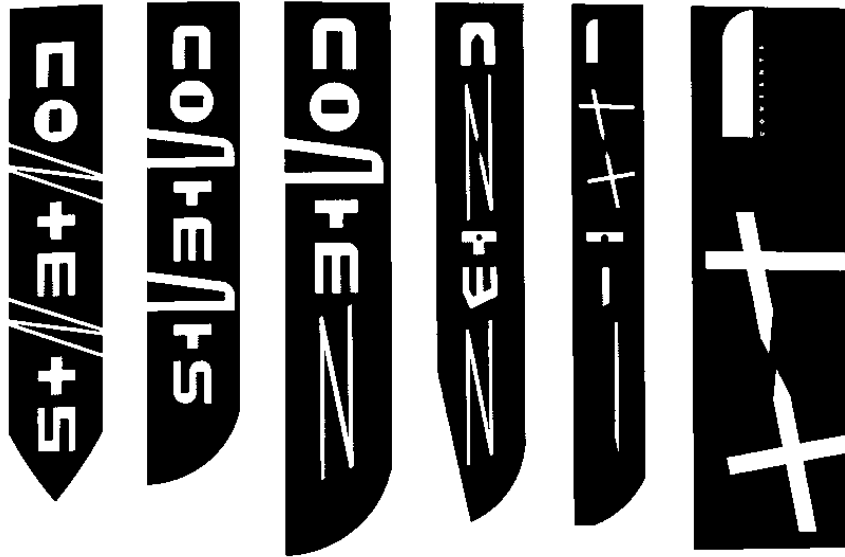
kalmışlıklarını tecrübe edebileceği ve keşfedebileceği bir oyun haline dönüşür. Tasarımcılar sözlü dili okuyucunun tepkisini etkileyecek şekilde bozuma uğratıp; iletişimi, değişen anlamlar, gizli tipografik görsel hikayeler ve alternatif yorumlarla kuvvetlendirir (Uslu, 2006, s. 51-52).



Resim 59. Katherine McCoy, “Cranbrook” Sanat Akademisi, Tasarımda Mezuniyet Programı, Afiş, 1989.

Kaynak: Rick Poyner, No More Rules Graphic Design and Postmodernism, 2003, s. 50.

1980’lerle birlikte dijital dünyaya adım atılmasıyla oluşan Yapıbozum, bilgisayarın görsel ve metin düzenlemesinde getirdiği kolaylıklar sayesinde tasarımda yeni boyutlar ortaya çıkarır. Artık tasarımcılar eskinin katı kurallarına göre değil, yeninin (1980’ler) imkanlarıyla ve sunduklarıyla tasarımın sınırlarını zorlamaya ve kurallarını yıkmaya çalışırlar. İşte bu ortamda Neville Brody kendini dergi tasarımlarıyla gösterir. Brody, bilindik, klasik dergi tasarımı anlayışını ortadan kaldırıp, yeni ve şok edici bir şeyler bulmak için “Face” dergisi üzerinde Yapıbozumcu teoriyi örnek alarak deneylerde bulunur. Öyle ki 1981-1986 yılları arasında yayımlanan “Face” dergisini Brody, başka bir tasarım kurgusuyla oluşturur. Bu değişim kendini özellikle tipografide gösterir. Tipografik başlıklar her sayıda giderek yazı özelliğinden kurtulur ve simgeleşir. Brody bu tasarımlarıyla daha önce hiç denenmemiş bir şeyi deneyerek, geleneksel tasarım anlayışına bir meydan okuma sergiler (Resim 60).

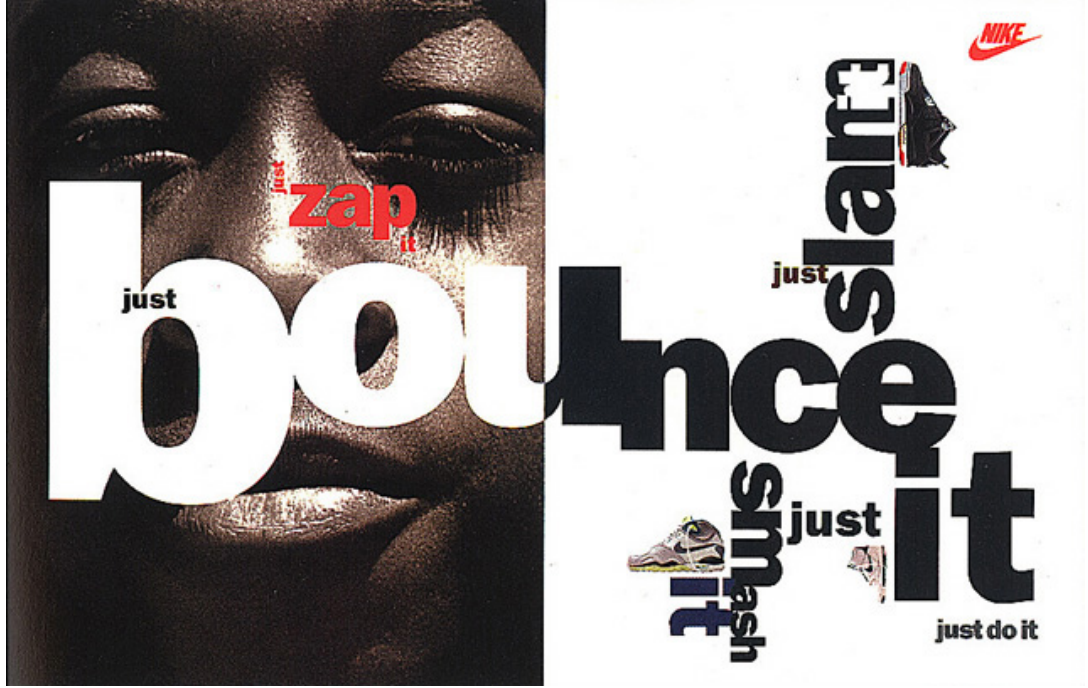


Resim 60. Neville Brody, “The Face”, dergisinin 50, 51, 52, 53, 54 ve 55. sayılarının içindekiler sayfalarının logosel dönüşümü, UK, 1984.

Kaynak: Rick Poyner, No More Rules Graphic Design and Postmodernism, 2003, s. 49.

... Face için yaptığı çalışmada yapıyla okunaklılık arasındaki sınırları zorlarken fontları itti, çekti, sıkıştırdı ve büktü – ve tuhaf bir şekilde, derginin normalde kullandığı Futura, Gill Sans Bold Condensed ve Albertus’un yanında bunlar hiç de fena durmadı. Tasarımlarının vahşi geometrisi geleneksel tarzda (şekill çizip keserek, Letraset ve fotokopilerle çalışarak) ortaya çıkmıştı; ama insanları etkileyen şey, sergilemesindeki cesaretti – metin bütün bir sayfayı kaplıyor, yazı üst üste biniyor ve stiller çakışıyor,

“contents (içindekiler)” sözcüğü takip eden beş sayı boyunca kademeli olarak siliniyordu. Beatrice Warde ve Jan Tschichold’un getirdiği sınırlamalardan hoşlanmıyordu Brody; onların boğucu etkisini sarsmak için her şeyi deneyecekti (Garfield, Tam Benim Tipim, 2012, s. 263-264).



Resim 61. Neville Brody, “Nike” afişi, 1992.

Kaynak: http://nevillebrodypage.wordpress.com/gallery/big_nb_481/

Son erişim: 28 Şubat 2014

Neville Brody ve David Carson’ın işlerinde modernist etkilerin yorumlarını görmek mümkündür. Brody’nin 1992 yılında Nike için tasarlamış olduğu afişi (Resim 61), 1931 yılında Piet Zwart’ın tasarlamış olduğu Trio Booklet (Resim 62) tasarımıyla çok büyük benzerlik gösterir. Ancak Brody, Zwart’ın Konstrüktivist tavrını Postmodern bir anlayış içinde Yapıbozumcu bir tavırla yeniden değerlendirmiş ve kelimenin anlamını daha da genişletmiştir (Cramsie, 2010). Brody, çalışmalarını şu sözlerle ifade eder: “Çözümün neye benzediğini bilmiyoruz, problemleri keşfedip baş ettikçe yoklaya yoklaya çözüme doğru ulaşıyoruz. (Wozencroft)” Neville Brody’nin anlatım dili, bilgisayar temelli tasarımın bu yeni çağında, uluslararası bir modele dönüşür (Friedl, Ott, & Stein, 1998, s. 148).



Resim 62. Piet Zwart, “Trio Booklet” kapağı, 1931
Kaynak: <http://www.iconofgraphics.com/Piet-Zwart/>
Son erişim: 28 Şubat 2014

Brody, tasarımlarında gösterdiği anarşizmi ve kural tanımaz yapısını, 1970’lerin sonunda Londra Matbaacılık Üniversitesi’nde okuduğu sırada gördüğü Punk akımından ve “*yaratıcılığın, kuralları yapan insanların onaylamadığı bir güç*” olduğunu söyleyen Aleksandr Rodçenko’dan alır. 1979 yılında mezun olduğunda Punk etkisini yavaş yavaş kaybetmeye başlarken, Yeni Dalga tasarım dünyasında yerini almaya başlar. Brody, New Wave akımı içinde birçok albüm kapağı tasarımı yapar. Bunlardan bazıları: Clock DVA, Throbbing Gristle, 23 Skidoo ve Depeche Mode’dur (Garfield, 2012, s. 262-263; Gerber, 2010, s. 58-59).

“Çağdaş tasarımcıları meşgul eden konulardan bazıları şunlardır: İşlenen konuya yaklaşımda tarafsız ve alaycı bir mesafenin korunması, sıradanlık, belirsizlik, karmaşa ve

hatta yokluk gibi olguların takdir edilmesi. Ayrıca tasarımcının yazan, yayan veya mesaj üreten, izleyicinin ise bu mesajların pasif alıcı ve tüketicisi olarak görüldüğü geleneksel iletişim modelinin şiddetle sorgulanması da gündemdedir.” (Twemlow, 2008, s. 8).

İçinde bulunulan dönemin zamansız bir zaman olduğuna vurgu yapan Jeffrey Keedy (2012), tasarımcıların geçmişten en iyi olanı alıp mükemmelize ettiklerine dikkat çeker (s. 74). Bu dönemde tasarımcılar herkes tarafından anlaşılmaktan çok; tasarımın sınırlarını ve kurallarını değiştirmek, yeni anlamlar ve anlam ilişkileri ortaya koymak için çalışırlar. Yapılan tasarımlarda çözüm üretmek yerine, soruna değişik bir açıdan bakıp tekrar soru sormak üzerine odaklanılır. Göze hoş geleni değil, doğru olanı ya da doğru olanın ne olduğunu sorgulatmak için farklı görseller kullanılır. Bu tasarımcılardan bir diğeri ise Jonathan Barnbrook’tur.

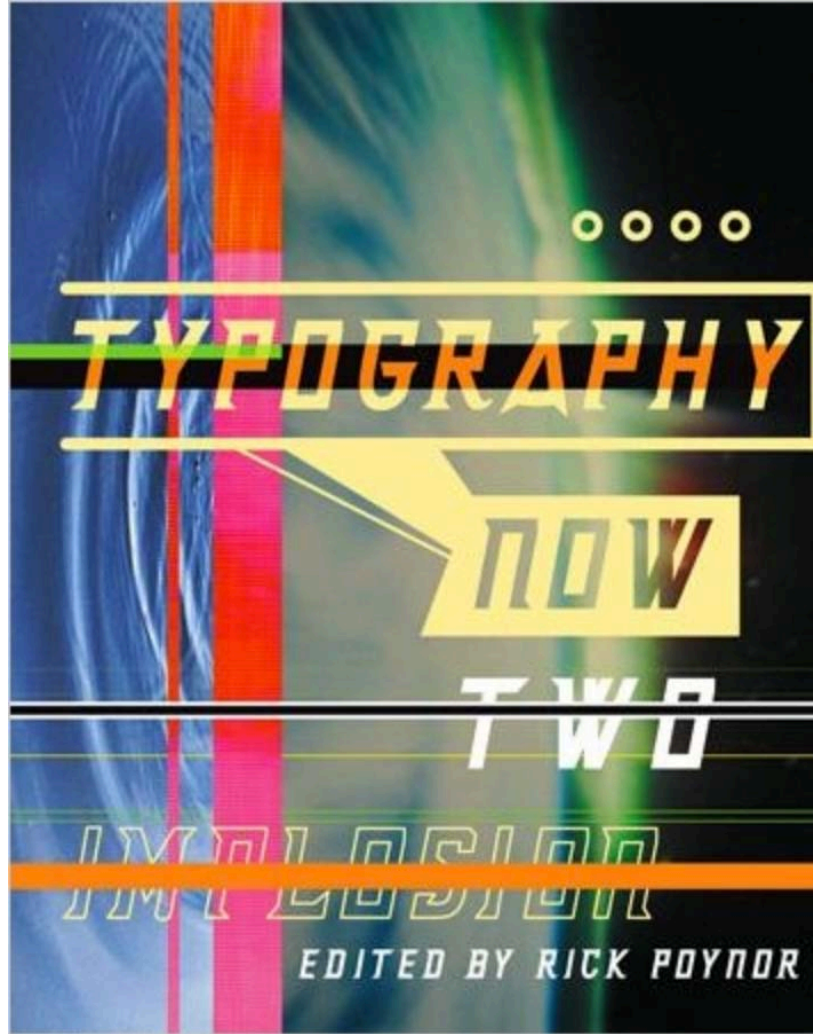
Barnbrook, çalışmalarıyla günümüz dünyasını yorumlayarak bizlere tekrar sunar. Gün içinde görmeye alıştığımız enformasyon yoğunluğunu, işlerinde bizlerle iletişim kurmak için kullanır. Alışık olduğumuz dünyanın bir anlamda yorumu olan işler, günümüz dünyasını yinelemek yerine yeniler. Bu karmakarışık enformasyon yığınları içinde olan dünyaya kendi karışıklığıyla düzen getirmeye çalışır.

Barnbrook’un tasarımları, reklamın gücünün kendini artırdığı ve Slab Serif³³ yazı karakterlerinin ortaya çıktığı 1800’lerden fırlamış gibi görünürler. Slab Serif yazı karakterlerinin ortaya çıktığı dönemdeki afişlerin yapısal özellikleri Barnbrook’un işlerinde de vardır. Bunun nedenini yukarıda da değinildiği gibi reklamın gücünün anlaşılmasıyla birlikte ortaya çıkan Slab Serif karakterler, tıpkı Barnbrook’un afişlerindeki gibi birbirlerine üstünlük kurmaya çalışırlar. Bu durum günümüzde de çok farklı değildir aslında. Sokaklardaki tabelaların birbirinin önüne geçme yarışında devleşmeleri, dikkat çekici yazı karakterleri ve renklerle birbirleriyle yarış içinde olan afişler günlük görmeye alıştığımız görüntülerdir.

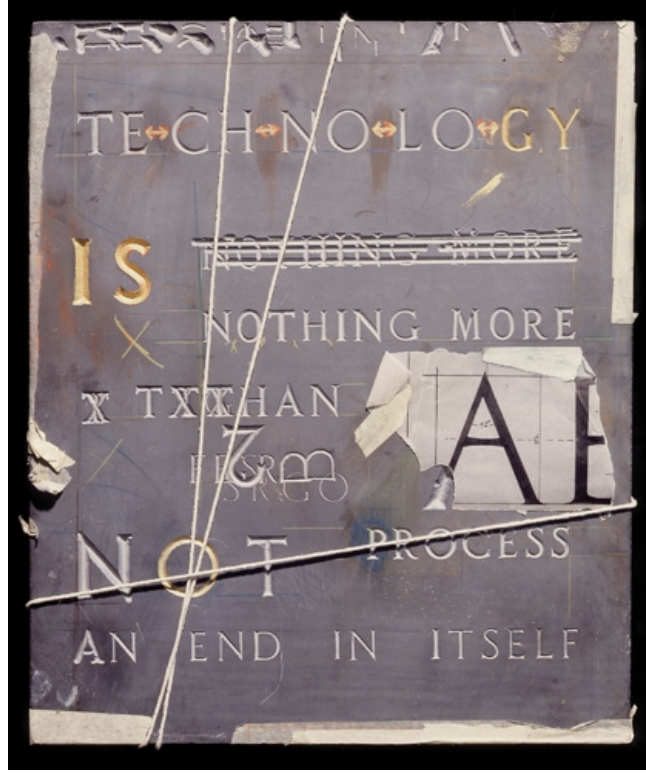
Barnbrook’un afiş çalışmalarında (Resim 63, 65), yüzeydeki tüm yazılar birbirine üstünlük sağlamak istercesine; büyük puntuyla, farklı bir yazı karakteriyle ve farklı bir renkle yazılırlar. Karakterlerinin birbirlerine olan üstünlükleri o kadar fazladır ki neredeyse hepsi aynı düzlemde kalırlar. Ancak bu denli bağırان çalışmalarında Barnbrook, iletmek istediği mesajının kurgusundaki hiyerarşinin,

³³ Slab Serif: Bu yazı karakterinin çizgi ağırlığı fazla çeşitlilik göstermez. Tırnakları kalın ve karedir.

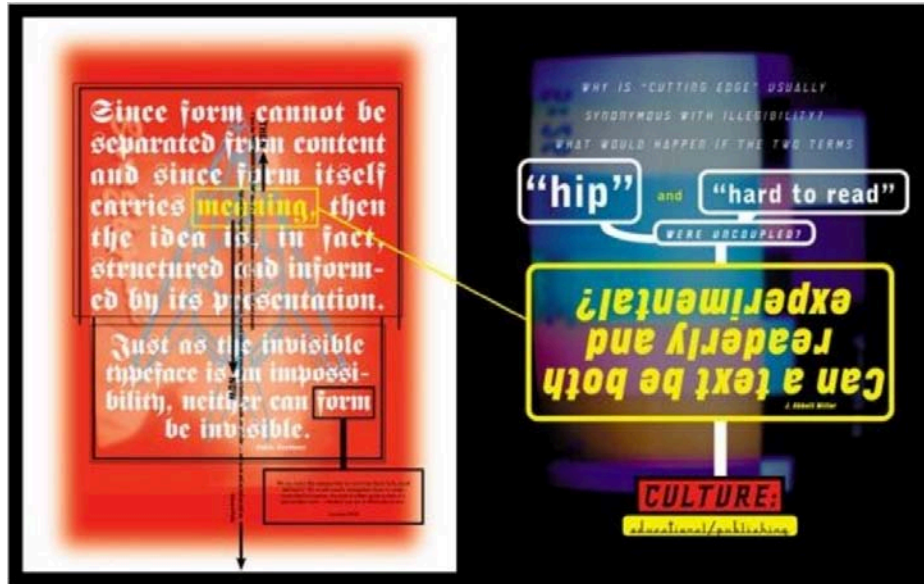
alıştığımızdan çok farklı olduğu düzenlemelerde de çok doğru bir şekilde izleyiciye ulaştırabilir. Barnbrook'un tipografiyle ilgili şu sözleri çalışmalarını çok iyi açıklar: *"Tipografi aslında insan yaşamını yansıtır ve her kuşakla birlikte değişir. Çağımızın ruhunu görsel anlamda doğrudan temsil eder."* (Garfield, 2012, s. 256).



Resim 63. Jonathan Barnbrook, "Typography Now Two" kapak tasarımı, 1992.
Kaynak: http://www.barnbrook.net/archive/02_print/books/typography_now_two/tnowcover.html
Son erişim: 28 Şubat 2014



Resim 64. Jonathan Barnbrook, "Art and Technology" (Sanat ve Teknoloji), Makineyle Taş Oyma, 1990.
Kaynak: http://www.barnbrook.net/archive/02_print/environmental/stone_carving/sc-3a.html
Son erişim: 28 Şubat 2014



Resim 65. Jonathan Barnbrook, "Typography Now Two" iç sayfa tasarımı, 1992.
Kaynak: http://www.barnbrook.net/archive/02_print/books/typography_now_two/tnow-3.html
Son erişim: 28 Şubat 2014

Barnbrook, eserlerinde Yapıbozum’u kullanarak; kelimenin ardındaki ve içindeki anlamı, kelimeyi parçalayarak çıkarmaya çalışır (Resim 64, 65). Ayrıca kelimenin ifade ettiği anlamı, farklı açılardan bakarak güçlendirir. Barnbrook’un tüm çalışmaları, Yapıbozum teorisinin açığa çıkmış halleri gibidirler. Barnbrook, tasarımcıların çalışmalarının milyonlarca kişiye ulaşma olanağını göz önünde bulundurarak, grafik tasarımın toplumun gidişatını değiştirebileceği üzerinde durur. Çünkü grafik tasarımın; içeriği olmayan, bilmek istemediğimiz ya da umursamadığımız mesajları gözümüze sokmak için kullanan bir yöntem olarak bilen ve tanımlayan çoğu insanın aksine, insanlar arasında anlamlı değiş tokuşlar için var olduğunu düşünür (Twemlow, 2008, s. 83).



Resim 66. David Carson, “RayGun” dergisi 1. sayısı kapak tasarımı, 1992.

Kaynak: <http://www.flickr.com/photos/joekral/3050296712/in/set-72157621244439899>

Son erişim: 22 Mart 2014

David Carson; buluşçu, provakatif, çoğu zaman okunaksız düzenlemeleriyle grafik tasarım kurallarına meydan okuyan, “*Dirty Typography*” (Kirli Tipografi)’nin öncüsüdür. Carson bu tarzıyla birçok dergi tasarımında adından söz ettirir. Bunlardan ilk sırada yer alan “*Surfer*” dergisi olduğu gibi en önemlisi ise “*RayGun*”dır. 1995 yılında Carson, bu dergi tasarımlarında kullandığı “kirli” tarzıyla kendi jenerasyonunun “yıldız”ı haline gelir (Gerber, 2010, s. 56).



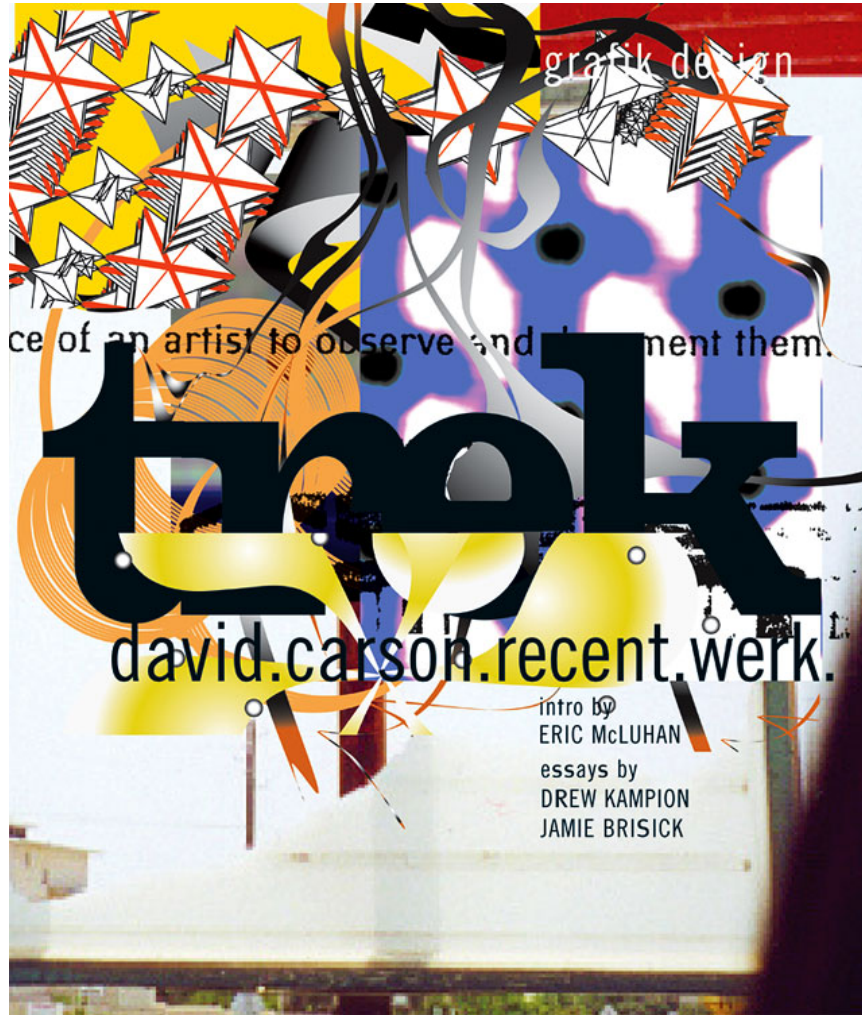
Resim 67. David Carson, “RayGun” dergisi 3. sayısı kapak tasarımı, 1993.
Kaynak: <http://zero1magazine.com/2010/08/ray-gun-magazine1992-2000/>
Son erişim: 28 Şubat 2014

Resim 68. Alexander Rodchenko, “New LEF” dergi kapağı tasarımı, 1927.
Kaynak: http://www.moma.org/collection/object.php?object_id=8209
Son erişim: 28 Şubat 2014

Carson, RayGun dergisinde bütün sınırları zorlar; tipografide yeni bir şeyler yakalayabilme adına, yazıyı bozmak için birçok manuel (fax, fotokopi, vb.) teknik kullanır (Resim 66). 1993 yılında Ray Gun dergisinin bir sayısının kapağında kullandığı fotoğrafın ters olması ilk dikkat çekici unsurdur (Resim 67). Ancak incelendiğinde, zıtlıkların uyumu tüm kapakta kendini gösterir. Kapakta kullanılan tüm görsel ve yazılar görüntünün ardındaki gerçeği bulmak için bir araya getirilmiş

hissi yaratır. Bu hissi, kapaktaki yüzün ters konumlandırılması destekler. Bu görüntü bir buzdağını anımsatır. Derginin adı (RayGun), bir buzdağı gibidir ve ona yaslanan fotoğrafta buzdağının görünmeyen yüzüdür.

Cramsie (2010), fotoğrafın çok karanlık silüetine tezat olarak, arka planda çok yumuşak bir grinin kullanıldığına dikkat çeker. Ayrıca derginin başlığının bittiği yerde fotoğrafın başlamasıyla oluşan keskin çizginin, kişinin omuzlarıyla da zıt bir ilişkiye girdiğini de vurgular. Bu vurgunun Rodchenko'nun Konstrüktivist dergi kapağındaki (Resim 68) uygulamasıyla örtüştüğünün de altını çizer (s. 322).



Resim 69. David Carson, "Trek" son işler, 2003

Kaynak: http://www.gingkopress.com/ima/trek-david-carson_ic.html

Son erişim: 28 Şubat 2014

Carson, dergi tasarımlarında uyguladığı ya da deneyimlediği tasarım anlayışını, bir sanatçı kitabı olarak görebileceğimiz “*Trek*” (Resim 69), “*Book of Probes*” (Araştırmaların Kitabı) gibi kitaplarını gerçekleştirmede kullanır. Carson, tipografik tasarımlarında, kelimenin ardındaki anlamı, diğer Yapıbozum teorisi içinde çalışmalar üreten tasarımcılar gibi, kelimeyi parçalayarak ve bu parçaları görsellerle tekrar bir anlam yaratırcasına birleştirerek arar. Elde edilen görüntüler izleyicinin de katılması ve yorumlamasıyla anlam bulur (Gerber, 2010, s. 57).

Burada Carson da tıpkı Neville Brody ya da Jonathan Barnbrook gibi izleyiciye hazır bir iletişim yöntemiyle yaklaşmaz. İzleyicinin günümüzde herşeyi hazır bir şekilde sindirmeden alması ve daha anlamadan tüketmesine bir karşı duruş olarak, tasarımlarıyla sorular sorar. Tasarımlar, problem çözümlerindeki yanıtlar değildir. Onlar çözüm üretmek yerine soruya soruyla karşılık veren, izleyiciyi harekete geçirmeyi amaçlayan tasarımlardır.

2.3.2. Teknoloji ve Küreselleşmeyle Aynılaştan Tipografide Yerel Arayışlar

Bilgisayarın olanaklarını kullanabilen her tasarımcının tipografiyle ve diğer görsel elemanlarla istedikleri gibi oynayabilmesi, değiştirebilmesi ya da bozabilmesi bir süre sonra tasarım dilinde aynılaştırmaya ve kirliliğe neden olmaya başlar. Bu aynılaştırmadan kurtulmak ve diğerlerinden farklılaşmak isteyen tasarımcılar yeni arayışlara girerler. Bu arayışta; yerel anlatımlar, yerel motifler, kısacası belli küçük bir bölgeye ait herhangi bir unsurun yol gösterici olması, biraz da küreselleşmenin etkisidir. Bu etkiyle grafik tasarım; kültürel özelliklerini yitirmeye başlarken, tasarımlarda da kimlik problemini gündeme getirir. Bu yerel anlayışlarla içeriklerini harmanlayan tasarımcılar, kendilerini tekdüzelikten kurtarmada etkili bir yol izlerler.

Licko (DEDİ Kİ, 2003), bilgisayar efektleriyle oluşturulan “kes yapıştır” (*Cut-Paste*) anlayışıyla ortaya çıkan “parçalanmış” karakterler ve tipografinin, “grunge³⁴” hareketiyle popülerleştiğini ancak bu hareketin parçalanmışlığın görselliği

³⁴ Grunge: 1990’larda çok popüler hale gelen bir tarzdır. Yazıların ve görsellerin, karışık ve kirli bir şekilde bir araya gelmesiyle ortaya çıkan dağınık görüntülerdir. Tipografinin de bu duruma uyarak yayvan ve bulanık bir hale gelmesiyle “Grunge Typography” oluşmuştur.

dışında hiç bir şey iletmediğini vurgular. Bu durumu teknolojik olanakların sindirilememesine bağlayan Licko, bu karmaşıklığın ve parçalanmışlığın gelecekte çok da tutulmayacağını; *“Yarının bilgi çağında etkili bilgi aktarımı şart olacak; bu yüzden sofistike ve son derece düzenli tipografik anlatım biçimleri kullanılacak.”* (DEDİ Kİ, 2003) öngörüsüyle belirtir.

Sadece parçalanmışlığın görüntülerini sunan kitsch³⁵ (kiç) tasarımlardan kurtulmak ve farklılaşmak adına tasarımcılar yeni yollar ararlar. Bu yeni arayışlarda küreselleşmenin de etkisi büyüktür. Çünkü teknolojik gelişmelerle bilginin her yerde, aynı anda var olabilmesi, tasarımlarda da birbirine çok benzeyen görsellerin oluşmasına neden olurken, kimliksizleşmeyi de beraberinde getirir. *“Bu yüzden, dünyanın pek çok ülkesinde, tasarımı farklı ve ayırt edilir kılma adına ulusal kültürel birikimler yeniden gözden geçirilmeye başlanmıştır.”* (Selamet, 2012, s. 138).

Adorno’nun (2011, s. 47), günümüzde kültürün her şeye benzerlik bulaştırdığı savının benzerini McLuhan da destekler. McLuhan “Global Köy” adlı kitabında teknolojilerin; insan, toplum ve kültür üzerindeki etkilerini inceler ve iletişim araçlarının dünyayı nasıl da küçük kıldığının üzerinde durur. Teknolojinin geliştirdiği elektronik iletişim araçlarının, insanlığı, dünyayı algılamının kollektif yollarına geri döndürerek birleştireceği üzerinden hareketle bu kitabı yazar. Bu birleşmeyle dünya küresel bir köye dönecek ve haliyle küçülecektir. Dünya mekansal olarak olmasa da zamansal olarak küçük bir köy gibidir. Bu durum zaman ve mekan algısını da değiştirmiştir (McLuhan & Povers, 2001).

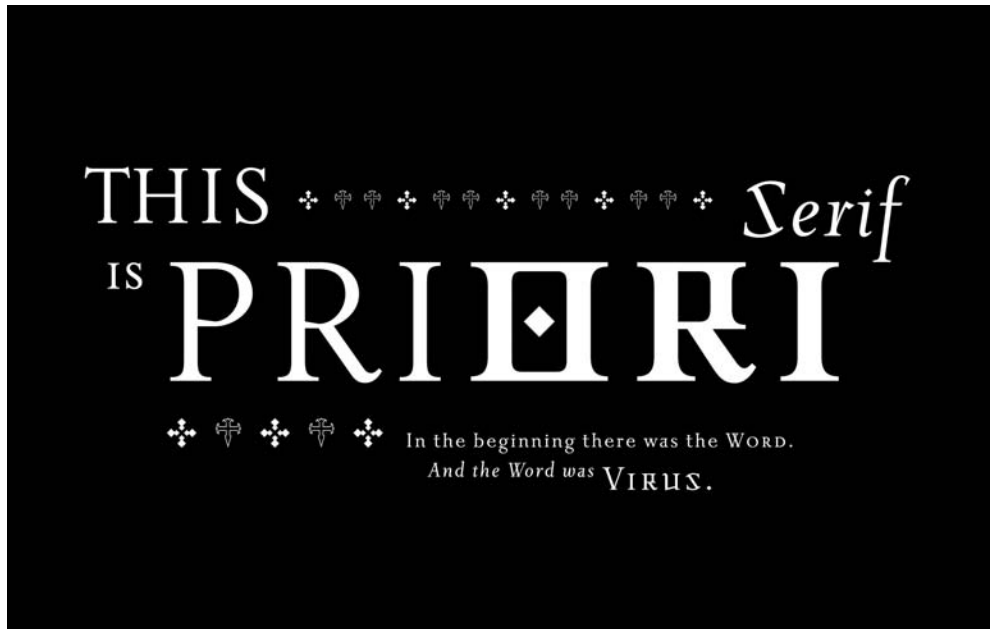
Küreselleşme başta iletişim, enformasyon ve ulaşım olmak üzere insani etkileşimin çeşitli biçimlerinin, uluslararasıdaki coğrafi sınırların önemini yitirmesine yol açacak şekilde dünya ölçeğinde hızla yayılması ve bunun sonucunda insani gündem ve ilgilerin dünyalaşması süreci olarak tanımlanabilir (Yıldız, 2005, s. 135).

Twemlow (2008), küreselleşmenin tehlikesini: *“tasarımın çok fazla uluslararası, ulaşılabilir ve uyum sağlayabilir olduğunda, uysallaşmasında ve bir yere ait olduğunu anlamanızı sağlayan özellikleri ve yerel göndermeleri kaybetmesinde”* olduğunu söyler (s. 14). “Base” tasarım atölyesinin ortaklarından olan Dimitri Jeurissen, küreselleşmenin tehlikesine *“Hangi şehirde olduğunuzu*

³⁵ Kitsch: estetik değer taşımayan, rüküş nesne, tasarım, sanat ürünü vb. Almanca’da “çöp” anlamına gelir. Gülsoy, **Reklam Terimleri ve Kavramları Sözlüğü**, Adam Yayınları, İstanbul, 1999, s. 277.

anlayamadığınız dükkan ve otel türleri var.” sözüyle dikkat çekmektedir. Rudy VanderLans ise grafik tasarımların çevrelerinden bağımsız üretilmelerini “kültürün fakirleşmesi” olarak görür (Twemlow, 2008, s. 14-15).

VanderLans’ın kültürün fakirleşmesi olarak gördüğü duruma, Neville Brody şu sözleriyle dikkat çeker: “*Gittiğiniz her yerde mekan ve tabelalar aynı. Tasarımcılar olarak biz de suçluyuz. Yeni tarzlar aramamız gerekiyor. Bütün olay artık kullanmadığımız sözcüklerde.*” (Garfield, 2012, s. 266). VanderLans’ın kullanmadığımız sözcüklerden kastı, kültürlerimizden ve geleneklerimizden hiçbir şeyi artık tasarımlara taşımamamızdır. Yerel kültürler ve gelenekler unutulmuş ya da sivri uçları törpülenerek yakınlaştırılmışlardır. Bu yakınlaşma Brody’nin dediği gibi kültürlerin fakirleşmesi olarak karşımıza çıkar. Oysa ki içinde yaşadığı toplumun diğerlerine göre; yerel farklılıklarını bulup çıkaran ve tasarımlarına taşıyabilen tasarımcılar, toplumla daha kolay iletişime geçebilir ve yaptığı çalışmalarla etkileyiciği daha fazla olur. McCoy (1990), tasarımcıların kültür üretiminde bulundukları için kendi kültürlerinin dinamiklerini ve tarihi bilmeleri gerekliliği üzerine vurgu yapar (s. 20-22).

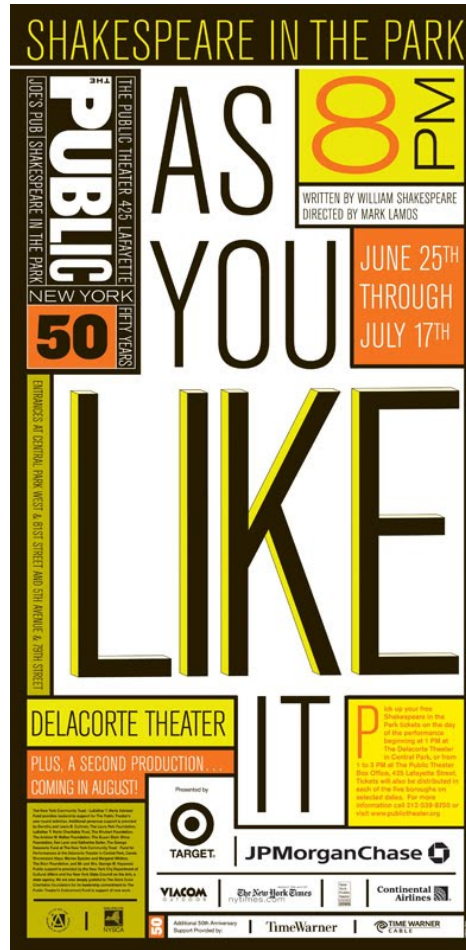


Resim 70. Jonathan Barnbrook, “Priori Serif” yazı karakteri, 2003.

Kaynak: <http://www.edu.barnbrook.net/downloads.html#unit2a>

Son erişim: 28 Şubat 2014

Küreselleşmenin etkisi ve bilgisayar efektleriyle aynılanan tasarımları farklılaştırmanın yolu olarak Jonathan Barnbrook gibi birçok tasarımcı, yaşadığı yerin ya da kültürün görsel özelliklerini kullanma yolunu tercih eder. Örneğin Barnbrook, “*Priori*” (Resim 70) fontunu üretirken İngiliz tarihinden yararlanır. Eric Gill’in font tasarımlarından, İngiltere’nin katedrallerinde ve kamusal yapılarında gözlemlediği işaretleri bir potada eritilerek “*Priori*” fontunu oluşturur (Barnbrook, 2003; Twemlow, 2008, s. 15). Böylece Barnbrook, unutulmaya yüz tutmuş kültürel değerleri tarihin tozlu sayfaları arasından çıkarıp güncellemiş ve kullanıma sunmuştur.



Resim 71. Paula Sher, “Shakespeare in the Park” oyunu için afiş tasarımı, 1990.
Kaynak: Grafik Tasarım Ne İçindir, Alice Twemlow, 2008, s. 16.

Küreselleşmiş toplum deneyimlerinden dolayı yabancılaşmış ve iletişimden kopmuş tüketicilerle temasa geçmek için, Barnbrook'un yaptığı gibi tasarımlarında kentin tarihini kullananlar da kentin dokusunu kullanmanın önemini keşfedenler de vardır. Buna örnek olarak “Pentagram” ve “Cyan” tasarım grupları verilebilir. “Pentagram” tasarım grubunun ortağı olan Paula Sher’in, Halk Tiyatrosu’nun sahnelediği “Shakespeare in the Park” oyununun tanıtım malzemeleri (Resim 71), şehrin; görsel ve sözel gürültü seviyesini, gridal planını ve gökdelenlerinin dikey dalışlarını özetler. “Cyan” tasarım atölyesi ise Berlin şehrinin dokusu ve sesleriyle bağlantılı çalışmalar üretirler. Çalışmalarının üretim aşamasında Berlin’in tarihine dokunurlar; işlerini Doğu Berlin’de tasarımın devlet tarafından yönetildiği 1989 öncesinde olduğu gibi iki renkle ve düşük bir bütçeyle basarlar (Resim 72). Ortaya çıkan işleri Twemlow “Canlı, cesur hatta küstahtır ve kentsel çevreleriyle direkt olarak konuşmaktadır.” (Twemlow, 2008, s. 17) sözleriyle çok net bir şekilde açıklar. “Cyan” tasarım grubu ise kendilerini şu sözlerle ifade ederler: “Çevrede karışık ve biçimsiz duran malzemelerden yeni bir şeyler ortaya çıkıyor ve ses de bunun bütünleyici bir parçası. Hiçbir şey sessizce inşa edilmemiştir.” (akt. Twemlow, 2008, s. 17).



Resim 72. Cyan tasarım atölyesi, “Form+Zweck no. 2/3” dergisinden sayfalar, 1991.
Kaynak: Typography Now Two, Rick Poyner, 2000, s. 114.



Resim 73. Tobias Frere-Jones, “Gotham” yazı karakterine kaynak olan fotoğraflar, 2000.

Kaynak: <http://www.typography.com/fonts/gotham/history/>

Son erişim: 28 Şubat 2014

Yaşadığı şehirden etkilenerak tasarımlarını gerçekleştiren bir başka tasarımcı da Tobias Frere-Jones’tur. Frere-Jones, Gotham yazı karakterini tasarlarken, yaşadığı şehir olan New York’un tarihi ruhundan esinlenir, şehri gezmeye ve fotoğraflamaya başlar. Bu fotoğraf çekimlerinde New York’un simgesi olan ancak unutulmuş yazıları bina işaretlerini fark eder. 1930’larda şehirdeki büyük binaların, otoparkların ya da barların duvarlarına, yapı malzemeleriyle uyum sağlayan materyallerle binayı/yeri işaret eden yazılar (yer imleri³⁶) yazılmıştır (Resim 73). Bu yazılar, 1960’larda işaretlerin mekanik bir şekilde üretilmeye başlamasıyla tamamen üretimden kalkar ve unutulur. Frere-Jones’un bu unutulmuş karakterlerden harmanlayarak oluşturduğu Gotham fontu tüm şekilleriyle New York’tur. Bu nedenle Gotham fontu New York’u simgeleyen yer ve kampanyalarda kullanılır. Bunlara örnek olarak Dünya Ticaret Merkezi’nin arazisine inşa edilen Özgürlük Kulesi’nin köşesindeki granit yazı için

³⁶ Yer imleri: Konumlandırıldıkları yerin, tarihi ya da karakteristik özelliklerini görselleştirerek; belirli bir alan/bölge için dikkat çekici bir unsur yaratmaya çalışılmak üzere oluşturulmuş anısal figürlerdir.

Gotham yazı karakteri seçilir. Twemlow’un bunu bir çemberin tamamlanması olarak görmesinin nedeni, yazı karakterinin oluşmasındaki ana malzeme olan binaların üzerindeki yazılara dönüşmüş olmasıdır (Resim 74) (Dunlap, 2004; Hoefler & Frere-Jones, 1989; Twemlow, 2008, s. 17).



Resim 74. Tobias Frere-Jones, “Gotham”ın Özgürlük Kulesinde kullanılması, 2002.

Kaynak: http://www.cityofsound.com/blog/2004/07/gotham_the_corn.html

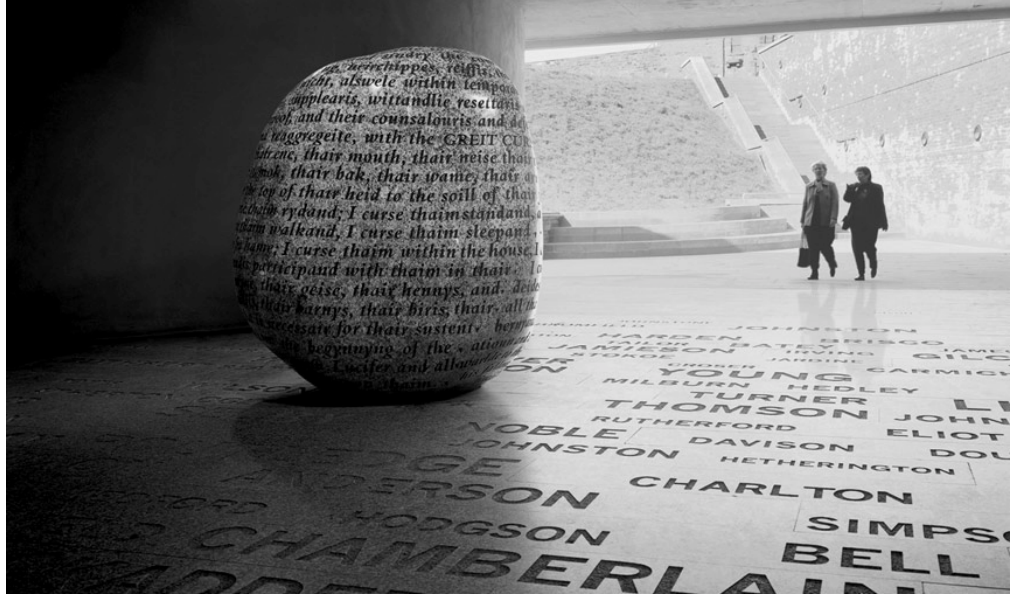
Son erişim: 28 Şubat 2014

Yer imi haline gelen bir başka çalışma Why Not Associates³⁷’ten gelir. Why Not Associates, büyük firmalarla çalışıp ticari işlere imza atmasının yanında, kamunun yararına sofistike tipografik işlerle kentsel tasarım projeleri de gerçekleştirir. Tasarım grubu çalışmalarında başka tasarımcı ve sanatçılarla işbirliği yaparak çalışma alanını genişletir.

Why Not Associates tasarım grubu, tasarımın ait olduğu yerle ilgili bağ kurması gerektiğini düşünenler arasındadır. “*The Cursing Stone and River Pavement*” çalışması (Resim 75-76), Gordon Young ortaklığında 2001 yılında gerçekleşen ve konumlandırıldığı yerle kültürel bağ kurmasıyla belki de, Why Not Associates tasarımlarının en çarpıcı olanları arasındadır. Bu çalışma, kuzey İngiliz şehri olan Carlisle’in Milenyum Projesi’nin bir parçası olarak, Milenyum Metro’su içindeki “*Tullie House Museum*” (Tullie Evi Müzesi) ile “*Carlisle Castle*” (Carlisle

³⁷ Why Not Associates, 1987 yılında Andy Altman, David Ellis ve Howard Greenhalg tarafından kurulan, Londra temelli bir grafik tasarım firmasıdır. Saccani, A., **LetterScapes: A Global Survey of Typographic Installations**, Thames & Hudson, London, 2013, s. 338.

Kale)'sini birbirine bağlayan yaya geçidi olarak tasarlanır. Ayrıca iki taraf arasında kültürel ilişkiler kurmayı da amaçlamıştır (Saccani, 2013, s. 282)



Resim 75. Why Not Associates, “Cursing Stone and the Reiver Pavement”, 2001.
Kaynak: <http://www.whynotassociates.com/environmental-3/cursing-stone>
Son erişim: 28 Şubat 2014



Resim 76. Why Not Associates, “Cursing Stone and the Reiver Pavement”, 2001.
Kaynak: <http://www.whynotassociates.com/environmental-3/cursing-stone>
Son erişim: 28 Şubat 2014

Müze, bölgedeki turistleri, İngiltere ve İskoçya arasında sınır olan Carlisle kasabasının tarihinin içine çekerek en büyük ilgi kaynağı haline gelir. Enstalasyonun³⁸ odak noktası olan “Mother of all Curses” (Tüm Lanetlerin Anası), 1525 yılında Glasgow’un başpatriği tarafından oluşturulmuş bir laneti gün ışığına çıkarır. Lanet, Border Reiver ailesi üzerine, Carlisle’da estirdikleri terör nedeniyle yazılır ve projenin tasarım ortağı olan Gordon Young, Reiver ailesinin bir mensubudur. Geçit, Reiver ailesi için oluşturulan bu lanet ve ailenin lanetle direk olarak ilişkili bireyleri üzerinden şekil alır. Lanetle ilişkili bütün fertlerin adlarını, geçitin kaldırım taşlarının üzerinde barındıran yürüyüş yolunun sonunda, içine “*Bütün Lanetlerin Anasının*” yazıldığı 7.5 tonluk iri granit kaya konulur. Kayanın üzerinde metinleri oluşturmak için Bembo karakteri kullanılır. Karakter, olayların gerçekleştiği yüzyılda ve yerde tasarlandığından lanetin yazılması için uygun düşmüştür. Yürüyüş yolunda ise tercih edilen News Gothic, daha modern bir font olmasıyla bu alt geçidin günümüz ve geçmişle olan bağını vurgular (Reyes, 2007, s. 182; Saccani, 2013, s. 282).

Alt geçitteki enstalasyon daha tamamlanmadan, Cursing Stone (Lanetli Kaya) tartışmalara ve eleştirilere hedef olur. Kaya, Border Reiver ailesi için yazılmış olan neredeyse 500 yıllık bir laneti taşır. Glasgow rahiplerinden bazılarının “Lanet”in “ayak ve ağız” ile gerçek kılınabileceğine dair görüşleri gazetelere manşet olur. Kayanın üzerine yazılan laneti okumak için saat yönünün tersine dönmek gerekir. Bu rahiplere göre bir laneti gerçekleştirmek için yeterlidir. Bazı rahipler ve vatandaşlar ise işi daha da ileri götürerek kayanın ortadan kaldırılması ve yok edilmesi gerektiği yönünde protestolar gerçekleştirirler. Ancak her ne kadar protesto edilmiş olursa olsun ve hakkında ne yazılmış olursa olsun “Cursing Stone” hala oradadır ve Tullie Evi Müzesi ve Carlisle Kalesi’ni birleştiren kültürel bir bağ oluşturur.

Why Not Associates ve Gordon Young ortaklığında gerçekleştirilen proje aslında bir altgeçittir. Ancak tasarlanan projede bölgenin tarihi verileri ışığında bir kültür alışverişine dönüşür. Bölgenin tarihsel zenginliğinden yararlanılarak etkili bir

³⁸ Enstalasyon: Geleneksel ve alışılmışın aksine, çevreden bağımsız bir sanat nesnesi içermeyip belirli bir mekan için yaratılan, mekanın niteliklerini kullanıp irdelleyen ve izleyici katılımının temel gereklilik olduğu bir sanat türüdür. Süzen, H. N., “Sanatta Disiplinlerarası Bir Yaklaşım: Enstalasyon Sanatı ve Genco Gülan Örnekleme”, **Sanat ve Tasarım Dergisi**, 6. baskı, Aralık, 2010, s. 147.

yapıt ortaya çıkarırlar. Tasarladıkları bu altgeçit, tarihi kurgusundan dolayı yarattığı spekülasyonlarla popüler bir yer imi haline gelir. Why Not Associates, tipografik bir enstalasyonun toplum üzerinde bu derece etkili olabilmemesini, güçlü bir içeriği olmasına bağlar (Saccani, 2013, s. 282).

Bu çalışmada tasarımcılar bir polemik yaratmak uğruna da olsa tarihi ve kültürel bağlardan vazgeçmemişlerdir. İçerik ve biçimle kurulan bağ, mekanla daha da önem kazanır. Altgeçitler kasvetlidirler, lanetler de öyle; ancak geçmişte yaşananların gün ışığına çıkarılması, hataların tekrar edilmemesi açısından önemlidir. Bu açıdan bakıldığında, kasvetli altgeçit, iyi ve kötünün bulunduğu yer olarak önem kazanır. Buradan geçenler ise 700 yıllık geçmişin tanığı olurlar.

“Mevkiye Özgü” (*Site-Specific*) işlerin geliştirilmesini merkez alan çalışmalar; sadece çevreyle yakın ilişkiler kurmakla kalmaz, aynı zamanda tarih, mimari ve yerin kültürüyle de ilişkiye girer (Saccani, 2013, s. 13). Tasarımcıların yerel kültür ve tarihle ilgili bağ kurmaya çalışmaları, küreselleşmenin de etkisiyle, kültürlere ait sivri uçların yok olmaya yüz tutmasına bağlanabilir. Küreselleşmenin her ne kadar; insanları, anlayışları, dünya algısını ve yaşayışları aynılaştırdığı ya da birbirlerinden etkileştiği bir kavram olduğunu düşünsek de küreselleşme, yerel grupları daha ön plana çıkaran ve yerelliğin öneminin artmasını sağlayan bir unsurdur. Çünkü giderek aynılaştan bir dünyada (tüketim kültürü sayesinde) toplumları, bireyleri ve üretimleri birbirinden ayıran ve özel olduğunu kanıtlayan en önemli şeydir yerellik.

Küreselleşme sonucunda en azından yeryüzünün önemli bir kısmında kültürleri de birbirine yaklaştırıyor. Bazıları böyle bir yüzleşmenin sonunda neredeyse bir “dünya kültürüne, yani “global kültür”e doğru bir gidiş söz konusu olacağını düşünmektedir. Küreselleşme kültürlerin etkileşme alanlarını genişletiyor. Aynılıklar, benzerlikler ve farklılıklar daha görünür hale geliyor. Bu süreçte, insanlığın kültürel olarak zemininin güçlenmesi, imkan dahiline giriyor (Aydın, Erdoğan, Sarıbay, Bolay, Altan 2002’den akt. Yıldız, 2005).

Ayrıca teknolojinin olanaklarının artmasıyla küresel bir köye dönüşen ve aynılaştan dünyada önem kazanan yerellik sayesinde, çok popüler olmayan, ancak bölgesinde önemli olan bir takım tasarımcı ve sanatçıların da kendilerini gösterebildiği bir ortam oluşur. Her geçen gün aynılaştan dünyada yerel değerlerin öneminin artması; aslında küreselleşmenin bizi aynılaştırmadığını, aksine yerel

değerleri ön plana çıkararak, toplumu küçük parçalara ayırdığının ve uçlaştırdığının bir göstergesidir.

Bir makalesinde Heller (1999), Tibor Kalman'ın yerel dili, uluslararası şirketleri protesto etmek için kullandığı bir yol olduğunu belirtir. Diğer bir makalesinde Heller (1999), 1980'ler ve 1990'ların ortalarında iki şeyin grafik tasarımı değiştirdiğini söyler. Bunlardan biri, sadece bir araç olan ve çalışma şeklimizi değiştiren Macintosh'tur. İkincisi ise adalet ve dürüstlük duygusuyla düşünme şeklimizi değiştiren Tibor Kalman'dır. Tibor'un, Macintosh gibi grafik tasarımın günlük uygulamalarında etkili olmasa bile tasarımcıların nasıl düşünceleri gerektiği -toplum ve kültür üzerindeki rollerini tanımlamaları- üzerindeki etkisinin tartışılmaz olduğu vurgusunu yapan Heller, Tibor'un on yıllar boyunca tasarım mesleğinin ahlaki pusulası ve ateşli bir provokatörü olduğunu ifade eder.

1960'ların sonuna doğru reklamcılık hayatına başlayan Tibor Kalman, her zaman sert ve direkt bir anlatıma sahip işler üretmiştir. Kalman ile 1990'larda çalışma imkanı bulmuş olan Stefan Sagmeister, onun tanıdığı en korkusuz ve en direkt yapıya sahip bir insan olduğunu düşünmektedir. Kalman'ın tasarımıyla ilgili düşüncelerinin en iyi ifadesini, kendi sözlerinde bulabiliriz: *“Tasarım bir dildir. Önemli olan mesajınızın içeriği ve dünyayı nasıl etkilediği.”* (akt. Goldstaub-Dainotto, 2002).

Kalman 1979'da kendi tasarım stüdyosunu kurmasıyla birlikte, sosyal içerikli konular üzerinde çalışmaya başlar. Ancak 1991'de Luciano Benetton ve Oliviero Toscani tarafından Kalman'a bir dergi yaratma fırsatı verilir. Colors dergisi, o güne kadar benzeri olmayan bir dergidir ve her sayıda “Cennet”ten “Alışveriş”e kadar çok farklı konular işler. Kalman, derginin bol fotoğraflı, az yazılı olmasını, hitap kitlesinin bir ülkeyle sınırlandırılmaması üzerine temellendirir (Goldstaub-Dainotto, 2002).

Gençliğinde Life dergisinin hevesli bir hayranı ve takipçisi olan Kalman, elektronik medya çağında da fotoğraf gazeteciliğinin kayda değer hikayeler iletmek için daha etkili bir yöntem olacağını düşünür. Ürünsüz ticari reklamlar, o dönem için pek de yeni sayılmaz. 1980'lerde *“Kenneth Cole and Ben”* ve *“Jerry's Ice Cream”* şirketleri gibi bazı kurumlar, çevresel ve sosyal sorunlara dikkat çekmek için bu tür

ürünsüz reklamlar vermektedir. Ancak 1990’larda bu durumu Benetton, “*The United Colors of Benetton*” ile bir adım daha öteye taşımış olur. Çok kültürlü çocukların, etnik ve ırkçı uyumunun, ürün temelli serisi, sözsüz foto muhabiri fotoğraflarına dönüşür. Bütün bunlar Benetton’ın kendi dergisini yaratması için bir kıvılcıma dönüşür. Colors dergisinde sanat yönetmeni olan Kalman, Sosyo-politik dergilerin lehine, moda dergilerinin klişelerini reddetmeye devam eder (Heller, AIGA, 1999).



Resim 77. Tibor Kalman, “The United Colors of Benetton”ın “Colors” dergisinin “Racism” adlı 4. sayısı, 1993.

Kaynak: <http://www.colors magazine.com/magazine/4>

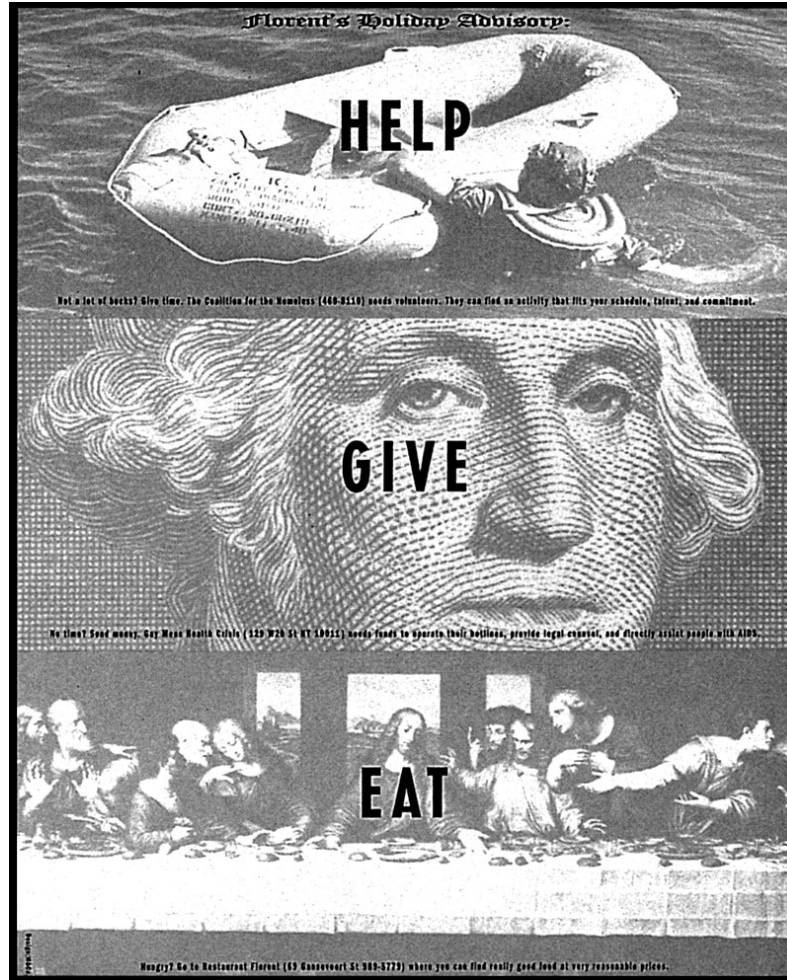
Son erişim: 22 Mart 2014

Colors’ın “İrk” üzerine hazırlanan sayısıyla sıradan basının dikkati derginin üzerine çekilir. Bilgisayar yoluyla renkleri değiştirilmiş ünlülerin görüntüleri (zenci bir İngiltere Kraliçesi, Asyalı bir Papa, beyaz bir Spike Lee) (Resim 77) hızla yayılır. Tibor Kalman, bu dünyada toplumsal adaletin olabileceğine, geleceği değiştirecek projeler üretilebileceğine ve geleceğin geçmişten daha iyi olacağına inanır ve insanoğlu olarak sonunda kapitalizmden çok, sosyalizme yakın bir politik sistem için zorlanacağımızı söyler (Goldstaub-Dainotto, 2002).

1990’ların Benetton afişlerini hatırlayalım: siyah-beyaz-sarı ırklar üzerine odaklanmış, barışı öneren afişler, döneminde sıkça tartışmalara ve kimi zamanda tepkilere yol açmıştı. Caddelerde bu afişlere sıkça rastlanmakta, hemen hemen her gazetede bu reklam

afişleri görülmekteydi. Afişlerde Benetton'un her hangi bir satış ürününe yer verilmediği halde bu afişler markanın imajı haline gelmeyi başarmıştı. Benetton dönemin popüler sorunu üzerinden bir kampanya yürütmüş, sorunu ele alarak ne kadar duyarlı ve barışçıl bir marka olduğunu ortaya koymuş ve tüketici kitlelerinin anında ilgisini çekmişti. Hiç bir art niyet yoktu, doğrusunu isteseniz bu bir reklam afişi bile değildi. Postmodernist süreçte tartışmaya açılan, süreç öncesinde ötekileştirilenlerin farkına varıldığı bir dönemde Benetton, "öteki" kavramına daha fazla dikkat çekmek için afiş üzerinden toplumları bilinçlendirmeyi amaçlamaktaydı. Afişler "öteki"yle barış yapma zamanını vurguluyordu, ancak en büyük barışın, tüketiciyle Benetton arasında yapılması sağlanmıştı (Şahin, 2010, s. 17).

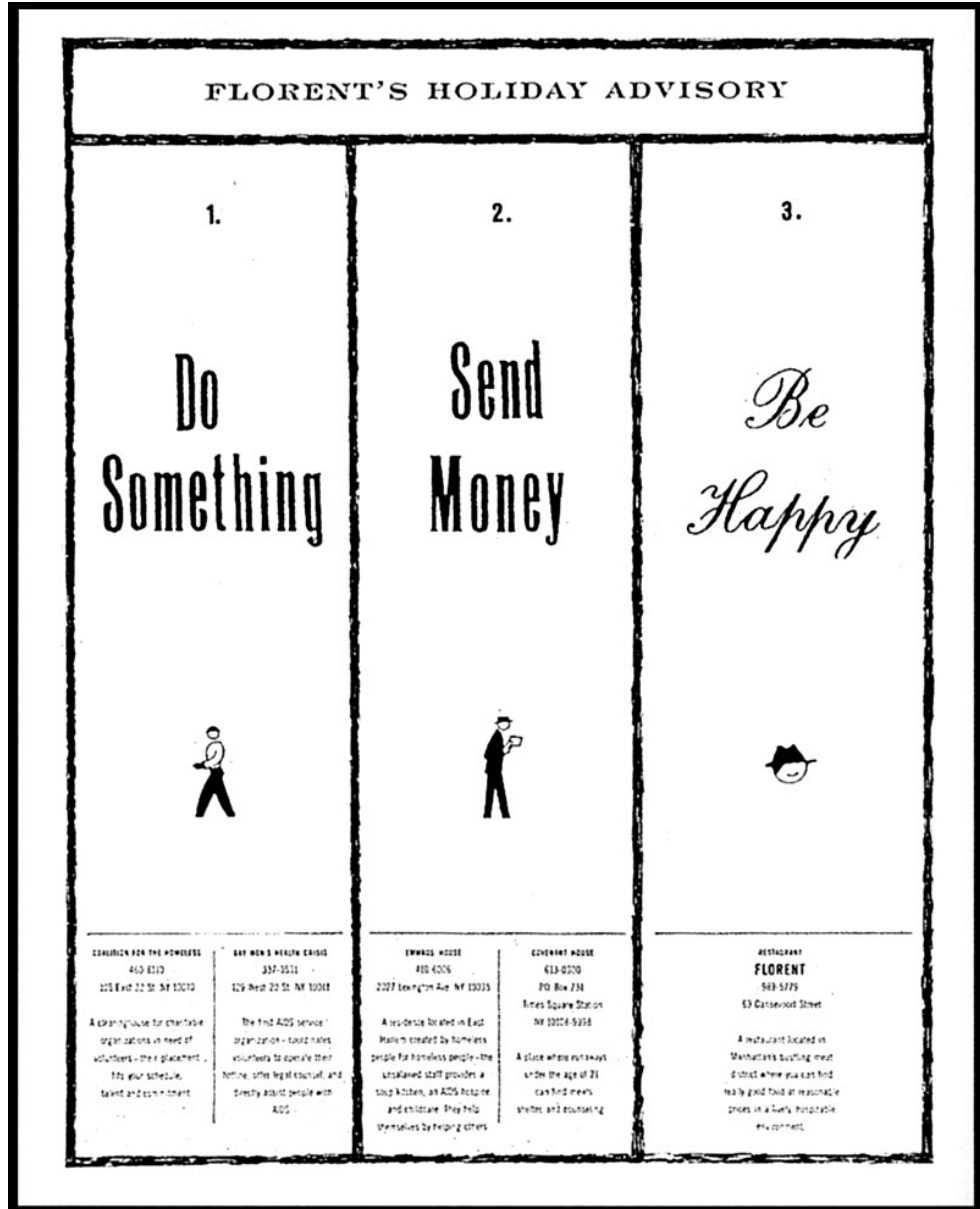
Hall ve Beirut'a (2000) göre, Colors dergisi Kalman'ın artan sosyo-politik görüşlerini aktarabildiği bir mecra haline gelmiştir. Colors dergisinden sonra tekrar M&Co. tasarım stüdyosunu kuran Kalman, "ticari işleri ilginç bulmadığını, kültürel olmadığı taktirde kurumsal her türlü işten uzak durduklarını" belirtir (Goldstaub-Dainotto, 2002).



Resim 78. Tibor Kalman, "HELP, GIVE, EAT", 1987.

Kaynak: Hall, P., & Beirut, M., (2000). Tibor Kalman: Perserve Optimist. New York: Princeton Architectural Press. s. 74.

1987’de Florent restoran için yaptığı yılbaşı kartlarında da sosyal göndermeler yapan tasarımlar kurgular. Kalman, kartlara yeni yılınız kutlu olsun yerine “*HELP, GIVE, EAT*” (Resim 78) ibareleriyle düşündürürken; “*Do Something, Send Money, Be Happy*” (Resim 79) gibi ifadelerle de kişileri harekete geçirmeyi hedefler.



Resim 79. Tibor Kalman, “Do Something, Send Money, Be Happy”, 1987.

Kaynak: Hall, P., & Beirut, M., (2000). Tibor Kalman: Perserve Optimist. New York: Princeton Architectural Press. s. 74.

Lucienne Roberts, “toplumu bizler oluşturunuz ve yaptığımız işin yaşadığımız dünyaya bir artı değeri katması çok önemli” derken, tasarımcının sadece satmaktan çok daha önemli görevlerinin olduğunu düşünmektedir. Roberts’a göre grafik tasarım: bilgilendirir, dikkat çekebilir, düşünmeye teşvik eder. Sadece satmak için kullanılması, sahip olduğu amacın göz ardı edilmesi demektir (DEDİ Kİ, 2002)

Dündar (2011), Postmodernizm’in tasarımı, kişisel deneyimin her türüsüne açmasına ek olarak; bilgisayarın kullanılmaya başlandığı 1980’lerle birlikte, masaüstü yayıncılık programlarının tasarımcıların müdahale alanlarını genişlettiğini söyler (s. 31). Ancak olanakları ve olasılıkları artırarak, kişisel anlatımı güçlendiren bilgisayar teknolojisinin de sınırlarını fark eden tasarımcılar, kişisel ifadelerini güçlendirecek daha gerçek malzeme ve araçlara yönelirler.

Tasarımcılar, küreselleşmenin etkisiyle meydana gelen anlatımlardaki aynılaştırmadan yerellik sayesinde kurtulmuşlardır. Ancak bilgisayar teknolojilerinin tasarım ve sanat dünyasını derinden etkilemesinin bir sonucu olarak, anlatımların bilgisayar efektleri ve programları nedeniyle de aynılaştığı ya da kiçileştiği görülmektedir. Tasarımları ve tipografiyi özgürleştiren ve tasarımcılara sonsuz deney olanağı sağlayan dijital dünyanın da sınırlarının olduğu ya da bir zaman sonunda tekrara yol açtığı görülmesiyle birlikte, bilgisayardan uzaklaşma ve gerçek dünyaya dönme eylemleri gözlemlenir. Bu ortamda el yapımının öneminin arttığı, dokunmanın ya da malzemeyi hissetmenin değerlendirildiği, anlatımları güçlendirmek için farklı malzemeler ve bağlamlarla ilgi kurulduğu görülmektedir. Bu değerlendirilmede tipografinin sanal olma durumundan, bir nesne olma durumuna geçişi gözlemlenir. Bu gelişmelerle günümüzde tasarımcının, sanatçı tavrıyla, tipografinin artık tamamiyle bir tasarım nesnesine dönüştüğü ortadadır.

3. BÖLÜM

TASARIM NESNESİ OLARAK TİPOGRAFİ

Bilgisayar, 1980'lerle birlikte tasarımcılara özgürlük kazandırırken; Uluslararası Tipografik Tarz'ın kuralları yıkılmış, yerine yenileri gelmiştir. Teknolojinin dolayısıyla bilgisayarın, bir araç olarak tasarım imkanlarını zorlayan tasarımcılar, bir süre sonunda dijitalin sınırlarıyla tanışmak zorunda kalmıştır. Bu sınırları da aşmak isteyen tasarımcılar ve tipograflar zamanla el yapımının ve farklı malzemelerin estetiğinin farkına varırlar. Böylelikle dijitali bir anlamda reddederken, emeğin ve el yapımının önemini, sıcaklığını, kişiselliğini ve herşeyden önemlisi biricikliğini keşfederler. Bu farkındalıkla kendi ayrıcalıklarını ortaya koyabilmek adına zanaatın ağırlık kazandığı üretimlerde bulunmaya başlamışlardır. Kağıt işleri artmış ve disiplinlerarası sınırlar erimiş ya da sanat ve tasarım arasındaki sınırlar silikleşmiştir. Bu bölüm kapsamında ele alınan işlerde tipografinin tasarımın bir aracı değil, amacı haline gelerek bir tasarım nesnesine dönüşmesi üzerinde durulmuştur.

Bu dönüşümde aykırı malzeme estetiği, tasarımcıların; bilgisayarın karşısında olmak, tasarımlarda kışkırtıcılık ve şok etkisi yaratabilmek için kullandıkları bir yöntemdir. Bu yöntem içinde bilgisayar öncesi dönemden Massine ele alınır. Bilgisayarın revaçta olduğu dönemden Anton Beeke, günümüzden ise adını sıkça duyduğumuz Sagmeister ve bazı tasarımcılar üretimleriyle araştırmanın bu bölümünün inceleme konusu olur. Kışkırtıcılık ve şok etkisinde ise yine Sagmeister'in 1999 yılında Aiga için tasarlamış olduğu afiş çalışması üzerinden irdelenecek olan beden tipografi ilişkisi, De Designpolitie'nin bir moda şovunda benzer bir biçimde çalışması üzerinde durulacaktır. Bunlara ek olarak kışkırtıcı bir şekilde tipografik illüstrasyonlar yapan Luke Lucas'ın işleri irdelenmiştir.

Bu bölümde ele alıncak işlerde, akıl ve duyunun birlikte var olduğu bir dengeden söz edilebilir. Üretimler kavramsal bir altyapı, insanı saran duygu ve bunların tipografiyle görselleştirilmesinden oluşmaktadır. Her yönüyle bir bütün olan tasarım, etkili bir sanat eserine dönüşmektedir. Tasarımın gerekliliği olan çok kitleye ulaşma ve tüketilme olgusunun çok üstünde, tüketilmeye karşı biricik, seri üretime

karşı kusurlu, kendi anlamını aşan ve kendini sadece bir alanda var etmeyen disiplinlerarası hatta ötesi çalışmalardır. Bu çalışmalarla tipografi artık bir tasarım nesnesidir; tasarımın ta kendisidir.

3.1. Post-Dijital Dönemde Dijital Detox'un Tipografi Üzerindeki Etkileri

1980'lerle başlayan ve günümüzde artarak devam eden dijitalizasyondan kurtulmak ve bilgisayarın insani tarafına geçebilmek için tasarımcılar çeşitli yöntemlerle tasarımlarını gerçekleştirmeyi tercih ederler. Bu yöntemler arasında DIY (Do It Yourself-Kendin Yap) projeleri önemli bir yere sahiptir. Kendin yap üretimleri, el yapımının önemini yeniden keşfetmeye yöneliktir. El yapımının öneminin keşfedilmesinde, malzemenin üretim üzerinde ne kadar etkili olduğu görülür. Ayrıca el yapımının doğallığı desteklemesinin yanı sıra; dijitalin karşısında, insani olanın ise yanında olduğu ve kusurluluğun ön planda tutulduğu gözlemlenir.

Tasarıma yakından, yerel ve pazar seviyesinden bakma eğilimi yeniden gündeme geldi. Bu yerel seviyede, grafik tasarımcının zanaatının dokuları ve izleri görünür olmaya başlıyor ve yaygınlaşmış yazılımların kısıtlı olanaklarıyla üretilmiş işlerin aynılığından yabancılaşmış pek çok tasarımcı, el emeği ile bir şey üretme sürecinin hem fiziksel olarak tatmin edici hem de anlam aramak için zengin bir alan olduğunu keşfediyor (Twemlow, 2008, s. 64).

Günümüzde tasarımla ilgili tüm alanlarda zanaatın önem kazanmasının; dekorasyona, süslemeye ve desene karşı gelişen yeni yönelimlerle ilgili olduğunu söyleyen Twemlow (2008), son yıllarda tasarlanmış tüm yüzeylerden; dekoratif detaylar, geometrik desenler, çiçek motifleri ve zengin bitki örtüsünden uzanan sarmaşıklar fışkırıyor olmasına dikkat çeker:

...süslemenin kutlanması ve aşırı, yoğun ve bazen abartılı şekilde yararsız işlerin üretilmesi, pek çok okul ve profesyonel kuruluşun, kodlanmış adımları izleyerek problemlere çözüm bulmak şeklindeki tasarım yaklaşımına kışkırtıcı bir tepki olarak görülebilir. Kuzey Carolina Devlet Üniversitesi'nde Grafik Tasarım Bölüm Başkanı olan Denise Gonzales Crisp'e göre "Decorational (akılcı dekorasyon) sadece işi veren müşteriye değil, tüm insanlara tasarım yoluyla hitap ediyor. Tasarıma aşırı mantıklı bir yaklaşım sadece müşteri-idealleştirilmiş müşteri- için uygun oluyor." (s. 67-68).

Kağıdın ve el işçiliğinin önemini yitirdiği ve Silikon Vadisi'nde; kod yazma, yazılım üretme vb. gibi bilgisayar ve teknolojisinin öneminin arttığı 21. yüzyılda; dijital enstalasyonlar, büyük dijital çıktı ve kopyalar, bilgisayar destekli oyunlar ve onların sanal dünyaları gerçek olurken, hayat ise gerçekliğini yitirme durumunda

kalır. Bunun farkına varan tasarımcı-sanatçılar bu sanal dünyaya, gerçek dünya ile cevap verirler. Tasarımcılar; kağıt katlama, kağıt heykeller, el yapımı kağıda geleneksel yöntemlerle baskı, retro tipografiler, dikiş vb. üretimlerle zanaatın geri dönüşünü kutlarlar. İşçiliğin ön planda tutulduğu bu üretimler, biriciklikleriyle, benzersizliği ve taklid edilemezliği sanal olanın karşısına getirirler.

Bu tür kağıt kesme ve üç boyutlu tipografik üretimde bulunan ve bu çalışmada ele alınmayan birçok tasarımcı (Julien De Repentigny, Atelier Pariri, Lance Winn, Bianca Chang, Eva Markova, Craig Ward, vb.) vardır. Ancak çalışmada üretimlerinin genelini el yapımı üzerine temellendiren tasarımcılar irdelenmiştir.

3.1.1. Kaligrafik Tipografinin Kusurlu Sıcaklığı

Günümüzde kaligrafinin kullanım amacı kusursuz güzel bir yazı oluşturmaktan çok, el yapımı olması nedeniyle oluşan doğal kusurlardan tercih edilmektedir. El yapımı olması, yapan kişinin el işleyiş karakterini yansıtmasının yanı sıra hataları da içinde barındırır. Bu kusurlar ve karakteristik çizgiler, el yazısının sıcaklığını ve ona olan ilginin artmasının baş nedenidir denilebilir. Günümüzde kusurun öneminin artmasını belgeleyen işlerin yanı sıra akademisyenlerin de bu konular üzerinde zaman harcadığı yapılan konferanslardaki konuşmalardan da anlaşılmaktadır.

Beatrice Warde'nin ünlü konuşmasını yapmasının üzerinden geçen 74 yıl sonra Sebastian Carter (matbaacı, tasarımcı ve yazar), 2004 Ekim ayında, St Bride Enstitüsü'nde Beatrice Warde Anma Konuşması yapar. Carter'ın konuşmasında, Warde'nin tipografide öngördüklerinin tam tersinin olması gerektiğine vurgu yapan şu sözleri dikkat çekicidir: *“Otobüs biletine kadar her yeri iyi tasarlanmış bir dünyada yaşamak istemem.”* (Garfield, 2012, s. 261). Carter'ın konuşmasını yaptığı gün kürsüye Chelsea Sanat ve Tasarım Üniversitesi'nde asistan olan Nigel Bents çıkmış ve kusursuz yazı yerine felakete davetiye çıkarmayı öneren sözleriyle dikkat çekmiştir:

“Bize gereken şey bir manifesto, çapraz ve dikey çizilmiş, baştan sona hafif gölgeli büyük harflerle, konturlu ve altı çizili, noktalamaları kötü, kenara dizilmiş, yüzlerce tinesi

olan bir yazıyla, parlak sarı kağıda basılmış, kötü tıraşlanmış ve berbat sunumlu bir manifesto gerekiyor bizlere.” (Garfield, Tam Benim Tipim, 2012, s. 261).

Bir yazı karakteri tasarımcısı olan Paul Standard’ın şu sözleri kaligrafiye dikkat çeker: *“Geometri okunaklı harfler üretebilir ancak sadece sanat onları güzel kılar.”* (McCormick, 2013, s. 80). Karakter ve logo tasarımcısı olan Doyald Young ise *“Çizim yeteneğinizi geliştirirseniz, daha iyi bir tasarımcı olma periyoduna gireceksiniz.”* sözleriyle kaligrafinin önemini vurgular (McCormick, 2013, s. 102).

Tipografinin elle gerçekleştirilmesi ve kusurun güzelliğinin kutlanması, teknolojik imkanlarla çok sayıda üretilen ancak çabucak tüketilen tasarım ürünlerinin değerinin ve insansı sıcaklığının artırılmasını tasarımcıların işlerinde görmek mümkündür. Tipografi elle yazıldığında kişisel özellikleri de aktardığından, hayat içinde bir nesneye, bir tasarım nesnesine dönüşmekte ve değeri artmaktadır.

Tasarımcılar içselleştirdikleri tasarımlarını, kişisel el yazılarıyla tıpkı bir sanatçı gibi görselleştirmişler ve bu nedenle de tasarımları bir sanat eseri değerindedir. El yazısı direkt olarak gerçekleştirildiğinden ve üzerinde bilgisayar müdahalesi ile mükemmelleşme, iyileştirme çalışmaları yapılmadığından, doğallıkla rahat bir şekilde hayatın içine dahil olmakta ve tasarım nesnesi olarak bizden biri gibi yaşamaktadır. Tasarımcılar özellikle doğallığa vurgu yapmak, özgürlüğü simgelemek, sıcaklık oluşturmak, insani değerlerle bir bağ kurabilmek için el üretimini kullanırlar.

Çalışmalarında kaligrafiyi kullanan, Sydney’li bir tipograf olan Gemma O’Brein, üniversitede öğrendiği letterpress sayesinde tipografiye takıntılı bir hale gelmiştir. Bu takıntı *“For the Love of Type”* (Yazı’nın Aşkı İçin) adlı bloğu oluşturmasını sağlamıştır. O’Brein, daha öğrenciyken, Mrs. Eaves takma adıyla vücudunu el yazısı kelimelerle (Resim 80) Stefan Sagmeister’a saygı olarak tipografiyle örttüğü deneysel videosunu internette yayınlamasıyla, Font Shop’tan Jurgen Siebert’in dikkatini çeker. Siebert’in vasıtasıyla 2009 yılında Almanya’daki Typo Berlin tasarım konferansına davet edilir (Garfield, 2012, s. 111; Winter, 2014). Bu davet sayesinde O’Brein’in hayatında yeni kapılar açılmıştır.

O’Brien’in kullandığı Mrs. Eaves takma adı aslında Zuzana Licko’nun tasarladığı bir yazı karakterine verdiği isimdir. Mrs. Eaves yazı karakterini Licko,

Baskerville fontundan yola çıkarak tasarlamıştır ve ad verme aşamasında Baskerville'in önceleri aşığı sonra ise eşi olan hanımdan esinlenmiştir (Garfield, 2012, s. 111). O'Brein, projesinde vücuduna yazdığı yazıları oluştururken Baskerville fontunu da kullanır. Bu nedenledir ki o da Licko gibi Mrs. Eaves adını kullanmayı tercih etmiş olmalıdır.



Resim 80. Gemma O'Brien, "Write Here, Right Now" (Buraya Yaz, Hemen Şimdi), Üniversitede öğrenciyken (2. Sınıf) kendi üzerinde gerçekleştirdiği bir proje, 2008.

Kaynak: <http://ikikadesigns.blogspot.com.tr/2013/05/gemma-obrien.html>

Son erişim: 9 Mart 2014



Resim 81. Gemma O'Brien, "Typo Berlin", Berlin, 2009.

Kaynak: <http://www.designersjournal.net/jottings/profiles/profiles-gemma-obrien-for-the-love-of-type>

Son erişim: 9 Mart 2014

Temelde üniversite projesinin bir parçası olarak, toplumun bir sorununu tanımlamak üzere bir brief alan O'Brien, buna bir cevap olarak bir bilinçlendirme kampanyası oluşturur. Başlangıçta basılabilir olması beklenen kampanyayı O'Brien, biraz daha ileri taşıyıp viral (virus gibi ağızdan ağıza yayılan) bir kampanyaya dönüştürür. Toplumun bir sorunu olan grafiti ve Vandalism konu olarak seçilir, ancak grafiti yapanların aralarında sadece vandallar yoktur. Sorunlarını dışa vurmak isteyen iyi eğitilmiş insanlar da bu topluluğun içindedir. Böylece tüm kampanya toplumun sesini duyurabileceği bir yazı ya da grafiti duvarı olabilecek bir alan yaratmayla ilgili hale gelir. O'Brien, insanların dikkatini buna çekebilmek için düşündüğü proje, yazı kaplı bir kızın caddelerde yürümesi olmuştur. Projede, *“Write Here, Right Now”* (Buraya Yaz, Hemen Şimdi) (Resim 80) sloganı yazım alanı olabilecek yerlere referans olması için seçilmiştir. Sagmeister'in işlerinden etkilendiğini söyleyen O'Brien, Sagmeister'in çalışmasında (Resim 111) mesajla ilgili olarak bir karşıtlık kurmaya çalıştığını düşünür. Yaptığı şeyin mesajının içeriğiyle ilgili olduğunu ve Sagmeister gibi zıtlık kurmaya çalıştığını vurgular. *“Bir binanın üzerindeki grafitiyi temizlemek, cildinizdeki kalıcı bir kalemle yazılmış bir yazıyı temizlemekten farklı bir şey değildir.”* (LetterCult, 2008).

O'Brien, yazdığı yazılara benzer sözleri olan Fatboy Slim şarkısının eşliğinde vücudunun her yerini kaplayacak şekilde markör kalemlerle ve farklı yazı karakterleriyle *“Write Here, Right Now”* yazar. Bu çalışmayı baştan sona kaydeder ve internette yayınlar (Garfield, s. 113). Çalışması internet ortamında yayılan O'Brien, Typo Berlin'e çağrılır ve Berlin'de konuşmaya çıkmadan önceki gün, sabahdan akşama kadar daha önceki projesinde gerçekleştirdiği gibi vücudunun her yerine, *“Typo Berlin, Space, 2009”* gibi konferansın adı ve konu başlıklarıyla ilgili kelimeleri yazar (Resim 81). O'Brien, *“Typo Berlin”* çalışmasını Berlin şehrini gezerek tamamlar. Böylelikle çalışma da en az şehirde düzenlenen konferanslar kadar dikkat çekmiş ve etkili olmuştur.

O'Brien, tenine yazdığı kelimelerle bütünleşir. Sanki üzerindeki kelimeler, harfler O'Brien'in varlığını tesciller ya da tamamlar. Ruhunun tipografiye olan bağlılığının ve tutkusunu gözler önüne serer. Oluşturduğu tipografi bedenle nesneleşir, hayata dahil olur. Beden-yazı ilişkisinin sanat ve tasarımda daha önceleri de kullanıldığı görülmüştür. Örneğin, dünyaca tanınan sanatçı Shirin Neshat, 1993'te

gerçekleştirdiği “Allah’ın Kadınları” (Resim 82) adlı çalışma serisinde beden üzerine yazı kullanır. Bu ve bunun gibi yazının beden üzerinde kullanılması Stefan Sagmeister & Jessica Walsh, Pokras Lampas, Ronir Bigal gibi tasarımcıların birçok eserinde karşımıza çıkmaktadır.



Resim 82. Shirin Neshat, “Allah’ın Kadınları”, 1993.

Kaynak: <http://whitney.org/Collection/ShirinNeshat/2000267>

Son erişim: 13 Mart 2014

O’Brein, Typo Berlin’e konuşmacı olarak davet edilmesinin ardından, birçok ticari işte tipografi tutkusunu görselleştirme olanağı bulur. Bunlardan biri olan Kirin-Cider (Resim 83) için elle hazırladığı 36 adet Billboard çalışması tüm Sydney’de gösterilmiştir. Bu yazılar, el işçiliğinde; kişisel ifadeler, küçük hatalar, birbirinin aynısı olamayan harfler, tipografik çalışmanın hayata dahil olma ve içinde yaşıyor olma durumunu ifade eder (Resim 84, 85).



Resim 83. Gemma O'Brien, "Kirin Cider" için el yazımı Kaligrafik Billboardlar,
Kaynak: <http://fortheloveoftype.blogspot.com.tr>
Son erişim: 9 Mart 2014



Resim 84. Gemma O'Brien, Enstalasyon, 2013.
Kaynak: <http://lukesweet.com/?p=469#!prettyPhoto>
Son erişim: 9 Mart 2014



Resim 85. Gemma O'Brien, Enstalasyon, 2013.
Kaynak: <http://www.lovefreo.com/2013/09/27/better-left-unsaid-by-gemma-obrien/#!prettyPhot>
Son erişim: 9 Mart 2014

İşlerinde kaligrafiyi kullanan diğer bir tasarımcı ise Dana Tanamachi'dir. Tanamachi, butik bir tasarım stüdyosu olarak editoryal, yaşam tarzı, yemek ve moda markaları için hand-lettering ve özel tipografi üzerine uzmanlaşmıştır. *O*, *HOW* ve *TIMES* dergilerine kapak tasarımları yapmış olan ve elleriyle üretimde bulunmaktan keyif alan bir grafik tasarımcıdır (Tanamachi, 2011). *HOW*, *TIMES* vb. dergilerin bazı sayılarının kapaklarını da tebeşirle tipografik olarak tasarlamıştır (Resim 86). Hem ticari hem de ticari olmayan tasarımlar yapan Tanamachi'nin, ticari işlerinden biri "*Burton Snowboards*" (*Burton Kar Tahtaları*)'tur.



Resim 86. Dana Tanamachi, "O Magazine" (O Dergisi) kapak çalışması ve konuya giriş sayfaları, Şubat 2012.

Kaynak: <http://thegreatdiscontent.com/dana-tanamachi>

Son erişim: 12 Mart 2014

Burton Snowboards, 2014 Kış Koleksiyonu için tasarlamış olduğu "snowboard"lar, çalışmak için gerçekten büyüktürler ve Tanamachi bu nedenle boardları duvara monte edip, bir iş makinesi yardımıyla tipografik tasarımını gerçekleştirebilmiştir (Tanamachi, 2011). Boardlar seri üretim olmadan elle tasarlanıp belli sayıda üretildikleri için neredeyse kişiye özeldirler. Az sayıda üretilmiş olduklarından değerlidirler ve neredeyse imzalı birer sanat eseri gibidirler.

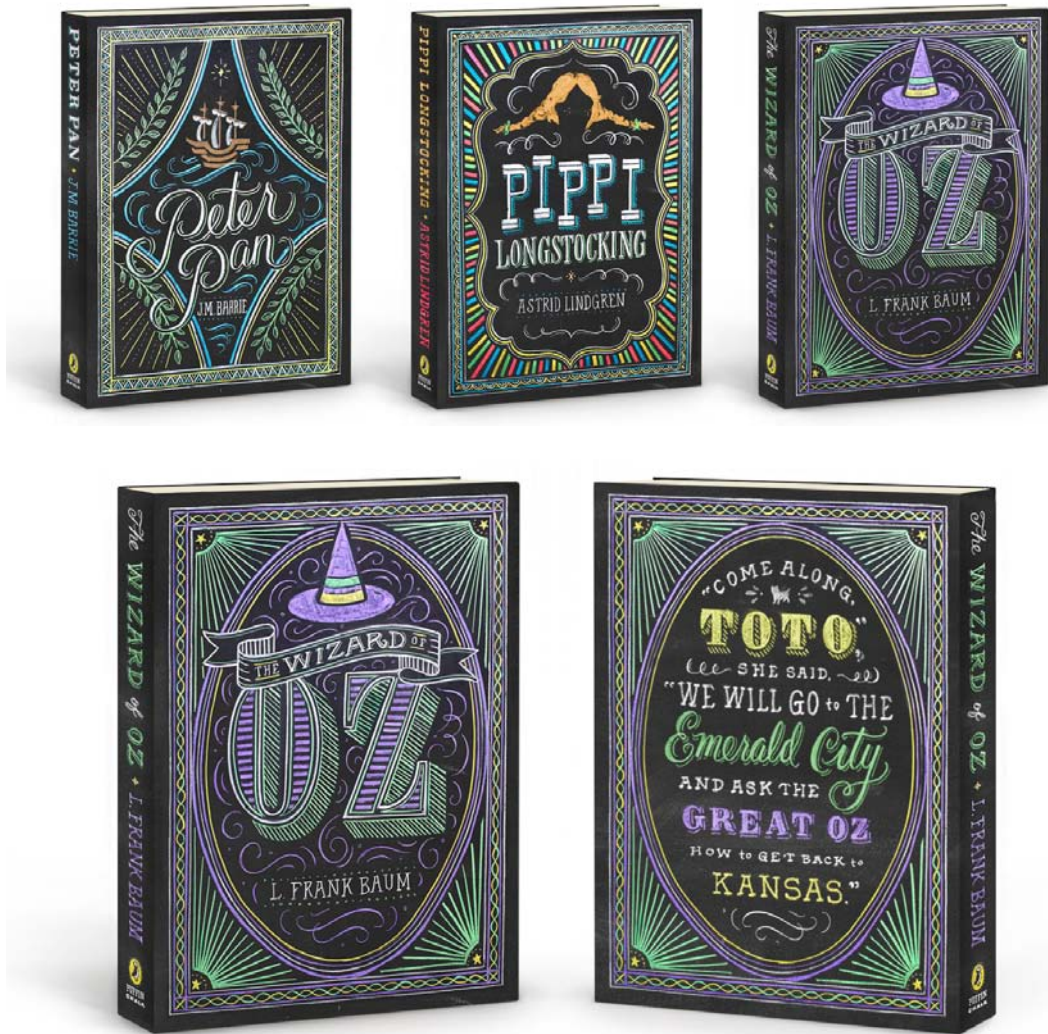
Bu çalışmada Tanamachi'nin en sevdiği parça, "*Deja Vu Flying V Women*" "board"udur (tahtasıdır). Tanamachi, bu boardu tasarlarken "ekstrem spor"lardan (aksiyon ya da macera sporları) snowboard sporunun uygulanmasına daha yakından bakmak istemiş ve bu boardları tasarlarken; bir kış gününde taze karın hızla

dilimlenmesinin güzelliğini, dağların zirvesindeki sesleri, iyileşme ve dinlenmenin sessiz anları ve bir adrenelin atılımının ritmini düşünür (Resim 87). Tanamachi, tasarladığı bu boardların güzelliğin ve cesaretin bir sunumu olmasını arzular (Tanamachi, 2011).



Resim 87. Tanamachi Studio, “Burton Snowboards” tasarımları, 2013.
Kaynak: <http://tanamachistudio.com/blog/tanamachi-studio-x-burton-snowboards>
Son erişim: 3 Mart 2014

Tanamachi'nin bir diğ er el yazımı işinin uygulamasını gördüğümüz me ra ise kitap kapaklarıdır. “*Puffin Chalk*”, klasik  ocuk kitaplarının yeni, ilginç ve esprili bir serisidir. Kapaklar, 101.6 x 139.7 cm boyutlarında, bir  ocuğ n merakı, oyunculuğ , macera arayışı ve yaratıcılığ ndan esinlenerek elle gerçekleştirilmiştir. Tasarım tamamiyle elle duvara çizildikten sonra kitap kapaklarına uygulanabilmek adına fotoğraflanmıştır. “*Peter Pan*”, “*Pippi Longstocking*” (Uzun  oraplı Pippi) ve “*The Wizard of Oz*” (Oz Büyücüsü) (Resim 88) günümüzde de kitapçılarda satılmaktadır (Tanamachi, 2011).



Resim 88. Tanamachi Studio, “Puffin Books” (Penguin grubunun  ocuk serisi), 2013.
Kaynak: <http://tanamachistudio.com/blog/puffin-chalk>
Son erişim: 3 Mart 2014



Resim 89. Leen Sadler, “Spoonful Sugar” için tanıtım kampanyası parçaları, 2011.

Kaynak: <http://www.leensadler.com/982/5027/work/spoonful-of-sugar>

Son erişim: 3 Mart 2014

Bir tasarımcı olan Leen Sadler, “Designer as Author” (Bir Yazar Olarak Tasarımcı) master programı kapsamında gerçekleştirdiği çalışmasında, müellif³⁹ bir tasarımcı olarak üretimde bulunur. Sadler, yarattığı “Spoonful Sugar” (Resim 89)

³⁹ Müellif tasarımcı günümüzde; ürünü, içeriği hazırlayan ve pazarlamayı da yapan tasarımcı olarak tanımlanmaktadır. Yurtdışında “Author” (Yazar) olarak geçen kelime, türkçemizde bu şekilde anılmaktadır.

markası için ürün, ambalaj ve tanıtım kampanyası gerçekleştirir. Müellif tasarımcılıkta el yapımı ve zanaat önemli bir yer taşır. Tasarımcının tıpkı bir sanatçı gibi bir kurum ya da kişiye bağlı kalmadan üretimde bulunması ve bu üretimi aracı bir kurum olmadan pazarlaması, tasarımcıyı da sanatçı olma durumuna getirmiştir. Tasarımcı bir brief doğrultusunda üretimde bulunmaz. İçerik ve ürün tamamıyla kendine aittir, tıpkı bir sanat eseri gibi ya biriciktir ya da belirli sayıda üretilmiştir, değerlidir. Tasarlanan ürün, böylelikle, sıradan herhangi bir ürün olmaktan çıkar.

Leen Sadler, projesi kapsamında “*Spoonful Sugar*” adını verdiği markasının çikolataya batırılmış kaşıklar satması için kurgularken, Mary Poppins’ten etkilenir. Sadler, pazarlama stratejisi olarak, New Yorklular’ın kalbine sıcaklık bir dokunuş gerçekleştirebilmek adına yağmurlu bir günde tanıtımına başlamıştır. Mary Poppins’in “*A Spoonful of Sugar*” şarkı sözlerini el yazısıyla bir şemsiyenin iç yüzeyine tipografik düzenlemeyle yazar ve kendisi de Mary Poppins gibi giyinerek sokakta yürümeye başlar. Arada insanları yağmurdan korumak adına onlara eşlik eder ve hediye olarak ürünlerinden ikram eder (McCormick, 2013, s. 149; Sadler, 2012).

Bu üretimlerde tipografinin ayrı bir önemi vardır. Kaligrafik ve el yapımı tipografiler alıcıya ürünün; özel, el yapımı, doğal ve değerli olduğunu hissettirirler. Pazarlamada seçilen yöntem olan kaligrafiyle oluşturulmuş el yazıları, ürünün seri üretimden çıkmadığını, tek tek özenle butik bir şekilde üretildiğini ve içeriğinin doğallığını gösterir niteliktedir.

Doyald Young da kaligrafinin güzel harfler çizmeyle ilintili olmadığını, iyi bir harfin güzelliği de beraberinde getirdiğini söyler (Lynda Online Learning Company, 1995). Lara McCormick (2013), okuması kolay ve temiz harflere iyi tipografi denilebileceğini ve kaligrafi çoğu zaman sanat gibi görüldüğünü ancak iyi bir tipografi yaratabilmek için çok çalışmak ve deneyimlemek gerektiği üzerinde durur (s. 104). Kaligrafi el yapımının sıcaklığını ve çeşitliliğini içerir. Bir sistem dahilinde yapılsa bile elle yapılmış olmanın verdiği kusurlar ya da kendine özgü farklılıklar onu biricik ve eşsiz kılar. El yapımı mükemmellikten uzak ve kusurlu görülebildiği gibi şaşırtıcı bir şekilde insani olanın eşsiz yetkinliğini de göstermesi açısından önem taşır.

3.1.2. El Yapımının Biricikliği

El yapımı olana ve biricikliğe övgü günümüzde oldukça artmıştır. Günümüzde dijital ortamda, herşey sonsuz sayıda yinelenebilmekte, fabrikasyon üretimler sonu gelmez bir şekilde aynı ürünü çoğaltmaktadırlar. Bilgisayarın 1980'lerle birlikte artan bir şekilde tasarımcıların hayatına girmesiyle tasarımlarda da büyük bir değişim yaşanır. Bu değişimin nedeni bilgisayarın deneye imkan vermesi olarak açıklanabilir. Ancak fontların sanal ortama veri olarak aktarılmasıyla birlikte, yazı karakterlerinde meydana gelen çeşitlenme de tasarım üretimini ve sonucunu oldukça etkilemiştir. Fontlar sanal ortamda bir veriye dönüştürülerek maddesinden (hurufat) arındırılır. Ancak bu kurtulma bir süre sonra maddeye olan özlemi de beraberinde getirir. McCoy, bu özlemle üretilmiş 3 boyutlu işleri tipografinin tekrar maddeleştirilmesi olarak adlandırmaktadır (Abbink & CM Anderson, 2010, s. 9-10).

Tipografiyi tekrar maddeleşmiş olarak görmek isteyen tasarımcılar, kağıt kesme ve katlama gibi malzemenin önem kazandığı işlerle yazıyı boyutlandırarak yaşayan bir nesneye dönüştürmektedirler. Bu tasarımcılar arasında olan Kyosuke Nishida ve Brian Li origami (kağıt katlama sanatı) kullanarak izleyiciye sundukları cümleleri yaşayan birer nesneye dönüştürme çabası içindedirler.

Kyosuke Nishida ve Brian Li'nin ortaklığında gerçekleşen, “*Still Life Comes Alive*” (Ölü Doğa Hayata Geliyor) (Resim 90) adlı çalışma, binlerce kağıt parçasının bir araya gelmesiyle oluşmuş eşsiz boyutlarda yaşayan bir tipografik enstalasyondur. Nishida, “*Still Life Comes Alive*” cümlesine biçim veren kıvrımlar ve şekillerin, tipografik heykel konseptini hayata geçirmesini sağladığını belirtir (Nishida, 2011).

Li, “*Still Life Comes Alive*” cümlesinin gerçekten anlamını ifade edip yaşayan bir hale gelebilmesi için topoğrafik⁴⁰ biçim dönüştürülmesi yaptıklarını söyler. Kağıdın ölü doğasının dağ gibi organik bir yapıya dönüştürülmesi üzerinde çalışırken, tipografinin geometrik karakterini de korumaya çalıştıklarını belirtir (Li, 2010). Bu inanılmaz büyüklükteki enstalasyon, FOFA Galerisi'nin vitrininde “*Montréal Design Portes Ouvertes 2010*” (Montreal Tasarım Günleri 2010)

⁴⁰ Topoğrafik: Topoğrafyaya ait olan. Topoğrafya: Bir kara parçasının doğal engebe ve özelliklerini kağıt üzerinde çizgilerle gösterme işi. **Türkçe Sözlük**, TDK, Ankara, 2005, s. 1994.

süresince, Concordia Üniversitesi Tasarım Bölümü'nün Yıl Sonu Sergisi için sergilenmiştir (Jobson, 2011).



Resim 90. Kyosuke Nishida, Brian Li Sui Fong, “Still Life Comes Alive” (Natürmaort Canlanıyor), Concordia Üniversitesi sene sonu sergisi için hazırlanmış tipografik enstalasyon, 2010.
Kaynak: <http://www.kyosukenishida.com/index.php?/installation/--still-life-comes-alive/>
Son erişim: 5 Mart 2014

İzleyiciyi; boyutları, detaylı yapısı ve organikliğiyle etkileyen enstalasyon, gerçekten bir parça kağıdı hayata dahil etmeyi başarmıştır. Yazıyı oluşturan

kıvrımlar adeta doğadan bir parçayı görselleştirir. Tipografiyi oluşturan kıvrımlar coğrafi bir yapı parçası gibidir. Tipografinin bir tasarım nesnesine dönüştüğü enstalasyondaki harflerde; dağları, nehirleri, ovaları ve gölleri görmek mümkündür. Çalışma, iki boyutlu olan bir kağıt parçasının üç boyutlu hale gelerek, heykele dönüşmesini gözler önüne sermiştir.

Nishida'nın bir başka boyutlandırılmış el yapımı enstalasyonu da “*Words Can Fly A Thousand Miles*” (Kelimeler Binlerce Mil Uçabilir)’dir (Resim 91). Nishida ve çalışma arkadaşları, 2011 yılının Mart ayında meydana gelen nükleer santral krizi ve doğa feleketinin sonrasında, acı çeken Fukushima’daki insanlara yardım ve destek sağlamak amacıyla bu projeyi gerçekleştirmişlerdir. Bu projeye Nishida ve arkadaşları, Fukushima’daki insanları teselli etmek ve cesaretlendirmek için el yazısı mesajlar ve bağış çağrısı yapmışlardır. Buraya gönderilen mesajlar ve bağışlar doğrudan Fukushima gönüllü merkezlerine aktarılmıştır (Nishida, Fang, & Liu, About: Words Can Fly, 2011).

Nishida; projenin adını bağırarak, kağıttan oluşmuş, üç boyutlu bir afiş yapmak istediklerini vurgular. Afiş, bu zor günlerde onları cesaretlendirebilmek adına, Nishida ve arkadaşlarının güzel günlere dair umutlarının mesajlarını temsil etmektedir. Tasarım, Japon geleneksel “*Senbazuri*” tekniği ile oluşturulmuştur. Bir çeşit origami sanatı olan “*Senbazuri*”, katlanmış binlerce origami parçasının bir araya gelmesinden oluşan ve birine iyi dilekler sunmak için oluşturulan bir katlama sanatıdır. Nishida ve arkadaşları bu tekniği tipografik bir heykel oluşturmak için kullanmışlardır (Nishida, Fang, & Liu, 2011). Ayrıca “*Senbazuri*” tekniğinin oluşum amacının da işle anlam bütünlüğü sağlaması çok ince ve saygı değer bir detaydır.

“*Words Can Fly A Thousand Miles*”, cümlesinin başta sadece boyutlandırılmış harfler olarak başlayıp giderek organik bir şekilde bozuma uğraması ve origamiye dönüşmesiyle birlikte, cümlenin anlamının görselleştirilerek hayat bulması, gözler önüne serilmektedir. Bu organik değişimle birlikte renklenen tipografik çalışma, origamiden yapılmış kuşların kompozisyon dışına çıkmasıyla gerçekten canlanan, hayat bulan bir afişe dönüşmüştür.



Resim 91. Kyosuke Nishida, “Words Can Fly A Thousand Miles” (Kelimeler Binlerce Mil Uçabilir), 2011.

Kaynak: <http://www.wordscanfly.org/en/poster.html>

Son erişim: 5 Mart 2014

Tipografiyle beraber afiş mecrasını da sorgulayan bir tasarımcı olan Alida Rosie Sayer, Glasgow Sanat Okulu mezunudur. Sayer; illüstrasyon, 3 boyutlu tasarım ve animasyon üzerine çalıştığı işlerinde çoğu zaman kağıt kesme, “tipo baskı” (letterpress) gibi geleneksel yöntemler kullanır (Abbink & CM Anderson, 2010, s. 37).

Sayer, “*All Moments*” (Tüm Anlar) (Resim 92) çalışmasında, Kurt Vonnegut’un “*Slaughterhouse Five*”’ından alıntı yaparak zamanı görselleştirmeye çalışır. Yazı birçok katmandan oluşmaktadır. Bu katmanlar tipo baskıyla basılmış birçok kağıdın elle kesilmesi ve üst üste yerleştirilmesiyle üç boyutlu bir afişe dönüşmüştür (Abbink & CM Anderson, 2010, s. 37).



Resim 92. Alida Rosie Sayer, “*All moments*” (Tüm Anlar), 2009. (Metin Kurt Vonnegut’un 1969 yılında yazmış olduğu “*Slaughterhouse Five*” romanından alınmıştır.)

Kaynak: <http://www.alidarosie.co.uk/am.html>

Son erişim: 5 Mart 2014

Boyutlandırılmış olan tipografik çalışmalarında Sayer, katman katman kestiği her bir kağıdı, geleneksel yöntemlerle basar. Tipografiyle oluşturulmuş afiş belli bir sayıda basıldığı için değeri artar. Ancak basılan bütün afişlerin farklı kesimlerle bir araya getirilmesiyle tek bir tasarım nesnesi meydana gelir. Bu da tipografik bir tasarım nesnesine dönüşmüş olan eserin, biricik olmasına ve değerinin daha da artmasını sağlamaktadır. Sayer; katmanlaşma, transparanlık ve çoğaltma üzerine tipografik üç boyutlu işler tasarlamaktadır. Çalışmalarında kağıt iççiliği ve baskı önemli bir yer tutarken; zamanın geçiciliğine, katmanlarına, iç içeliğine, üst üsteliğine dikkat çekmiştir (Resim 93). Yaptığı tipografik tasarımlarda içeriğe farklı açılardan bakabilmeyi deneyimlemiştir.



Resim 93. Alida Rosie Sayer, “Here we are” (Buradayız), 2010. (Metin Kurt Vonnegut’un 1969 yılında yazmış olduğu “*Slaughterhouse Five*” romanından alınmıştır.)
Kaynak: <http://www.alidarosie.co.uk/nw.html>
Son erişim: 5 Mart 2014

Kağıdı iki boyutlu düzlemde üçüncü boyuta taşıyan diğer bir tasarımcı ise Shaz Madani’dir. Madani’nin “*Arctic Paper*” kağıt fabrikası için öneri olarak tasarladığı tipografik seri, Sayer’in birçok kağıdı farklı şekillerde kesip üst üst katmanlaştırmasına benzer. Madani, yazıları ve şekilleri büyük bir incelik ve titizlikle keserek kağıdı canlandırır. Hareketlilik, tekrar, katmanlaşma, derinlik gibi unsurlar, tipografik eseri çarpıcı bir hale getirir.

Madani, “*Arctic Paper*” kampanyasının, yüksek kalitede yaratıcılık ve çevresel düşünme arasında bir köprü oluşturması üzerine odaklandığını belirtir. “*A New Leaf*” (Resim 94, 95), “*Arctic*” inançlarının kalbinden gelen yenilik ve ilerlemeyle “*Arctic*” (kağıt) sevgisinin üzerine el ile heykelleştirilmiş tipografik bir kompozisyonudur. Basit bir fikirle başlayan tasarım, “*Arctic*” kağıt fabrikasının üretime yaklaşımındaki gibi, iyi malzemeler ve zanaat sevgisiyle yeni bir seviyeye taşınır (Madani, 2014; Wilson & Scheibel, 2011).



Resim 94. Shaz Madani, “A New Leaf” (Yeni Bir Yaprak), 2008.
Kaynak: <http://smadani.com/arctic-paper/>
Son erişim: 4 Mart 2014



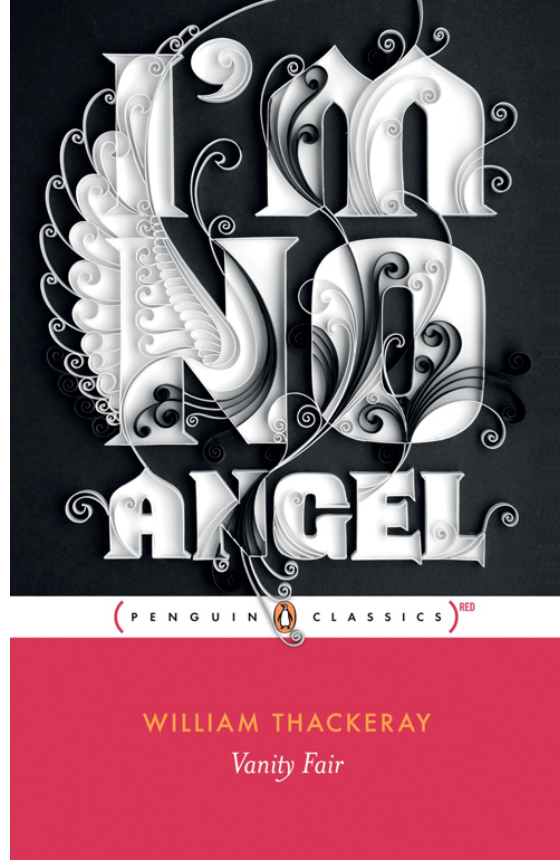
Resim 95. Shaz Madani, “Wild Card” (Vahşi Kart), 2008.
Kaynak: <http://smadani.com/arctic-paper/>
Son erişim: 4 Mart 2014

Kağıdı, Sayer ve Madani'den farklı şekilde boyutlandıran diğer bir tasarımcı da Yulia Brodskaya'dır. Geleneksel Sanat uygulamaları içinde ele alınabilecek origami, kolaj ve kumaş boyama gibi çeşitli alanlarda yaratıcılığını kullanan Brodskaya, tipografiyi, kağıt ve son derece detaylı el yapımıyla oluşturarak bir nesne konumuna taşır. Tipografiyi bir tasarım nesnesi olarak kurgulamada çok çeşitli yöntemler dener. Kağıdı bir tasarım yüzeyi olarak değil bir tasarım malzemesi olarak kullanır ve tipografi bu tasarımlarda detaylanır, boyutlanır ve değerlendirir (Brodskaya).

Brodskaya'nın birçok kişisel ve ticari çalışması bulunmaktadır. Burada özellikle tipografik çalışmanın bitişinden sonra fotoğraflanıp mecrasına uygulanmış ticari işler ele alınmıştır. Bunlardan biri Jonah Lehrer'in "Imagine" (Resim 96) kitabının kapak tasarımıdır. Tasarımda kullanılan renk skalasının çeşitliliği, yaratıcılığı simgeler niteliktedir. Ayrıca harfleri oluşturan kıvrımlar yaratımın değişen doğasına vurgu yapmaktadır.



Resim 96. Yulia Brodskaya, "Imagine" (Hayal Et), 2012.
Kaynak: <http://www.artyulia.com/index.php/Illustration/PAPERgraphic/2>
Son erişim: 4 Mart 2014



Resim 97. Yulia Brodskaya, “I’m No Angel” (Ben Melek Değilim), 2010.
Kaynak: <http://www.artyulia.com/index.php/Illustration/PAPERgraphic/3>
Son erişim: 4 Mart 2014

Brodskaya’nın diğer bir kapak çalışması William Thackeray’in “I’m No Angel” (Resim 97) kitabı için tasarlamış olduğu kapaktır. Renk seçimi ve melek kanadının “N” harfiyle bütünleşmesi tipografinin içeriğine gönderme yaparken, renk kullanımında tercih edilen siyah ve beyaz, iyi ve kötü karşıtlığına adeta vurgu niteliği taşır. Tipografik kurguda seçilen yazı karakterinin tırnaklı gotik yapısı ve ağır duruşu, melek kanadındaki kıvrımlarla aynı şekilde zıt bir ikiliğe girmektedir. Brodskaya’nın tasarımları kitaba dokunma isteği uyandırır. Kitabın rafta diğerlerinin arasından sıyrılması için görsel bir şov oluşturur. Ayrıca el yapımının biricikliği (çoğaltılmış olsa dahi) ve kişiye özel oluşuyla karşıdakinde kitaba sahip olma isteği yaratır.

Tipografinin iki boyutlu düzlemden üç boyuta taşınmasıyla harfler, doku ve hacim gibi yeni bir karakter kazanırlar. Bu şekilde harfler basılı olanlarına göre daha

belirgin hale gelirler (Saccani, 2013, s. 19). Dijitalleşmiş bir dünyada el yapımının değerinin bu denli artması, aynılaştırmadan kurtulma isteği, kişisel bakış açısının ve kişisel farkların vurgulanması olarak algılanabilir. Yaşadığımız ve her geçen gün sanallaşan dünyamızda dokunmanın, koklamanın, hissetmenin, kağıdın ve malzemenin değerinin bu denli artması aslında hiç de şaşırtıcı değildir.

3.2. Tipografide Aşkınlık

Bir başka yöntem olan “aşkınlık⁴¹”, tipografik anlatımlarda da kendini gösterir. Tipografinin malzemesini aşması, yazıya ait olmayan ya da onunla bağdaştırılamayan materyallerle (örneğin meyvalar, sebzeler, vb.) tasarımın gerçekleştirilerek hayatın içinde yaşayan bir tipografik nesneye dönüştürme ihtiyacından olabilir. Bu bölümde ele alınan tasarımların da el yapımı olması, biriciklik ve kusurluluk kavramlarının burada da karşımıza çıkmasına neden olur. Aşkınlık içinde değerlendirilecek bir diğer çalışma grubu ise kışkırtıcılık/şok altında irdelenmiştir. Kışkırtıcılık’ta, tipografinin şok etkisi yaratması beklenir. Gerçek dünyayla izleyiciye adeta bir tokat atılır. Kişiye sunulan ve içinde yaşadığı kusursuz dünyada, acının, iğrenmenin kısacası insani değerlerin varlığı hatırlatılır. Şok, rutinleşmiş hayatlarımızda olup biteni fark etmemiz açısından tercih edilen bir yönelim olması açısından önem taşır.

Bilgisayarın olanaklarıyla yazıya istediği formu verebilmelerine rağmen, tasarımcılar, değişik malzemelerin; dokusundan, haciminden ve şeklinden etkilenmektedirler. Bu her zaman yeni bir şeyler arama durumu, tasarımcıyı daima farklı malzeme ve deneylere yönlendirmiştir. Bu deneylerin daha bilgisayar öncesinde başlamış olması hiç de şaşırtıcı değildir.

3.2.1. Aykırı Malzeme Estetiği

Tasarımcıların alışılmışın dışında malzemeler kullanmaları aslında yeni bir durum değildir. 1960’larda bilgisayarlı tasarım öncesinde Massin, günümüzde Photoshop ile kolayca yapabildiğimiz bir şey olan yazıyı, istediğimiz gibi eğip

⁴¹ Bir şeyi, bir yeri ya da durumu aşma eylemi.

bükebilmemizi zamanın olanaklarını zorlayarak oluşturur. Massin'in tüm çalışmalarında, tipografinin önemli bir yere sahip olduğunu görebiliriz. Ancak Massin, tipografiyi zamanın imkanlarının ötesinde bir duruma taşıyabilmek için çabalamış ve başarılı olmuştur. Bu başarıda aykırı malzeme estetiğinin rolü büyüktür.



Resim 98. Robert Massin, Édith Piaf'ın “La Foule” şarkısının görselleştirilmesi aşamasındaki etüdlar, 1965.

Kaynak: Laetitia Wolff, Massin, Phaidon Press, 2007, s. 163.

Massin, neredeyse çalışma hayatı boyunca, insan sesi ve tipografi arasındaki ilişkiyle yakından ilgili olmuş ve müziğin görselleştirilebilmesi üzerinde çalışmıştır. Bu ilişkiyi görselleştirebilmek adına birçok farklı materyal denemiştir. Massin, bu deneylerinden birinde Édith Piaf'ın “*La Foule*” (Kalabalık) şarkısının üzerinde çalışır. Massin, Piaf'ın ses tonu ve sesindeki tınılarla görselleştirmek istediği tipografiyi, fotoğraf sanatçısı Emil Cadoo ile birlikte fotoğraf yardımıyla bozarak oluşturmayı dener. Ancak sonuçtan memnun kalmaz. Ardından daha esnek bir malzeme olan lastik ve balonla denemeler gerçekleştirir. küresel yapısı nedeniyle balon, kelimeleri üzerine düzgün bir şekilde basılmasına olanak verecek yeri sağlayamaz. Massin, balon kadar esnek ancak daha düz bir yüzeye sahip olan başka bir lateks ürünü olan prezervatifi, malzeme olarak keşfeder (Resim 98) (Wolff, 2007, s. 154, 161,163).



Resim 99. Robert Massin, Édith Piaf'ın "La Foule" (Kalabalık) şarkısının görselleştirilmiş hali, 1965.

Kaynak: Laetitia Wolff, Massin, Phaidon Press, 2007, s. 164-165.

Prezervatif, o güne kadar tipografik uygulamalarda tasarım malzemesi olarak hiç kullanılmamış (akla gelmemiş), aykırı bir materyal olması açısından önem taşır.

Prezervatif, balon kadar sıkı olmayan esnek ve düz yüzeyiyle proje için en uygun malzeme haline gelir. Prezervatifin üzerine “*La Foule*” (Resim 99) şarkısının sözlerini basan Massin, onları gerer, bürer ve selobant yardımıyla sabitleyip fotoğraflar. Massin’in bu deneylerinin sonucunda, tipografik tasarımlara dönüşen çalışmalarında, kelimeler şarkıcının ağzından dışarı fırlıyormuşcasına havada uçuşurlar (Wolff, 2007, s. 154). Sonuçta prezervatif yardımıyla oluşan akıcı tipografik yapılar meydana gelir. Massin, uç bir malzemeyi tipografi alanındaki deneylerinde kullanmasıyla çağdaşlarından ayrılır.

Zamanın teknolojik olanaksızlıklarından doğan, doğal bir yaratıcılık ile yazıya daha çok anlam katabilmek, içeriğini daha da güçlendirebilmek ve görselleştirebilmek adına prezervatif üzerine yazıları yazıp daha sonra bu malzemenin esnekliğinden yararlanarak yazıları eğip bükebilmiştir. Günümüzde bilgisayar teknolojisi ile çok kolay olan bu eğip bükme işlemi, o dönem için neredeyse imkansız bir durumdur. Ancak fotodizgiyle mümkün olabilecek bu espri, fotodizginin 60’larda genel yaygınlığını kazanamaması, aynı zamanda masraflı bir teknik olması nedeniyle Massin kendisi için daha uygun olabilecek bir yol keşfeder. Massin hem masrafı en aza indirmiş hem de birebir müdahale edebileceği bir durum yaratmıştır. Tipografi için aykırı bir malzeme olan prezervatif, tipografinin tasarım nesnesi olma serüveninde kendine bu şekilde bir yer edinmiştir.

Massin’in bu görselleştirmeleri bir kaligram değildir. Massin malzemeyi deneyimleyerek bugün bilgisayarlarda çok kolay uygulanabilen bir ifade üretmiştir. Malzemenin kendi doğasıyla tipografinin doğasını birleştirmiş ve ortaya daha önce deneyimlenmemiş yeni bir şey çıkarmıştır. Bulduğu bu yöntemde kullanılan malzemenin aykırılığı ve tipografiyle taban tabana zıt olmalarına rağmen her ikisini bir potada eritip tipografinin doğasının, gerekliliğinin ve amacının çok ötesine geçmiştir.

Günümüzde Massin’in şaşkınlık yaratmak için oluşturduğu ilginç tipografilerin benzerini Sagmeister yapmaktadır. Kullandığı malzemeler tipografinin doğasıyla bağdaşmayan hatta hiç bir şekilde bir araya gelemeyecek objelerdir. Sagmeister, aykırı malzeme estetiğinden tıpkı Massin’in şaşırtıcı tipografi uygulamaları gibi yararlanmaktadır. İşleri hem malzemelerin aykırılığı hem de

sonuçta oluşturdıkları görsel ve bu görselin zamanla da etkileşim içinde olması seyirciyi defalarca şaşırtan ve kışkırtan bir durum oluşturmaktadır.

Sagmeister’ın işlerinde, her zaman fikir önem taşır. Tarz Sagmeister için geçici bir durumdur. Tarz, günün trendini yansıtır, bir zamanı vardır ve bir süre sonra çekiciliğini yitirir. Bu açıdan bakıldığında Sagmeister tarzı bir zamanlar çalışma ortamlarında asılı olan bir tabelayla eş değer görür: “*Style = Fart*” (Tarz = Osuruk). Sagmeister’a göre tasarım, açık/net, şok edici ve izleyiciyi düşündürebilen olmalıdır. Bu durumda tarz tasarımı bulandıran, gereksiz bir şeydir (Heller, 2004; Heller, 1999, s. 150; Uslu, 2006, s. 66).

“Mies van der Rohe, bir zamanlar orjinal olmanın iyi olmak kadar önemli olmadığını söylemiştir. Ancak bu koşullar altında tasarımcının iyi olabilmek adına, tasarımın doğasını vurgulamakta bayatlamış kavramlara başvurmaması gerektiğini belirten Rohe, bu sözleriyle alternatif yollar bulmanın gerekliliğinin altını çizer. Beklenmeyen bir şey yaratmak, elbette yaratıcılığın vazgeçilmez özüdür: Yine de sürprizler her zaman başarılı sonuçlar vermezler, bazen bir klişe kadar iç bayıcı ve bir arıza kadar sinir bozucu olabilirler. Etkili bir sürpriz yaratmak karanlık bir odada “Öcüü!” diye bağırarak kadar kolay değildir (Heller, 1999, s. 149-150).

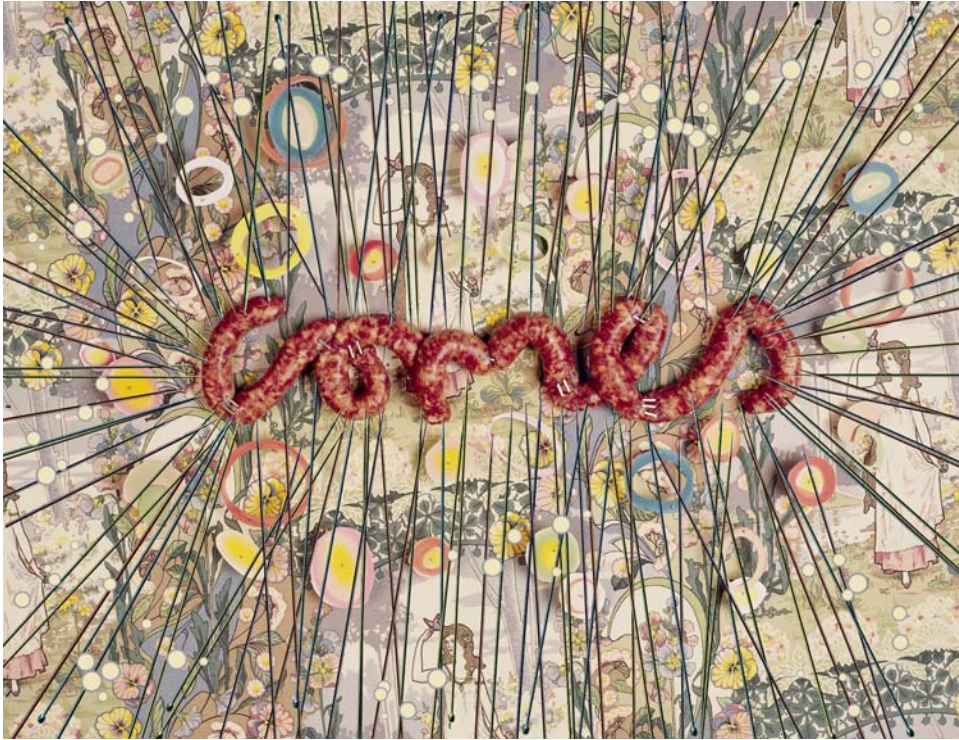
Stefan Sagmeister, 2000 yılının kendisi için deneysel bir yıl olmasına karar vermiş ve o yıl dışarıdan hiç bir müşterisiyle çalışmayacağını, tasarımlarının dışarıdan bir brief almadan, bitim süreleri olmadan nasıl üretebileceğini deneyimlemek istemiştir. Bu kararla birlikte bir günlük tutmaya başlamış ve bu deftere kendini adamanın çeşitli derecelerini ondört yaşından bu yana olacak şekilde not almaya başlamıştır (Sagmeister, 2008). Tuttuğu bu günlüğe yazdığı notları daha sonra üç boyutlu enstalasyonlar şeklinde kurgulayıp fotoğraflayarak, kamusal alanlarda billboard olarak yayınlamış ve hayata geçirmiştir.

Sagmeister, günlüğüne yazdığı notlardan biri olan “*Things I Have Learned In My Life So Far*” sözünü projenin başlığı olarak seçer ve aldığı notların hepsini bu başlık altında gerçekleştirir. Bu görselleştirmelerde Sagmeister’ın küçük bir çocukken, büyükbabasının yaptığı tabela işlerinden etkilendiğini görmek mümkündür (Sagmeister, 2008). Sagmeister tıpkı büyükbabasının özlü sözler yazarak hazırladığı tabelalar gibi, kendi hayatına dair küçük notların bulunduğu büyük tabelalar gerçekleştirir. Bu enstalasyon serisinde kullandığı malzemeler, tipografi oluşturmak için daha önce tercih edilmemiş olmalarıyla dikkat çekerler.



Resim 100. Stefan Sagmeister, “Everything I do Always Comes Back To Me.”, enstalasyon, 2002.

Kaynak: Stefan Sagmeister, Things I Have Learned In My Life So Far, Abrams yayınları, 2008.



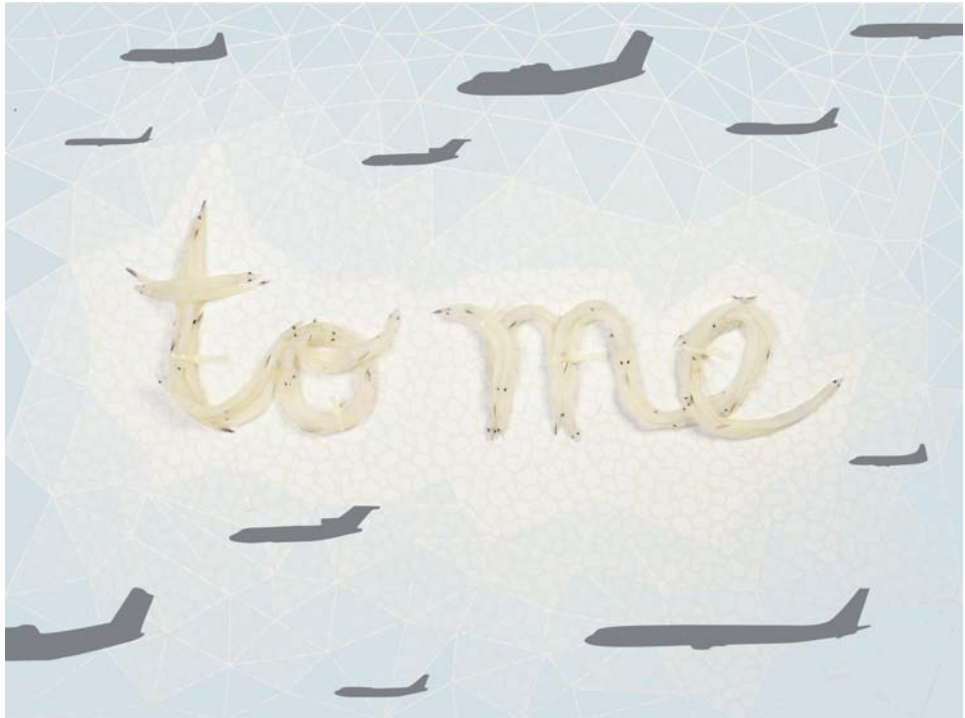
Resim 101. Stefan Sagmeister, “Everything I do Always Comes Back To Me.”, enstalasyonundan parçalar, 2002.

Kaynak: Stefan Sagmeister, Things I Have Learned In My Life So Far, Abrams yayınları, 2008.



Resim 102. Stefan Sagmeister, “Everything I do Always Comes Back To Me.”, enstalasyonundan “Back” parçası, 2002.

Kaynak: Stefan Sagmeister, Things I Have Learned In My Life So Far, Abrams yayınları, 2008.



Resim 103. Stefan Sagmeister, “Everything I do Always Comes Back To Me.”, enstalasyonundan “to me parçası”, 2002.

Kaynak: Stefan Sagmeister, Things I Have Learned In My Life So Far, Abrams yayınları, 2008.

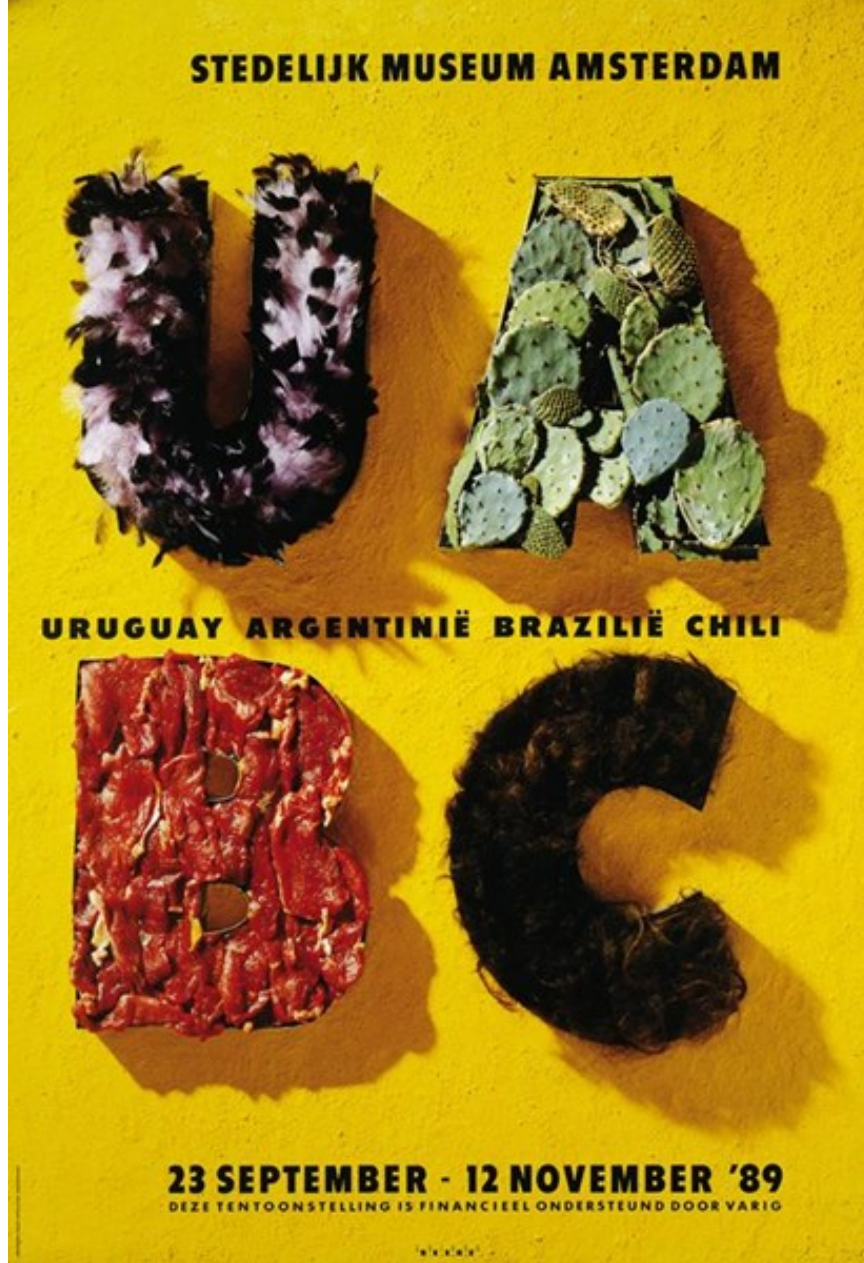
Sagmeister’in bu enstalasyon serisinde ürettiği işlerini sergilemedeki yaklaşımı da çağdaş sanatçıların, sanat galerilerini terk etmeleri gibi görülebilir. Sagmeister bu enstalasyon serisini gerçekleştirmede ve sergilemede kullandığı malzemeler ve yöntemlerle çağdaşları arasından ayrılır (Spector, 2008). “*Things I Have Learned In My Life So Far*” adlı enstalasyon serisinin içinde yer alan “*Everything I do Always Comes Back To Me*” (Yaptığım Her Şey Daima Bana Geri Döner) (Resim 100) çalışmasında yer alan tüm kelimeler ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Her bir kelime farklı bir malzemeyle görselleştirilmiştir.

“*Everything I do Always Comes Back To Me.*” adlı enstalasyonda Sagmeister’in her kelimeyi farklı malzemelerle ve ayrı ayrı görselleştirmiş olmasının altında “*Everything*” (Her şey) kelimesi yatıyor olabilir. “*Everything*” kelimesinin içeriğini Sagmeister, kullanılabildiği kadar fazla malzemeyle görselleştirilmeye çalışılır. Bir çeşit sosisle oluşturulan “*Comes*” (Gelmek) (Resim 101) sözcüğünün üzerine batırılan iğneler, bir woodoo bebeğiyle yapılan büyüü çağrıştırır (Bir sonraki kelime de bunu destekler niteliktedir.) (Resim 102). Bu durumda “*Comes*” sözcüğü kişiselleşir ve Sagmeister’in kendisine dönüşür. Cümlemin en son parçası olan “*To Me.*” (Bana.) (Resim 103) kelimesinin ardındaki uçak görselleri ise tasarımdaki yöne ters olarak giderler, bu da herşeyin geri geldiğini okutur izleyiciye.

Çalışmalarında alışılmadık yöntemler ve görselleştirmeler kullanan diğer bir tasarımcı da Anton Beeke’dir. Beeke’nin çarpıcı görsellikteki işlerinin arasında yer alan, ancak diğerlerine kıyasla tamamiyle tipografiyle oluşturulmuş bir çalışması dikkat çeker. Beeke’nin 1989 yılında; et, tüy, kaktüs vb. aykırı malzemelerle gerçekleştirdiği UABC (Uruguay, Arjantin, Brezilya, Şili) (Resim 104) afişi etkileyiciliğini bugün bile korumaktadır.

Afişteki her harf, bir ülkeyi temsil ederken, ait olduğu ülkenin bir değerine de gönderme yapar. Uruguay’ın “U”sundaki tüyler, Uruguay’ın yerel dildeki “*Guarani*” kelimesini vurgular. Guarani yerel dilde boyalı kuşların nehri ya da ırmağı olarak geçer. Arjantin’in “A”sındaki kaktüsler ise “*Tilkara*” vadisindeki devasa kaktüslere işaret eder. Brezilya’nın “B”sini oluşturan et yığınları ise Brezilya’nın canlı hayvan ürünleri konusunda dünyada önde gelen isimlerden biri olmasının göstergesidir. Şili’nin (Chili) “C”sini oluşturan tüyler ise Şili’nin bir

değeri olan yüne ve onunla yapılmış ürünlere bir gönderme niteliği taşımaktadır. Beeke afişinde baş harflerinin kullanıldığı ülkelere ait olan bir sergiye dikkat çekmek için yine sıra dışı/aykırı bir malzemeyle dikkatleri çekebilmeyi başarmıştır.



Resim 104. Anton Beeke, “UABC” sergi afişi, 1989.

Kaynak: Grafist 6, İstanbul Uluslararası Grafik Tasarım Günleri, Uluslararası Grafik Tasarım Sergisi, Mimar Sinan Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü, İstanbul, 2002, s. 39.

Malzeme ve içerikle birebir olarak ilişki kurarken, aykırı malzemelerle tipografik enstalasyonlar oluşturan bir başka tasarımcı ise Camilo Rojas'tır. Rojas, üç parçadan (Resim 105, 107, 109) oluşan enstalasyonunda, günümüz sağlık sorunlarının kaynağını oluşturan; fast food, sigara ve gazlı içeceklerle odaklanır. Bu kaynağın malzemeleriyle gerçekleştirdiği çalışmalarında, izleyiciyi hem görüntü hem de kokuyla etkileyen, yaşayan enstalasyonlar oluşturmaya deneyimler.

Camilo Rojas bu projeyle, izleyicilerin dikkatini tipografinin gücü üzerinden, sosyal problemlere çekmeye çalıştığını söyler. Projesinde ekran ve baskı temelli şekillerin dışında gerçek parçalarla dikkat çekmeye çalıştığını ekler. Projesini tamamlaması tam 6 ayını almıştır. Tasarımlarında seçtiği markalar, dünyaca en tanınmış ve ünlü markalardır (Abbink & CM Anderson, 2010, s. 218; Jacquillat & Vollauchek, 2011, s. 121).

Enjoy (Keyif), Flavor (Lezzet) ve Gold (Altın) üçlüsünden oluşan Consumption (Tüketim) serisi, reklamların altadıcı doğasını, şirketlerin mesajlarının karşıt bir nitelikleri içinde ortaya çıkarmayı amaçlar. Gold (Altın) popüler fast food şirketini ve toplumumuzun yüzleştiği obezite problemine katkısını eleştirir. Grafik tasarımcı Camilo Rojas, Gold (Altın) kelimesini, altın gibi kızarmış patateslerle oluşturur. Aynı şekilde, Enjoy (Keyif) kelimesi 18.000 paslı çiviyle hazırlanırken; Flavor (Lezzet) kelimesi 3000 adet sigarayla oluşturulur. Enjoy ve Flavor kelimeleri gazlı içecekler ve sigara endüstrilerinin insan sağlığına zararlı üretimleri için bir eleştiri niteliği taşır (Abbink & CM Anderson, 2010, s. 155).

“Enjoy” (keyfini çıkar) (Resim 105, 106) kelimesi Coca-Cola sloganlarında sıklıkla tek başına ya da bir tamlama içinde kullanır. Bu nedenle “Enjoy” kelimesi Coca-Cola ile bütünleşmiş gibidir. Rojas, çalışmasında gazlı içeceklerle bir eleştiri yaptığından dünyaca tanınan bu sloganı kullanmayı uygun görmüştür. Tasarımcı, Coca-Cola'nın pazarlama sloganını içeriğine ters bir malzemeyle eleştirel bir şekilde kullanır. Enjoy sloganı, paslı çivilerle rahatsız edici bir şekilde izleyiciye sunulmaktadır. Bu şekilde tasarımcı gazlı içeceklerin zararına vurgu yapmıştır.

Tasarımcı “Enjoy” çalışmasında, yazıyı oluşturduğu çivileri gazlı içecek içinde beklettikten sonra (paslandığında) kullandığını söyler. Gazlı içeceğin çiviye verdiği zararı/pası vurgulamak içinse, çevresindeki çivileri paslandırmadan kullandığını belirtir. Bunun ise içen ve içmeyen arasındaki farkı en iyi bir şekilde göstereceğini düşündüğünü sözlerine ekler. Burada tasarımcı, gazlı içeceklerin içtiğimizde vücudumuza ne kadar çok zarar verebileceğine paslı çivilerle dikkat çekmeye çalışır (Rojas, 2013).



Resim 105. Camilo Rojas, “Enjoy” (Keyfini çıkarmak-Keyif)
Kaynak: 3D Typography, Janette Abbink & Emily CM Anderson, 2010, s. 154.



Resim 106. Coca-Cola’nın “Enjoy” kampanyasından görseller.
Kaynak: <http://mastersofmedia.hum.uva.nl/2012/09/08/getting-real/>
<http://www.galerie123.com/en/original-vintage-poster/138/coca-cola-enjoy-food>
Son erişim: 6 Mart 2014

Rojas, aynı şekilde “Gold” (Altın) (Resim 107, 108) tasarımında ise *Mc Donald’s* sloganı olan “*Mc Donald’s gold french fries*” (Mc Donald’sın altın gibi kızarmış patatesleri)’ı kullandığını belirtir. Burada dünyaca ünlü bir marka olan *Mc Donald’s*’ın, dünyanın problemi haline gelen obeziteyi nasıl tetiklediğine dikkat çekmeye çalıştığını belirtir (Rojas, 2013). *Mc Donald’s* markası üzerinden Rojas aslında dünyadaki obeziteyi tetikleyen bütün fast food markalarını hedef almaktadır.



Resim 107. Camilo Rojas, “Gold” (Altın)

Kaynak: 3D Typography, Janette Abbink & Emily CM Anderson, 2010, s. 154.



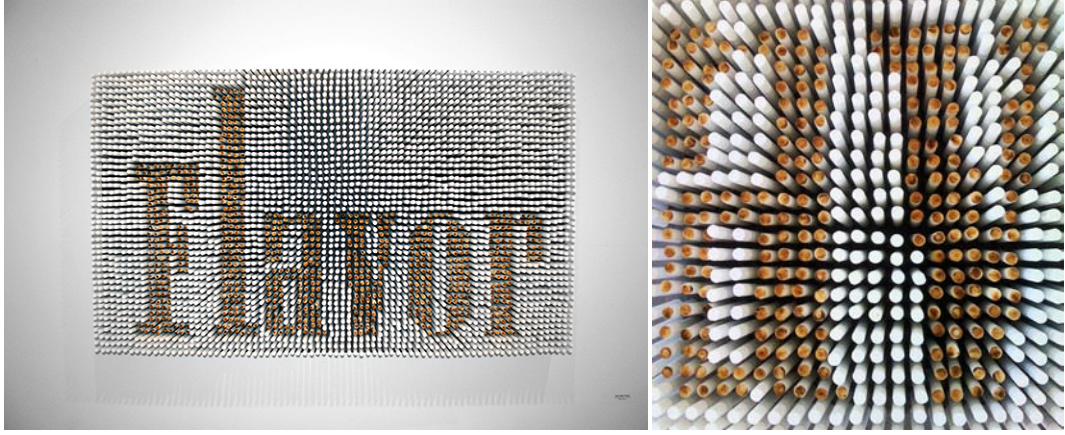
Resim 108. Camilo Rojas, “Mc Doland’s”ın altın gibi kızarmış patatesleri.

Kaynak: <http://blogs.wsj.com/corporate-intelligence/2013/12/26/taken-out-of-context-mcdonalds-gives-up-on-employee-advice-site/>

Son erişim: 6 Mart 2014

Rojas, “Gold” kelimesini seçmesindeki amacını şu şekilde ifade eder: “*Gold* birçok şeyi ifade eder. Örneğin; şirketin logosundaki rengi temsil eder, popüler patates kızartmasını niteler, marka ve toplum arasında (özellikle çocuklarda) bu yiyeceklerin bir arzu nesnesine dönüştürülmesi için iletişim oluşturur.” Rojas, bu yaratılan arzu nesneleriyle toplumları kötü yeme alışkanlıklarına sürükleyen fast

food şirketlerinin obezite problemini bir nevi yönettiğinin altını işleriyle çizer (Jacquillat & Vollauschek, 2011, s. 121; Rojas, 2013).



Resim 109. Camilo Rojas, “Flavor” (Lezzet-Tat)

Kaynak: 3D Typography, Janette Abbink & Emily CM Anderson, 2010, s. 154.

Marlboro

Resim 110. Marlboro logosu.

Kaynak: <http://reklamarasi.net>

Son erişim: 6 Mart 2014

Serinin üçüncü kısmını oluşturan “Flavor” (Lezzet) (Resim 109, 110) tasarımıdaysa Rojas, sigaraları kullanır. Buradaki Flavor kelimesinin Marlboro karakteriyle yazılmış olması dikkat çekicidir. Gold çalışmasında olduğu gibi Rojas burada da dünyaca ünlü bir başka firma olan ve sigarayı bir arzu nesnesine dönüştüren Marlboro üzerinden sigara üreticilerini hedef almıştır. Burada seçilen “Flavor” kelimesi Marlboro’nun sigaraya özendirmek, içme isteği uyandırmak için kullandığı bir metafordur. Sanki çok lezzetli bir şey satılıyormuş havası

yaratılmaktadır. Ancak çalışmada kullanılan gerçek sigara ve külleri, sigaranın gerçeğiyle yüzleştirir izleyicileri.

Rojas, işlerinde kullandığı aykırı malzemelerle, üretimlerini oldukça gerçekçi kılmaya çalışmıştır. Flavor kelimesinin ardındaki karanlık parlak gri alanın sigaranın külleri aracılığıyla oluşturulması, kokusunun yardımıyla çalışmadaki parçaların gerçekliğini arttırmıştır. Enjoy'daki çiviler Coco-Cola ile paslandırılmıştır. Flavor'daki koku ve Enjoy'daki paslanma, izleyicilerin çalışmayla temasını güçlendirecek materyallerdir (Abbink & CM Anderson, 2010, s. 218).

1960'larda Massin'in tipografinin sesleri daha iyi ifade edebilmek adına aykırı bir malzeme olan prezervatifi kullanması, tipografiye daha akıcı bir anlatım gücü kazandırabilmek içindir. Ancak günümüzde aykırı malzemeleri tasarımcılar, yardımcı malzeme olarak değil, tasarımın bir parçası ya da tasarımı oluşturan ana eleman olarak kullanmaktadırlar. Bu durum tipografinin bir tasarım nesnesi olma durumundan kaynaklanmaktadır. McLuhan'ın (2012) dediği gibi bir araç olan tipografi artık mesajın ta kendisi olmuştur. Bu tür aykırı malzeme kullanımının yanı sıra şok etkisi yaratabilmek adına kışkırtıcı tipografik çalışmalar da yapılmaktadır.

3.2.2. Şok Etkisi ve Kışkırtıcı Tipografi

Günümüzde tasarımcının malzemeye duyduğu ihtiyacın bir dışavurumu olarak tipografide meydana gelen değişimler, kullanılan malzemenin ve düzlemin aykırı ve aşkın olma durumuna ulaşmasına neden olmuştur. Bazı tasarımcılar bu aşkınlık durumuna bir de kışkırtıcılık ve şok etkisini ekleyerek izleyicinin üzerinde bıraktığı etkiyi artırmayı amaçlamışlardır. Şok etkisi ve kışkırtıcılık konseptini yansıtan tasarımlarda tipografi, bedenin içini dışa vuran bir nesne olabildiği gibi bedeni bir giysi gibi örten bir nesne konumunda da bulunabilir. Melis H. Şeyhun (2010), kişinin bedeni kullanma isteğini şöyle yorumlar:

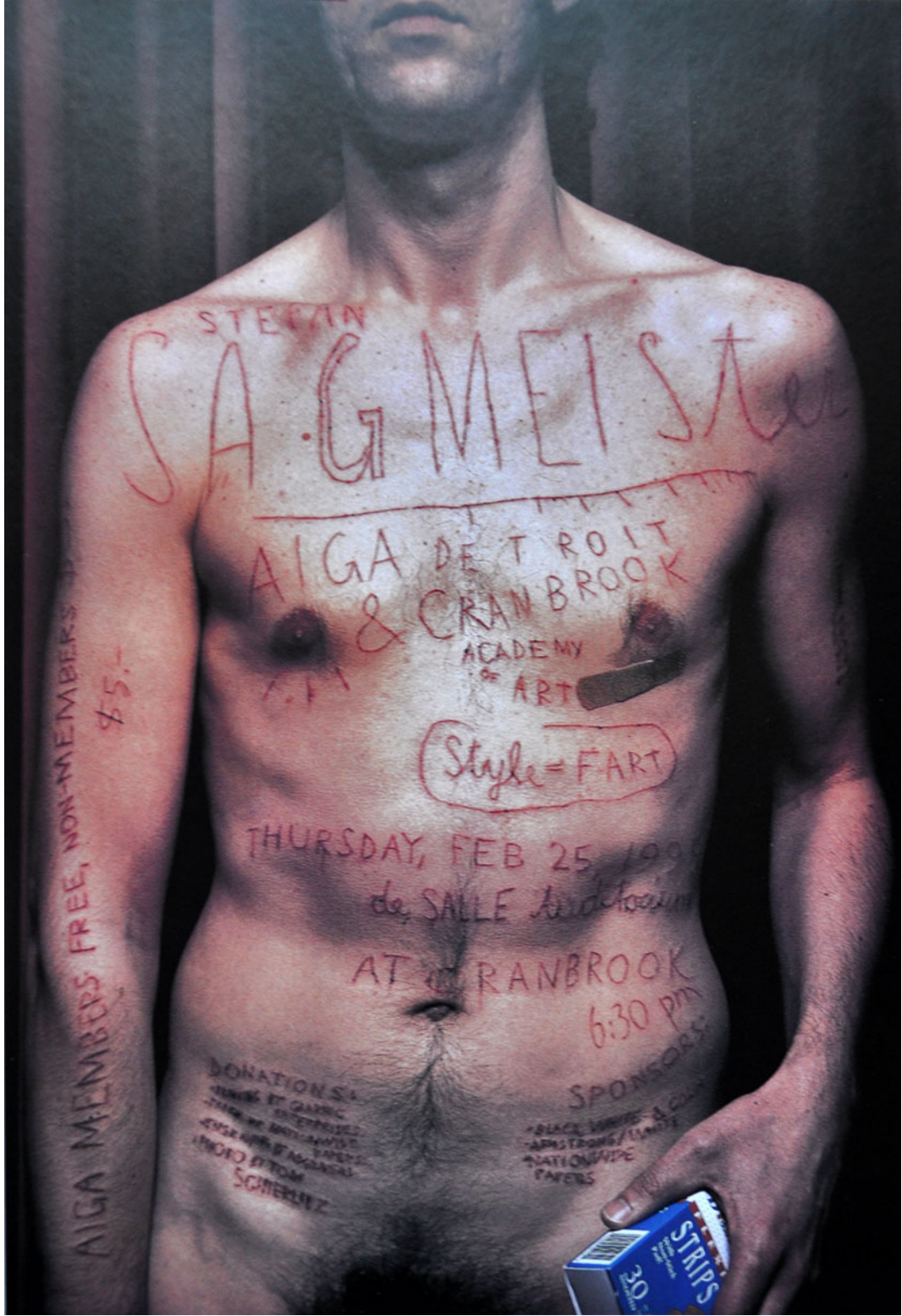
Kişinin çoğu kez dış görünümü ile yargılandığı varsayıldığında, kendini görünür kılma arzusu en çok da kişinin kendi bedeni ile oynaması, onu bir dışavurum nesnesi haline getirmesi ile ortaya çıkıyor sanki (s. 12).

Bedeni ve aykırı malzeme estetiğiyle şok etkisi yaratma amaçlı üretilen çalışmalar, içeriğinin yanı sıra kendi varlıklarıyla da ayrı bir mesajdır. Stefan Sagmeister'ın 1999 Aiga afişini (Resim 111) tasarlarken seçtiği yol ve yöntem,

izleyicide şok etkisi yaratır. Sagmeister, izleyiciyle etkileşimde etkili bir yöntem olan bedeni (beden sanatı da denilebilir) kullanmayı tercih ederek, mesajı kendi vücuduna kazıyarak aktarma yolunu seçer. Vücuda mesaj kazıma sanatta kullanılan bir yöntem olmasının yanı sıra mağara resimlerinin bile öncesinde kullanılan bir uygulama olmasıyla dikkat çeker. Ancak bu çalışmada Sagmeister'in sanat ile tasarımı, mesajı en iyi iletebilecek bir şekilde tipografiyi kullanarak etkili bir şekilde birleştirdiği görülür. Sagmeister, bu konferansın afişini hazırlarken acıyı görselleştirmeye çalıştığını ifade eder ve bu işlemin gerçekten çok acı verdiğini, ancak bu durum mesajla örtüşmesi nedeniyle başarılı olduğunu söyler (Heller & Ilic, 2009, s. 24; Reyes, 2007, s. 141; Şeyhun, 2010, s. 12).

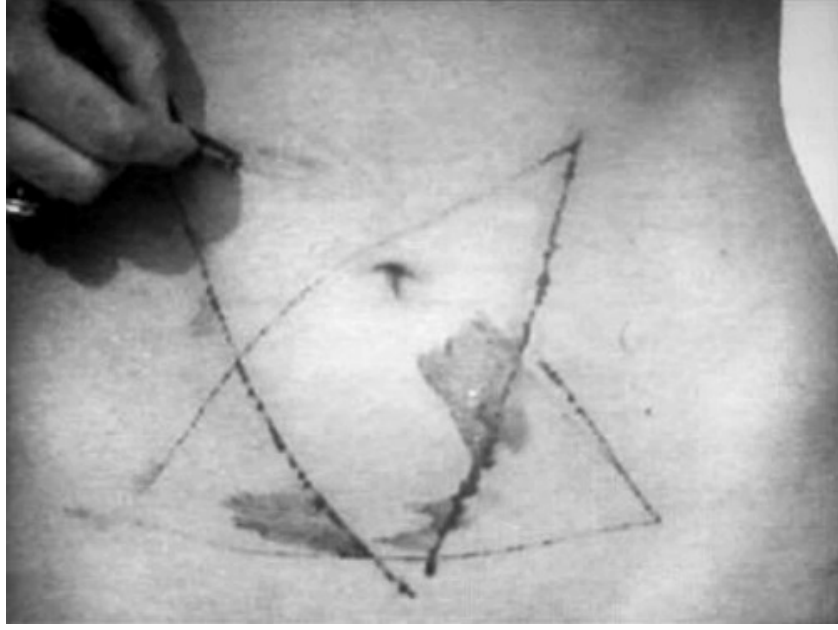
Sagmeister'in afişte egosunu ortaya koyarak, sadece kendi konferans verecekmiş gibi kendi bedenini kullanması ve çıplaklıkla afişe cinselliği de eklemesi, kişisel duruşuyla beraber afişin şok değerini artırır (Gomez-Palacio & Vit, 2009, s. 264). Sagmeister'in bedeni kullanma isteği, bedenle düşüncelerini bir giysi gibi üzerine giymeyi deneyimlediği ve bunu yaparken benlik duygusunu da yaşadığı ortadadır. İçi dışa giyme, tüm çarpıklıklarıyla içi dışa aktarma, bir önceki paragrafta belirtildiği gibi sanatta ve mağara resimlerinin öncesinde bile tercih edilen bir durumdur.

Sagmeister'in bedenini bir mecra olarak kullanması, 1960'larda ortaya çıkan 'Body Art' yani Beden Sanatı'nı anımsatır niteliktedir. Bu sanatın önemli bir temsilcisi olan Marina Abramovic'in sanatının odak noktasını bedeninin oluşturduğu görülür (Resim 112). Berna Kaya Okan (2011), Abramovic'in 1969-1975 yıllarına damgasını vuran '*Rhythm*' sergisinin bedenin ve ruhun sınırlarını zorlayan bir anlatımla oluşturulduğunu vurgular (s. 84). Bu sergide Abramovic göbeğine jiletle komünizmin simgesi olan yıldızı çizmesiyle dikkatleri üzerine çeker. Bu davranışı Afrika kıtasındaki kimi kabilelerin vücutlarına yaşanmışlığı vurgulayabilmek adına kazıdıkları desenlere benzetilebilir.



Resim 111. Stefan Sagmeister, "Aiga" Eğitim Afişi, 1999.

Kaynak: Fabiola Reyes, TYPO: The Beautiful Worlds of Fonts, Monsa, 2007, s. 141.



Resim 112. Marina Abramovic, "Lips of Thomas Performans", 1975.
Kaynak: <http://www.shinyawatanabe.net/en/writings/content57.html>
Son erişim: 19 Mart 2014



Resim 113. "Skarifikasyon" örnekleri, erkek ve kadın, Kongo.
Kaynak: www.pinterest.com/pin/50806302019475820/
www.pinterest.com/pin/212654413628075188/
Son erişim: 16 Mart 2014

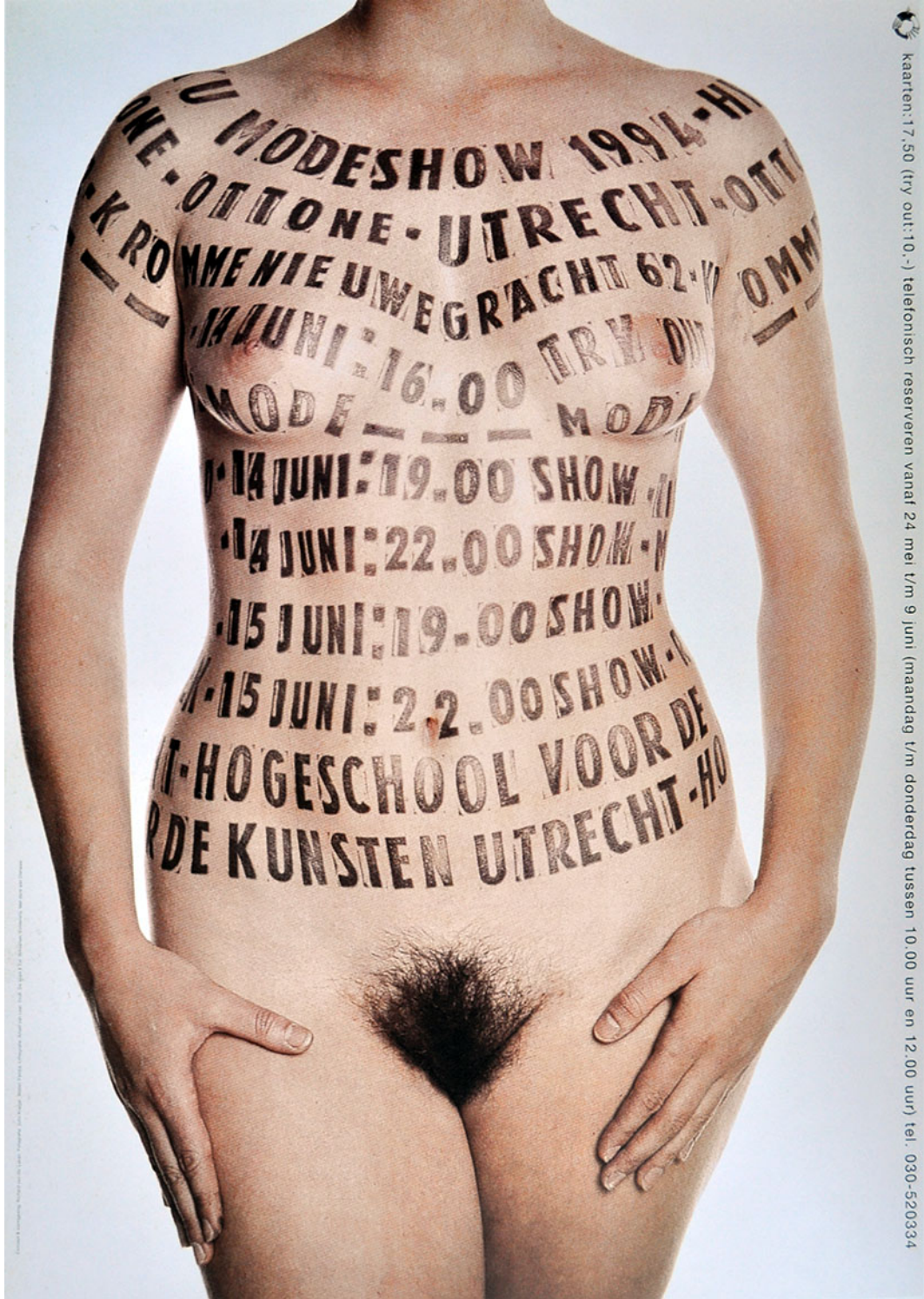
Afrika kıtasındaki kimi kabilelerde günümüzde de tenin yumuşak, pürüzsüz yüzeyinin kusursuzluğu; tamamlanmamışlığa, işlenmemişliğe işaret eder. Cilt “skarifikasyon⁴²” (Resim 113) yöntemi ile kesilerek işlenip tamamlanır (Şeyhun, 2010, s. 13). Bu bir ölçüde Sagmeister’ın yaptığıyla örtüşür niteliktedir. Sagmeister, sanki bütün kazanımlarını acısıyla görselleştirerek izleyiciye iletmek istemektedir. Artık Sagmeister’ın bedeni deneyimlerini, egosunu cinselliği de kullanarak öne çıkarır. Melis Şeyhun’un (2010) deyimiyle: *“İçi dışa taşıyan bu izler, “ben”liği vurgulayan öznel ve özgün bir ifade biçimi olarak kalıcı bir şekilde bedende sergilenir.”* (s. 17). Bedeni bir iletişim aracı olarak kullanma, yaratıcılığın temelini oluştururken onu farklılaştırma tutkusu da bu yaratıcılığın ayrılmaz bir parçası haline gelir (Şeyhun, 2010, s. 12).

Bedenin önemini vurgulayan bir başka afiş örneği ise De Designpolitie grubundan gelir. Grubun 1994 yılında bir moda gösterisi için hazırlamış olduğu afişte (Resim 114), herhangi bir moda unsuru yer almaz, aksine moda tarafından kutsanan beden hedef alınır. Bedenin kusursuzluğu ve bütünlüğü tipografiyle bozulur. Modaya ait estetik kaygılar dışlanır. Tipografideki turnaksız ve herhangi bir şeye gönderme yapmayan yalınlık, bedenin önemini vurgular niteliktedir. Afişte yer alan bilgileri okurken izleyici aslında modayı oluşturan bedeni okumaktadır.

Bu afişte de Sagmeister’ın kullandığı gibi cinsellik şok etkisini artırmak için kullanılır. Burada skarifikasyon olmasa da bedenin pürüslüğünün bozulmaya çalışıldığı anlaşılmaktadır. Tipografi kullanıldığı alan ve cinsellik üzerinden mesajı izleyiciye etkili bir şekilde aktarır.

Anton Beeke, De Designpolitie tasarım stüdyosunun, görsel kültürün bilgisiyle destekledikleri görsel zekalarının, az bulunur olduğunu söylerken anlamı zekice bir görsellikle ifade ettiklerini vurgular. Beeke, tasarımlarındaki görsellerin keskin organizasyonunun ve kullandıkları sıkı tipografinin, İsviçre Tasarım Anlayışı’na ait parçalar olduğunu da sözlerine ekler (AREA, 2005, s. 64).

⁴² Cildin desenler oluşturacak şekilde kesilmesi ile gerçekleştirilen “skarifikasyon” yönteminde, kesiklere yerleştirilen kil ya da kül gibi maddeler, cildin yüzeyinde keloid olarak da adlandırılan kabarcıklar oluşturur. Skarifikasyonu uygulayan “usta”lar, farklı tonlarda kabarcıkların oluşması ve dövmeye benzer desenlerin ortaya çıkabilmesi için kesiklere kimi zaman yakıcı bitki özleri, kömür ya da barutla müdahale ederler. Şeyhun, M. H., “Bir Tuval Olarak Beden”, **Sanat Dünyamız** (115), Mart-Nisan, 2010, s. 13.



Resim 114. De Designpolitie, "Utrecht Sanat Okulu Moda Gösterisi" için afiş, 1994.
Kaynak: AREA, Phaidon Press Limited, 2005, s. 66.
Son erişim: 10 Mart 2014

Tipografinin beden üzerine kurgulanması aslında afişin afişi gibi bir durum oluşturmaktadır. Beden, Heller ve Ilic'e (2009) göre aslında dışavurum olarak kullanılabilecek bir billboard gibidir (s. 24). Bu görüşe göre, bedene yazılan her yazının görselleştirilip izleyiciye sunulması afişe edilen bir fikrin paketlenip tekrar gösterilmesi gibi bir durumu da beraberinde getirmektedir.

Bir başka tepkiselliğe yol açmak ve kışkırtmak için tasarlanmış afiş olan “*Stami Veklumi*” (Unimportant & Nothing – Önemsiz ve Hiçbir Şey)’dir (Resim 115). Afiş çalışmasında içerikle örtüşen, ancak görüntü olarak aykırı ve bir o kadar da etkileyici bir tipografi kullanan tasarımcı Oded Ezer’dır. Ezer, hem yazı karakteri tasarlayan hem de tipografi üzerinde dur durak bilmeyen çalışmalar deneyimleyen ve her geçen gün tasarım dünyasına yenilikler kazandıran bir tasarımcı olmasıyla dikkatleri üzerine çeker. Deneysel tasarımlarına 2000’li yıllarda afiş çalışmalarıyla başlayan Ezer, İsraili bir şair olan Yona Volach’a saygı olarak tasarladığı afişiyle aykırı malzeme estetiğini şok amaçlı kullanarak kutlar.



Resim 115. Oded Ezer, “*Stami Veklumi*” (Unimportant & Nothing), İsraili şair Yona Volach’a saygı afişi, 2004.

Kaynak: 3D Typography, Janette Abbink & Emily CM Anderson, 2010, s. 148

İsraili tipografi sanatçısı ve yazı karakteri tasarımcısı Oded Ezer, İsraili bir şair olan Yona Volach için tasarladığı afişteki tipografiyi sakızla oluşturmuştur. Afiş, “Unimportant and nothing” (Önemsiz ve Hiçbir Şey) adlı şiiri görselleştirirken, Ezer’in kullandığı materyal, şiire bir cevap niteliği taşır. Kullanılan malzeme çiğnenmiştir, ancak sanıldığıının aksine; önemsiz, tükenmiş ve yok olmuş değildir (Abbink & CM Anderson, 2010, s. 148).

Ezer, bu çalışmasında belki de “ağızına sakız olmak” deyimini görselleştirmektedir. Şiirin beğenilmesinden kaynaklı sık tekrar edilmesi, ağızda defalarca çiğnenen bir sakızla metaforik olarak bir bağ kurmak için tercih edilmiş olabilir. Görseli oluşturan sakızın renginin de dikkat çekmesi, pembe ve yapış yapış olması, cinsellik ile ilgili bir bağ kurulmasını sağlar.

Üzerinde durulan çalışmalar tasarımcıların günümüzde, tipografinin değerini artan bir şekilde fark ettiklerini gösterir. Bu keşifler sonucu bir tasarım nesnesine dönüşen tipografi, çeşitli malzeme kullanımları ve cinsellik göndermeleriyle giderek daha da ön plana çıkmaktadır. Tipografinin iki boyutlu yüzeyden ve malzeme olarak kağıttan kurtulup zamana ve mekana dahil olduğu günümüzde daha da fazla hissedilmekte hatta gözlemlenmektedir.

3.3. Tipografinin Çevreye ve Hayata Dahil Olması

Tipografinin varoluşundan bu yana, tasarımcının, sanatçının onu hayata ve çevreye dahil etme isteği günümüzde de tasarımcıları meşgul eden bir düşüncedir. Tipografi toplumla, kişilerle iletişim kurma amacı taşır. İletişim kurmanın yanında, tipografiyi mekana dahil etme ya da mekanı tipografiye entegre edip, amacını genişletmesi ve çevreyle bağ kurmasını tasarımcılar üretimleriyle deneyimlerler. Bunun yanı sıra kalıcılık ve geçicilik üzerinden zamanı ve hayatı vurgulama sürekli olarak çalışmalarda işlenmiştir.

Burada incelenen tipografik çalışmalarda; zamanın, hayatın geçiciliğini algılayışımız ve bakış açımız ele alınırken; tasarım nesnesi olan tipografinin, hayatımıza nasıl dahil olduğu üzerinde durulmuştur. Tipografinin tasarım nesnesine

dönüştüğü bu çalışmalar, tasarımcılar tarafından toplumda bilinç oluşturma adına yapılandırılmaları açısından ayrı bir öneme sahiptirler.

3.3.1. Kurgusunu Mekanla Tamamlayan Tipografi

20. yüzyılla birlikte yüzeyin bir çalışma alanı olarak kullanılmasının deneyleri sona erer ve yüzeyin dışarı taşınarak mekanla çözümlenmesi yoluna gidilir (Bayav & Ayteş, 2011, s. 37). Böyle bir ortam içerisinde tipografinin iki boyutlu yüzeyde varlığını devam ettirmesi beklenemez. Tipografinin tasarımcılar tarafından mekanla ilişkiye girmesi sağlanan günümüzde, giderek enstalasyonun öneminin arttığı görülür.

“Bu arada, tipografik denemeler iki boyutlu kağıt yüzeyiyle sınırlı kalmamaktadır. Binaların cephelerinde, kaldırımlarda, plazalarda ve benzeri kamu alanlarında üç boyutlu ifadeler bulunurlar.” (Twemlow, 2008, s. 86). Kamu alanlarına tasarımlarını taşıyan tasarım grubu Why Not Associates’ın Gordon Young ile gerçekleştirdiği çalışmalar incelemeye değerdir. Bu ortaklığın ürünlerinden olan Crawley kütüphanesindeki “Tipografik Ağaçlar” bir orman oluşturur (Resim 116). Bu orman birçok bağlamı da beraberinde getirir. Kütüphane bir bilgi yuvasıdır ancak ağaçlar kütüphanenin hammaddesini üretirler. Bu açıdan bakıldığında tasarım bilgeliğe övgü olduğu kadar doğal yaşama saygıyı da içerir (Design Indaba, 2010).

Kurgusunu mekanla tamamlayan, Why Not Associates’ın “Tipografik Ağaç Kolonları” (Resim 117) tipografik yerleştirmesi, Crawley kütüphanesindeki mekanla adeta bütünleşir. Kütüphaneyi ayakta tutan kolonlar tipografiyle birlikte anlam kazanır. Kolonlar kütüphaneyi tipografiyle yani yazıyla-bilgiyle ayakta tutmaktadırlar. Ayrıca bilgilerin, yazıların yazıldığı malzemenin ağaçtan üretiliyor olması da tasarımda vurguyu artırmaktadır. Ağaçlar sayesinde; bilginin aktarılabilir hale gelmesi ve kütüphanelerin yine ağaçlar sayesinde oluşması ve ayakta kalması bu projedeki “Tipografik Ağaç Kolonları” ile kutlanır.



Resim 116. Why Not Associates ve Gordon Young işbirliğiyle gerçekleştirilmiş olan Crawley kütüphanesi “Tipografik Ağaç Kolonları”, 2009.

Kaynak: <http://www.whynotassociates.com/environmental-3/crawley-library-2>

Son erişim: 16 Mart 2014



Resim 117. Why Not Associates ve Gordon Young işbirliğiyle gerçekleştirilmiş olan Crawley kütüphanesi “Tipografik Ağaç Kolonları”, 2009.

Kaynak: http://ministryoftype.co.uk/words/article/typographic_tree_columns/

Son erişim: 16 Mart 2014

Why Not Associates gibi doğayla tekrar iç içe olmamız ve kaynaşmamız gerektiğini izleyiciye gösteren diğer bir tasarımcı ise Anna Garforth'tur. Garforth, "Grow" (Resim 118) çalışmasında vahşi doğanın bizim sınırlandırmalarımıza aldırmayıp cesurca ve kendine buyruk bir şekilde büyüyüp genişlemesini vurgulamak ister. Göz ardı ettiğimiz doğayı Grow ile birlikte umursayamayacağımız bir gerçeklikte bize sunar. Sakınmaya çalıştığımız doğadan kaçmak için yaptığımız evleri, doğanın başına buyrukluğundan koruyamayacağımızı izleyiciye gösterir.

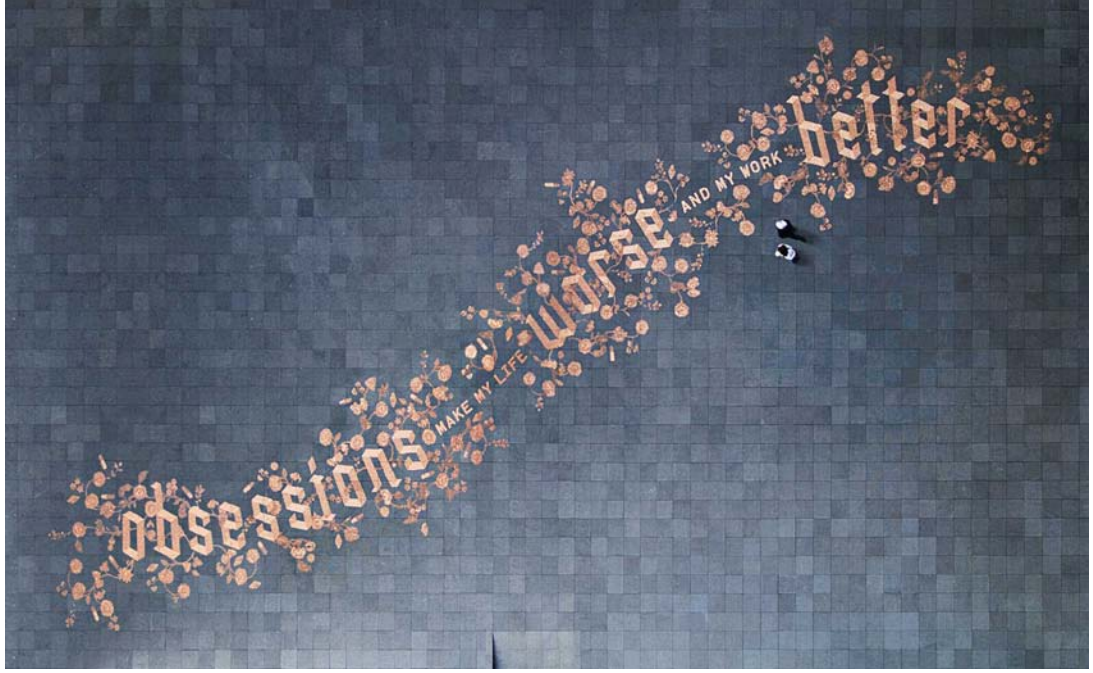


Resim 118. Anna Garforth, "Grow", 2013.
Kaynak: <http://www.annagarforth.co.uk/work/grow.html>
Son erişim: 16 Mart 2014

Garforth, Grow adını verdiği tipografik tasarımına başlarken terkedilmiş bir evden oldukça etkilenir. Ev demir bir kapıyla dışarıdan gelebilecek tehlikelere karşı korunmak istenerek sımsıkı kapatılmıştır. Ancak zamanla kapı önemini yitirmiştir. Kapının bozuk yapısı sanki içerideki doğa tarafından zorlanmış bir görüntü yaratır. Kapalı kapılar ardına sıkışmış doğa sanki tüm vahşiliğiyle kapıyı yıkmak ve etrafa dağılmak istiyormuş gibi görünür (Garforth, 2013). Bütün bu etkilenimleri yansıttığı çalışmasında Garforth, bizlere unuttuğumuz ya da görmezden geldiğimiz doğanın vahşi güzelliğini duyumsatmaya çalışır.

Garforth'un üretiminden biraz farklı olarak Sagmeister, "*obsessions make my life worse and my work better*" (takıntılar hayatımı daha kötü ve çalışmalarımı daha iyi yapar) (Resim 119) çalışması ile değerlerimiz konusunda bizi düşünmeye sevk eder. Tipografik tasarımda alışılmışın dışında bir malzeme kullanımı dikkat çekerken aynı zamanda çalışma mekanla anlam kazanır.

Sagmeister'in bu enstalasyonu 2008 yılında, Droog ve Scott Burnham'ın ortaklığında geliştirilmiş "Urban Play" olarak adlandırılmış bir projenin içinde oluşturulmuştur. Sanatçılar kamusal çalışmalar yapmak üzere davet edilmiştir. Projenin kaynağını oluşturan sorular: İşler daimi olabilir mi? Çalınabilir ya da zarar verilebilir mi? Sagmeister'in "*Obsessions make my life worse and my work better*" çalışmasının bir parçası bu sorulara cevap olarak kaybolmuştur. 250.000 euro cent kullanılarak 150 gönüllü ile 8 günde bitirilen çalışma, tamamlanmasından kısa bir süre sonra 2 adamın paraların bir kısmını almaları üzerine polis, çalışmayı koruma adına süpürüp toplamıştır. Kısa süren ömrüne rağmen bu çalışma, insan doğasını yönlendirebilmesi (yaratıcı işbirliği, gönüllülük ve çalışmanın 35.000'i çalınmış olmasına rağmen iyimserliği) adına başarılı olmuştur (Simmons, 2011, s. 172-174; Jacquillat & Vollauschek, 2011, s. 199).



Resim 119. Stefan Sagmeister, “Obsessions make my life worse but and work better”, 2008.
Kaynak: <http://www.sagmeisterwalsh.com/work/project/obsessions-make-my-life-worse-but-my-work-better/>
Son erişim: 10 Mart 2014

Garforth’un ya da Sagmeister’in işleri, izleyiciyi düşündürmeye ve fark ettirmeye yönelik bir bakış açısı üzerinden gelişir. İzleyiciye dolaylı yoldan bir bakış açısı sağlayan ya da değiştiren işlere örnek gösterilebilecek bir tasarımcı da Sebastian Lemm’dir. Lemm, enstalasyonunu “anamorfik⁴³” (anamorphic) tipografiyle oluşturmasıyla dikkat çeker.

⁴³ Gözle bir şeyi algılama yetisi. anamorfik objektif: (sinema) sıkıştırmaç, anamorfozcu mercek, anamorfozör. Çok geniş bir alanı filmin çerçevesine sığdırabilen kamera merceği; aynı görüntüyü eski boyutlarında ekrana yansıtabilen gösterici merceği. Gülsoy, T., **Reklam Terimleri ve Kavramları Sözlüğü**, Adam Yayınları, İstanbul, 1999, s. 22.

Lemm enstalasyonunda bir odanın içinde hazırladığı tipografik düzenlemesini diğer anamorfik yerleştirmelerden farklı olarak boyutlu bir şekilde gerçekleştirir (Resim 120). Tipografik düzenlemedeki harfler heykelvari bir şekilde odanın içine konumlandırılmışlardır. Kompozisyonu oluşturan cümle “*In The Room People Come and Go*” (İnsanların Gelip Gittiği Odada) ancak belli bir açıdan ve seviyeden bakılabildiği takdirde görünür olmaktadır.

Lemm, tasarımında tipografinin sayfada olduğu gibi, mekan içinde de okunabilirliği üzerine çalışmıştır. Okunabilirlik üzerine en çok üretimde bulunanlar, bir bütünün parçalanıp tekrar bir bütün oluşturacak şekilde bir araya getirmeleriyle yapıbozum düşüncesini kullanırlar. Burada da yapıbozumun etkisi hissedilir. Cümle en ufak parçasına kadar ayrılmış ve tekrar yapılandırılması ise izleyiciye bırakılmıştır. Bu da izleyicilerin hepsinin aynı noktadan çalışmaya bakması anlamına gelir. Çalışma izleyicilere aynı ortak paydada buluşulursa dünyanın anlamlı bir yer haline gelebileceği mesajını veriyor olabilir.



Resim 120. Sebastian Lemm, enstalasyon, 1999-2004.

Kaynak: Agathe Jacquillat ve Tomi Vollauchek, *The 3D Type Book*, 2001, s. 195.

Tipografinin artık kendini her alanda var edebiliyor olması ve tasarımcıların artık iki boyutlu yüzeyler üzerinde çalışmak yerine üç boyutlu çalışmalar üretmeleri

hatta mekanla birlikte tipografiyi var etmeleri dikkat çekicidir. Tipografinin mekanla var olmasının en üst seviyesi ise sanırım anamorfik tipografik çalışmalardır. Ancak tasarımcıya mekana taşmak da yetmemiş ve tasarımlarını bir üst seviyeye çıkarabilmek için zamanı ya da süreci de üretimlerine dahil etmişlerdir.

3.3.2. Kurgusunu Süreçle Oluşturan Tipografi

Zaman kurgulu işler, zamanın kullanımına ya da harcanmasına karşın dikkat çekmek üzere üretilmiş işlerdir. Zaman hızla geçip giden, tekrarı olmayan bir kavramdır. Tipografinin bir tasarım nesnesine dönüşmesinde süreç üzerine odaklanmış ya da gerçekleşmesinde süreci kullanan işler üzerinde durulmuştur. Günümüzde zaman algısı çok değişmiştir. Çok meşgul olduğumuz hayatlarımızda hayata öyle kapılırsınız ki gerçekte neleri kaçırdığınızı pek fark edemeyiz. Bu nedenle bazı tasarımcılar zamanı ya da süreci kullandığı işlerle bize bizi göstermeye çalışmaktadırlar.

Süreçle beraber oluşan bir tipografik billboard çalışması olan “*We Are All Workers*” (Hepimiz İşçiyiz) (Resim 121) Lewis’ın satış kampanyasında kullandığı bir reklamdır. Ancak burada Sagmesiter, tipografiyi oluştururken seçtiği yöntem, billboardu bir enstalasyona dönüştürür. Tipografiyi oluşturan her bir parça bir diğerini tetikler, tıpkı insanlar gibi. Belli bir süre sonunda çarklar birbirlerini döndürerek tipografinin görünür olmasını sağlarlar (AIGA, 2010).

Çalışmada çarkların büyüklü küçüklü olması dikkat çekicidir. Bu çeşitlilik çalışanlar arasındaki hiyerarşiye gönderme yapıyor olabilir. Ancak çarklardan küçük ya da büyük bir tanesi bile çalışmasa tipografi tamamlanamaz. Süreç, birlik, çalışkanlık ve sonuç işte billboardun izleyicilere gösterdiği şey “*We Are All Workers*”dır (Resim 122).



Resim 121. Stefan Sagmeister Inc., “We Are All Workers” Lewis, 2010.

Kaynak:

http://designarchives.aiga.org/#/entries/%2Bid%3A21434/_/detail/relevance/asc/0/7/21434/we-are-all-workers/1

Son erişim: 16 Mart 2014



Resim 122. Stefan Sagmeister Inc., “We Are All Workers” Lewis, 2010.

Kaynak:

http://designarchives.aiga.org/#/entries/%2Bid%3A21434/_/detail/relevance/asc/0/7/21434/we-are-all-workers/1

Son erişim: 16 Mart 2014



Resim 123. Stefan Sagmeister, “Either Act or Forget” (Harekete Geç ya da Unut), Lisbon Billboard, 2005.

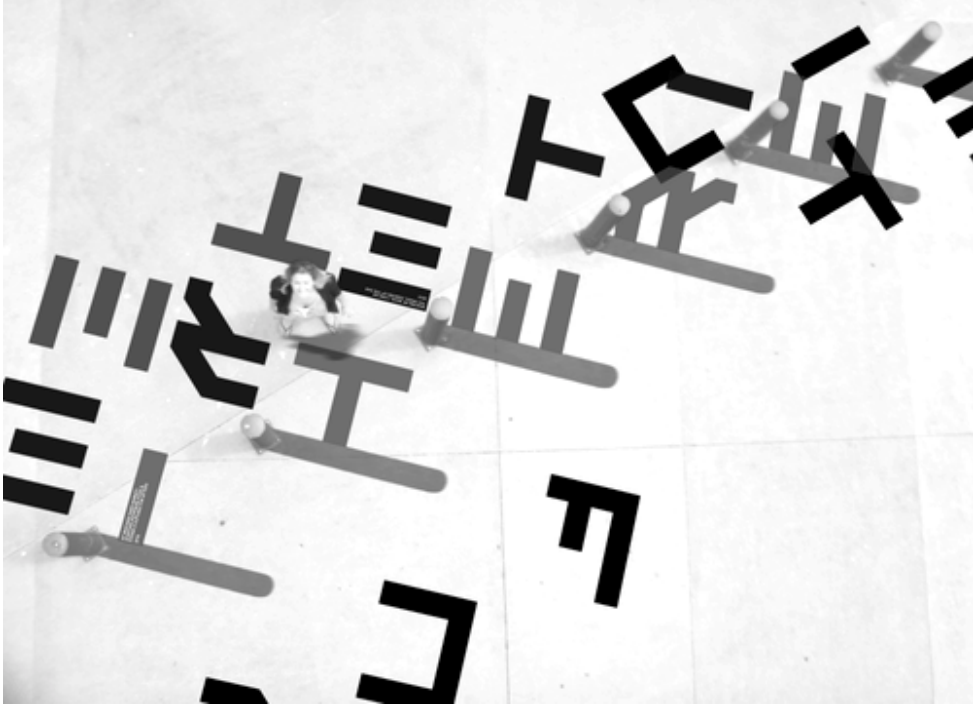
Kaynak: <http://www.229design.com/supersized-public-service-announcement/>

Son erişim: 10 Mart 2014

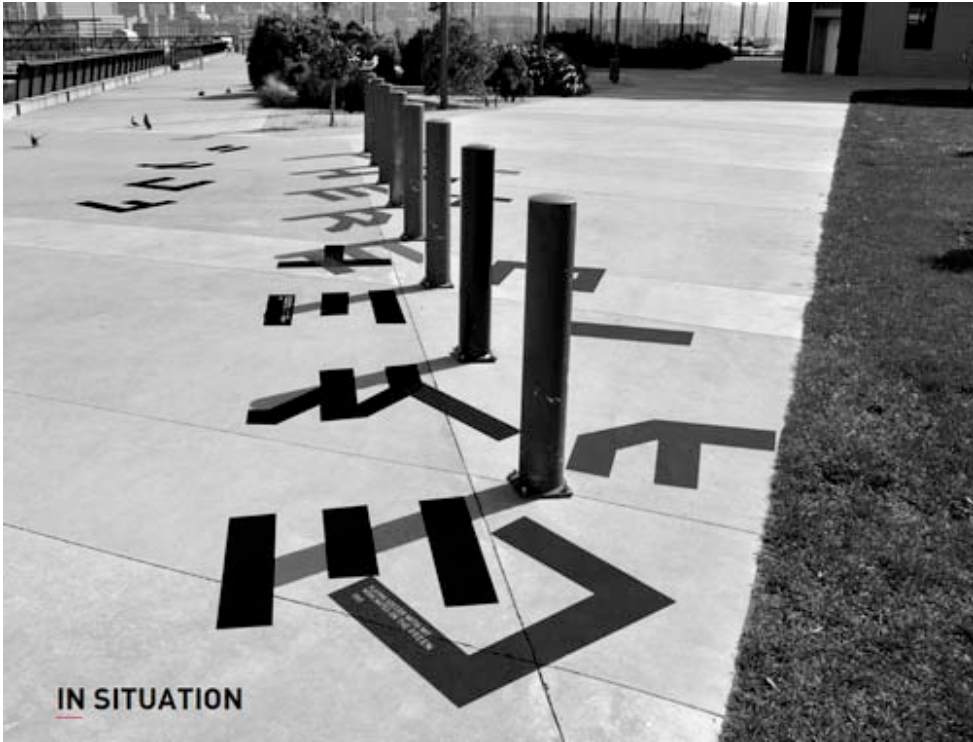
Sagmeister'in süreci kullandığı diğer bir tasarımı "*Complaining Is Silly. Either Act or Forget.*" (Şikayet Etmek Saçma. Harekete Geç ya da Unut.) (Resim 123), "*Things I have learned in my life so far*" adını verdiği projesinin 16 numaralı parçasıdır (2/29 Design, 2012). Çalışmanın üretimi stüdyosunun çatısında gerçekleştirilmiştir. New York güneşine maruz kalan gazete kağıtlarıyla güneş vasıtasıyla bir nevi şablon baskıyla tipografi oluşturulur. Güneş altında kağıdın açık kalan kısımları Ultraviyole ışınlarından etkilenerek sararmasıyla şablon baskı oluşur. Tipografik tasarım ardından billboardlarda sergilenmek üzere Lisbon'a götürülür. Güneşin kağıdı bir nevi pozlamasıyla oluşturulan tasarım, Lisbon'da sergilenirken aynı pozlamaya maruz kalarak sararır ve yazı yavaş yavaş kaybolur. Burada zaman ve doğal elemanlar çok zeki bir şekilde kullanılır. Bu enstalasyonda yazının solup gitmesi içeriğin mükemmel bir yansımasıdır (2/29 Design, 2012; Heller & Ilic, 2009, s. 47; Whitaker, 2011).

Stefan Sagmeister, bu işini oluştururken süreci de kullanması içeriğe vurgu yapması açısından önem taşır. Çalışmanın görselleştirilmesinde iletmek istediğiyle kurduğu bağlam arasında süreç baş rol alır. İşin üretim aşamasında süreç kullanıldığı gibi izleyiciye aktarmaya çalışılan içerikte yine süreçle birlikte görünürlüğünü yitirmektedir. Bu zaman içinde yitip gitme durumu, izleyiciye okuması için sunulan metinle ironik bir şekilde örtüşür. Bu durumu görsel olarak geçici olan billboardun içeriğinin kalıcılığını/etkileyciliğini artırır.

Katie Bevin'in; süreç, ışık ve gölge, yani güneşi temel alarak gerçekleştirdiği bir tasarım olan "*Urban Tales Shadow Typography*" (Kent Hikayesi Gölge Tipografi)'dir (Resim 124). Bir öğrenci olan Bevin'in "*site-specific*" (alana özgü) ve zaman temelli olan projesi Yeni Zelanda'da Wellington's Urban Waitangi Park'ı içi tasarlanmıştır. Parkın girişindeki bariyer direklerinin gün içindeki gölgelerine göre tipografik uygulamasını gerçekleştirir. Kelimeler, gölgeler şekillerle buluştuğunda 10 saat boyunca periyodik bir şekilde görünür olurlar (Resim 125). Tipografik tasarım sabah saat sekizden akşam altıya kadar gözlemlenebilir. Her kelime yaklaşık bir saat görülebilir (SEGD, 2010).



Resim 124. Katie Bevin, “Urban Tales Shadow Typography” (Kent Hikayesi Gölge Tipografi) “From here to there and there to here”, 2010.
Kaynak: <http://re-imagingtheurban.tumblr.com>
Son erişim: 16 Mart 2014



Resim 125. Katie Bevin, “From here to there and there to here”, 2010.
Kaynak: <http://re-imagingtheurban.tumblr.com>
Son erişim: 16 Mart 2014

Süreç baz alınarak oluşturulan ve zamanın geçiliğine gönderme yapan ve sonucunda tipografinin bir tasarım nesnesi konumunda olduğu bir tasarımda Jiyeon Song'un gerçekleştirdiği “One Day Poem Pavilion”dur (Resim 126, 127, 128). Tipografik tasarım, şiirsel bir yoldan bizi zamanın geçiciliğine karşı uyarır. Obvious dergisinde yer alan bir değerlendirmede tipografik çalışmaya şöyle bir yorum getirilmiştir: “Bu çalışmaya müzede bir tabloya bakıyormuş gibi bakamazsınız ya da elinizdeki bir kataloğa. Doğru zamanı beklemeniz gerekir. Ardından kelimelerin yerde belirdiğini fark edersiniz. Gün boyunca kelimeler akar gider.” (2009).

Gölgelerle ilgili geniş bir araştırmanın sonucu olarak, “One Day Poem Pavilion” (Bir Günlük Şiir Köşkü-Standı), ı ışık ve gölgenin zaman temelli doğasını ve sahaya duyarlı, geçici şiirsel gösterisidir. Bir dizi karmaşık delik kullanılan standın yüzeyi ışığın geçmesine izin vererek (yıl içerisinde belli zamanlarda) değişen desenler oluşturur ve şiiri okunur hale dönüştürür (Voyatsiz, 2008).

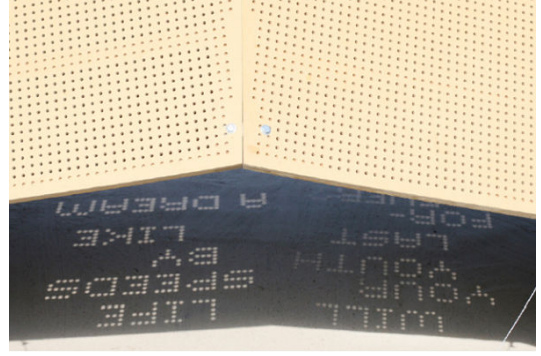
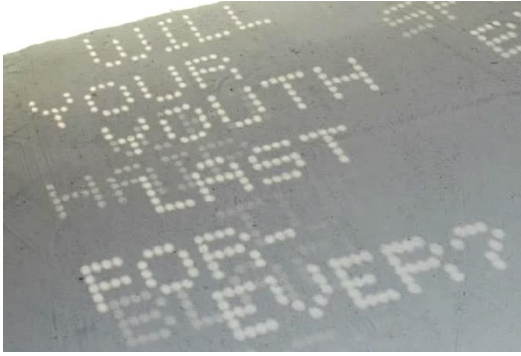


Resim 126. Jiyeon Song, “One Day Poem Pavilion”, 2008.

Kaynak: http://obviousmag.org/en/archives/2009/11/the_one_day_poem.html

Son erişim: 11 Mart 2014

Bu projede seçilen şiir “The Sijo” Kim Ch'on-taek (1725-1766) tarafından yazılmış; doğa ve insan yaşamıyla ilgili klasik bir Kore şiiridir. Şiir insanın ölümlü doğasından bahseder. Yazın beliren şiir, yaklaşan yeni yaşamla ilgili olup kışın ise geçen zamanla ilgilidir. Mesajın belirişindeki yavaşlık bize meşgul hayatlarımızla ilgili düşünmek için zaman verir (OBVIOUS Magazine, 2009).



Resim 127. Jiyeon Song, “One Day Poem Pavilion”, 2008.

Kaynak: <http://people.artcenter.edu/~jsong5/thesis/index03.html>

Son erişim: 11 Mart 2014

Proje hiçbir ekstra enerji kullanmadan, sadece güneşin oluşturduğu ışık ve gölgeyle oluşması deneysel tatlar ve iletişimin sınırlarını zorlamaya yardımcı olur. Çevreyle ve insanla, zaman aracılığıyla iletişim kuran bu proje zamana, geçiciliğine ve değişkenliğine vurgu yapar. Her gün hatta her an hayatımıza yeni bir değer eklerken, tipografinin bir tasarım nesnesi olarak hayatımızın içine giderek daha fazla dahil olduğu görülür.

SONUÇ

Tipografi dilin görselleştirilmiş halidir. Sözlü dil nasıl olup da kelimelerle şekil alıyorsa yazın (edebiyat) da dili dönüştürüp bir üst noktaya taşımıştır. Tipografi ise yazını, biçim kazandırarak geliştirmiştir. Bu etkileşime benzer bir şekilde tasarım, sanata görsel bir dil kazandırırken, bu zenginleşme daha sonra tasarımın sanattan beslenmesini sağlamıştır. Bu etkileşimler tasarımcının sanatçı gibi düşünüp davranmasına yol açarken, tipografinin de bir tasarım nesnesine dönüşmesine aracı olmuştur.

Buradan hareketle tipografinin; sanat, edebiyat, tasarım, kültür, teknoloji kısacası hayatta gerçekleşen tüm değişimlerden etkilenen canlı bir varlık olarak, tasarımcılar tarafından; zamana, mekana ve duruma göre sürekli geliştirildiğini ve yenilendiğini söylemek mümkündür. Tasarımcılar, tipografiye yeni alanlar ve ifade biçimleri bulabilmek adına dur durak bilmeden çalışmaktadırlar. Değişen dünya görüşü, kültürü ve bunun teknolojiye, iletişime ve insanlara yansısıyla, tasarımcılar tipografinin görselliği üzerinde sürekli olarak denemeler yapmışlardır. Her seferinde bir öncekine benzemeyen, öznel, biricik ve benzersiz bir durum aramakta olan tasarımcıların nesneleştirdikleri tipografinin; artık her yerde, her biçimde var olabildiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Tasarım nesnesine evrilme sürecinde tipografi, sanat-tasarım arasındaki alış-veriştin ve teknolojik dönüşümlerden oldukça fazla etkilenmiştir. Teknolojik gelişmeler insan yaşantısını geri döndürülemez bir şekilde farklılaştırmaktadır. Bu durum, toplumun düşünce yapısına nüfus etmesiyle ve teknolojik olanaklarla birlikte tasarımcıyı; daima yeni yöntemler, pratikler ve sistemler geliştirmeye yöneltmiştir. Basımcılık sektöründeki her köklü yeniliğin, tipografiye de yansısıyla deney imkanı da artmıştır. Tasarımcının deney ve oyun alanının genişlediği ölçüde, tipografinin de bir o kadar uç noktada dönüşme imkanı bulunduğu görülmüştür.

Her geçen gün teknolojik bir yenilikle karşılaştığımız günümüzde, basım teknolojileri neredeyse her yeni güne farklı bir buluşla başlamaktadır. Bu nedenle tasarlanmış bir işin gerçekleştirilmesi artık bir sorun olmaktan çıkmıştır. Bu durumda sanatçı-tasarımcılar bu denli kolaylaşan ve mükemmelleşen üretim aşamasına

müdahale ederek, belki de kusuru ve raslantıyı bu aşamaya dahil etmek istercesine, tasarımlarını elde gerçekleştirmektedirler.

Sürekli gelişen teknoloji, dünya ve kültür algısını biçimlendirip sanatçıya farklı üretim olanakları sunarken, sanatçının buna duyarsız ve ilgisiz kalması beklenemezdi. Sanatçı, teknolojinin kazandırdığı yeni üretim olanaklarıyla sanatını kurgularken, aslında tasarımın da kullandığı ortak alanlara karışmış ve multidisipliner olarak yapıtını ortaya koymaya başlamıştır. Bu durum, sanatı tasarıma yaklaştırıken ister istemez tasarımı da sanata yaklaştırmıştır.

Geçmişten günümüze geldikçe görülüyor ki sınıflandırmaya ve ayırtırmaya çalıştığımız herşey şimdilerde içine konuldukları kalıpları eritmiş ve silikleştirmiştir. Tasarımcı ve sanatçı tarihte sürekli olarak, oluşturulan kuralları yıkıp alt üst etmişlerdir. Sanat tasarımdan beslenmiş, tasarım da sanatlardan beslenmiştir. Bu birbirini besleme durumu günümüzde öyle bir hal almıştır ki sınırlar ortadan kalkmış, sanat ve tasarım birbiri içine geçmiş, birinin nerede başlayıp diğerinin nerede bittiği tartışılır olmuştur.

Sınırların ortadan kalkması, silikleşmesi ya da iç içe geçmesiyle oluşan multidisipliner durumla birlikte, grafik tasarımcının sanatçı tavrıyla işler ürettiği ya da müellif tasarımcı olarak kendi ürettiği ürünleri pazarladığı görülmektedir. Tasarımcıların bu üretimlerinde, doğallıktan yana olarak el yapımı ve biricikliğe vurgu yapması dikkat çekerken, artık bir sanatçı gibi, kendi tarzlarını her yönüyle yaratmak istedikleri ortadadır.

Bu durum tezde birçok çalışma üzerinde belirlenirken, tasarımcıların ticari işlere bir sanatçı tavrıyla imzalarını attığı, çalışmalarında tasarım ve sanatın nerede başlayıp nerede bittiğinin belli olmadığını söylemek mümkündür. Tasarımcıların yaratımlarında, tarih boyunca insanın kendini ifade etme yöntemlerinden ve sanattan oldukça etkilendikleri görülmüştür. Eserlerinde; sanat ve tasarım birlikteliği görülebildiği gibi, bireysel ve ortak (disiplinlerarası ya da fikir ortaklığı) çalışmalar da kendini göstermektedir. Tasarımlarında bu ortaklıkları kullanan tasarımcıların, süreç üzerinde çalışanları olduğu gibi, malzemenin aşkınlığı üzerine eserler üretenleri de olduğu belirlenmiştir.

Çağdaş tipografik tasarımlarda biricikliğin, kusurluluğun ve aşkınlığın kendini daha fazla gösterdiği çalışmalar da gözlemlenmektedir. Tasarımda bu durumun öneminin artması, kapitalist sistemin gerekliliği, tüketim kültürünün bir parçası olan seri ve mükemmelliyetçi üretime bağlanırken; aşkınlığın oluşumu da dijitale, alışılmışın dışında olma isteğine bağlanabilir. Günümüz tasarımcıları işlerinde, çağımız problemlerine daha yaratıcı bir şekilde yaklaşırlarken, izleyiciyi şok ederek etkileyip, kendisine çeken bir yaklaşım sergileyebilmek için uğraşmaktadırlar. Günümüzün sanal dünyasından tekrar insani olana geçmeye, kusuru ön plana çıkarmaya ve bunun güzelliğine dikkat çekmeye çabalamaktadırlar.

Dijital dünyanın sağladığı deney olanaklarıyla tasarımcılar, en üst düzeyde ürünler vermişlerdir. Bunların sonuna geldiğimizi hissettiren bir dönem olan günümüzde, dijital tasarımdan farklı bir durum yaratabilmek adına tasarımcılar, farklı arayışlar içine girmişlerdir. Bu nedenle tasarımcı-sanatçılar, dijitalin sağladığı, ancak özgürlük olmaktan çıkıp sınırlara dönüşen bilgisayarın sanal dünyasından kurtulup; deneneceklerin, yapılabileceklerin sonunun olmadığı, kusurlu, gerçek bir dünyada özgürlüğü tekrar aramaktadırlar.

Bütün bunlar bize teknolojinin, toplumun yapısını etkilediği gibi; kültürü, sanatı ve tasarımı da etkilediğini göstermektedir. Teknolojiyle tek bir ortak paydada buluşan insanlık, kapitalizmin de etkisiyle aynılaşıırken, küreselleşmeyle birlikte kendini gösteren yerellik sayesinde en küçük birimlerine kadar bölünürler. Bir yandan kapitalist sistemin ana damarı tüketimle ve özellikle teknolojik ürünlerin tüketimiyle aynılaştan toplumlar, yerellik ve etnisite gibi kavramlarla ayrıştırılırlar.

Küreselleşmeyle aynılaştan, fakat bir o kadar da farklılaşan dünyada, bilgisayar programlarının ve teknolojisinin her geçen gün daha da gelişmesiyle tasarımların, giderek daha çok dijitalize olduğu görülür. Kusursuz tasarımların gıcır gıcır dünyasının karşısında el yapımı, kusurlu ancak biricik bir dünya oluşturulmaya çalışılır. Tipografinin büyük bir rol oynadığı bu çabada, bir tasarım nesnesine dönüştüğü görülür. Değişik materyallerle elde oluşturulan tipografi, kişisel anlatımları ön plana çıkarması nedeniyle günümüzde dijitalle oranla daha çok tercih edilir. Tasarımcı-sanatçılar, Endüstri Devrimi'nden bu yana oluşturulmuş ve insanların hayır demeye bile fırsat bulamadan, kendilerini bu kültürün bir parçası

olarak gördükleri küreselleşmenin etkisindeki tüketim kültürüne, zanaata vurgu yaparak artık dur diyebilmeye çalışmaktadırlar. Toplumsal olayları geliştiren ya da akışını değiştiren ekonomi, tüketim kültürü sayesinde var olur. Bu durumda diyebiliriz ki ekonomi tasarımı doğurur, yaratıcılığı kamçılar.

Tasarımın, bir parçası olduğu sosyolojik ve kültürel olaylardan ayrı düşünülmemeyeceği ortadadır. Tasarımlar ister herhangi bir şeyi pazarlıyor olsun, isterse toplumsal bir olayı gözler önüne seriyor olsun tamamiyle toplumla iç içedir. Bu durumda tasarımcı, bir parçası olduğu toplumun; yaşadığı ortamı, ekonomik durumu ve kültürel farklılıkları, entellektüel bilgi birikimi, bakış açısı ve motivasyonu ile yapıtlarında yansıtır. Aslında tüm bunlar tasarımın malzemelerini oluşturur. Bunlar olmadığı zaman tasarım bir süs ve bezemeye dönüşür.

Bir nesne olarak tipografi, grafik tasarımdan ayrılıp bağımsız bir şekilde, disiplinlerarası ya da ötesi çalışmalarla kendini var etmektedir. Günümüzde değer kazanan doğallık, kişiye özel olma durumu, farklılaşma isteği, zanaatı tıpkı “*Arts and Crafts*” hareketindeki gibi geri getirir. Ancak “*Arts and Crafts*”dan farklı olarak burada işlevin çok da önemi yoktur. El işçiliği ve biricikliğe verilen önem, işlevsellikle paralellik göstermez. Tam tersi işlevsizlik adeta kutlanır. Şok, aşırılık, aşkınlık, şaşırtma, kışkırtma, kusurluluk gibi bağlamlarla tipografinin nesne durumunda olduğu tasarımlar gerçekleştirilir.

Post-dijital dönemde daha çok kendini gösteren zanaatın kaybedilen değerleri gündeme getirmesi önem taşır. Bu değerlerle birlikte önemli olanın fikir olduğunu fark eden tasarımcılar, tıpkı sanatçılar gibi bireysel üretimlerde bulunurlar. Tasarımcıyı sanatçıya ve zanaata yönlendiren bu post-dijital dönemde tipografinin bu denli öne çıkması ve tasarım nesnesine dönüşmesi, görüntü bombardımanı yaşadığımız günümüzde, tipografinin kendini var edebilmesi açısından önemlidir. Tasarımcı, kullandığı doğal malzemeler ve el emeğiyle tipografiyi birleştirerek, dijital görüntü yığını içinden kendini kurtarmaya ve bir sanatçı gibi değerli kılmaya çalışmaktadır.

Tipografi üzerinde yüzyıllar boyunca süren özgürleştirme çabaları, bilgisayarla birlikte hedefine ulaşmış ve arzulanan olmuş gibi görünse de, bilgisayar teknolojisinin de sınırlarının fark edilmesiyle tekrar bir sorgulama dönemi

başlamıştır. 21. yüzyılın trendlerini iki karşı uç oluşturur gibi görünmektedir. Biri tamamiyle dijitalize olmuş bir yaşam tarzı olarak kendini gösterirken, diğeri ise kendini tamamiyle doğallıkla ifade eder. Tasarımcılar bu popüler görsel kültürün çabuk tüketilebilirliğinin karşısında olarak, zanaatla birlikte biricikliği gündeme getirirler. Bu dönemde bilgisayarın ve teknolojilerinin sanallaştırdığı dünyamıza; gerçek, elle dokunulur, hissedilir işlerle karşılık verme isteğinde olan tasarımcılar, el yapımının ve malzemenin önemini keşfederler. Artık el yapımı ve malzemenin önem kazanmasıyla gerçek bir nesneye dönüşen tipografik işler gündemi oluşturur. Tasarımcılar ellerini kirlletmenin keyfini yeniden keşfederken, gerçek dünyayla tekrar iletişim kurmaya çalışmaktadırlar.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

- Abbink, J., & CM Anderson, A. (2010). *3D Typography*. (Ed. B. Poole) New York: Mark Batty Publisher.
- Adorno, T. W. (2011). *Kültür Endüstrisi-Kültür Yönetimi* (6. Baskı). (Çev. A. Artun, Ed., & M. T. Nihat Ünler) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Ambrose, G., & Harris, P. (2010). *Görsel Grafik Tasarım Sözlüğü*. (Çev. B. Barhana) İstanbul: Literatür.
- Ambrose, G., & Harris, P. (2012). *Görsel Tipografi Sözlüğü*. (Çev. B. Bayrak) İstanbul: Literatür.
- Ambrose, G., & Harris, P. (2012). *Grafik Tasarımın Temelleri*. (Çev. M. E. Uslu) İstanbul: Literatür.
- Antmen, A. (2009). *20. Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar: Santçılardan Yazılar ve Açıklamalar* (2. Baskı). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- AREA. (2005). *AREA: 100 Graphics Designer, 010 Curators, 010 Design Classics*. (Ed. V. Vago-Laurer) New York: Phaidon Press Limited.
- Armstrong, H. (2012). *Grafik Tasarım Kuramı: Tasarım Alanından Okumalar*. (Çev. H. Y. Savaş Çekiç, Ed., & M. E. Uslu) İstanbul: Espas Sanat Kuram Yayınları.
- Bürger, P. (2003). *Avangard Kuramı*. (Çev. A. Artun, Ed., & E. Özbek) İstanbul: İletişim.
- Barthes, R. (2006). *Yazının Sıfır Derecesi* (3. Baskı). (Çev. T. Yücel) İstanbul: Metis Yayınları.
- Batur, E. (1998). *Modernizmin Serüveni* (2. Baskı). İstanbul: Yapı Kredi yayınları.
- Becer, E. (2011). *İletişim ve Grafik Tasarım* (8. Baskı). Ankara, Türkiye: DOST.

- Becer, E. (2007). *Modern Sanat ve Yeni Tipografi*. Ankara: Dost.
- Bektaş, D. (1992). *Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Blackwell, L. (1998). *20th Century Type (Remix)*. London: Gingko Press.
- Briggs, A., & Burke, P. (2004). *Medyanın Toplumsal Tarihi*. (Çev. İ. Şener) İstanbul: İzdüşüm Yayınları.
- Brody, N. (2012). FUSE98-San Francisco-Beyond Typography. In N. Brody, & J. Wozencroft, *FUSE 1-20 From Invention to Animatter: Twenty Years of FUSE* (s. 352-363). Köln: TASHEN.
- Cramsie, P. (2010). *The History of Graphic Design: From the Invention of Writing to the Birth of Digital Design*. London: British Library.
- Dündar, B. (2011). *Kitap Nesnesi Nesne Olarak Kitap*. (Ed. İ. Baliç) İstanbul: Akın Nalça Kitapları.
- Elden, M. (2013). *Reklam ve Reklamcılık* (2. Baskı). Ankara: Say Yayıncılık.
- Friedl, F., Ott, N., & Stein, B. (1998). *TYPO - When Who How*. (Çev. R. Chitty) France: Könemann.
- Gülsoy, T. (1999). *Reklam Terimleri ve Kavramları Sözlüğü*. İstanbul: Adam Yayınları.
- Garfield, S. (2012). *Tam Benim Tipim*. (S. Gürses, Trans.) İstanbul: Domingo.
- Gerber, A. (2010). *Graphic Design: The 50 most influential designers in the world*. London: A & C Black Publisher Ltd.
- Gomez-Palacio, B., & Vit, A. (2009). *A Visual Guide To The Language, Applications, And History Of Graphic Design*. Massachusetts: Pockport Publishers.
- Guilbault, S. (2009). *New York Modern Sanat Düşüncesini Nasıl Çaldı: Soyut Dışavurumculuk, Özgürlük ve Soğuk Savaş*. (Çev. E. Kökteke) İstanbul: SEL Yayıncılık.
- Hall, P., & Beirut, M. (Ed.). (2000). *Tibor Kalman: Perserve Optimist*. New York: Princeton Architectural Press.

- Harrison, C., & Wood, P. (Ed.). (2011). *Sanat ve Kuram, 1900-2000, Değişen Fikirler Antolojisi*. (Çev. S. Gürses) İstanbul: Küre Yayınları.
- Hays, T. (1990). Bradbury Thompson: Graphic Design as Artform. *Step-by-step Graphics*, pp. 134-142.
- Hebdige, D. (2004). *Altkültür: Tarzın Anlamı*. (Çev. S. Nişancı) İstanbul: Babil Yayınları.
- Helfand, J. (1999). 1972 How Can Make Swiss Typography? Wolfgang Weingart. In M. BIERUT, J. HELFAND, S. HELLER, & R. POYNOR (Ed.), *Looking Closer 3: Classical Writings on Graphic Design* (s. 219-237). New York: Allworth Press.
- Heller, S. (1999). *Design Literacy (continued): Understanding Graphic Design*. New York: Allworth Press.
- Heller, S. (2004). *Paul Rand* (5. Baskı). New York: Phaidon Press.
- Heller, S., & Anderson, G. (2007). *New Vintage Type: Classic Fonts for the Digital Age*. London, United Kingdom: Thames & Hudson.
- Heller, S., & Chwast, S. (2011). *Graphic style: from Victorian to digital* (3. Baskı). (Ed. E. Himmel) New York: Abrams.
- Heller, S., & Illic, M. (2009). *The Anatomy of Design: Uncovering the Influences and Inspirations in Modern Graphic Design*. Massachusetts: Rockport Publishers, Inc.
- Heller, S., & Pettit, E. (1998). Paul Rand: on the Play Instinct. In S. Heller, & E. Pettit, *Design Dialogues* (s. 9-13). New York: Allworth Press.
- Hobsbawm, E. J. (2003). *Sanayi ve İmparatorluk*. (A. Ersoy, Trans.) Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Hollis, R. (1997). *Graphic Design A Concise History*. London: Thames and Hudson Ltd.
- Jacquillat, A., & Vollauschek, T. (2011). *The 3D Type Book*. London: Laurence King Publishing.
- Johnson, M. (2002). *Problem Solved*. New York: Phaidon Press Limited.

- Jubert, R. (2006). *Typography and Graphic Design: From Antiquity to the Present*. Paris: Flammarion.
- Keedy, J. (2012). FUSE 4: A Type of Death. In N. Brody, & J. Wozencroft, *FUSE 1-20 From Invention to Animatter: Twenty Years of FUSE* (Vol. 4, s. 70-85). Köln: TASCHEN.
- Kuspit, D. (2006). *Sanatın Sonu*. (Y. Tezgiden, Trans.) İstanbul, Türkiye: Metis Yayınları.
- Lupton, E., & Miller, J. A. (2004). *Design Writing Research: Writing On Graphic Design* (4. Baskı). New York: Phaidon Press.
- McAlhone, B., & Stuart, D. (2005). *A Smile In The Mind: Witty Thinking In Graphic Design* (7. Baskı). New York: Phaidon Press.
- McCormick, L. (2013). *Playing with Type: 50 graphic experiments for exploring typographic design principles*. Massachusetts, USA: Rockport.
- McCoy, K. (2001). American Graphic Design Expression: The Evolution of American Typography. In S. Heller, & G. Ballance (Ed.), *Graphic Design History* (s. 3-11). New York: Allworth Press.
- McCoy, K. (1994). 'Rethinking Modernism, Revising Functionalism'. In D. H. Bierut, *'Looking Closer: Critical Writings on Graphic Design'* (s. 49). New York: Allworth Press.
- McLuhan, M. (1999). *Gutenberg Galaksisi: Tipografik İnsanın Oluşumu*. (G. Ç. Güven, Trans.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- McLuhan, M., & Fiore, Q. (2012). *Medya Mesajı, Medya Masajıdır*. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- McLuhan, M., & Povers, B. R. (2001). *Global Köy "The Global Village"*. (B. Ö. Düzgören, Trans.) İstanbul, Türkiye: SCALA Yayıncılık.
- Meggs, P. B. (1998). *A History of Graphic Design* (3. Baskı). New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Polano, S., & Vetta, P. (2002). *abc of 20th-century graphics*. Milano: Phaidon Press.

- Poynor, R. (1999). 1913, Destruction of Syntax -Imagination Without String- Words - In - Freedom, F. T. Marinetti. In M. Bierut, J. Helfand, S. Heller, & R. Poynor (Ed.), *Looking Closer 3: Classical Writings on Graphic Design* (s. 6-11). New York: Allworth Press.
- Poynor, R. (2003). *No More Rules: Graphic Design and Postmodernism*. (Ed. N. Webb) London: Laurence King Publishing.
- Reyes, F. (2007). *TYPO The Beautiful World of Fonts*. (J. M. Minguet, Ed.) Barcelona: MONSA.
- Rutherford, P. (2000). *Yeni İkonalar? Televizyonda Reklam Sanatı* (2. Baskı). (M. K. Gerçeker, Trans.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Saccani, A. (2013). *LetterScapes: A Global Survey of Typographic Installations*. London: Thames & Hudson.
- Sagmeister, S. (2008). *Things I Have Learned In My Life So Far*. New York: Abrams.
- Sarıkavak, N. K. (2003). *Sanat ve Teknoloji Bağlamında 20. Yüzyılda Gelişen Yönelimler ve Kişilik*. Ankara, Türkiye; Seçkin Yayıncılık.
- Sarıkavak, N. K. (2005). *Sayısal Tipografi 2 Batı'da ve Ülkemizde Sayısal Harf/Font Tasarımcıları*. Ankara, Türkiye; Başkent Üniversitesi Yayınları.
- Sarup, M. (1995). *Postyapısalcılık ve Postmodernizm*. (Çev. A. B. Güçlü) Ankara, Türkiye: Ark Yayınevi.
- Selamet, S. (2012). Sürdürülebilirlik ve Grafik Tasarım. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi* , 8 (15), 125-148.
- Simmons, C. (2011). *JUST DESIGN: Socially Concious Design for Critical Causes*. (A. Owen, Ed.) Ohio: HOW Books.
- Spector, N. (2008). States Of Wonder. In S. Sagmesiter, *Things I Have Learned In My Life So Far*. New York: Ambarms.
- Sternberg, R. J. (2006). The Nature of Creativity. *Creativity Research Journal* , 18 (1), 87-98.

- Stewart, E. C. (2001). Cultures of the Mind: On the origins of meaning and emotion. In J. Lul, & D. Morley (Ed.), *Culture In The Communication Age* (s. 9-30). London and New York: Routledge.
- TDK. (2005). *Türkçe Sözlük*. Ankara: TDK.
- Twemlow, A. (2008). *Grafik Tasarım Ne İçindir?* (Çev. D. Özgen) İstanbul, Türkiye: YEM Yayın.
- Weill, A. (2008). *Grafik Tasarım* (2. Baskı). (K. E. Erdur, Ed., & O. Türkay, Trans.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Weingart, W. (2000). *Wolfgang Weingart: My Way to Typography*. (Çev. C. S. Katharina Wolff) New York: Switzerland Princeton Architectural Press.
- Wolff, L. (2007). *Massin*. (Çev. T. Selous) New York: Phaidon Press Limited.
- Yıldız, Ş. (2005). *Dil Kültür İletişim ve Medya*. (Ed. M. Kayayerli) Ankara: SİNEMİS Yayınları.
- Yılmaz, M. (2006). *Modernizmden Postmodernizme Sanat*. (Ed. A. N. Yılmaz) Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Yanık, H. (2004). *Masaüstü Yayıncılık*. İstanbul: Dönence Basım ve Yayın Hizmetleri.

SÜRELİ YAYINLAR

- Arredamento Mimarlık. (2001, Ocak). Fütürizm: Avangardın Faşizmle İttifakı. *Arredamento Mimarlık* , 1, s. 62-73.
- Arredamento Mimarlık. (2005). Postmodernizm'e Ne Oldu? *Arredamento Mimarlık* , 4. s. 50.
- Bayav, D., & Ayteş, E. (2011, Aralık). 20. Yüzyıl Resim Sanatında Yüzeyin Sınırlarını Aşan Arayışlar. *Sanat Tasarım Dergisi* (8), s. 35-57.
- DEDİ Kİ. (2002). Tasarım Ekolojisi. *DEDİ Kİ* (3) . İstanbul: Grafikerler Meslek Kuruluşu.

- DEDİ Kİ. (2003). Zuzana Licko. *DEDİ Kİ (8)* . (Çev. G. Oral) İstanbul: Grafikerler Meslek Kuruluşu.
- Goldstaub-Dainotto, E. (2002). Tibor Kalman, Ters Optimist. *DEDİ Kİ* . (Çev. G. Oral) İstanbul: Grafikerler Meslek Kuruluşu.
- Helfand, J., & Drenttel, W. (2002). Paul Rand: Modern Tasarımcı. *DEDİ Kİ (6)* . (Çev. K. Özkut) İstanbul: Grafikerler Meslek Kuruluşu.
- Heller, S. (1997, Mayıs-Haziran). Thoughts on Rand. *Print* , 51 (3), s. 106-109.
- Heller, S. (1999, May 5). Tibor Kalman, 'Bad Boy' of Graphic Design, 49, Dies. *The New York Times* .
- Heller, S., & Pettit, E. (2002). Paul Rand: Yap Boz Oyunu İçgüdüğü Üzerine. *DEDİ Kİ (6)* . (Çev. K. Özkut) İstanbul: Grafikerler Meslek Kuruluşu.
- Kaya Okan, B. (2011, Aralık). Günümüz Sanatında Feminist Yaklaşımlar. *Sanat ve Tasarım* (8).
- Margolin, V. (1993). Typography, Book Design, and Advertising in the 1920s: A Collection of Documents. *Design Issues* , 9 (2), 64-65.
- McCoy, K. (1990). Professional Design Education: An Opinion and Proposal. *Design Issues* "Educating the Designer" , 1 (7), 20-22.
- Öztuna, H. Y. (2006, Kasım). Hegemonyaları Kıran Coşku: Wolfgang Weingard. *Grafik Tasarım* (2).
- Öztuna, Y. (2006, Aralık). İngiliz Punk Hareketi ve Grafik Tasarım. *Grafik Tasarım* (3).
- Öztuna, H. Y. (2007, Mayıs). San Francisco Psychedelic Rock Hareketi ve Afişleri. *Grafik Tasarım Görsel İletişim Kültürü Dergisi* , s. 80-87.
- Öztuna, H. Y. (2008, Mart). Tipografi ve Grafik Tasarımda Bir Devrimin Öncüsü: Jan Tschichold. *Grafik Tasarım Görsel İletişim Kültürü Dergisi* (18), s. 88-93.
- Rock, M. (1996). The designer as author. *Eye Magazine* , 5 (20).

- Süzen, H. N. (2010, Aralık). Sanatta Disiplinlerarası Bir Yaklaşım: Enstalasyon Sanatı ve Genco Gülan Örnekleme. *Sanat ve Tasarım Dergisi* (6), s. 147-162.
- Şahin, S. (2010, Haziran). Be Stupid. *Çizgi Dışı: Kültürel Tepki Dergisi* (6), s. 16-21.
- Şeyhun, M. H. (2010, Mart-Nisan). Bir Tuval Olarak Beden. *Sanat Dünyamız* (115), s. 12-17.
- Turani, A. (2011). Prehistoryadan Günümüze İnsanlığın Yarattığı Dört Temel Ekonomi ve Bunların Yaşam, Kültür ve Güzel Sanatlar Üzerine Etkileri. *Sanat ve Tasarım Dergisi* (8), 25-33.
- Wozencroft, J. (n.d.). Neville Brody. *Yazılar: Grafik Sanatlar Üzeine* (9).

YAYIMLANMAMIŞ TEZLER

- Toksöz Şahiner, H. (2002). *Sanat ve Teknoloji Bağlamında 20. Yüzyılda Gelişen Yönelimler ve Kişilik*. Sanatta Yeterlik Tezi, Mimar Sinan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Resim Anasanat Dalı Resim Programı. İstanbul: YÖK.
- Uslu, B. (2006). *1980 Sonrası Tipografik Tasarımda Deneysel Yaklaşımlar*. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Grafik, İzmir.

İNTERNET SİTELERİ

- 2/29 Design. (2012, Kasım 22). *Supersized Public Service Announcement: 2/29 Design*.
<http://www.229design.com/supersized-public-service-announcement/>
Erişim: 20 Mart 2014
- AIGA. (2010). *We Are All Workers: AIGA Design Archives*.
http://designarchives.aiga.org/#/entries/%2Bid%3A21434/_/detail/relevance/asc/0/7/21434/we-are-all-workers/1
Erişim: 20 Mart 2014

Barnbrook, J. (2003). *Barnbrook Education*.

<http://www.edu.barnbrook.net/downloads.html#unit2a>

Erişim: 21 şubat 2014

Bektaş, D. (1999, Ekim 12). *Prof. Dİlek bektar “Grafik TasarımI ve Sanat Etkileşimi”:*
DOCDAT.

<http://tr.docdat.com/docs/index-15109.html>

Erişim: 20 Mart 2014

Bernstein, C. (2011, January 06). *Book Review The Visible Word: Experimental Typography and Modern Art, 1909-1923*.

EPC Author Pages: State University of New York, Buffalo:

<http://wings.buffalo.edu/epc/authors/bernstein/essays/drucker.html>

Erişim: 20 Mart 2014

Brodskaya, Y. (n.d.). *About*.

Artyulia: <http://www.artylia.com/index.php/About>

Erişim: 20 Mart 2014

Design Indaba. (2010, Haziran 7). *Topic: Category: Design Indaba*.

<http://www.designindaba.com/news/writing-trees>

Erişim: 20 Mart 2014

Design is History. (2009). *Piet Zward*. (D. Flask, Producer, & Danger Dom Studios)

<http://www.designishistory.com/1920/piet-zward/>

Erişim: 20 Mart 2014

Dunlap, D. (2004, july 8). *Archives*.

The New York Times: <http://www.nytimes.com/2004/07/08/nyregion/08blocks.html>

Erişim: 20 Mart 2014

Foundation, a. D. (1991). *Speakers: Gemma O'brien: agIDEAS Design Foundation*.

<http://www.agideas.net/speakers/gemma-obrien/>

Erişim: 20 Mart 2014

Garforth, A. (2013). *Work: Grow: Anna Garforth*.

<http://www.annagarforth.co.uk/work/grow.html>

Erişim: 20 Mart 2014

Gelder, L. V. (1995, Kasım 4). *Arts (Bradbury Thompson)*. (The New York Times)

<http://www.nytimes.com/1995/11/04/arts/j-bradbury-thompson-dies-designer-and-art-director-84.html>

Erişim: 20 Mart 2014

Heller, S. (1999). *AIGA*.

<http://www.aiga.org/medalist-tiborkalman/>

Erişim: 20 Mart 2014

Heller, S. (1988). *Gene Federico*.

<http://www.aiga.org/medalist-genefederico/>

Erişim: 20 Mart 2014

Heller, S. (2004, Kasım 5). *STEFAN SAGMEISTER: STYLE + FART = LANGUAGE: Aiga*.

Aiga: <http://www.aiga.org/stefan-sagmeister-style-fart-language/>

Erişim: 20 Mart 2014

Hoefler & Frere-Jones. (1989). *Hoefler & Frere-Jones*.

<http://www.typography.com/fonts/gotham/history/>

Erişim: 20 Mart 2014

Jobson, C. (2011, şubat 26). *Still Life Comes Alive: Colossal*. (Colossal, Producer)

<http://www.thisiscolossal.com/2011/02/still-life-comes-alive/>

Erişim: 20 Mart 2014

LetterCult. (2008, Eylöl 28). *Archives: LETTERCULT Custom Letters & c.*

<http://www.lettercult.com/archives/82>

Erişim: 20 Mart 2014

Li, B. (2010). *Features: Brian Li*.

http://www.brianlsf.com/html/features/still_life.html

Erişim: 20 Mart 2014

Lynda Online Learning Company. (1995). *lynda.com online learning company*.

<http://www.lynda.com/Documentaries-tutorials/doyaldyounglogotypedesigner/62371-2.html>

Erişim: 20 Mart 2014

Madani, S. (2014). *Smadani*.

<http://smadani.com/>

Erişim: 20 Mart 2014

Nishida, K. (2011). *Installation Design: Still Life Comes Alive 2010 and Words Can Fly A Thousand Miles*.

<http://www.kyosukenishida.com/index.php?/installation/--words-can-fly-a-thousand-miles/>

Erişim: 20 Mart 2014

Nishida, K., Fang, B. L., & Liu, D. (2011). *About: Words Can Fly*.

<http://www.wordscanfly.org/en/about.html>

Erişim: 20 Mart 2014

Nishida, K., Fang, B. L., & Liu, D. (2011). *Poster: Words Can Fly*.

<http://www.wordscanfly.org/en/poster.html>

Erişim: 20 Mart 2014

OBVIOUS Magazine. (2009, Kasım 11). *Archives: One Day Poem: OBVIOUS Magazine*.

http://obviousmag.org/en/archives/2009/11/the_one_day_poem.html

Erişim: 20 Mart 2014

Rojas, C. (2013). *Gold/Enjoy: Camilo Rojas*.

<http://camilorojas.net/Enjoy>

Erişim: 20 Mart 2014

Sadder, L. (2012). <http://www.leensadder.com>.

<http://www.leensadder.com/982/5027/work/spoonful-of-sugar>

Erişim: 20 Mart 2014

Sadha, A. (2011, Haziran 5). *Thinking Max Huber. 06 05 1919.*

thinkingform.com/2011/06/05/thinking-max-huber-06-05-1919/#/2011/06/05/thinking-max-huber-06-05-1919/

Erişim: 20 Mart 2014

Sagmeister, S. (2012). *Work/Project: Stefan Sagmeister.*

<http://www.sagmeisterwalsh.com/work/project/obsessions-make-my-life-worse-but-my-work-better/>

Erişim: 20 Mart 2014

Scudiero, M. (1990s). *The Italian Futurist Book.*

<http://www.colophon.com/gallery/futurism/>

Erişim: 20 Mart 2014

SEGD. (2010). *Content: Urban Tales Shadow Typography: SEGD.*

<http://segd.org/content/urban-tales-shadow-typography>

Erişim: 20 Mart 2014

Smith, J. (2009, September 10). *Design discussions: April Greiman on technology.*

<http://idsqn.org/posts/design-discussions-april-greiman-on-technology/>

Erişim: 20 Mart 2014

Türk Dil Kurumu. (2000). *Türk Dil Kurumu.* (T.C. Başbakanlık Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Türk Dik Kurumu)

<http://www.tdk.gov.tr/>

Erişim: 20 Mart 2014

Türkçe Bilgi: Türkçe Genel Başvuru ve Bilgi Sitesi(2004-2014). *Ansiklopedi: CMYK*

<http://www.turkcebilgi.com/ansiklopedi/cmyk>

Erişim: 8 Mart 2014

Tanamachi, D. (2011). *Tanamachi Studio.*

<http://tanamachistudio.com>

Erişim: 20 Mart 2014

Taylor, R. (n.d.). *J. Bradbury Thompson*.

<http://www.cre8vty.com/DesignNow/2012/02/21/j-bradbury-thompson/>

Erişim: 20 Mart 2014

Teknoloji Defteri. (n.d.). *İnternet Bağımlılığı Nedir İnternet Bağımlılığının Tedavisi: Teknoloji Defteri*.

<http://teknolojidefteri.com/internet-bagimliligi-nedir-internet-bagimliliginin-tedavisi.html>

Erişim: 20 Mart 2014

Van Dyk, S. H. (2013, February 20). *Object of the Day*.

<http://www.cooperhewitt.org/object-of-the-day/2013/02/20/back-futurists>

Erişim: 20 Mart 2014

Voyatsiz, C. (2008, Eylül 19). *YATZER - Category/Design: One Day Poem Pavilion*.

<http://www.yatzer.com/One-day-poem-Pavilion>

Erişim: 20 Mart 2014

Whitaker, L. (2011, Eylül 26). *What is Design for Print*.

<http://l-whitaker1013-dc.blogspot.com.tr/2011/09/what-is-design-for-print.html>

Erişim: 20 Mart 2014

Wilson, J., & Scheibel, D. (2011, Mayıs 6). *Shaz Madani: Arctic Paper: Strictly Paper*.

<http://strictlypaper.com/blog/2011/05/shaz-madani-arctic-paper/>

Erişim: 20 Mart 2014

Winter, J. (2014). *Gemma O'brein: Jacky Winter*.

<http://jackywinter.com/artists/gemma-obrien/>

Erişim: 20 Mart 2014

Yu, A. (2013, Bahar). *REDEFINING SPACE: how editorial design has changed in a multi-platform age*.

<http://www.strikingly.com/redefining#redefining-space-how-editorial-design-has-changed-in-a-multi-platform-age>

Erişim: 20 Mart 2014

ÖZGEÇMİŞ

Ad, Soyad: Betül Uslu Özkan

Doğum yeri ve yılı: İzmir, 1978

Yabancı Dil: İngilizce

Eğitim: Yüksek Lisans

Yüksek Lisans: 2006, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Grafik Anasanat Dalı, “1980 Sonrası Tipografik Tasarımda Deneysel Yaklaşımlar”.

Lisans: 2001, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Bölümü

Lise: 1996, İzmir Anadolu Güzel Sanatlar Lisesi

İş tecrübesi: 2002-2014, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Bölümü, Araştırma Görevlisi

Ödüller: İzmir Ekonomi Üniversitesi Logo Tasarımı, Mansiyon Ödülü.

Seçilmiş Sergiler:

2013, 27 Şubat – 16 Mart Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Öğretim Elemanları Sergisi, İş Sanat Galerisi, İzmir.

2012, Haziran, Şiddetin Sosyal Dinamiklerinin Anlaşılması ve Önleyici Stratejiler Geliştirilmesi Uluslararası Sempozyumu Sergisi, Erzurum.

2004, Fransa’nın Mirabel kasabasında düzenlenen PleinAir Uluslararası Sanat Kampı ve Sergisi (Almanya-Darmstadt ve Fransa-Mirabel).

2003, Almanya’nın Nürnberg şehrinde Albrecht Dürer’in 100. Yılı Anma Etkinlikleri Kapsamında Albrecht Dürer Gessellschaft’da “Art Letters” sergisi.

Seçilmiş Tasarımlar:

2014, Şubat, DEÜNİDER logo tasarımı.

2013, Mamma Café mekan giydirmesi “LOVE”, “Mustache” ve “Lip”.

2013, Mart, Neda İsmail Atar, “Koli Yapıtlar” sergi afişi ve davetiyesi.