

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
GRAFİK ANASANAT DALI
Yüksek Lisans Tezi

**YERELLİK VE SÖZLÜ KÜLTÜR KAVRAMLARININ
TİPOGRAFİK TASARIM BAĞLAMINDA İRDELENMESİ VE
BİR UYGULAMA PROJESİ**

Hazırlayan
Melis OMay

Danışman
Prof. Dr. Hacı Yakup ÖZTUNA

İzmir - 2020

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
GRAFİK ANASANAT DALI
Yüksek Lisans Tezi

**YERELLİK VE SÖZLÜ KÜLTÜR KAVRAMLARININ
TİPOGRAFİK TASARIM BAĞLAMINDA İRDELENMESİ VE
BİR UYGULAMA PROJESİ**

Hazırlayan
Melis OMay

Danışman
Prof. Dr. Hacı Yakup ÖZTUNA

İzmir - 2020

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Yerellik ve Sözlü Kültür Kavramlarının Tipografik Tasarım Bağlamında İrdelenmesi ve Bir Uygulama Projesi” adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

08/07/2020

Melis OMAY



TUTANAK

Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü' nün ..10.... / ..07.... / 2020 tarih ve ...17.. sayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisanüstü Öğretim Yönetmeliği' nin 9. maddesine göre Grafik Anasanat Dalı Yüksek Lisans öğrencisi Melis OMA Y'ın "Yerellik ve Sözlü Kültür Kavramlarının Tipografik Tasarım Bağlamında İrdelenmesi ve Bir Uygulama Projesi" konulu tezi incelenmiş ve aday 29 / 07 / 2020 tarihinde, saat 13:00.'da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra ..60.... dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anasanat dallarından jüri üyelerine sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin ..basarılı..... olduğuna oy ...birleşti..... ile karar verilmiştir.

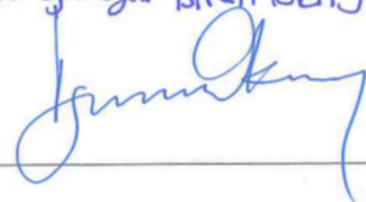


BAŞKAN
Prof. Dr. Hacı Yakup ÖZTUNA

ÜYE

Doç. Tugla GÜNER


ÜYE

Dr. Öğr. Üyesi İsmail OKAY


ÖZET

Yerellik günümüzde her ne kadar ikinci plana atılmış gibi görünse de toplumların kendi benliklerini oluşturmada göz ardı edilemez bir olgudur. Globalliğin ön planda olduğu dünyada hala her ülke kendi kültürel özelliklerini taşımakta ve devam ettirmektedir. Üretilen eşyalar, kullanılan araç gereçler, oluşturulan tasarım ve sanat eserleri ilerleyen teknolojiyle birlikte artık başka bir boyuta geçmiş olsa da, ilk çağdan günümüze gelişen örnekleri hep yerellik izleri taşımaktadır. Tezin birinci bölümü içerisinde yapılan araştırmada yerellik, kültür, sözlü kültür ve görsel kültür kavramları incelenmiştir. Yerelliğin ve içerisinde barındırdığı sözlü kültür ve görsel kültür kavramlarının sanat ve tasarım üzerine olan yansımaları ortaya konmuştur.

Tezin ikinci bölümünde, ülkelerin kendi yerellikleri içerisinde geliştirdikleri tipografik yaklaşımlar incelenmiştir. Bu nedenle araştırma, tipografide yerelliğin belirgin biçimde görülebildiği ülkelerle sınırlandırılmıştır. Konu, kendi kültürlerini açık bir şekilde tipografisine yansıtan Batı ve Doğu toplumlarından belirli ülkeler seçilerek desteklenmiştir. Seçilen ülkelerin, kültürlerinin ve alfabelerinin tipografi stillerine yansımış biçimleri gözlemlenmiştir. Batı ve Doğu'nun tipografik üslupları incelenerek, her ülkenin farklı bir konuda eğilim gösterdiği ve tipografide farklı bir noktayı ön plana çıkardığı görülmüştür.

Üçüncü bölümde ise oluşturulan yerel tipografik stillerin, dünyanın içerisinde bulunduğu bilimsel ve teknolojik gelişmelerle birlikte değişim sürecine girdiği gözlemlenmiştir. Yeni neslin, bağlı oldukları ülkelerin tipografik standartları dışına çıkma eğilimi göstermesi, özellikle Postmodernizm akımıyla birlikte ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda günümüzde bilgi ve tasarım çağıyla birlikte gelişen bilgisayar teknolojisi, tipografinin yeni tasarım alanlarına kavuşmasını sağlamıştır. Böylece yeni nesil, hem kendi yerelliğinden bağımsız tipografik üslup seçimine hem de tipografisini bilgisayar ortamında hareketlendirebileceği yeni tasarım alanlarına kavuşmuştur.

ABSTRACT

Although the locality seems to have been second-placed today, it is a phenomenon that cannot be ignored in the way societies form their own selves. In the world where globality is at the forefront, every country still carries and maintains its own cultural features. Although the produced goods, the tools used, the design and the artworks have developed to another dimension with advancing technology, the examples that have developed from the early ages to the present have always been traces of locality. In the research conducted in the first part of the thesis, the concepts of locality, culture, verbal culture and visual culture were examined. The reflections of locality and the concepts of verbal culture and visual culture on art and design have been revealed.

In the second part of the thesis, the typographic approaches developed by countries within their localities are examined. For this reason, the research is limited to countries where localization can be clearly seen in typography. The way in which selected countries, their cultures and alphabets are reflected in typographic styles has been observed. By examining the typographic styles of the West and East, it was found that each country tended to a different subject and brought to the fore a different point in typography.

In the third section, it is observed that the local typographic styles created have undergone a process of change with the scientific and technological developments in the world. The tendency of the new generation to fall outside the typographic standards of the countries to which they are affiliated, especially with the current of Postmodernism, has emerged. At the same time, computer technology, which has developed with the age of information and design today, has enabled typography to acquire new design areas. Thus, the new generation gained both the choice of typographic style independent of its own locality and the new design areas where it could mobilize its typography in the computer environment.

ÖNSÖZ

Yerellik, geçmişten günümüze tüm toplumları derinden etkileyen ve toplumların kendilerine ait geleneklerinin oluşumunda katkı sağlayan bir kavramdır. Toplumların ortaya koydukları ürün, sanat ve tasarımsal öğelerin oluşumunda yerellik kavramı temel unsur olarak yerini almıştır. Bu bağlamda, grafik tasarımın önemli bir dalı olan tipografinin yer aldığı toplumların yerelliklerinden etkilenmemiş olması söz konusu değildir. Tipografinin yerellekle olan bağlantısı göz önünde bulundurulduğunda, her toplumun kendi kültürel birikimi ve bakış açısını tipografik bir stilde ortaya koyduğu görülmektedir. Bu nedenle “Yerellik ve Sözlü Kültür Kavramlarının Tipografik Tasarım Bağlamında İrdelenmesi ve Bir Uygulama Projesi” adlı tez çalışması araştırılmaya değer bir konu olarak görülmüştür. Araştırmalarım esnasında bana yol gösteren ve desteklerini esirgemeyen danışman hocam Prof. Dr. Hacı Yakup Öztuna’ya içten teşekkürlerimi sunarım. Tez yazımı esnasında yabancı kaynakların çevirisinde bana yardımcı olan Mert Omay’a ve Yiğit Vural’a, benden bugüne kadar desteklerini esirgemeyen sevgili aileme, tezimi okuyup yazım hataları konusunda yardımcı olan canım anneme ve ben çalışırken yanımda uyuyarak bana destek olan sevgili köpeğim Snoopy’e içten sevgi ve teşekkürlerimi sunarım. Bu zorlu ve yorucu sürecimde bana destek olan ve beni güldürebilen dostlarıma en içten teşekkürlerimi sunarım.

İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ.....	ii
TUTANAK.....	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
ÖNSÖZ.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
RESİM LİSTESİ.....	ix
GİRİŞ.....	1

1. BÖLÜM

YERELLİK KAVRAMI İÇERİSİNDE SÖZLÜ VE GÖRSEL KÜLTÜR

1.1. Yerellik Kavramının Tanımlanması ve Sözlü Kültür.....	6
1.1.1. Bir Kültür Ögesi Olarak Yerellik.....	6
1.1.2. Sözlü Kültür ve Yerellik İlişkisi.....	9
1.2. Yerellik Kavramı İçerisinde Sözlü ve Görsel Kültür İlişkisi.....	13
1.2.1. Görsel Kültür Kavramı.....	13
1.2.2. Sözlü Kültür Bağlamında Görsel Kültür ve Dil İlişkisi.....	17
1.2.3. Yerellik ve Görsel Kültür İlişkisinin Sanat ve Tasarım Üzerine Yansımaları.....	21

2. BÖLÜM

YERELLİK KAVRAMININ TİPOGRAFİ GELENEKLERİ ÜZERİNE YANSIMALARI

2.1. Batı Toplumlarının Oluşturduğu Tipografi Gelenekleri.....	40
2.1.1. Rus Tipografisinde Yerellik.....	40

2.1.2. Alman Tipografisinde Yerel Yaklaşımlar.....	62
2.1.3. İsviçre Tipografisinde Grid Sisteminin Gelişimi.....	83
2.2. Doğu Toplumlarının Oluşturduğu Tipografi Gelenekleri.....	106
2.2.1. İran Tipografisi Kaligrafi Sanatı.....	106
2.2.2. Çin Tipografisinde Kaligrafi Geleneği.....	119
2.2.3. Japon Tipografisinde Yerel Yaklaşımlar.....	132

3. BÖLÜM

POSTMODERNİZM VE DİJİTAL ÇAĞIN YEREL TİPOGRAFI ÜZERİNE YANSIMALARI

3.1. Postmodern Tipografiden Tasarım Çağına Yerellik.....	153
3.1.1. Postmodern Tipografinin Tasarım Yaklaşımları.....	153
3.1.2. Bilgi ve Tasarım Çağında Yerellikten Çokkültürlülüğe Geçiş.....	174
3.2. Uygulama Projesi.....	185
3.2.1. Dil ve Yerellik Kavramı Doğrultusunda Uygulama Projesine Bakış....	185
3.2.2. İzmir Yerelinde Seçilen Mekanların Sözlü Kültür Bağlamında İrdelenmesi.....	185
3.2.3. Proje Tasarım Süreci.....	186
SONUÇ	199
KAYNAKÇA	201
ÖZGEÇMİŞ	

RESİM LİSTESİ

Resim 1	: Çay Toplayan Karadeniz Halkı ve Yerel Ortamları	7
Resim 2	: Sözlü Kültürden Doğan Dede Korkut Hikayeleri	10
Resim 3	: Türkçe İçinde Bölgesel Dil Kullanımı	12
Resim 4	: 600 Yıl Öncesi Baskı Tekniğiyle Yapılan Tokat Yazması.....	14
Resim 5	: Bursa Keles İlçesi Yörük Köyü Genelensel Giysi Örneği	16
Resim 6	: Mısır Hiyeroglif Örneği.....	23
Resim 7	: Güney Hindistan Duvar Resmi Örneği.....	23
Resim 8	: Expo Shanghai UK Pavilion, 2010.....	25
Resim 9	: Love for a Farmer's Wife, Utamaro, 1795.....	27
Resim 10	: Fransa, H. Toulouse Lautrec, Moulin Rouge, 1891.....	28
Resim 11	: İngiltere, Eugene Grasset, Harpers Magazine.....	29
Resim 12	: Peter Behrens, Sayfa Tasarımı, 1901.....	30
Resim 13	: Lay's Türkiye Reklam Kampanyası, 2015.....	32
Resim 14	: Coca Cola Türkiye Reklam Kampanyası, 2019.....	33
Resim 15	: McDonald's Noel Tasarımı, 2008.....	33
Resim 16	: McDonald's Asya Reklam Kampanyası.....	34
Resim 17	: McDonald's İslam Ülkeleri Reklam Görseli.....	35
Resim 18	: Snickers Türkiye Reklam Kampanyası, 2011.....	36
Resim 19	: Moskova İşçiler, Köylüler ve Kızıl Ordu Milletvekilleri Sovyeti Aylık Dergisi no. 11, 1930.....	42
Resim 20	: Gustav Klutss ve Solomon Telingater, Artist Brigade (Sanatçı Tugayı), 1931.....	43
Resim 21	: El Lissitzky ve Ilya Ehrenburg, Objekt, 1922.....	44
Resim 22	: Kazimir Malevich, Siyah Kare 1913.....	45
Resim 23	: Kazimir Malevich, 0.10 Sergisi 1915.....	45
Resim 24	: Vladimir Mayakovsky, Duvar Gazetesi No. 49.....	46
Resim 25	: Alexei Gan, Konstruktivizm Kitap Tasarımı, 1922.....	47
Resim 26	: El Lissitzky, Beyazlara Kızıl Kamayla Vur 1920.....	47
Resim 27	: El Lissitzky, Proun'ların Yer Aldığı Albüm Kapağı, 1922.....	48

Resim 28 : El Lissitzky, Altı Farklı Yapıdaki İki Kare Üzerine Süprematist Öykü, 1922.....	49
Resim 29 : El Lissitzky, Toplama, Çıkarma, Çarpma ve Bölme, 1928.....	50
Resim 30 : El Lissitzky, Dlya Golosa, 1922.....	51
Resim 31 : El Lissitzky ve Hans Arp, Kunstismus Kapak Tasarımı, 1925.....	52
Resim 32 : El Lissitzky ve Hans Arp, Kunstismus İç Sayfa Tasarımı, 1925.....	52
Resim 33 : Alexander Rodchenko, Rus Devlet Havayolu Şirketi Afiş Tasarımı, 1923.....	53
Resim 34 : Alexander Rodchenko, Rus Devlet Havayolu Şirketi Afiş Tasarımı, 1923.....	53
Resim 35 : Alexander Rodchenko, Kino Glaz, 1924.....	54
Resim 36 : Alexander Rodchenko, Mayakovsky Gülümsüyor, Gülüyor, Alay Ediyor, 1923.....	55
Resim 37 : Alexander Rodchenko, Lef, 1923-1925.....	56
Resim 38 : Alexander Rodchenko, Pro Eto, 1923.....	57
Resim 39 : Alexander Rodchenko, Mess Mend, 1924.....	58
Resim 40 : Alexander Rodchenko, Kino-fot, 1922.....	59
Resim 41 : Solomon Telingater, Kirsanov has the Right of Word, 1930.....	60
Resim 42 : Solomon Telingater, CA. Çağdaş Mimarlık, 1930.....	61
Resim 43 : Rudolf Koch, Bir Alman Yazısı Giriş Sayfası, 1910.....	63
Resim 44 : Joseph Sattler, PAN, 1895.....	65
Resim 45 : Hans Christiansen, Jugend, 1897.....	65
Resim 46 : Koloman Moser, Ver Sacrum, 1898.....	66
Resim 47 : Alfred Roller, Ver Sacrum 1. Sayı Kapak Tasarımı ,1898.....	67
Resim 48 : Thomas Theodor Heine, Simplicissimus Kapak Tasarımı,1896.....	68
Resim 49 : Joost Schmidt, Bauhaus Sergisi İçin Afiş, 1923.....	69
Resim 50 : Josef Albers, Vorkurs Eğitimleri, 1926.....	70
Resim 51 : Vorkurs Tasarımları, 1926.....	70
Resim 52 : Walter Gropius, Bauhaus Ders Programı Şeması, 1922.....	70
Resim 53 : Herbert Bayer, Banknot Tasarımı, 1923.....	71
Resim 54 : Herbert Bayer, Universal Alphabet, 1925.....	72

Resim 55 :	Herbert Bayer, Uygulamalı Sanatlar Sergisi Afişi, 1927.....	73
Resim 56 :	Josef Albers, Elements Yazı Karakteri Tasarımı Ve Eskiz Çalışması,1926.....	74
Resim 57 :	Moholy-Nagy, Pneumatik, 1923.....	75
Resim 58 :	Moholy-Nagy, Malerei Photographie Film, 1925.....	75
Resim 59 :	Moholy-Nagy, Malerei Photographie Film, 1925.....	76
Resim 60 :	Herbert Bayer, Staatliches Bauhaus in Weimar Kitap Kapağı Tasarımı, 1925.....	77
Resim 61 :	Moholy Nagy, Staatliches Bauhaus in Weimar, 1925.....	77
Resim 62 :	Students to Work, Anonim Afiş 1937.....	79
Resim 63 :	Fraktur Yazı Karakteri.....	79
Resim 64 :	Lideri Takip Et, Anonim Afiş.....	80
Resim 65 :	Leonid, Tüm Almanya Lideri Halkın Radyosu ile Dinledi, 1936.....	81
Resim 66 :	Richard Klein, Büyük Alman Sanat Sergisi, 1937.....	81
Resim 67 :	Der Wahre Jacop, 1932.....	82
Resim 68 :	Hugo Ball, Karawane, 1916.....	84
Resim 69 :	Hugo Ball, Cabaret Voltaire, No: 1, 1916.....	85
Resim 70 :	Tristan Tzara, Dada 1, 1917.....	86
Resim 71 :	Tristan Tzara, Dada 2, 1917.....	86
Resim 72 :	Tristan Tzara, Dada 3, 1918.....	87
Resim 73 :	Tristan Tzara, Dada 4-5, 1919.....	87
Resim 74 :	Raoul Hausmann, “ABCD”, 1923.....	88
Resim 75 :	Kurt Schwitters, Merz, 1922.....	89
Resim 76 :	Ernst Keller, Rietburg Müzesi, 1955.....	91
Resim 77 :	Ernst Keller, Rasyonel Bina İnşaatı Afişi, 1931.....	91
Resim 78 :	Theo Ballmer, Büro, 1928.....	92
Resim 79 :	Theo Ballmer, Norm, 1928.....	92
Resim 80 :	Max Bill, Form, 1952.....	93
Resim 81 :	Max Bill, Form İç Sayfa Tasarımları, 1952.....	93
Resim 82 :	Richard Paul, Neue Ausstellungsgestaltung, 1954.....	94
Resim 83 :	Richard Paul, Bauen+Wohnen, 1948.....	94

Resim 84 :	Emil Ruder, Typographie, 1957.....	95
Resim 85 :	Armin Hofmann, Grafik Tasarım El Kitabı, 1965.....	96
Resim 86 :	Armin Hofmann, Giselle, 1959.....	97
Resim 87 :	Josef Müller-Brockmann, Konser Afişi, 1955.....	97
Resim 88 :	Josef Müller-Brockmann, Beethoven, 1955.....	98
Resim 89 :	Josef Müller-Brockmann, Der Film, 1960.....	99
Resim 90 :	Josef Müller-Brockmann, Carlo Vivarelli, Neue Grafik, 1958.....	100
Resim 91 :	Siegfried Odermatt, Kunstgewerbe Museum, 1982.....	101
Resim 92 :	Rosmarie Tissi, City-Drick AG, Zürich, 1958.....	101
Resim 93 :	Adrian Frutiger, Universe, 1957.....	102
Resim 94 :	Akzidenz Grotesk, 1898.....	103
Resim 95 :	Max Bill, Die gute Form, Detay 1949.....	103
Resim 96 :	Helvetica, 1957.....	104
Resim 97 :	Nasta'îlîq Tipografik Stili Örneği	107
Resim 98 :	F. Kourkehabadi, Afiş Tasarımı, 2007.....	110
Resim 99 :	B. Sayfourî, Afiş Tasarımı, 2003.....	111
Resim 100:	M. Ehsaee, Afiş Tasarımı, 2004.....	111
Resim 101:	Donald Zamanzada, Afiş Tasarımı, 2007.....	112
Resim 102:	Mohammad Aesai, İran Film Festivali, 1991.....	113
Resim 103:	Mas'ud Najabati, Rus Sanatçılar Sergisi, 2005.....	114
Resim 104:	Yahya Pakdel, Shizhay Duyurusu, 2007.....	115
Resim 105:	Reza Abedini, The Letter of Cinema The Truth, 2002.....	116
Resim 106:	Reza Abedini, Mehran Mohajer Afiş Tasarımı, 2004.....	117
Resim 107:	Reza Abedini, Workshop Afiş, 2003.....	117
Resim 108:	Akbar Jokharchi, Batı Kültürünün Oluşumunda Doğu Kültürel Etki Bildirgesi.....	118
Resim 109:	Chen-Shu Stili Kaligrafi Örneği.....	120
Resim 110:	Tongrentang Logo Tasarımı	121
Resim 111:	Mao Zedong Propoganda Afişi.....	123
Resim 112:	Qian Jun-tao, Shenshi Şirketi 10. Yılı Afişi, 1930.....	125
Resim 113:	Qian Jun-tao, Özel Kaiming Yazışma Okulu, 1930.....	125

Resim 114:	Henry Steiner, Jade Creations Logo, 1972.....	126
Resim 115:	Henry Steiner, Hong Kong Print Awards, 2000.....	126
Resim 116:	Kan Tai-keung Afiş Tasarımı, 1977.....	127
Resim 117:	Alan Chan, Hello Hong Kong Afiş, 1987.....	128
Resim 118:	Freeman Lau, Love of Nature, 1996.....	129
Resim 119:	Wang Xu, Çince Karakterler Afişi, 1995.....	130
Resim 120:	Hanyi Font Deposit.....	131
Resim 121:	Kanji Alfabetiyle Nihon Shoki, MS 720.....	134
Resim 122:	Toyohara Kunichika, Tokugawa Shoguns Eşleri, 1889.....	135
Resim 123:	Ekanban Örneği, 1860.....	136
Resim 124:	Meiroku Zasshi, No 10, 1874.....	136
Resim 125:	Yanase Masamu, Japon Çiçeklerin Problemleri, 1920.....	137
Resim 126:	Minchō Font Seti.....	138
Resim 127:	Yajima Shūichi, Modern Japon Harf Tasarımları, 1926.....	139
Resim 128:	Yajima Shūichi, Tasarım Harfleri Anatomisi, 1926.....	140
Resim 129:	Tomoyoshi Murayama, Mavo 9, 1925.....	141
Resim 130:	Yumeji Takehisa, 1931.....	142
Resim 131:	Takashi Kono, Lady & Beard, 1930.....	143
Resim 132:	Takashi Kono, Gençlik Filminin Resimleri, 1931.....	144
Resim 133:	Hara Hiromu, Mankenler Sergisi Afiş, 1935.....	144
Resim 134:	Hara Hiromu, Fotoğraf Yarışması Afişi, 1935.....	145
Resim 135:	Ikko Tanaka, Kanze Noh Theatre 1953.....	146
Resim 136:	Hoshiba Kunikazu, Kohib Dağı Turizmi Afiş Tasarımı.....	147
Resim 137:	Suzuki Hachiro, Apple Reklamı.....	148
Resim 138:	Ryuichi Yamashiro, Brüksel Dünya Fuarı, 1954.....	148
Resim 139:	Morisawa Font Corporation Afiş Tasarımı.....	149
Resim 140:	Rosmarie Tissi, Basın İlanı, 1985.....	155
Resim 141:	Steff Geissbuhler, Geigy İlaç Şirketi Broşür, 1965.....	155
Resim 142:	Wolfgang Weingart, Typografische Monatsblätter, 1941.....	156
Resim 143:	Wolfgang Weingart, Kunstcredit, 1977.....	157

Resim 144:	April Greiman, Jayme Odgers, California Sanat Enstitüsü Afiş Tasarımı, 1978,	158
Resim 145:	April Greiman, Design Quarterly, 1986.....	159
Resim 146:	Katherine McCoy, Cranbrook Sanat Akademisi Lisansüstü Programı Afiş, 1989.....	159
Resim 147:	Jeffery Keedy, LACE, 1988.....	160
Resim 148:	P. Scott Makela, Cranbrook Design: The New Discourse Afiş, 1990.....	161
Resim 149:	David Crow, Trouble, 1986.....	162
Resim 150:	Neville Brody, The Face.....	163
Resim 151:	Neville Brody, The Modern Jazz, 1986.....	163
Resim 152:	David Carson, Ray Gun, 1980.....	164
Resim 153:	David Carson, Ray Gun, Morrissey, 1994.....	165
Resim 154:	David Carson, Beach Culture.....	165
Resim 155:	Jonathan Barnbrook, Virus, 1999.....	166
Resim 156:	Jonathan Barnbrook, Illustration Now, 1992.....	167
Resim 157:	Warren Lehrer, French Fries, 1984.....	168
Resim 158:	Martin Woodtli, Langnau Jazz Nights Afiş.....	168
Resim 159:	Stefan Sagmeister, AIGA Detroit, 1999.....	169
Resim 160:	Zuzana Licko Emperor, Oakland ve Emigre Fontları, 1985.....	170
Resim 161:	Donald Knuth, Metafont, 1987.....	171
Resim 162:	P. Scott Makela, Dead History Font, 1990.....	171
Resim 163:	Jeffery Keedy, Keedy Sans, 1990.....	172
Resim 164:	Neville Brody, FF Blur Font, 1992.....	173
Resim 165:	Me Company, Army of Me, 1995.....	175
Resim 166:	Tomi Vollauschek, Unfolded, 1999.....	176
Resim 167:	Loca Records Brighton, Gravita.....	177
Resim 168:	David Small, Talmud, 2007.....	177
Resim 169:	Lisa Strausfeld, Financial Viewpoint, 2002.....	178
Resim 170:	Lisa Strausfeld, Millennium Project.....	179
Resim 171:	Kyle Cooper, Spider-Man, 2007.....	179

Resim 172:	Tomato, Trainspotting, 1996.....	180
Resim 173:	Why Not Associates, Profile, 2002.....	181
Resim 174:	Peter Cho, IBM.....	182
Resim 175:	Audi Reklam Filmi, 2005.....	183
Resim 176:	John Maeda, Morisawa.....	183
Resim 177:	12 Parçayı Oluşturan Afiş Tasarımları, İkili Gösterim.....	187
Resim 178:	12 Parçayı Oluşturan Afiş Tasarımları, İkili Gösterim.....	188
Resim 179:	12 Parçayı Oluşturan Afiş Tasarımları, İkili Gösterim.....	188
Resim 180:	Dokulu Harf Kullanımı ve Fotoğraf Kullanım Örneği.....	189
Resim 181:	Afiş Tasarımlarında Kullanılan İllüstrasyonlar.....	189
Resim 182:	Fotoğraf Kullanım Örnekleri.....	190
Resim 183:	Palamut Tipografi Tasarımı.....	190
Resim 184:	Sardalya Tipografisi ve Soru İşareti Tasarımları.....	191
Resim 185:	Afiş Detay, Diyalog Örneği Tipografi Tasarımı.....	191
Resim 186:	Sardalya ve Hamsi Temalı Afişler.....	192
Resim 187:	Afiş Detay, Diyalog Örneği.....	193
Resim 188:	Afiş Detay, Mani Örneği.....	193
Resim 189:	Afiş Detay, Katmanlı Tipografi Kullanımı ve Diyalog Örneği.....	194
Resim 190:	Afiş Detay, Katmanlı Tipografi Kullanımı ve Diyalog Örneği.....	194
Resim 191:	12 Parçalık Afiş Tasarımı, Genel Görünüm.....	195
Resim 192:	Kitapçık Kapak Tasarımı.....	196
Resim 193:	Kitapçık, İç Sayfa Tasarımı.....	196
Resim 194:	Kitapçık, İç Sayfa Tasarımları.....	197
Resim 195:	Video İçeriğinden Kesitler.....	198

GİRİŞ

Yerellik, kültürler ve oluşturdıkları eserler için göz ardı edilemez bir olgudur. Toplumların yaşayış biçimlerini ve ortaya koydukları çalışmaları etkileyen yerellik kavramı, sanat ve tasarım üzerinde de etkisini göstermiştir. Toplumlar ürettikleri eserleri ve tasarımları yaşadıkları yerelin değerlerine ve kültürel unsurlarına göre şekillendirmişlerdir. Bununla birlikte, bir toplumun niteliklerinin oluşumunda, sözlü kültürün katkısı yadsınamaz bir olgudur. Toplum mitlerini ve öykülerini, sözlü kültürleri sayesinde sonraki nesillere aktarmaktadır. Araştırmanın asıl konusu olan tipografi üzerinde yerellik ve sözlü kültürün katkıları incelenmiş ve çeşitli sonuçlar elde edilmiştir. Her toplumun kendi kültürü ve dilini, oluşturdıkları tipografik çalışmalara aktardığını görmek mümkündür. Günümüzde ise bilim ve teknolojinin gelişimi, yaşamın her alanına yansıdığı gibi, tipografi üzerinde de bir takım değişim ve gelişimlere neden olmuştur.

Birinci bölümde yerellik kavramı tanımlanarak; toplum, yerellik ve kültürün birbirini etkileyiş biçimleri vurgulanmıştır. Ayrıca sözlü ve görsel kültür kavramları da incelenerek yerellekle olan ilişkisi ortaya konmuştur. Bölüm sonunda, tezin araştırma amacına yardımcı olması nedeniyle, yerellik, sözlü kültür ve görsel kültür kavramlarının sanat ve tasarım ile ilişkisine değinilmiştir. Bu nedenle tezin ana konusu olan “tipografide yerelliğe” değinmeden önce, genel olarak grafik tasarımda yerel örnekler gözlemlenmiştir. Daha global bir bakış açısı elde etmek için ise grafik tasarımın mecrası olan reklamcılık sektöründe, dev markaların yerel reklam kampanya örnekleri incelenmiştir. Araştırmalar sonucunda markaların, hedefledikleri ülkedeki insanlara ulaşabilmek için o ülkenin yerelliği ve görsel kültürüne atıfta bulunacak çalışmalar ortaya koydukları görülmüştür.

İkinci bölümde, tezin asıl konusu olan tipografide yerellik bağlamında, tipografi stilleri en belirgin ülkeler seçilerek tasarım yaklaşımları incelenmiştir. Literatür incelemesi; Batıda Rus, Alman, İsviçre, Doğuda ise İran, Çin ve Japon tipografisindeki yerel yaklaşımların incelenmesi biçiminde sınırlandırılmıştır. Bunun nedeni; bu

Ülkelerin oldukça belirgin yerel tipografik stiller ortaya koymaları ve kendi geleneksel kültürlerini net bir şekilde tasarımlara yansıtma larıdır. Böylece tipografide yerellik kavramı doğru örnekler aracılığıyla incelenmiş, ülkelerin kendi sosyo-kültürel ve siyasi yaşamlarının tasarımsal tercihlere olan yansımaları görülmüştür.

Bu yerel tipografik stillerin Batı ve Doğu olarak iki ana başlık altında gruplandırılmasının nedeni; karşılaştırmalı bir biçimde tipografi geleneklerinin incelenmesi ve sonucun sunulmasıdır. Çünkü Batı ve Doğu, kendi yerellikleri ve alfabeleri doğrultusunda farklı tipografik yaklaşımlara sahip toplumlardan oluşmaktadır. Batının alfabe özellikleri ile Doğunun alfabe özellikleri oldukça farklı yapılar a sahiptir. Bu yapılar da onlara tipografi uygulamalarında çeşitli yöntemler ve olanaklar sağlamıştır. Ülkelerin tipografik üslupları incelenerek, her ülkenin farklı bir konuda eğilim gösterdiği ve tipografide farklı bir noktayı ön plana çıkarttığı görülmüştür.

nc bölümde, Postmodernizmle birlikte yerel tipografi uygulamalarından uzaklaşılması ve bilgisayar teknolojisindeki gelişimelerin tipografi üzerine yansımaları incelenmiştir. Yerel tipografik yaklaşımlarla oluşturulan tipografi, günümüzde de artık teknolojiyle birlikte birçok uygulama alanına kavuşmuştur. Video ve animasyonlarda, film ve film jeneriklerinde bilgisayar programlarının desteğiyle hareketlenen tipografi, yine iki boyutlu çalışmalarda da yerellikten uzak yaklaşımlar göstermektedir. Özellikle günümüzde, Postmodernizm ve Bilgi çağıyla birlikte tasarımcı, üretim hızına, tasarımsal çeşitliliğe, istek ve yönelimlerini sınırsız bir biçimde ortaya koyma özgürlüğüne kavuşmuştur.

Tezde yapılan araştırmalar sonucunda, belirli bir yerel ve o yerele ait bulguların, içeriği biimlendirilil şekli ortaya konmuştur. Bu nedenle uygulama projesi, sözlü kültür ve yerellik bağlamında İzmir ile sınırlandırılmıştır. İzmir’de seçilen bir mekan iesindeki sözlü kültürel veriler, tipografi aracılığıyla yapılan afiş tasarımlarına yansıtılmıştır. Böylelikle sözel kültürdeki ifadelerin tasarıma olan yansımaları incelenmiş, yerellik bağlamında ses, mekan ve iletişim biçimleri deneyimlenmiştir.

Tasarımın içeriği seçilen mekanın sözlü kültürel verileri ile şekillendirilmiştir. Ayrıca seçilen mekana gönderme yapacak görsel ve renk kullanımı sağlanmıştır.

Günümüzde pek çok ülke, yerel yaklaşımları bırakarak global tasarım biçimlerine doğru yöneliş göstermektedir. Üretilen çalışmalarda da yerellikten uzaklaşıp, tipografi ve tasarımın kimliksizleşmesi sorunuyla karşılaşmıştır. Bu nedenle tezin amacı; ülkelerin geliştirdiği yerel tipografik stilleri inceleyerek, bu doğrultuda günümüzde yerellik kavramının geldiği noktayı ve tasarımcının yerellik kavramına olan bakış açısını ortaya koymaktır. Yerel tipografinin zaman içerisindeki dönüşüm ve gelişimini gözlemleyerek, teknolojik ilerlemeler sonucunda yerel yaklaşımların geldiği noktayı irdelemektir. Ayrıca yerel tipografik stillerin, ülkelerin tarihi ve siyasi durumlarını gözeterek, ortaya koydukları tasarımsal tercih ve yaklaşımları incelemektir. Yerel tipografinin geçmişten günümüze geldiği durumu ve bu bağlamda globalleşen dünyanın yerellik algısını sunmaktır. Böylelikle geçmiş ile günümüzün tasarım anlayışı arasında köprü kurarak, dün ve bugünün tipografi tarzındaki seçimlerin nedenleri algılanabilmektedir.

1. BÖLÜM
YERELLİK KAVRAMI İÇERİSİNDE SÖZLÜ VE GÖRSEL KÜLTÜR

1. BÖLÜM

YERELLİK KAVRAMI İÇERİSİNDE SÖZLÜ VE GÖRSEL KÜLTÜR

İnsanoğlu çağlar boyunca bir arada yaşamış, üretmiş, insan ilk önce kendi varlığını sürdürürken sonraları toplumun ve bölgesinin varlığını sürdürmek için uğraşmıştır. Belirli bir bölgede üreyip çoğaldıkça, gelişip büyüdükçe ülke olma yolunda ilerlemiştir. Gelişim süreci içerisinde daima kendisini ve yaşadığı yerin özelliklerini aktaracağı birçok uğraş edinmiştir. İşte yerellik kavramı tam da burada karşımıza çıkmaktadır. Belirli bir bölgeye ait tüm özellikleri içerisinde barındıran yerellik, yüzyıllardır süregelen bir olgudur. O yer ile ilgili tarihi ve siyasi geçmişi yansıttığı gibi, gelenek görenek, yaşayış biçimi ve ürettiği ürünlerin de özelliklerinin şekillenmesini sağlamaktadır. Yerli halkın yaşadığı ortam ve oluşturduğu toplulukla beslenen yerellik, her ülke için biricik olma özelliği taşımaktadır.

Tüm bu süreçler içerisinde kendisini pekçok alanda gösteren yerellik kavramı kimi zaman bir ninni olarak, kimi zaman da bir desen, bir tasarım olarak karşımıza çıkmıştır. Kendisini var eden tüm etkenler; kültürel birikimler, sözlü, yazılı ve görsel tüm kavramlarla gelişmiş ve günümüze kadar varlığını sürdürmüştür. Ülkelerin tarihi ve sosyal hayatlarını şekillendirerek dönemsel akımlar ve olgular yaratmıştır. Toplumların kendi içlerinde oluşturdukları sözlü kültürle yakından ilişkili olan yerellik, sözlü kültürü beslediği gibi ondan da beslenmiştir. Sözel ifadelerle oluşan konuşma biçimleri ve hikayeler o yerele ait özellikler barındırır. Yerellik kavramının net bir şekilde görüldüğü ve gelişiminde katkı sağlayan önemli bir diğer öge ise görsel kültürdür. Eski çağlardan beri toplumlar, kendi görsel kültürünü oluşturan tüm nesne, el işi ve sanatsal çalışmalarına yerel öğeler katmıştır. Bu da yerellik kavramının devamlılığını sağlamış, dönemler içerisindeki gelişimi bu kavramlar üzerinden incelenmiştir.

1.1. Yerellik Kavramının Tanımlanması ve Sözlü Kültür

1.1.1. Bir Kültür Ögesi Olarak Yerellik

Yerellik kavramı yerli ve yerel gibi birçok ögeyi içerisinde barındırması nedeniyle önce bu kavramlarının incelenmesi gerekmektedir. Yerli; kendisi ve kendisinden önceki neslinin ikamet ettiği yerde doğmuş ve orada yaşayan kişi şeklinde ifade edilmektedir. Bu nedenle oturduğu yer ve çevre onun hem maddi hem de manevi özelliklerini besleyici niteliktedir. Kişi yaşamını sürdürdüğü ortamla bir bağ kurmuştur ve çevresinin kendi manevi özelliklerinin oluşumunda etkisi olduğunun farkındadır. Bir bölgenin yerlisi olmak o kişinin; gelenek göreneklerini, kültürünü, düşünce biçimini, kişisel zevklerini, tasarıma ve sanata olan bakış açısı ve ortaya koyuş biçimini derinden etkilemektedir (Esen, 2011: 7).

Türk Dil Kurumu Türkçe sözlükte bulunan tanıma göre yerel *“Belirli bir yer ile ilgili olan mahalli, mevzii, lokal”* olarak ifade edilirken, yerli *“Yurt içinde yapılan veya bir yurdun kendine özgü niteliklerini taşıyan”* şeklinde yer almaktadır. Yerel tanımından yola çıkarak belirli bir bölge içerisinde, o yere ait niteliklerin belirtildiği lokasyon sonucuna varılmaktadır. Bu bağlamda yerellik mekansaldır. Belirli bir mekan içerisindeki insanların kültürel, yaşamsal ve üretimsel ifadesidir. Yerli sözcüğünün ise; hem yerel ortamda üretilen kültürel bir ürünü hem de o bölgede yaşayan kişileri belirttiği görülmektedir (Türk Dil Kurumu, 1998: 2437-2439).

“P. Dickens'e göre, yerellik, insanların birbirleriyle, fiziksel çevreleriyle ve onların deneyimlerini nasıl şekillendirdiğini nasıl ele aldıklarını bağdaştırmak anlamına gelir. Yerel, belirli bir alanı kullanan kişiler arasındaki sosyal ilişkiler ve karşılıklı bağımlılıklar ile karakterize edilir” (Korff, 2003: 9).

Yerel kişinin yaşamında iki şekilde yer almaktadır. Bunlardan ilki yerli kişilerin yaşadığı mekan olarak ifade edilen ortamdır. Kişi yerel kavramı içerisinde yaşadığı ortamla varlığını sürdürmekte ve yaşadığı ortamı kendi yereli olarak benimsemektedir. Ortam kişinin yerelliği tanımlaması ve ifade etmesi bakımından oldukça önemlidir.

İkincisi ise diğer kişilerle birlikte oluşturduğu insan topluluğudur. Yerel bir ortam içerisinde yaşayan bir toplum olmadan var olamaz. Aynı ortamda ve bir arada yaşayan insan toplulukları yerli halkı oluşturmaktadır. Birlikte aynı kültürü ve tarihi taşıması bakımından yerli halk, yerelliğin destekliycisi ve nesilden nesile aktarılmasını, sanat ve tasarım gibi belirli öğelere yansımalarını sağlamaktadır (Resim 1) (Tekel, 2009: 168-171).



Resim 1: Çay Toplayan Karadeniz Halkı ve Yerel Ortamları

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/>

“Günümüzde oluşmakta olan yerelliği kavramak bakımından genellikle iki tür yaklaşım görülmektedir. Bunlardan birincisinde yerel, küreselin karşıtı olarak ele alınmaktadır. Küresel olan kapital, mal, imaj vb. akımların olduğu mekandır. Bir kimliği yoktur ve kimliksizleştiricidir. Bu sınır dinlemeyen akımlar yerele girmekte ve onu dönüştürmektedir. Bunun karşısında olan yerel kültürel, otantik ve kimliği olandır. Günlük dilimizde yerel sözcüğü kullanıldığında çoğu kez durağanlığı, değişme içinde olmamayı, dış dünya ile ilişki içinde bulunmamayı da içeren bir anlam aktarılmak isteniliyor” (Tekel, 2009: 168).

Bir bölgede yerelliği ortaya koyan kişiler belirli tarih ve kültür birikimi sayesinde geçmiş yaşam ile günümüz arasında köprü kurmayı ve bütünleştirmeyi sağlamaktadır. Bu nedenle bir yere ait olan kişi o yerin din, davranış biçimi, kültür, ahlak, sanat ve tasarımsal özelliklerini taşıyan bir bütün olma özelliği taşımaktadır. Kişi aynı zamanda kültürün ve yerellik özelliğinin taşıyıcısı konumundandır. Kültürlerin ve inançların nesilden nesile akıtılmasında yerellik ve yerli kişinin önemli oldukça büyüktür. Toplumun yerellik özelliği gündelik yaşantıda kazanılan ve gündelik yaşantıda var olan bir olgu özelliği taşımaktadır (Ozan, 2004: 504).

Böylelikle yerelliğin sadece belirli bir kültürü değil, o kültüre ait insanların da var olmasını sağladığı görülmüştür. Kültürün oluşumunu etkileyen yerellik kavramının sadece onu şekillendirmediği, içerisinde yaşayan insanların da yaşayış biçimini etkilediği sonucuna ulaşılabılır.

Sosyoloji biliminin de yakından ilgilendiği yerellik ve yerelleşme ilişkisi aynı zamanda bir devleti oluşturan ulusun kültür ve davranış biçimlerine de yansımaktadır. Siyasi, sosyal, sanatsal ve düşünsel kavramların ortaya konuş şekline ve biçimine yön vermektedir. Tüm bu bağlamlar göz önünde bulundurulduğunda yerellik kavramına etki eden çokkültürlülük, yer duygusu, yer kimliği, diğer kültürlerin farklılığı gibi olgularla karşılaşılmaktadır. Özellikle günümüzde yerellik kavramı globalleşme nedeniyle başlı başına bir tartışma konusudur. Çünkü teknoloji ve bilimin ilerlemesiyle birlikte saf bir yerellilik artık söz konusu olmaktan uzaktır (Ersoy, Şengül, 1998: 137).

Yukarıdaki paragrafta anlatıldığı gibi yerellik özellikle günümüzde çokça tartışılan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Teknolojik gelişmelerle birlikte artık daha global bir dünya içerisinde yaşamaktayız. Bu nedenle ülkeler için hala önemini korusa da, içerisinde yaşayan toplumların kendi yerelliklerini belli bir boyutta devam ettirdiği gözlemlenmektedir.

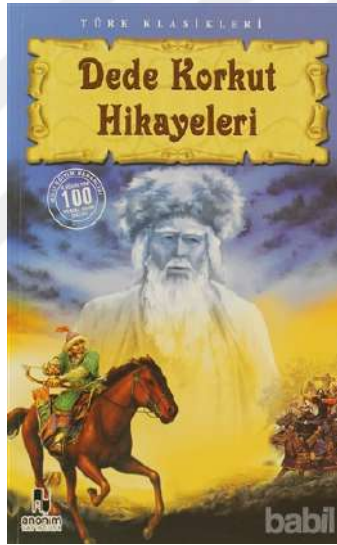
1.1.2. Sözlü Kültür ve Yerellik İlişkisi

Kültür, tüm toplumlar için varlığını sürdürmekte olan bir kavramdır. Sözlü kültürü beslemiş, içerisindeki nitelik ve niceliklerin dil ile buluşmasını sağlamıştır. Bu nedenle sözlü kültür, yerellik kavramının içeriğinin şekillenmesinde de oldukça etkilidir. Sözlü kültürün besleyicisi olan kültür kavramı; kişi tarafından öğrenilen, devam ettirilen ve kişinin içerisinde yaşadığı insan topluluğuna yayılan bir niteliktir. Öğrenilen bir kavram olduğundan, kişilerin belirli bir yerellik çerçevesinde edindiği gelenek ve davranışlar topluluğun tamamını kapsamaktadır. Her kültür devamlılığını korumaya çalışmakta, bir sonraki nesle aktarma amacı taşıması bakımından birbiriyle benzer özellikler göstermektedir (Güvenç, 1979: 103).

“Kültür sözcüğü Cultura'dan geliyor. Latince'de, Colere, sürmek, ekipbiçmek; Cultura ise Türkçedeki ekin karşılığında kullanılıyordu. Culture sözcüğü XVII. yüzyıla kadar Fransızca'da aynı anlamda kullanıldı. İlk kez ünlü Voltaire, Culture sözcüğünü, insan zekasının oluşumu, gelişimi, geliştirilmesi ve yüceltilmesi anlamında kullanmıştır. Sözcük buradan Almanca'ya geçmiş ve 1793 tarihli bir Alman Dili Sözlüğünde Cultur olarak yer almış. Etnolog G. Klemm İnsanın Genel Kültür Tarihi adlı on ciltlik eserinde Cultur sözcüğünü uygarlık ve kültürel evrim karşılığında kullandı. Sözcük buradan, İspanyolca, İngilizce ve Slav dillerine geçti” (Güvenç, 1979: 96).

Kültürler kalıplaşmış öğreti ve davranış biçimlerini içerisinde barındırır. Bu nedenle kişiler o kültürden kopamaz, öğretilerinin dışına çıkamazlar. Zorunlu aidiyet duygusu zaman zaman kişileri bunaltsa da bu döngü kimsenin müdahale edebileceği bir durum değildir. Kültürler oluşumlarını oldukça uzun bir süreçte ve yüzyıllar öncesinde tamamlanmıştır. Bu nedenle kalıplaşmıştır ve değiştirilmesi oldukça zor bir olgudur. İçerisinde birçok bileşeni barındırır ve aynı zamanda bir yerellik simgesidir. Bir toplumun din, dil, tarih, sanat, mitoloji, bilim ve felsefesiyle beslenerek ortaya çıkarttığı özgün oluşum kültür olarak ifade edilmektedir (Özlem, 2008: 204).

Sözlü kültür, dil aracılığıyla yerel kültürün ifade ediliş biçimi ve aktarılış şeklinin bir yansımasıdır. Kişi yaşadığı çevreyi, ürettiği nitelik ve niceliği somut bir olgu haline getirerek devamlılığını sağlamıştır. Kişilerin ortaya koydukları düşünce, davranış biçimi ve sözlü iletişim kültürle derin bir bağa sahiptir. Bu birleştirici ve bütünleştirici güç en çok dilden beslenmektedir. Toplumun oluşturduğu geleneksel hikaye ve şarkılar dil aracılığıyla oluşan sözlü kültür sayesinde aktarılmış, sanata ve tasarıma, yerel el işlerine yansımıştır (Resim 2) (Kaplan, 2003: 30-83). Bu anlatılardan yola çıkılarak bir yere ait olan ve konuşulan dilin kültürün vazgeçilmez bir parçası olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Yerellikle harmanlanan sözlü kültürün, birçok anlatıda kendisini göstermiş olduğu günümüzdeki örneklerde dahi gözlemlenebilmektedir.



Resim 2: Sözlü Kültürden Doğan Dede Korkut Hikayeleri,

Kaynak: <https://www.babil.com/>

Dil ilk olarak kişilerin iletişimde kullandıkları sözsel bir araç durumunda karşımıza çıkmaktadır. İnsanlık yazı henüz icat edilmediği dönemlerden beri sözlü iletişim kurmaktadır. Dil, oluşumunu ve gelişimini yıllar öncesinde tamamladığından, günümüzde kullanıma hazır bir şekilde karşımıza çıkmaktadır. Kişilerin duygu ve düşüncesini aktarmada, kendisini ifade etmede en temel olgu olan dil, yazı sisteminin gelişimiyle birlikte yazılı olarak da karşımıza çıkmaktadır (Aksan, 2006: 15).

“Yazı ve matbaa kavramlarının varlığını bile bilinmeyen, iletişimin yalnız konuşma dilinden oluştuğu kültürleri birincil sözlü kültür olarak nitelendirdim. Buna karşılık günümüz ileri teknolojisiyle yaşantımıza giren telefon, radyo, televizyon ve diğer elektronik araçların sözlü nitelikleri, üretimi ve işlevi önce yazı ve metinden çıkıp sonra konuşma diline dönüştüğü için ikincil sözlü kültürü oluşturur. Kelimelerin temeli sözlü iletişimde bulunur” (Ong, 1995: 25).

Sözlü kültürdeki varlığıyla dil, yazılı kültüre göre içerisinde farklılıklar barındırmaktadır. Özellikle dilbilim için dil olgusu incelenen ve araştırılan önemli bir konu haline dönüşmüştür. Dilbilimci Saussure’ün araştırmaları ve ortaya koyduğu bilgiler sayesinde dilin sesle olan ilişkisi açık bir şekilde gözler önüne serilmiştir. Daha önceleri dilin ses ile olan ilişkisi üzerinde çokça durulmasa da, dil ses ve işitmeden ayrılmaz bir olgudur. Dil insanların yerel ortamlarında varlığını hep sürdürmüş olup, konuşma ve diyalog esnasında meydana çıkan seslerden ayrı düşünülmesi söz konusu olamaz. Çünkü dil ses ile temellendirilmektedir (Ong, 1995: 19).

Saussure ayrıca ne olursa olsun iletişim için konuşmanın vazgeçilemez bir unsur olduğunu ifade etmiştir. Sözlü kültür, iletişimsel yönünden dolayı toplumbiliminden ayrılmaz bir bütündür. Bu nedenle bir yerin yazılı kültürünün araştırmasında önce sözlü kültür üzerinden gidilmektedir. Sadece dilbilimci Saussure değil, antropolog Jack Goody ve edebiyat tarihçisi Ian Watt da sözlü kültürle ilgili incelemelerde bulunmuştur. Jack Goody ve Ian Watt çalışmalarında; sözlü kültüre, dilin gelişimine, sözlü kültürün ve dilin sanat ve tasarım üzerindeki etkilerine, tüm bu olguların tarih ve kişiler üzerindeki yansımalarına yer vermişlerdir (Yörür, 2013: 2).

Sözlü kültür ve dil içerisinde yerel bölgelerin ağız, şive ve lehçe ayrımları da büyük önem taşımaktadır. Her yerel bölgenin sözcük ve söyleyiş biçimleri farklılıklar göstermektedir. Bu nedenle bu kavramlara değinmek sözlü kültür ve yerellik ilişkisini anlamada önemlidir. Özellikle kendi dilimize bakıldığında Türk dilinin ağız, şive ve lehçe bakımından oldukça zengin olduğu görülmektedir (Resim 3) (Özden, 2019: 184). Böylelikle bölgeye ait olan sözlü kültürün, o yerelin özelliklerini içerdiği sonucuna

ulaşılmaktadır. Yerellikle şekillenen sözlü kültür tıpkı o kültür gibi biricik olma özelliği taşıması bakımından büyük bir öneme sahip olduğu görülmektedir.

“Bir dilin bölgesel yapısı belirli bölgesel kullanımlar doğrultusunda incelenmektedir. Doğu Anadolu Ağzları, Orta Anadolu Ağzları vb. Türkçe içindeki bölgesel kullanımlardır; Erzurum, Van, Muş vb. ağzı, Doğu Anadolu Ağzları içindeki yerel kullanımlarla; Akara, Nevşehir, Sivas vb. ağzı da Orta Anadolu Ağzları içindeki yerel kullanımlara örnek verilebilir” (İmer, 1990: 47).

- **Gaziantep** ağzı: **Böyün** ne **çabih** gettin. (Bugün ne çabuk gittin.)
- **Trakya** ağzı: **Abe kızan** çok ses çıkariyo **beya**. (Çocuk ne kadar çok ses çıkariyor ya!.)
- **Kastamonu** ağzı: **Depcem deyon depemeyon**. (Vurcam diyorsun vuramıyorsun.)
- **Karadeniz** ağzı: Daha **yenu celdum** da. (Daha yeni geldim.)

Resim 3: Türkçe İçinde Bölgesel Dil Kullanımı, Kaynak: <https://eodev.com/gorev/>

Kişilerin dili söyleyiş biçimleri yaşadıkları bölgeye göre farklılıklar gösterebilmektedir. Yaşadıkları yerel bölgeye göre kullandıkları sözcük ve ifade ediş biçimleri de farklılaşmaktadır. Bu da kişilerin sözcükleri söyleyiş biçimine yansımaktadır. Sesbilimi ve sesbilgisi kavramları tam da bu aşamada devreye girmektedir. Yerellik kavramının, dolayısıyla kültürün, sözlü kültüre, dil kullanımına ve bölgeye göre ifade ediliş biçimlerine olan yansıması bu şekilde gözle görülür kılınmıştır. Bir toplum aynı topraklar üzerinde yaşasa da, yerellik içerisinde görülen kültür farklılıkları dile yansımaktadır (Önem, 2011: 58-62).

Anlatılardan yola çıkılarak yerelliğin sözlü kültür kavramını ne denli etkilemiş olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Öyledir ki kişilerin yaşamış olduğu yerel bölgeye göre şekillenmiştir ve kendi biricik özelliklerini göstermektedir. Her kültürün olduğu gibi her kültüre ait sözlü kültürün de niteliksel özelliklerinin topluma olan yansımaları gözle görülür boyutta olmuştur.

1.2. Yerellik Kavramı İçerisinde Sözlü ve Görsel Kültür İlişkisi

1.2.1. Görsel Kültür Kavramı

Görsel kültür, bir kültürün sanata ve tasarıma olan yansımasıdır. Bu nedenle yerellik ve kültür kavramlarından beslenmekte, yerelliğin niteliksel bağlamda ifade ediliş biçimini oluşturmaktadır. Toplumdan topluma, kültürden kültüre farklılıklar barındırmaktadır. Özellikle Batı Avrupa kökenli araştırma ve geliştirme yöntemlerine sahip olan görsel kültür, akademik alanda kendisini göstermektedir. Akademik eğitimlerde resim, mimari, tasarım ve heykel gibi alanların çalışma alanı içerisinde bulunan görsel kültür, güzel sanatlarla harmanlanmış bir olgudur. Güzel sanatlar görsel kültür kavramını incelemekte, içerik doğrultusunda yeni çalışma yöntemleri üretmektedir (Jenks, 1995: 16).

“Birçokları için görsel kültür, bir dizi disiplin yardımından ve akademik müfredattan elde edilen nispeten yeni bir çalışma alanı olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle, köklü bir disiplin olmaktan ziyade, disiplinler arası bir eğilime sahip geniş bir araştırma alanı haline gelmiştir. Böylelikle, sosyal ve tarihsel olarak belirlenmiş insan yapıları olarak imajı, vizyonu ve görseelliği anlamaya çalışan farklı bilimsel, sanatsal ve hümanist alanlardan gelen akademisyenleri kapsar” (Sarmiento, Campos, 2014: 1).

Kişi oluşturduğu yerel, sanatsal ve tasarımsal tüm çalışmalara görsel kültürü de yansıtmaktadır. Bu nedenle, bir toplumun üretmiş olduğu çalışmaların incelenmesi sonucunda, o toplumun görsel kültürü hakkında fikir edinilebilir. Görsel kültür aynı zamanda kişilerin zevklerine ve estetik algılarına müdahale eden bir tutum içerisinde. Estetik, görsel kültürün sanatsal bir boyut kazanmasında önemli bir etkidir (Resim 4) (Barnard, 2010: 29). Oluşturulan tasarımlarda yerellikle birlikte kişisel birikimlerin yansımaları gözle görülür boyuttadır. Aynı zamanda kişinin kendi yerelini yorumlayış biçiminin de ne denli önemli olduğu görülmektedir. Bunun en güzel örnekleri bir bölge içerisinde oluşturulan el işlerinde biçimlenmiştir.



Resim 4: 600 Yıl Öncesi Baskı Tekniğiyle Yapılan Tokat Yazması,

Kaynak: <https://www.aa.com.tr/tr/yasam/>

Görsel kültür kendi içerisinde üç temel özellik barındırmaktadır. Dil ve şekillerle ifade edilen görsel kültür, ortak amaçlar doğrultusunda bir araya gelmiş insan topluluğuna hitap etmektedir. Sonuç olarak bu topluluğa hitap eden temel görsel bir dil yaratılmıştır ve bu durum özelliklerden ilkinin oluşturmaktadır. Diğer temel özellik, kişilerin yaşadıkları kültürel, sosyolojik ve psikolojik ortamın etkisidir. Bu süreçte kişilerin algısı da oldukça önemli bir rol oynar. Üçüncü özellik ise kişilerin içerisinde bulunduğu toplumun gelişmişlik düzeyi ile ilgilidir. Bir ülkenin teknolojik ve sosyo-ekonomik düzeyindeki gelişmişlik seviyesi, o ülkenin görsel kültürünü etkileyen ve katkı sağlayan etmenler arasındadır. Bu üç temel özellik aynı zamanda toplumların yaşayış biçimlerini de etkileyen olgulardır (Sarmento, Campos, 2014: 2).

Dünya farklı kültürel ve yerel özelliklere sahip bir çok toplumu barındırır. Bu nedenle her toplumun görsel kültür özellikleri ve görsel kültüre olan bakış açısı birbirinden farklılık göstermektedir. Kültür biriciktir ve özgündür. Bu farklılık nedeniyle ünlü akademisyen ve yazar Raymond Williams, görsel kültürü bir çeşit “gösterge sistemi” olarak ifade etmiştir. Gösterge sistemi sayesinde bir toplumun geçmişi ve yaşam tarzı hakkında fikir sahibi olunmaktadır. Bu bağlamda görsel kültür, içerisinde bulunduğu toplumun tarihi ve sosyolojik süreçlerini de inceleyen bir kavram olarak görülmektedir (Barnard, 2010: 35).

“W.J.T Mitchell, 1995 yılında yazdığı Görsel kültür nedir? makalesinde disiplinler arası bir disiplin olarak görsel kültürün, görsel olanı analiz etmek ve açıklamakla ilgilenen diğer alanlar açısından karmaşık ve çok şeyi etkileyebilen birçok iddiada bulunur” (Barnard, 2010: 80).

Görsel kültür, kişilerin kendini ifade ediş ve ortaya koyuş biçimlerini de etkilenmektedir. Bunun oluşumunda toplumun manevi değerleri önemli bir yer tutar. Görsel kültürün niteliksel özelliklerini belirler, örneğin bir kişinin dövmesinin veya dans biçiminin içeriğini şekillendirmektedir. Bir yerele ait geleneksel giysi ve el işleri o toplumun görsel kültürü hakkında bilgi sunmaktadır. Ayrıca görsel kültür öğelerinin yapılış biçimleri de sınıflandırılarak incelenen konular içerisinde yer almaktadır. Bir eşyanın yapılış yöntemi o eşyanın görsel kültürü ile ilgili ip uçları vermektedir (Barnard, 2010: 145).

Somut bir örnek olarak Türk görsel kültürü içerisindeki geleneksel ve kültürel eşyalara bakıldığında, görsel kültürün ürünlerin tasarımına yansıdığı görülmektedir. Özellikle el yapımı giysi ve halı çalışmalarında kullanılan renk ve motifler yapıldıkları dönemin içeriğini yansıtmaktadır. Geleneksel kıyafetlerde renk ve görsellik oldukça önemsenmiştir. Yer yer dini sembollerin de yer aldığı motifler, yine dini inanış ve toplumsal değerlerle oluşturulan çeşitli eşyalar üretilmiştir. Ayrıca ürettikleri giysilerde coğrafi koşullara uygunluk da göze çarpmaktadır (Resim 5). Her bölgenin kendisine ait oluşturduğu geleneksel giysilerde kullanılan desenler ve renklerin de çeşitlilik göstermiş olduğu gözlemlenmiştir. Sıcaklık ve soğukluk gibi etkenlerin de giysilerin biçimlerini ve kullanılış şekillerini etkilediği görülmüştür. Üzerlerinde yer alan çeşitli süsleme ve takılar da yörelerin yine kendi içlerinde biçimlendirdikleri zanaatlarının birer yansıması niteliğindedir.



Resim 5: Bursa Keles İlçesi Yörük Köyü Genelensel Giysi Örneği,

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/>

1.2.2. Sözlü Kültür Bağlamında Görsel Kültür ve Dil İlişkisi

Görsellik ve dil hep bir arada varlığını sürdüren iki kavram olmuştur. Fakat görme duyusu konuşma duyusundan her zaman için biraz daha öndedir. Çünkü bizler doğumdan itibaren öncelikle görme duyusunu kullanmakta ve çevremizi gözlemlemekteyiz. Konuşma ve sözlü iletişim kişinin daha sonra geliştirdiği bir olgudur. Bu bağlamda görsellik kavramına bakıldığında kişinin gözlem kabiliyeti sonucunda ortaya koyduğu bir oluşum olduğu görülmektedir. Hem toplumsal hem de kültürel bağlamda gözlem, görsellik ve dil birbiriyle iç içe geçmiş kavramlar olarak varlıklarını sürdürmektedirler (Jenks, 1995: 1).

Görsellik bilinenin aksine sözlü kültürle oldukça yakından ilişkilidir. Fakat dilden önce gelişen bir olgu olduğundan tarihte ilk örnekler hep görsel anlatılar şeklinde görülmektedir. İlk çağlardan bu yana gelmiş olan oldukça eski kalıntılarda, mağaralarda, fresklerde, heykelerde, mimari yapılarda hep görsel bir anlatı göze çarpmaktadır. Kişi sözcüklerden önce gördüğü ve yaşadığı olayları el emeğiyle görsel bir şekilde ifade etmektedir. Günümüzde ise pek çok görsel ve sözlü kültürün yani dilin birlikte kullanım mecrası oluşturulmuştur. Bunların en önemlileri grafik tasarım alanı içerisinde yer almaktadır (Tversky, Chow, 2017: 78).

“İnsanlığın başlangıcından bu yana her çağ kendini özgün bir dille ifade etmiştir. Antik çağ efsanelerin, söylencelerin ve mitsel anlatımların çağı olmuştur. Bu çağın egemenliğinde anlam, söz ve onun kurallarıyla oluşturulmaktaydı. Ortaçağ’da söziün uçuculuğuna karşın yazının kalıcılığı otoritenin ve gücün simgesi haline gelmişken; Aydınlanma çağıyla gelişen edebi anlatım ve matbaanın icadı, yazılı dilin özgürlüğünü de beraberinde getirmiştir. Yazı; o dönemde anlam ve anlatımın kurulmasında mutlak egemen iken, teknolojinin hızla gelişmesiyle önce fotoğraf makinesinin, ardından sinema ve televizyon gibi hareketli görüntüleri saptayan araçların icadıyla, dünya imgelerin ve görsel kültürün kendine özgü kurallarıyla açıklanabilecek hızla akıp giden bir sürecin içine girmiştir” (Parsa, 2004: 1).

Görme ve dil ilişkisinin gözlemlenebildiği en temel olgulardan biri de okuma ve yazma kabiliyetidir. Gözlem sonucunda ortaya çıkan bilgiyi başka bir yöntemle anlatma ihtiyacı hisseden insanlık, simgesel bir sistem olan dili icat etmiştir. Üretim ve ikili ilişkilerin gelişiminde farklı bir boyuta ulaşılmış, iletişim kavramı gelişmiştir. Görsel kültür kavramı imgeler ve dilin bir arada kullanıldığı bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Geçmişten günümüzde görsel kültür kavramı oldukça önemsenen ve ön planda tutulan bir olgudur. Özellikle günümüzde görsel ve sözlü kültür kavramlarının gelişimi en üst noktalara taşınmıştır (Parsa, 2004: 2).

Oldukça eski hatta tarih öncesi yaşantılarda, okuma ve yazmanın henüz varlığının keşfedilmediği dönemlerde, kişi zihnindeki görselliği ve çevresindeki olayları hep anlatma ihtiyacı hissetmiştir. El emeğiyle ürettiği herşeye bunu yansıtan insanoğlu olayları önce kendi iç dünyasında özümsemiş, daha sonra da el emeği sonucunda oluşturduğu ürüne yansıtmıştır. Hep bir iletişim amacıyla oluşturulan çalışmalara sonraları dil ve yazı dahil olmuştur. Bu açıdan bakıldığında aslında görsel kültür ve sözlü kültürün gelişimi insanlığın ürettiği eserlerden rahatlıkla gözlemlenebilmektedir (Parsa, 2004: 2).

Ünlü yazar Roland Barthes da geçmişten günümüze görsel kültür, sözlü kültür ve dil gelişimini inceleyen çalışmalar gerçekleştirmiştir. Barthes, 1600’lü yıllardan önce iletişimde yoğun olarak görsel ifadenin yoğun olduğunu belirtmiştir. Kendisini ilk olarak gösteren sözlü kültürün ve dilin mitolojik hikayelerde ve kutsal kitaplarda yer aldığını ifade eden Barthes, özellikle sözlü kültürün insan toplulukları için oldukça önemsendiğini dile getirmiştir. Yaşadığımız bilgi çağında ise görüntü, ses, görsellik, sözel aktarım ve metin bir arada iç içe kendisini sunmaktadır (Kress, Leeuwen, 2006: 18).

“İnsanoğlu’nun en evrensel buluşudur dil ve kuramsal olarak sonsuz sayıda dil olasılığı bulunurken, günümüzde 2500-6000 dolaylarında dilin konuşulduğu öngörülmektedir. Evrendeki bu insana özgü en güçlü iletişim aracı, birbirlerinden kültürel engellerle ayrılan pek çok dünyayı yaratıp biçimlendirmektedir. Sözel anlatımın kaynağı olan dil, sese dayalı bir olgudur

ve bir kültürün oluşmasında en başta gelen araçtır. Yeryüzündeki tüm kültürlerin hepsinde ortak biçimde kendine özgü mitolojik öyküleri, masalları gelenekleri, görenekleri, ahlaki değerleri, tarihi, kısaca ortak bilinçleri vardır” (Parsa, 2004: 7).

Her kültür kendi sözlü ve görsel iletişim dilini oluşturduğu gibi yazılı iletişimlerini de kendi kültürü çerçevesinde türetmiştir. Görsel ve sözlü kültür bu nedenle toplumdan topluma, kültürden kültüre farklı olma özelliği taşımaktadır. Oluşan dilin yazılı olarak ifade edilmesi ise insanlığın tarihini ve kültürünü kayıt altına almadaki en önemli buluşlarından biridir. Sözlü ve görsel kültürün bu yöntemle kaydedilmesi toplumların kültürel, dini ve ticari özellikleri hakkında da bilgi edinilmesini sağlamaktadır. Dilin bu yöndeki gelişimi bu bağlamda büyük önem teşkil etmektedir. Fakat şu göz ardı edilmemelidir ki sözlü ifadenin dil ile yazılı bir ifadeye dönüşmesi yine bir görsel olgu taşımaktadır (Kress, Leeuwen, 2006: 21).

Yukarıdaki anlatılardan yola çıkılarak sözlü ve görsel kültürle birlikte, gelişimini sonradan tamamlayan yazılı kültürde yerellik kavramının açık bir şekilde etkisi gözlemlenmektedir. Yerelliğin etkilediği sözlü kültür yazılı kültür sayesinde kalıcılığını günümüze kadar koruyabilmiştir. Sözlü kültürün yazı ile birlikte görsel bir nitelik kazanmış olması yadsınamaz bir durumdur. Bu da bizlere bu kavramların birbirleri üzerindeki tamamlayıcı ve kalıcı etkilerini göstermektedir.

Görsel kültür ve dil kişilerin toplum içerisinde yaşadığı iletişim ve olaylardan etkilenecek gelişmiştir. Bu nedenle dilin gelişiminde dilbilimin incelenmesi ve dilbilimsel olarak yapılacak açıklamalar büyük önem taşımaktadır. Dilin içerisinde yer alan anlamlar ve kavramlar, dilin içerisinde bulunduğu çevre ve kültürle doğrudan ilişkilidir. Fakat görsel kültür ve sözlü kültür her zaman tamı tamına aynı şeyi ifade edemez ve anlatamaz. İletişim yollarının ve içeriğinin farklı oluşu onları anlatımsal bakımdan daha farklı yollara götürmektedir (Kress, Leeuwen, 2006: 2).

Yaşadığımız çağda iletişim çok farklı mecralar ve araçlarla gerçekleştirilmektedir. İçerikler hem görsel hem de yazılı ve sözlü olarak sunulmaktadır. İçerik sunumunda kullanılan görsel ve dil kullanımı oldukça büyük önem taşımaktadır. Fransız filozof Derrida dil, yazma ve görsellik ile ilgili düşüncelerini yaptığı çalışmalarda belirtmiştir. Derrida'ya göre kişilerin konuşmalarını ve olayları kayıt altına almak için geliştirilen dil ve yazma eylemi bir süreçtir. Ve bu süreç içerisinde yazma eylemi kendisini tekrarlamaktadır. Yazma eylemine eşlik eden ses ve görsellik ise bir süre sonra varlığını sonlandırır yazıya eşlik edemez. Yazı bu eylemleri somutlaştırmakta ve saklamaktadır (Mirzoeff, 2002: 89).

Çağımızda içerikler görsel, yazılı ve sözlü olarak oluşturulmakta ve sunulmaktadır. Birbiriyle iç içe kullanılan bu olgular iletişimin temel özelliğini oluşturmaktadır. Oluşan sözel ifadeler metinlere ve görsel anlatıya dönüşmektedirler. Görsellik ve dil ile içerikler iletilmekte, kişilere ve toplumlara sunulmaktadır. İlk çağlardan günümüze kadar süren kişinin kendini açıklama, ifade etme ve yaşadığı olayları aktarma isteği en gelişmiş boyutuna ulaşmıştır. Kişiler kendi kültürleri içerisinde, sözel ve görsel kavramları birleştirerek oldukça geniş iletişim seçeneği içerisinde kendilerini ifade edebilmektedirler (Mirzoeff, 2002: 25).

Sözlü kültürün yazı ile birlikte görselleşmiş olması tabiki görsel kültürün oluşumunu destekeyici bir olgu olmuştur. Fakat insanlık aslında ilk çağlardan itibaren görsel birşeyler üretmekte ve kendisini bu yönde ifade edebilmektedir. Sözlü ve görsel kültürün etkileşimi ile birlikte anlatılar ve ortaya konan çalışmalar farklı bir anlam kazanmış, nesilden nesile aktarım güçlenmiştir. Bu etkileşim sonucunda ortaya çıkan çalışmaların öncekilere oranla daha farklı bir yaklaşım kazandığı gözle görülür boyuttadır. Yereliğin sadece kendi başına değil etkileşimde olduğu bu kavramlarla birlikte tasarımlar üzerine olan yansımaları bir sonraki bölümde daha detaylı şekilde incelenecektir.

1.2.3. Yerellik ve Görsel Kültür İlişkisinin Sanat ve Tasarım Üzerine Yansımaları

Görsel kültür ve tasarım kültürü birbirini besleyen ve iç içe geçmiş iki kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanlığın günümüze gelinceye değin geçirdiği süreç içerisinde bu iki kavram akademik bir dal olarak kabul edilmiştir. Görsel kültür sadece içerisinde bulunduğu toplumun kültürel hareketlerinden değil, aynı zamanda sanat tarihinden de beslenmektedir. Görsel kültürün bu denli geniş çaplı etkisi ve önemi ülkelerce kabul görmüş, özellikle Avrupa ve Amerika’da yer alan üniversitelerde okutulan bir dal olarak yerini almıştır (Julier, 2006: 64).

Özellikle günümüzde tasarım kavramı tüm insanlarca kabul görmüş ve kullanılmakta olan bir olgudur. Görsel kültür birikiminin bir yansıması olan tasarım, ulaşılabilirlik bakımından önceki dönemlere göre kişilere oldukça yakın durmaktadır. Sosyoloji ve kültürel çalışmalarda önemli bir isim olan Scott Lash, kültür kavramının önceki dönemlere göre daha somut olarak karşımıza çıktığını ifade etmiştir. Kültürün görsellikle birleştiğini vurgulayan Lash, yaşamın her yerinde karşılaşılan dokunulabilen, okunabilen, görülebilen herşeyde varlığını sergilediğini dile getirmiştir. Bu nedenle kültür sadece toplumun geleneklerini ifade ediş biçimi olmaktan çıkmış, görsel kültür kavramıyla birlikte tasarıma yansımış bir olgudur. Bir tasarımcının çalışmasını üretmede katkı sağlayan görsel ve düşünsel verilerin tamamıdır. Birçok etkileşime sahip olduğu için kendi içerisinde bilgileri sınıflandırıp, dönüştürüp, sanat ve tasarımın kullanabileceği verilerin oluşumunu sağlamaktadır (Julier, 2006: 67).

Anlatılardan yola çıkılarak; kültürün sanat ve tasarımdan ayrı düşünülmesi söz konusu olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır. Bir toplumun kendi içindeki tüm sanatsal ve kültürel faaliyetleri görsel kültürün bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. Gerçekleştirilen bu etkinlikler doğrultusunda bir yerin yerelliğine ve kültürüne dair bilgiler, ip uçları edinilmektedir. Bir toplum düşünsel yönünü, inanç ve maneviyatını ortaya koyduğu bu tür değerlerle ifade eder ve tanıtır. Bu nedenle kültür, görsel kültür, tasarım ve sanat yerelliğin yansıtıldığı, insani faaliyetleri bir araya getiren kavramlardır.

“Kültüre dayalı yaratıcılık, insanların, özellikle sanatçıların, hayali ya da metaforik düşünebilme, konvansiyonel olarak meydan okuma ve sembolik ve iletişim kurmayı teşvik etme yetenekleriyle bağlantılıdır. Yeni bir vizyon, bir fikir ya da ürün geliştirilmesine izin vermek için konvansiyonları, genel düşünce tarzını kırma kapasitesine sahiptir. Doğası sanat ya da kültürel yapımlarda ifade edilen sanatsal katkıların doğasıyla yakından ilişkilidir. Kültürel ürünler, öznellik ve duygu ile yüklü iletişim araçları olarak, insan türünün kökenine toplumsal yaşamın ifadesi olarak katılmıştır. Kültür temelli yaratıcılık, sosyal inovasyon üretmede kilit rol oynar” (KEA European Affairs, 2009).

Kültürün ve yerelliğin insan yapımı obje ve eserlere yansıdığı tüm dünyaca bilinmektedir. Bunların en belirgin örneklerini Mısır, Yunan, Roma toplumlarının gerçekleştirdiği çalışmalarda, Rönesans ile birlikte oluşturulan eserlerde gözlemlemek mümkündür. Tüm insanlık, kendi kültürel özelliklerini, yerel değerlerini ürettikleri ürünlere yansıtmaktan çekinmemiştir. Üretilen çalışmalarda, yaşanan dönem içerisinde ticaret, göç, din, savaş gibi kavramlardan etkilenildiği de gözlemlenmektedir. Yerel halklar ilk çağlarda kendi kültürlerini yansıttığı çalışmaları, yaşantılarını belgelemek ve gelecek kuşağa bırakmak için oluşturmuşlardır. Bunun en güzel örneklerinden birini oldukça eski dönemlerde gerçekleştirilmiş Mısır hiyerogliflerinde incelemek mümkündür (Philip, 2018: 427). Böylelikle hiyerogliflerin dönem içerisindeki konularla oluşturulması bakımından, o dönemin yerelliği ile ilgili izler taşıdığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Mısırın eski dönemlerinde sıkça karşımıza çıkan bir yazı sistemi olan hiyeroglif, oldukça karmaşık bir yapıya sahiptir. Yüzden fazla farklı simgeden oluşan bu sistem Yunanca iki sözcükten oluşturulmuştur. Hiyeroglif, hem yazı sistemin tamamına hem de her bir simgeye verilen ad olarak karşımıza çıkmaktadır. Oldukça orjinal ve biricik bir yazı biçimi olan hiyeroglif sisteminde konuşma dilinin yazıya başarılı bir şekilde aktarılması sağlanmıştır (Resim 6). Üç farklı ifade ediş biçimi olması nedeniyle de karmaşık bir dile sahip olan hiyeroglifler piktogramları, kişi ve eşya betimlemeleri ve sesi ifade eden şekilleri içermektedirler (Allen J. P., 2010: 2).



Resim 6: Mısır Hiyeroglif Örneği

Kaynak: <http://thinkingmuse.com/egyptian-hieroglyphs/>

Yerelliğin ve toplumsal kültürün yansımaya verilebilecek bir diğer örnek ise Güney Hindistan bölgesinde yer alan duvar resimleridir. O dönem içerisinde yaşayan Cholan krallarının yaptırmış olduğu duvar resimlerinde tarihi olaylar ve etkinlikler konu olarak işlenmiştir. Yerel halkın fiziksel özelliklerinin ve giyiniş biçimlerinin başarılı bir şekilde yansıtıldığı duvar resimlerinde kralların taç takma törenlerinden de sahneler yer verilmiştir. Yerel unsur ve kültürel özelliklerin yansıtılması bakımından Cholan krallarının yaptırmış olduğu duvar resimleri önemli bir yer tutmaktadır (Resim 7) (Philip, 2018: 427).



Resim 7: Güney Hindistan Duvar Resmi Örneği, Kaynak: <https://www.alamyimages.fr/>

Bir toplumun ve kişinin yaşayış tarzını içinde bulunduğu yerellik ve kültürel değerler önemli ölçüde etkilemektedir. Bu, kişinin sosyalleşmesi sonucunda ulaştığı ve benimsediği olguların kendi kültürünü yansıtmaları olarak yorumlanmaktadır. İnsanın en içine kadar işlemiş olan bu durum, tüm yaşamsal faaliyetlerinde görülmektedir. Kişi bu nedenle kendi yerelliğini ve kültürünü farkında olmadan ortaya koyduğu tasarıma yansıtmaktadır. Tasarımcılar geçmişten günümüze kadar olan süreç içerisinde önceden yaşanan ve tecrübe edilen olguları, esinledikleri çalışmalardan edindikleri bilgileri çalışmalarına yansıtmışlardır. Oluşturdukları çalışmalar üzerinde içerisinde bulundukları kültürü ve geçmişten günümüze değin geçirdikleri kültürel iletişimi gözlemlemek mümkündür. Bir tasarımcının yaşadığı çevreye yani yerele ait özellikleri kullanarak çalışmalar üretmesi, geçmişten günümüze kadar varlığını devam ettirmiş ve çeşitli kategorilerde incelenmiş bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Razzaghi, Ramirez, 2005: 2).

“Tasarım ve kültür her zaman yakından ilişkilidir, ancak birçok durumda tasarım, toplumun kültürel bağlamının bir parçası olmaktan ziyade, gerçek kültür ölçüsü olarak gösterilmez. Tasarım, düşünceyi, inovasyonu ve teşebbüsü yakalamak için bir araç haline gelen ve kültür çeşitliliğini sağlamak için yaratılmış, daha büyük bir yaratıcı kültür ticareti sürecinin bir uygulamasıdır” (Carlson, Richards, 2011: 2).

Tasarımın, kültürün bir yansıması ve özellikle günümüzdeki ticari boyutu göz önünde bulundurulduğunda çeşitli çalışmalar incelenmektedir. Özellikle herkes tarafından bilinirlik kazanan ve ülkeler için simge haline gelmiş kültürel çalışmalar, varlıklarını günümüzde de devam ettirmektedirler. Rönesans ile birlikte İtalya’da gelişen resim ve mimari sanatı, Japon ve Çin kültürlerinde görülen geleneksel mimari örnekleri, İngiltere’nin şehir simgesi London Eye, tasarımcı Thomas Heatherwick’in Expo Shanghai adına tasarladığı UK Pavilion, gözlemlenebilecek kültürel oluşumlar arasında yer almaktadır. Tasarımcıların bu tür çalışmaları kültürlerin sembolleşmesinde önemli rol oynamıştır. Özellikle Thomas Heatherwick’in Expo Shanghai için gerçekleştirdiği UK Pavilion, kültürel olarak ilginç bir örnek oluşturur (Resim 8).

İngiltere’de bulunmasına rağmen Çin’in botanik yönünü ve gelenekselliğini vurgulayan, Expo Shanghai’yi anlatan bir bina tasarımı oluşturulmuştur (Carlson, Richards, 2011: 4).



Resim 8: Expo Shanghai UK Pavilion 2010,
Kaynak: <https://www.reddit.com/r/architecture/comments/>

Yukarıda anlatılanlardan yola çıkarak yerelliğin ve kültürün; milletlerin ortak düşünce yapısını, ahlaki değerlerini ve sanatsal görüşlerini ifade ediş biçimlerini etkilediği sonucuna ulaşılmaktadır. Ortak kültür ve ahlak anlayışıyla bir arada yaşayan insan topluluğunun iletişim aracı olan grafik tasarım, oluşumu esnasında yine aynı kültürel değerlerden yararlanmıştır. Bu süreç ilk yıllardan günümüze kadar değişmeden devam etmiştir. Ortak değerler grafik tasarımın kullandığı tipografi, görsel, form ve renklere yansiyarak kendisini göstermiştir.

Bir toplumun kültür ve yaşayış biçimi, görsel kültür anlayışı ve iletişim tarzı, ortaya koyduğu grafik tasarım işlerinden rahatlıkla anlaşılabilir. Görsel kültür formlarının kullanıldığı ve genellikle önceki dönemlerden bu yana iki boyutlu olarak karşımıza çıkan grafik tasarım ürünlerinin içeriklerini oluşturan, metin ve görsel kullanımına oldukça önem verilmiştir. Çünkü iletişimin en temel niteliğinden biri görselliktir ve grafik tasarım içerisinde bulunduğu kültürle görselliği oldukça minimal ve başarılı bir şekilde birleştirmektedir. İletişim, toplum içerisindeki en temel yapı taşı konumundadır. Bu nedenle bir toplum ve o toplumun kültürü için en önemli iletişim

modeli grafik tasarımıdır. Günümüzde tasarımlar her ne kadar teknoloji ve modernite çatısı altında oluşturulsa da kültürel değerlerin varlığı göz ardı edilemez bir olgudur (Oladumiye, Ogunlade, 2014: 30).

Japonların tahta baskı sanatı ukiyo-e, bir ülkenin oluşturduğu ve yerelliğini oldukça başarılı bir şekilde yansıttığı en iyi çalışmaları içerisinde barındırır. Çalışmalarda o dönem içerisindeki tarih ve yaşam şekli oldukça başarılı bir biçimde yansıtılmıştır. Japonya'nın baskı tarihinin de incelenebileceği tasarımlarda, konular önceleri dini içerikliken daha ileriki dönemlerde çeşitlilik kazanmıştır. Geyşa, fahişe, sumo güreşçileri, geleneksel japon tiyatrosu kabuki aktörleri, doğa ve tarihi konular ukio-e baskılarının ana konuları haline gelmiştir. Portrelerin de sıklıkla işlendiği ukiyo-e baskılarında erken dönem tasarımları siyah ve beyaz olarak yapılırken, sonraki yüz yıllarda renk kullanımında artış gözlemlenmiştir. Japon insanının karakteristik özellikleri, yerel giysileri ve yaşam biçimleri mükemmel bir biçimde oluşturulan tasarımlara yansıtılmıştır. Ukiyo-e öncül sanatçıları Kitagawa Utamaro, Katsushika Hokusai ve Harunobu Suzuki Avrupalı birçok tasarımcıyı etkilemiştir. Avrupalı tasarımcıların çalışmalarında Japon baskı sanatının izlerini gözlemlemek mümkündür (Harris, 2011: 10).

Kitagawa Utamaro, çalışmalarıyla Japon baskı sanatı ukiyo-e'nin önemli temsilcilerinden olmuştur. Oluşturduğu çalışmalarında geyşa ve fahişelere yönelik Utamaro, geniş kıvrımlı kumaş tasvirleri ve kullandığı renklerle büyümlü bir atmosfer yaratmıştır. Kadın tiplerini ve kıyafetlerini incelikli bir işçilikle ortaya koyan sanatçı, tarzıyla Japon halkını derinden etkilemiştir. 1790'lı yıllarda öncül sanatçı olarak adını duyuran Utamaro, Budizm'in anlatılarını ve kadın tasvirlerini çekinmeden kullanmıştır. Sanatçı ayrıca oluşturduğu kadın figürlerinde ideal bir güzellik anlayışını ortaya koymuştur (Resim 9). Utamaro'nun kadın figürleri uzun ve abartılı vücut hatları gerçekte örtüşmediğinden başlarda tepki alsa da, şimdilerde bile Japon güzellik anlayışının temelinde yer almaktadır (Goncourt, 2008: 9-18).



Resim 9: Love for a Farmer's Wife, Utamaro 1795,

Kaynak: Goncourt, 2008: 16

Ukiyo-e'nin yerel başarısı onun aynı zamanda yaratıldığı ülkenin adıyla yani Japonya ile anılmasını sağlamıştır. Bu da bir yerele ait olan kültürel özelliklerin sanat ve tasarımla etkin bir şekilde kullanılması sonucunda büyük bir başarı yakalanabileceğini göstermektedir. Günümüzümüzde dahi sanat kitaplarında yerini alan Ukiyo-e, dönemi içerisinde sadece kendi ülkesinde değil birçok Avrupa ülkesinde de etkilerini göstermiştir.

Grafik tasarım içerisinde ele alınan bir akımın, ülkeden ülkeye farklı özellikler gösterdiği görülmektedir. Örneğin; Art Nouveau akımının yoğun olarak işlendiği Fransa, İngiltere, ve Almanya'da, ülkelerin kendi niteliğini yansıtacak şekilde tasarımları oluşturduğu görülmektedir. Fransa Art Nouveau stilini afişlerde daha illüstratif olarak ele almaktadır. İllüstrasyonlar konuları genellikle dans eden kadınlar ve Fransa'nın renkli gece hayatı olup, çok renkli ve dinamik kompozisyonlar söz konusudur. Tipografi daha geri planda tutulup illüstrasyonun destekleyicisi konumundadır. Jules Cheret, Eugene Grasset ve Henri de Toulouse-Lautrec yapmış oldukları çalışmalarla Fransız tarzı Art Nouveau stilini başarıyla yansıtmışlardır (Resim 10) (Bektaş, 1992: 23).



Resim 10: Fransa, H. Toulouse Lautrec, Moulin Rouge, 1891

Kaynak: <https://www.artiummodern.com/urun/1055457/>

İngiltere ise Fransız tarzı Art Nouveau stiline aksine daha sade ve geometrik bir tarz benimsemiştir. Özellikle Glasgow Okulu, stilize ve metaforik anlatım tarzını ön planda tutarak, geometrik formlarla zarif ve az renkli afiş tasarımları oluşturmayı tercih etmiştir. Afiş yapısı uzamış, uzun ince çizgi kullanımı birbirine daha yakın tipografi ve görsel kullanımı çoğalmıştır. İllüstrasyonlarda siyah ağırlıklı renkler ön planda olup, Fransız tarzına göre daha stilize ve sadeleştirilmiş çizimler ön plana çıkmıştır. Tipografide de daha yalın bir görünüm elde edilmiştir (Resim 11). Serifli yazı karakteri tercihi ve Fransız tarzı Art Nouveau stiline göre tipografide simetrik kullanım dikkat çekmektedir (Bektaş, 1992: 25).



Resim 11 : İngiltere, Eugene Grasset, Harpers Magazine

Kaynak: <https://www.amazon.com/Harpers-Magazine>

Almanya’da Art Nouveau Jugendstil yani Gençlik Stili adıyla kaynaklardaki yerini almıştır. Aynı zamanda bir derginin de adı olan Jugendstil afiş tasarımlarında Fransa ve İngiltere’ye göre, Roman stili yazı karakterlerini benimsemediğinden, Gotik yazı karakteri kullanımıyla dikkat çekmektedir. Gotik harf biçimlerini Art Nouveau tarzına yediren Almanlar, sayfa tasarımlarıyla dikkat çekmiştir. İllüstrasyon ve tipografiyi başarılı bir şekilde kullanan Almanlar, çıkarttıkları birçok dergiyle bu yönlerini gözler önüne sermiştir. Alman tipograflar ayrıca tipografiyi oldukça önemsemişler, dökümhaneler için birçok yazı karakteri tasarımları da üretmişlerdir (Resim 12) (Bektaş, 1992: 33).

Yukarıdaki paragraflardan yola çıkılarak aynı akım içerisinde oluşturulan tasarımların ülkeden ülkeye farklılık gösterebildiği sonucuna ulaşılmaktadır. Her ülke kendisine uygun bir özelliği öne çıkartarak ele aldığı akımı yorumlamış ve kendisinden birşeyler katmıştır. Bu da yerelliğin her ülke için farklı olma ve sanatçılar tarafından farklı yorumlanma özelliğinin bir göstergesidir.



Resim 12: Peter Behrens, Sayfa Tasarımı, 1901

Kaynak: <https://www.theviennasecession.com/behrens>

Grafik tasarımda yerellik kavramı reklamcılıkta da karşımıza çıkmaktadır. Şirketler reklam stratejilerini oluştururken kampanya görsellerinde yerellik üzerinden giderek izleyiciyi yakalamaya çalışmaktadırlar. Grafik tasarım aracılığıyla oluşturulan reklam görselleri, yayımlandıkları ülkelerin kültürüne, yaşayış biçimine, değerlerine, gelenek ve göreneklerine ne kadar uyumlu olursa başarı durumu da o derece yüksek olmaktadır. Grafik tasarım, dolayısıyla reklamlar o yerele ait olan kültürün, tarihin ve değerlerin ifade ediliş biçimini ortaya koymaktadır. Bu nedenle belirli bir lokasyonda hedeflenen yerli kişilere ulaşmada yerel kültürel öğeler ve değerlerin ön planda tutulması önemli bir reklam stratejisidir (Aktuğlu, Eğinli, 2010: 168).

Reklam görselini oluşturan grafik tasarım çalışmasında kullanılan renklerin, her kültüre göre farklı birer anlamı vardır. Bu nedenle bir tasarım çalışması oluşturulurken ülkelerin renklerle ilgili ilişkisi göz önünde bulundurulmalıdır. Renkler üzerinden örneklendirilecek olursa; mor renk Brezilya için ölümü temsil etmekteyken, Mısır için yeşil renk, inançlarında ve ibadetlerinde oldukça önemli yer tutmaktadır (Aktuğlu, Eğinli, 2010: 174).

“Kültür, kişilerin yaşamında her alanda etkili olduğu gibi, ürün ve hizmetlere ilişkin kararlarında da belirleyici bir konumda yer almaktadır. Brezilya, Fransa, Hindistan ve Amerika’da yer alan tüketicilerin hepsinin ihtiyacı aynı olsa da amaca ulaşmak için gerekli yollar ve noktalar kesinlikle farklılık taşımaktadır” (Aktuğlu, Eğinli, 2010: 171).

Reklam ve grafik uygulamalarında, reklam fikrini ve iletişim dilini belirlemede kültür ve kültürel değerler büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle reklam ve lokasyona ait kültür birbiriyle iletişim halindedir. Kültür doğrudan reklamın tasarımına ve içeriğine müdahale eden bir etkidir. Toplamların kültürlerine göre reklam görselleri ve iletişim dili bu nedenle değişiklikler göstermektedir. Bunu ülkeler üzerinde kullanılan reklam stratejileri üzerinden örneklendirerek incelemek mümkündür. Reklam görseli ve dili de bu şekilde evrilmiştir. Japonya’daki reklam görselleri ve diline bakılacak olursa Konfüçyüs felsefesinin ön planda olduğu görölmektedir. Alman kültürü için yapılan stratejinin ise net bir dile ve anlaşılır bir görsele sahip olduğu görölmektedir. Bu nedenle Almanlar için bilgi ve içeriğin açık ve anlaşılır bir şekilde ifade edilmesi oldukça önemlidir (Aktuğlu, Eğinli, 2010: 174).

Yerelliğin reklamlar üzerindeki etileri incelendiğinde, yaşadığımız çağda özellikle dünyaca ünlü uluslararası şirketler için büyük önem taşıdığı görölmüştür. Bir çok ülkede faaliyet gösteren şirketlerin, yer aldığı ülkeye ait kültürel yaklaşım ve nitelikler doğrultusunda hareket etmelerinin, markanın başarısını arttırdığı sonucıyla karşılaşmıştır. Her ülkenin kültürel yapısı nedeniyle üründen beklentisi ve ürüne olan bakış açısı, günümüzde de reklam şirketleri tarafından başarıyla kullanılmaktadır. Bu da şirketlerin, hedefledikleri yerel topluluğa hitap etmede, doğru ve sağlıklı iletişim kurmada gösterdikleri çabayı ve elde ettikleri başarıyı gözler önüne sermektedir. Aşağıdaki paragraflarda çeşitli markaların yerellik kavramı doğrultusunda oluşturdukları reklam kampanyaları incelenmiştir. Her bir reklam kampanyasının yayınladığı ülkenin yerel ve kültürel değerleriyle bağlantılı olduğunu sonucuna varılmıştır.

Uluslararası şirketler içerisinde yerel reklamcılığa ait örnekler arasında Türkiye için oluşturdukları ürün ve reklam görselleriyle dikkat çekmektedirler. Bunun dışında uluslararası şirketlerin yayınladıkları lokasyona göre kendi ürün ambalaj tasarımı ve reklam kampanyalarında çalışmalar ürettikleri de görülmektedir. Aslında üretilen üründe herhangi bir değişiklik söz konusu değildir. Fakat ürünün sunuluş biçimi ambalaj tasarımı ve reklam görsellerinde o yere ait kültürel öğelere yer verilmiştir. Uluslararası bir cips markası olan Lay's de Türkiye'de yayınladığı reklam kampanyaları için bu stratejiyi kullanmaktadır (Resim 13). Aynı şekilde ünlü içecek markası Coca Cola Türkiye üzerindeki reklam görsellerinde ve ambalaj tasarımlarında, Türkiye'ye ait geleneksel kavramlara vurgu yapmakta, özel temalar oluşturmaktadır (Resim 14). Ayrıca inanç ve yaşayış biçimlerini de göz önünde bulundurarak çalışmalarını yürütmektedir (Elden, 2005: 67).



Resim 13: Lay's Türkiye Reklam Kampanyası, 2015

Kaynak: <https://www.fundalina.com/>



Resim 14: Coca Cola Türkiye Reklam Kampanyası, 2019

Kaynak: <https://www.youtube.com/watch>

Uluslararası düzeyde bir marka olan McDonald's'ın da her ülkenin kültürel değerlerini göz önünde bulundurduğu ve o ülkeye ait olan farklı reklam görselleri ürettiği görülmektedir. Oluşturduğu afiş tasarımlarında belirlediği lokasyona ait dini ve kültürel değerleri tasarımsal anlamda izleyiciye yansıtmaktadır. McDonald's'ın Noel kutlamaları yapan ülkeler için oluşturduğu reklam görseliyle, kültürel değerleri tasarım üzerine yansıttığı görülmektedir. Kurumsal patates kızarması kutusu içerisinde yer alan patateslerin bir çam ağacı şeklinde tasarlandığı çalışmada, Noel vurgusu yapılmıştır (Resim 15) (Aktuğlu, Eğinli, 2010: 176).



Resim 15: McDonald's Noel Tasarımı, 2008, Kaynak: <https://www.boredpanda.com/>

McDonald's aynı zamanda Uzak Doğu ülkelerinde yayınlanmasını planladığı reklam tasarımıyla dikkat çekmektedir. Bu tasarımdaki reklam stratejisini yeni doğan bir Asyalı bebek ve kendi sembolik görseli olan palyaçoğu birleştirerek oluşturmuştur. Asyalı bir bebek görseli kullanarak o kültürle iletişim kuran şirket, bebek üzerinde uygulanan palyaço boyamasıyla da kültüre ait kişilerin fiziksel özelliklerine vurgu yapmıştır. McDonald's'ın oluşturduğu bu tasarımla amacı, markayla hedef kitle arasında ortak bir bağ olduğu hissini izleyiciye vermektir (Resim 16) (Aktuğlu, Eğinli, 2010: 176).



Resim 16: McDonald's Asya Reklam Kampanyası

Kaynak: <https://www.boredpanda.com/>

McDonald's'ın İslam inancına sahip ülkeler için oluşturduğu tasarımda ise inancın ön planda tutulması dikkat çekmektedir. Görselde patates kızartmalarıyla dua eden iki el figürü oluşturulmuştur (Resim 17). El görseli gökyüzü olarak betimlenmiş lacivert bir zemin üzerinde yer almaktadır. Tasarımda bir dua ritüeli sahnesi izleyiciye sunulmaktadır. Gökyüzüne İslam inancında büyük bir öneme sahip olan hilal simgesi yerleştirilmiştir. Bu da markanın ürünlerini pazarlamada kültürel etkileşimi kullanmasındaki başarıyı gözler önüne sermektedir (Aktuğlu, Eğinli, 2010: 177).



Resim 17: McDonald's İslam Ülkeleri Reklam Görseli

Kaynak: <https://www.boredpanda.com/>

Şirketlerin reklam kampanyaları ve görsellerini ülkelere göre uyarlama ve o kültüre entegre etme yöntemini kullandıkları görülmektedir. New York merkezli ve dünya üzerinde pekçok ofise sahip olan BBDO reklam ajansı, 2010 yılında Snickers çikolatası için Amerikada yaratıcı bir reklam kampanyası oluşturmuştur. “Açken sen sen değilsin” çıkışıyla büyük başarı yakalayan reklam kampanyasında, Altın Kızlar dizisiyle ünlenen Betty White dikkat çekmektedir. Bir Amerikan futbol oyununu konu alan reklam kampanyasında aç kişi Betty White olarak karşımıza çıkmakta, Snickers yediğinde ise genç bir erkek olup arkadaşlarıyla futbol oynamaya devam etmektedir (Kaptan, 2015: 19).

Aynı reklam kampanyasında Türkiye’de ise, Türk toplumu ve kültürü için önemli isimler olan Muazzez Abacı ve Gönül Yazar’a yer verilmiştir (Resim 18). Reklamdaki hikaye de Türk kültürüne göre değişikliğe gidilerek işlenmiştir. Hedef kitlesi genç nesil olan marka öğrencilerin taşınmasını konu alırken, Muazzez Abacı ve Gönül Yazar izleyici karşısına çıkmıştır. Taşınma esnasında aç olduğu için söylenen ve sorun çıkartan Muazzez Abacı, Snickers yiyerek genç bir erkeğe dönüşür. Sonrasında izleyici karşısına Gönül Yazar çıkar. “Açken sen sen değilsin. Açlığını yok et!” sloganıyla gençler arasında oldukça popüler olan reklam kampanyası, kültür etkileşiminde yakaladığı başarı sayesinde hızlı bir çıkış yakalamıştır (Kaptan, 2015: 19).



Resim 18: Snickers Türkiye Reklam Kampanyası, 2011

Kaynak: <https://acikhava.wordpress.com/2011/11/15/>

İncelenen çalışmalarda ülkelerin kendi yerellikleri doğrultusunda tasarımlar ortaya koydukları görülmüştür. Bu durum kimi zaman kendisini geleneksel bir yaklaşımda gösterirken, kimi zaman da bir akımın ele alınış biçiminde ortaya çıkmıştır. Sanatçılar yaşadıkları ülkelerin kültürel birikimlerini taşımış ve çalışmalarına yansıtmıştır. Bu durum günümüzde özellikle uluslararası şirketlerin lokal reklam kampanyalarında gözlemlenmiştir. Şirketler hedefledikleri bölgeye özgü yerel özellikleri oluşturdukları reklam kampanyalarında bir strateji olarak kullanmışlardır.

Uluslar kendi kimliklerini her zaman önemsemiş ve bunu her alana yansıtmaya çalışmıştır. Yerellik bu nedenle her millet için oldukça önemli olup kendisini pek çok alanda göstermiştir. Tarih boyunca yerellik kavramını ilk çağlarda duvar resimleri, sonrasında sözlü kültür, görsel kültür ve yazılı kültür beslemiş, şekillendirmiştir. Yerellik olgusu içerisinde hep ilişkili olan bu kavramlar ulusal kimlik oluşumunu desteklemiştir. Toplumlar kendi anlatı biçimleri ve dilsel özelliklerini sözlü kültürlerine yansıtmış, bu da yerellik kavramını güçlendirmiştir. Sözlü kültür bu bağlamda yerelliğin içeriğini destekleyici bir kavram olmuştur. Sözlü kültürden yazılı kültüre geçiş sürecinde ise sözel kazanımların yerellik bağlamında dil aracılığıyla aktarıldığı görülmektedir. Özellikle tezin inceleme alanı olan ve tasarımla ilişkilendirilen görsel kültür kavramı, yerellik olgusu içerisinde kendisini göstermiştir.

Yerellik doğrultusunda şekillenen görsel kültür, tasarımsal yaklaşım ve tarzların oluşumlarını da şekillendirilmiştir. Ülkeler kendilerine has geliştirdikleri el işleri, baskı türleri ve sanatlarıyla birbirlerinden oldukça farklı çalışmalar ortaya koymuştur. Bu durum grafik tasarımda yerel form, renk ve tipografi kullanımlarıyla kendisini göstermiştir. Örneğin bir akımın ülkeden ülkeye farklı özelliklerinin ön plana çıkartılarak işlendiği görülmektedir. Özellikle global şirketler farklı ülkelere yayılma politikalarını, yerel kimliklerle şekillendirdikleri reklam kampanyaları sayesinde gerçekleştirmiştir. Ülkelerin etnik kimlikleri, yaşam ve inanış biçimlerinin ön planda turulduğu bu kampanyalarda amaç o kültüre ait insanlarla bağlantı kurmak olmuştur. Böylelikle yerellik kavramı başarılı bir şekilde işlenmiştir.

2. BÖLÜM
YERELLİK KAVRAMININ TİPOGRAFİ GELNEKLERİ
ÜZERİNE YANSIMALARI

2. BÖLÜM

YERELLİK KAVRAMININ TİPOGRAFİ GELENEKLERİ ÜZERİNE YANSIMALARI

Toplumlar çağlar boyunca, kendi kimliklerini nesilden nesile aktarmak için yerellik kavramına önem vermişlerdir. Bu nedenle her yerel toplumun kendisine ait gelenek görenekleri ve bu gelenekler doğrultusunda gelişen sanatsal verileri mevcuttur. Toplumlar ürettikleri çalışmalara kendi kültürlerinden bir takım imgeler yerleştirmiştir. Kültürel birikimler bir ulus içerisinde kimi zaman kendisini bir kilim deseni üzerinde gösterirken, kimi zaman da sanat ve tasarım akımı olarak karşımıza çıkmıştır. Tüm bu yaşanmışlık ve milliyetçilik duygusu doğrultusunda kendisini gösteren sanat, uzun yıllardır incelenen ve öğretilen akademik bir kavram niteliği taşımaktadır. Bu doğrultuda insanın oluşturduğu, içerisinde kültürle ilgili önemli nüansları barındıran unsurlardan biri de tipografi olmuştur.

Toplumlar içerisinde yeşeren sanat ve tasarımın yerellikten bu denli etkilenmiş olması, yerel tipografik stillerin oluşumunu da kaçınılmaz kılmıştır. Özellikle bazı ülkeler kendi yerel kimliklerini oldukça belirgin özelliklerle tipografilerine yansıtmıştır. Öyle ki günümüzde dahi tipografi öğretilerinde, o ülkelerin isimleriyle birlikte tasarım stilleri anılmaktadır. Milliyetçilik ruhu kalıplaşmış, tarihin önde gelen lider ülkelerinden bazıları sanatçıları bu yönde kullanmış, grafik tasarım ve tipografik stiller ulusal duygularla gelişmiştir. Yerel tipografik stillerin incelendiği bu bölümde ülkelerin en belirgin ve öne çıkartmak istedikleri özellikleri tasarımlarda işlenmiştir. Sanatçıların çalışmalarında kimi zaman kendi tercihleri olarak, kimi zaman da devlet teşvikiyle milli duyguları yansıtmışlardır. Bu nedenle doğu ve batı olarak incelenen ülkelerde tipografik stillerin de bu yönde geliştiği, her ulusun grafik tasarım ve tipografiyi algılayış biçiminin farklı olduğu görülmektedir. Bir batı ülkesi olan Rusya'da dönemin komünist yapısı tipografiye yansırken, bir doğu ülkesi olan İran'da ise yerel kaligrafi sanatının izleri yansımıştır.

2.1. Batı Toplumlarının Oluşturduğu Tipografi Gelenekleri

2.1.1. Rusya Tipografisinde Yerellik

Rusya ve tüm dünya için 1917 Ekim Devrimi siyasi, ekonomik ve kültürel bakımdan oldukça etkin ve önemli bir olgudur. Devletin ve halkın düzeninin tamamen değiştiği, ülkenin her alanına yayılan ve etkisini gösteren devrim, tabi ki sanatta da izlerini sürdürmüştür. Devrimle birlikte Rusya, var olan siyasi ve ideolojik düzeni yıkarak, sosyalist ve komünist bir rejimin oluşturulmasını desteklemiştir. 19. yüzyılda halk örgütlenerek sosyalizm temelli düşüncelerini tüm ülkeye yaymış, içerisinde bulunduğu ekonomik darboğaza karşı isyan etmiştir. Bu durumun nedenlerinden biri de ülkede tarım alanında yaşanan problemler ve Çarlık Rusyası'nın işçi sınıfı için çözüm üretemeyişi olmuştur. Dönemin hükümeti çıkartılan iç savaşlarla baş edememiş, ardı ardına birçok büyük problemle karşılaşmıştır. İç savaşlar sonucu batan ekonomi, işçi sınıfının fabrikalarda yaşadığı sıkıntılar Çarlık Rusyası'nın çöküşüne zemin hazırlamıştır. Vladimir Lenin'nin liderliğinde oldukça başarılı yönetilen propagandalar sonucunda dönem hükümeti devrilerek Bolşevik iktidarı başlamıştır (Akan, 2017: 3).

Rusya geçirdiği devrim sonrasında siyasi ve kültürel bir dönüşüm yaşamıştır. 1917 Devrimiyle birlikte sadece işçi sınıfı burjuva için siyasi mücadele vermekle kalmamış, aynı zamanda burjuvanın oluşturduğu kültür ve sanatın da önüne geçmeye çalışmıştır. Burjuvanın ekonomik gücüyle elde ettiği ve satın aldığı batı kaynaklı eserler, devrimle birlikte yerini işçi sınıfının mücadelesinin ön planda tutulduğu, güçlü ve kendine has bir sanat anlayışına bırakmıştır. Birçok sanat akımının bu güçten doğmuş olduğu devrim döneminde, özellikle Rusya için sanatçıların oluşturduğu Konstrüktivist tasarımlar hala önemini korumaktadır. Ekim devrimiyle birlikte kapitalizme karşı ortaya çıkan sosyalist ve komünist düşünce tüm ülkeye yayılmış, halk kollektif bir ruhla mücadelesini göstermiştir. İşçi sınıfının kazandığı güçle birlikte hükümet, sosyalizmi destekleyici çalışmaların ortaya konması adına sanatçılara serbest bir alan sunmuştur. Ekim devrimi sadece burjuvaziye karşı ezilen ve yaşam sıkıntısı içerisinde olan işçi sınıfının ekonomik isteklerine yönelik bir devrim olmamış, Rus toplumunun ideolojisini sosyalizm doğrultusunda

yapılandırması da sağlamıştır. Bu ideolojik yapılanma, devrimin toplumsal ve sanatsal bir devrim olma özelliği taşımasının önünü açmıştır. Tüm bunların sonucunda hükümet sadece burjuvazi yönetiminde olan müze ve galerileri kendi bünyesine alarak sanatçıları desteklemiştir (Keten, 2017: 2).

Devrim doğrultusunda gelişen edebiyat, dönem içerisinde oldukça önemli bir konumdadır. İşçi sınıfının ve sosyalizmin destekçisi olan edebiyat, yine bu ideolojiyi destekleyici niteliklerde üretilen tasarımlarla buluşmuştur. Tipografi ve görsel kullanımı, döneminin içerisinde bulunduğu duruma ışık tutmaktadır. Elle üretilen kitaplar, fotomontajlar ve oluşturulan kaba tipografi dönemin ekonomik sıkıntılarının ve sanatçıların içerisinde bulunduğu üretim yetersizliğinin bir göstergesidir. Bunun nedeni; iç savaşın olduğu dönem içerisinde kağıda ulaşımın zor olması ve matbaacılığın durma noktasına gelmesi olarak görülmektedir. Sanatçılar geometri, ses, ritim ve soyutlamayı tasarımlarında sıklıkla kullanarak farklı bir yaklaşım getirmişlerdir. Kübo-Fütürist Rus sanatçılar böylelikle Süprematizm ve Konstrüktivizmin akımları için de sanatsal bir zemin hazırlamıştır (Meggs, 1998: 262).

Geliştirilen tasarımlarda devrimin etkilerini gözlemlemek mümkündür. Bu durum incelenen tasarımlarda, basit ve anlaşılır bir stil oluşturma kaygısı içerisindeki sanatçıların çalışmalarında görülmüştür. Önceki yapılan çalışmalarda, iletilmek istenen mesajı basit ve direkt bir şekilde yorumlayamayan izleyiciler içeriği algılamakta zorlanmışlardır. Bu nedenle Rus devrim sanatçılarının tipografik çalışmalarını fotoğrafla desteklediğini sonraki paragraflarda yer alan çalışmalarda incelenmiştir. Fotoğraf ve fotomontajla iletilmek istenen mesaj daha rahat ve anlaşılır bir şekilde gerçekleştirilebilmiş, tipografiyle oluşturulan edebi çalışmalar fotoğraf ile desteklenmiştir. Ayrıca devrimi simgeleyen renk kullanımına önem verilmiştir. Bu da Rus tipografisinin yerelliğini güçlendiren bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.

Devrim hükümeti sanatçıları kendi yayın organları için oldukça başarılı bir şekilde çalıştırmıştır. Sanatçıları ve devrimi yansıtan tasarımlarını desteklemiş, özellikle devlet eliyle oluşturulan ticari dergiler bu sanatçıların çalışmalarıyla ortaya konmuştur.

Ticari dergilerin yanı sıra mimari dergilerin tasarımları da oldukça büyük önem taşımaktadır. Çünkü devrim hükümeti kendi ideolojisini yansıtan bina tasarımlarına oldukça değer vermiş, kendi sosyalist tavrını somut oluşumlarla desteklemiştir. Mimari dergiler içerisinde “Moskova Binası: Moskova İşçiler, Köylüler ve Kızıl Ordu Milletvekilleri Aylık Dergisi” önemli bir konumdadır. Hükümetin icraatlarını dinamizim eşliğinde oluşturulan tasarım anlayışıyla somut bir biçimde okura sunan dergi, tipografi ve fotomontaj bakımından oldukça zengindir. Georgii Stenberg ve Vladimir Stenberg'in oluşturdukları güç ve dinamizmi içeren kapak tasarımlarına, yine devrimin en önemli rengi kırmızı renk eşlik etmektedir (Resim 19) (Moma, 2002: 10).



Resim 19: Mikhail Maslianenko, Georgy Stenberg ve Vladimir Stenberg, Moskova Binası: Moskova İşçiler, Köylüler ve Kızıl Ordu Milletvekilleri Sovyeti Aylık Dergisi no. 11, 1930, Kaynak: <https://www.moma.org/collection/works/13973>

Hükümet diğer bir yandan da propogandayı önemsemiş ve sanatçıların bu alanda çalışmalar üretmesini sağlamıştır. Bu nedenle sanatçılar devrim hükümeti için dikkat çekici fotomontajlar üreterek propoganda afişleri oluşturmuşlardır. Bu tasarımların halkla buluşması için üretilen “Artist Brigade” yani “Sanatçı Tugayı” isimli dergi propoganda içerikli çalışmaları desteklemiştir. Okura ulaşmak adına yakın çekim ve açılı fotoğraflarla oluşturulan montajlar, gücü ve devrimi destekleyici niteliktedir. Artist

Brigade sadece kendi ülkesi için değil aynı zamanda ülke dışındaki okurlar için de çıkartılan bir dergi olmuştur. Dergi tasarımında kırmızı ve siyah renk kullanımı hakimken, tipografi renkleri ve fotomontajları destekleme amacıyla sert ve güçlü bir yapıdadır (Resim 20) (Moma, 2002: 11). Çalışmada karşılıklı bir etkileşim söz konusudur. Devrimin, halkın üzerindeki etkisini arttırmak amacıyla, hükümet tarafından desteklenen sanatçıların yapmış olduğu çalışmalar, dönem içerisinde büyük yankı uyandırmıştır. Bu tür yayınların devrimin büyük bir destekçisi olduğu gözlemlenmiştir.



Resim 20: Gustav Klutss ve Solomon Telingater, Artist Brigade (Sanatçı Tugayı), 1931, Kaynak: Moma, 2002: 11

Hükümet adına devrimi yansıtan başka yayınlar da çıkartılmıştır. Bunlardan biri üç farklı dilde okura sunulan *Objet* dergisidir. Rusça *Veshch*, Almanca *Gegenstand* ve Fransızca *Objet* adıyla yayınlanan dergilerin tasarımlarında en çok El Lissitzky'nin emeği vardır (Resim 21). Özellikle savaş nedeniyle kesintiye uğrayan sanat ve tasarım hareketini yeniden canlandırma adına oldukça önemli bir konumda olan *Veshch*, oluşturduğu uluslararası ağ sayesinde tasarımcıları birleştiren bir ortam haline gelmiştir. Tasarımcılar bu oluşumda ülke dışından da katılımı devrim için önemli olan kolektif bir ruh yakalamışlardır. Devrimi yansıtan kırmızı ve siyah renk kendisini bu dergide de göstermektedir. Okuyucuyu hızlıca yakalamak için kolay anlaşılır yazı karakteri tercih edilmiştir. El Lissitzky'nin kapak tasarımlarının ilkinde asimetrik kompozisyon ve ona uygun olarak oluşturulmuş diyagonal tipografi görülmektedir (Meggs, 1998: 267).

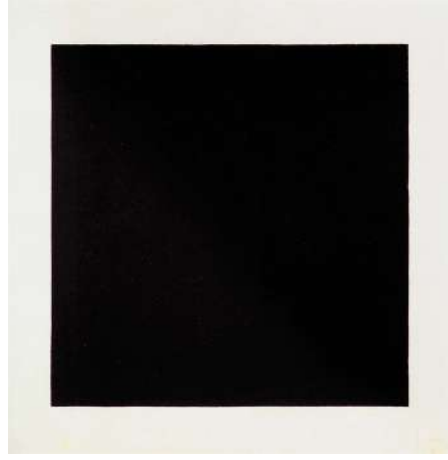


Resim 21: El Lissitzky ve Ilya Ehrenburg, Objet 1922, Kaynak:

<https://agenciamegamix.com.br/o-construtivismo-russo/>

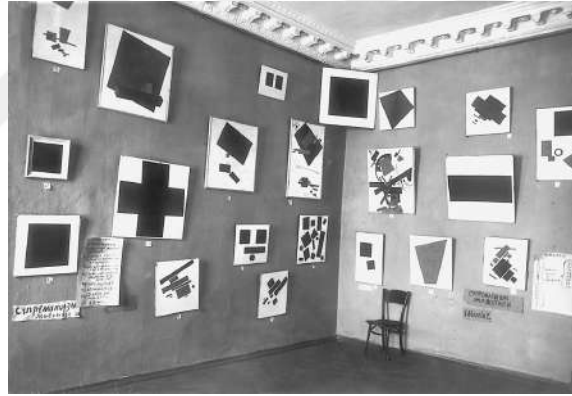
Devrimin en yalın ve tek forma indirgenmiş biçimi “Kare” çalışmasıdır. İşlevsel ve faydacı amaç en sade biçimiyle sunulmuştur. Kazimir Malevich tüm bu düşünceler sonucunda renklerin algısal yapısını gözler önüne serecek çalışmalar gerçekleştirmiştir. 1913 yılında beyaz bir kare içerisinde konumlandığı siyah kare tasarımı sonucu, renk ve algı arasındaki ilişkiyi gözler önüne sermiştir. Kazimir Malevich sayesinde kare sadece bir form olmaktan çıkmış ve Süprematizmin sembolü haline almıştır. Bu yalın geometrik tarz Rus Devrimi’nin tasarım dili haline gelmiştir (Resim 22) (Meggs, 1998: 262).

Devrimle birlikte tasarımlar sade ve geometrik bir dile evrilmiştir. Tasarımlarda belirli bir dil birliği sağlanmış, devrimin ruhu geometri, renk kullanımı ve sayılarla kendisini göstermiştir. Bu bağlamda “Siyah Kare” bir formun sıfır sayısını belirtmektedir. İşte bu nedenle Malevich’in “Kare” çalışmalarında siyah kare ekonomi, beyaz kare saf eylem ve kırmızı kare de devrimi ifade etmektedir (Resim 23) (Artun, 2015: 69). Devrimin sadece tek bir forma indirgenerek simgeselleştirilmesindeki başarının ilerleyen sayfalarda tipografik çalışmaları da etkilediği gözlemlenmiştir.



Resim 22: Kazimir Malevich, Siyah Kare 1913,

Kaynak: <https://www.canvastar.com/kazimir-malevich-siyah-kare-kanvas-tablo>



Resim 23: Kazimir Malevich, 0.10 Sergisi 1915

Kaynak: <https://coolasp.tumblr.com/post/>

Devrim sonrasında hükümet aracılığıyla çıkartılan afiş tasarımları dikkat çekmektedir. “ROSTA Posterleri” adında geçen afiş çalışmalarında erken dönem Rus Konstrüktivizminin izleri görülmektedir. Kızıl Ordu için hazırlanan destek amaçlı bu afişlerin dönem içerisinde yaşanan olayları ve siyaseti alaycı bir tavırla ele aldığı görülmektedir. Tasarımcılar oturttukları tasarım şablonlarıyla halkın ilgisini daha kolay çekebilmeyi amaçlamışlardır. Okur-yazar oranının düşüklüğü nedeniyle bulunan tasarım çözümleri tipografi kullanımına da yansımıştır. Rus Konstrüktivizminin dilinin

daha yalınlaştırılarak kullanıldığı bu posterler arasındaki en güzel örneklerden birini sanatçı Vladimir Mayakovsky ortaya koymuştur. “Duvar Gazetesi No. 49”daki çalışmasıyla tasarım tarzı ve renk kullanımındaki sadelik açık bir şekilde görülmektedir (Resim 24) (Margolin, 1984: 28).



Resim 24: Vladimir Mayakovsky, Duvar Gazetesi No. 49

Kaynak: (Margolin, 1984: 28)

Konstrüktivizm isimli kitapta, devrimin kalıplaşmış tasarım anlayışı olan güçlü ve sert tipografi kullanımı açık bir şekilde görülmektedir. Sayfanın ortasında yer alan sert tipografi güçlü bir kompozisyonla ifade edilmiştir. Devrim döneminde kitle iletişimin önemli olması nedeniyle dekoratif tarz geri planda tutularak sade ve yalın bir tasarım anlayışı benimsenmiş ve bu çalışmaya da yansıtılmıştır. Kitabın tasarımcısı Alexei Gan, diğer çalışmalarında da devrimin temellendirdiği Konstrüktivist unsurlarına yer vermiştir. Gan, Konstrüktivist tasarımların üç ana maddesi olan mimari, doku ve yapıya son derece önem vermiştir (Resim 25) (Becer, 2016: 110). Sanatçının oluşturduğu Konstrüktivizm kitap kapağı tasarımında devrimin tipografi kullanım izlerini gözlemlemek mümkündür. Sade ve yalın bir tipografiyle oluşturulan kapak tasarımının, yine devrimin iki ana rengi olan kırmızı ve siyah ile desteklendiği görülmektedir. İncelenen diğer tasarımlarda da sanatçıların tasarımsal dil birliğini koruması yerel stilin başarısının devamlılığını sağlamıştır.



Resim 25: Alexei Gan, Konstruktivizm Kitap Tasarımı, 1922

Kaynak: https://monoskop.org/Aleksei_Gan#/media/

Dönem içerisinde hazırlanan afiş tasarımlarında ağırlıklı olarak kırmızı, beyaz, siyah renkler ve bu renklere eşlik eden geometrik şekiller kullanılmıştır. Renkler devrimin simgesi iken geometrik şekiller ise halkın bazı kesimlerini sembolize etmek için kullanılmıştır. Bu çalışmaların en güzel örneklerinden biri El Lissitzky'nin "Beyazları Kırmızı Kamayla Vur" isimli afiş çalışmasıdır (Resim 26). Dönemin siyasi hayatını simgeleştirilmiş bir anlatım tarzıyla yansıtan bu afiş çalışmasında komünizm savunucusu Kızıl Ordu'nun emperyalizm destekçisi Beyaz Ordu'ya olan saldırısı kırmızı kamanın beyaz daire içerisine girmesiyle ifade edilmiştir. Tipografi yine yalın ve anlaşılır biçimde kullanılmıştır (Watten, 2003: 170).



Resim 26: El Lissitzky, Beyazlara Kızıl Kamayla Vur 1920

Kaynak: <http://www.designishistory.com/1920/el-lissitzky/>

Rusça'da “Yeniye Olumlama Projesi” anlamıyla karşımıza çıkan Proun veya Prouns Lissitzky'nin önemli çalışmaları arasında yer almaktadır. Geometrik form ve üç boyut hissinin ön planda tutulduğu çalışmalarda amaç; Sosyalist devletin sanatsal ve kültürel bakış açısına yapılan bir göndermedir. Bir ütopyaı temsil eden Prouns, aynı zamanda dönem içerisindeki fikirler üzerine yapılan bir eleştiri konumundadır. Kazimir Malevich'in tasarım anlayışının izinden gidilen Prounslarda kullanılan soyut sanat ile derinlik etkisi yaratılmış, biçim ve mekan arasında çağdaş bir bağ kurulmuştur (Resim 27). Çalışmalarına daha sonradan tipografıyı de ekleyen Lissitzky, Prounlarını bir albüm içerisinde toplamış, albüm kapağını tipografik bir düzenlemeyle oluşturmuştur (Watten, 2003: 155-160).



Resim 27: El Lissitzky, Proun'ların Yer Aldığı Albüm Kapağı, 1922

Kaynak: <https://www.nationalgalleries.org/art-and-artists/>

İdeolojinin ve sosyalizmin anlatıldığı çalışmalardan biri de “Altı Farklı Yapıdaki İki Kare Üzerine Süprematist Öykü” adlı eserdir (Resim 28). El Lissitzky çocuk kitabı olarak oluşturduğu kitap tasarımında, devrim çalışmalarında sıkça yer verilen siyah ve kırmızı renginde üç geometrik formu, kare, daire ve haç işaretini kullanmıştır. Propoganda algısının oldukça vurgulandığı kitap tasarımında farklı harf boyutlarına her sayfada farklı kare ve daire boyutları eşlik etmektedir. Bu kitapta amaçlanan iki karenin temsili bir şekilde ideolojiyi yaymasıdır. Uzaydan dünyaya doğru hareket eden komünist hareketin temsilcisi kırmızı kare ve siyah karenin hikayesi anlatılmıştır (Margolin, 1997: 38-39).

Kırmızı ve siyah karelere Sosyalizm ve Süprematizm metaforlarını yerleştiren Lissitzky, Rusya'nın içerisinde bulunduğu durumu bu şekilde temsili görsellerle aktarmıştır. Tasarımda kullanılan tipografi oldukça önemli bir yer tutar. Farklı boyutlardaki harfler, kare formlarını çapraz açı oluşturacak şekilde kesmektedir. Tipografi ve görsel anlatım izleyicinin rahat takip edebilmesi adına birbiriyle eş zamanlılık göstermektedir. Okuyucunun çabuk algılaması amacıyla harf ve sözcükler sınırlı sayıda tutulmuş, bu nedenle tasarımın genelinde aynı sözcük ve harflere yer verilmiştir (Resim 28) (Margolin, 1997: 38-40).

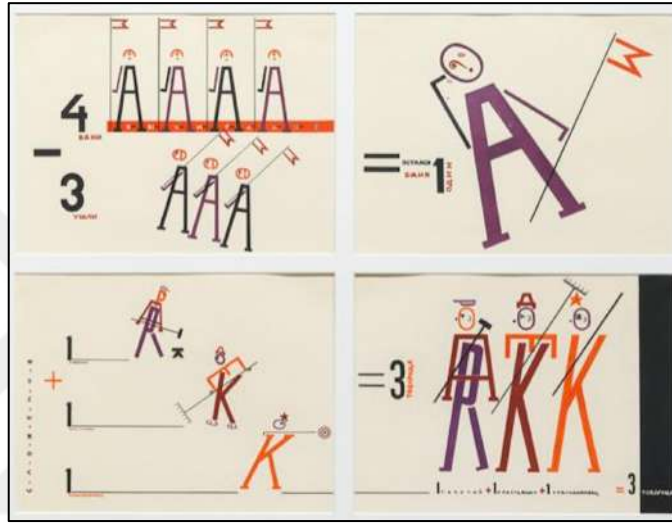


Resim 28: El Lissitzky, Altı Farklı Yapıdaki İki Kare Üzerine Süprematist Öykü, 1922

Kaynak: <https://rdc.reed.edu/c/artbooks/home/lissitzky>

Rus çocuk kitapları devrimci ruhun işlenmesi adına oldukça önemli kaynaklar olarak görülmektedir. Bu çocuk kitabı tasarımları içerisinde sosyalist ve devrimci düşünceler özenle işlenmiş, tasarımlarına oldukça önem verilmiştir. Böylece yeni neslin temelleri olarak görülen çocuklara genç yaştan itibaren sosyalist düşünceler aşılanmakta, ideolojik oluşumları desteklenmektedir. Bunun en güzel örneklerinden biri El Lissitzky'nin "Dört Aritmetik Eylem" isimli çocuk kitabı çalışmasıdır (Resim 29). Sovyet propogandasının sert renkleri kırmızı ve siyah ile harflerden oluşturulan karakterlerin dinamik kullanımı görülmektedir. Ayrıca çalışmalarda Yahudi kültürüyle ilgili detaylara da rastlamak mümkündür (Estraiikh, Hoge, Krutikov, 2016: 49). Buna

göre; çocukların devrimin taşıyıcısı ve devam ettiricisi oldukları düşüncesinden yola çıkılarak, tipografiyle anlatının birleştirilmesi oldukça yaratıcı bir tasarımsal tercih olmuştur. Devrim ruhu sadece tasarımları etkilemekle kalmamış, aynı zamanda içerikleri de biçimlendirdiği görülmüştür. Böylelikle toplumun en küçük bireylerine de tipografi aracılığıyla ulaşılmıştır.



Resim 29: El Lissitzky, Toplama, Çıkarma, Çarpma ve Bölme, 1928

Kaynak: https://www.nbk.org/artothek/El_Lissitzky/

“Dlya Golosa” (Ses İçin) yaşanan dönemin devrimci tipografi ve tasarım anlayışını yansıtan önemli şiir kitaplarından biridir. Vladimir Mayakovsky'nin kaleme aldığı “Dlya Golosa” sayfalarında, dönemin kırmızı ve siyah komünist renklerini barındırmaktadır. Kitap tasarımını sanatçı El Lissitzky ele almış, tipografiye ağırlık vererek sosyalizmin güçlü, sade, ve yalın dilini kullanmıştır (Resim 30). Tipografiye eşlik eden kırmızı ve siyah geometrik şekiller, sembolleşmiş anlamlarıyla yine devrim ve tasarımlarının birer yansıması şeklindedir. Komünizme ait çekiç ve orak görsellerinin sayfa tasarımlarında geometrik biçimde kullanıldığı görülmektedir (Eskilson, 2007: 217). Orak ve çekiç görseli tüm dünya için Rusya'yı temsil eden simgeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bununda “Dlya Golosa” gibi tasarımlarda sıkça kullanılması yadsınamaz bir durumdur.

Harflerin zıtlıklar oluşturacak şekilde oldukça büyük ve küçük kullanımı, tipografi ve sayfa boşluğunun oluşturduğu denge ve renk hareketliliği, şiirlerinin müzikal hissini ortaya koyma amacı taşımaktadır (Resim 30). Şiirlerin sosyalist içeriği sayfa tasarımlarının şekillenmesinde yardımcı olmuştur. Vladimir Mayakovsky'nin halk mücadelesi, eski düzene karşı çıkması ve burjuvaziye olan karşı çıkışı şiirlerinin yüksek sesle okunması isteğini körüklemiştir. Bu nedenle sayfa tasarımları içerisindeki metnin ritmik yapısı ön planda tutulmuştur. Ayrıca Lissitzky, ilk defa bu şiir kitabı için oluşturduğu “parmak fihristi” uygulamasına yer vermiştir (Eskilson, 2007: 217).



Resim 30: El Lissitzky, Dlya Golosa, 1922

Kaynak: <https://www.artic.edu/artworks/199109/for-voice-dlia-golosa>

“Kunstismus” yani “Sanatın İzm”leri isimli kitap çalışması, grafik tasarım ve tipografiye yeni bir soluk getirmiş, sayfa düzeninin önemini vurgulamıştır. Lissitzky ve Hans Arp’ın birlikte gerçekleştirdikleri bu tasarımda, Lissitzky’nin sosyalist çalışmalarının yansıması görülmektedir. Sadece kırmızı ve siyah renk kullanımı, siyah uzun ve kalın çizgiler bu yansımanın ana unsurlarını oluşturmaktadır. İç sayfa tasarımlarında üç sütunlu dikey grid sistemi üç farklı dili bir arada düzenli bir şekilde vermek için kullanılmıştır. Tipografide dönemin vazgeçilmez sans serif yazı karakteri

tercih edilmiş, tasarımı destekleyici çizgilerle de tipografiyi daha çağdaş bir yapıda göstermiştir. Ayrıca Lissitzky sayfa tasarımlarında kullandığı büyük rakamları önemli bir tasarım elemanı olarak görmüş, bu tutum ileriki dönemlerin de izlediği bir stil haline dönüşmüştür (Resim 31-32) (Meggs, 1998: 267).



Resim 31: El Lissitzky ve Hans Arp, Kunstismus, Kapak Tasarımı 1925

Resim 32: El Lissitzky ve Hans Arp, Kunstismus, İç Sayfa Tasarımı 1925

Kaynak: https://josefchladek.com/book/hans_arp_el_lissitzky

Devrim ruhu, devlet desteğiyle sanatçılar tarafından oluşturulan afiş çalışmalarına da yansıtılmıştır. İncelenen afiş tasarımlarında yine devrimin ana tipografik yaklaşımı ve renk kullanımı görülmektedir. Afişlerin halk üzerindeki etkisini arttırmak ve anlaşılabilirliğini güçlendirmek için tipografi görsel kullanımıyla desteklenmiştir. Tipografi yine kendisini kaba ve kalın hatlarıyla belirgin bir biçimde göstermiştir. Bunun en güzel örneği “Dobrolet” afiş çalışmalarında yerini almıştır.

Rusya’nın devlet havayolu şirketi olan “Dobrolet” için üretilen komünizm temelli afiş çalışmaları, dönem içerisinde temellendirilmiş tasarım anlayışının önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Alexander Rodchenko tarafında üretilen afiş çalışmalarında amaç dikkat çekici ve güçlü tasarımlar oluşturmaktır. Bunun nedeni ise dönem içerisindeki okuryazarlık seviyesinin oldukça düşük oluşu ve izleyiciyle direkt olarak etkileşime girebilme kaygısıdır. Komünist düşünceler açık bir şekilde havayolu

şirketinin grafik çalışmalarında yerini almıştır. Devrim içerisinde üretimin, teknolojinin ve gücün sergilendiği “Dobrolet” afişlerinde, geometrinin ön planda tutulduğu daha soyutlayıcı bir tasarım anlayışı sergilenmiştir. Komünizmin ana renklerinin vurgulandığı afiş çalışmalarında Rodchenko, uçağı her zaman yükselişte olarak göstermiş, böylece devrimin ve gücün yükselişine atıfta bulunmuştur (Resim 33-34) (Eskilson, 2007: 205).



Resim 33: Alexander Rodchenko, Rus Devlet Havayolu Şirketi Afiş Tasarımı, 1923

Kaynak: <https://www.tate.org.uk/whats-on/tate-modern/exhibition/>



Resim 34: Alexander Rodchenko, Rus Devlet Havayolu Şirketi Afiş Tasarımı, 1923

Kaynak: <https://www.moma.org/collection/works/e=1>

Tipografi ve fotoğraf ilişkisinde mekan algısı geliştiren Rodchenko, komünist tavrını tasarımlarına yansıtmıştır. Sanatçının fotoğraf kullanma amaçlarından bir diğeri de daha geniş kitlelere ulaşmak ve sosyalist düşünceleri duyurabilmektir. Rodchenko ünlü sinemacı Dziga Vertov'un Kino Glaz filmi için yapmış olduğu afiş tasarımında oldukça radikal bir fotomontaj gerçekleştirmiştir. Sanatçı merkeze büyük bir göz fotoğrafı yerleştirmiş, tipografiyi bloklanmış sans serif harflerle oluşturmuştur (Resim 35) (Margolin, 1984: 29). Dönem içerisinde okur-yazarlık oranının düşük olmasının yarattığı olumsuz durum, tasarımlarda tipografi ile birlikte fotoğraf kullanımıyla çözüme kavuşturulmuştur. Sanatçıların, devrim ile ilgili mesajlarını buldukları bu tasarımsal yöntem sayesinde izleyiciye rahatlıkla ulaştırdığı gözlemlenmiştir.

Kino Glaz afişinde kullandığı tipografi tarzıyla, sosyalist dönemin sans serif, katı ve blok harflerinin kullanımını devam ettirmiştir. Çalışmalarında kalın ve kaba hatlara sahip harfleri ve sıkışık harf boşluklarını tercih eden Rodchenko; tipografide dikey ve yatay kullanım çeşitliliği yaratarak tasarımlarına ritim katmıştır. Devrim ruhunun tasarım anlayışı; renk, cesur geometrik form ve tipografi kullanımı, Rodchenko'nun tasarım stilini desteklemiştir (Meggs, 1998: 269).



Resim 35: Alexander Rodchenko, Kino Glaz, 1924

Kaynak: <https://avantgardebar.com/products/movie-poster>

Devrimci bir rejimin şairi olan Vladimir Mayakovsky için gerçekleştirilen “Mayakovsky Gülümsüyor, Gülüyor, Alay ediyor” kitap kapağı tasarımında, katı sans serif tipografi anlayışının yansımalarını görmek mümkündür. Vladimir Mayakovsky ürettiği propoganda içerikli şiirleri ve sloganlarıyla Rodchenko’ya oldukça geniş bir içerik zenginliği sağlamıştır (Resim 36). Bloklar halinde yatay dikdörtgenler içerisine yerleştirilen katı tipografi, şiirlerin içeriğinin ve sosyalist ruhun bir yansımasıdır. Rodchenko diğer tasarımlarında da dönemin anlatım yöntemlerini uygulayarak zemini geniş renk bölümlerine ayırmış, mesajı en doğru ve anlaşılır şekilde verebilecek tipografik düzenlemeler oluşturmuştur (Becer, 2016: 142).



Resim 36: Alexander Rodchenko, Mayakovsky Gülümsüyor, Gülüyor, Alay Ediyor, 1923, Kaynak: <https://www.moma.org/artists/>

Bir diğer önemli çalışma “Lef” yani “Sanatın Sol Cephesi” adlı dergi devrimin ruhunu yansıtmış ve devrimci tasarımcıların destekçisi olmuştur. “Lef” kolektif bir biçimde komünizm doğrultusunda sanat üretmeyi ve devamlılığını sağlamayı amaçlamıştır. Mayakovsky ile birlikte çalışan Alexander Rodchenko “Lef” için siyah ve kırmızı ağırlıklı renk kullanımı gerçekleştirmiş, geometrik form ve oluşturduğu tipografik düzenlemeyle komünizm gücünü yansıtan bir tasarım ortaya koymuştur. Devrimin savunucusu olan dergi, Konstrüktivizm tasarımındaki biçimsel yaklaşımı anlatan bir logoya sahiptir. Derginin kapak tasarımlarına bakıldığında, okuryazarlığın düşük oluşu göz önünde bulundurularak, oluşturulan tasarımların izleyici tarafından

gerçeklikle ilişkilendirilebilmesi sağlanmıştır. Bu nedenle başlık ve metin ilişkisi ön planda tutulmuş, fotomontaj tercih edilmiştir (Resim 37) (Compton, 1992: 612-614). Daha önceki paragraflarda olduğu gibi, Lef dergisinin tasarımı oluşturulurken yine aynı tipografi görsel birlikteliğine verilen önemin korunduğu görülmektedir. Devam ettirilen bu tasarımsal yaklaşım devrimin önemli yayınlarında da varlığını sürdürmüştür, amaç hep aynı olmuştur: izleyiciye mesajı en verimli şekilde iletebilmek.



Resim 37: Alexander Rodchenko, Lef, 1923-1925,

Kaynak: <https://www.christies.com/lotfinder/Lot/mayakovsky-vladimir>

“Pro Eto” fotomontaj çalışmalarının yoğun bir şekilde yer almasıyla dikkat çekmektedir. Mayakovsky'nin şiir kitabı olan “Pro Eto” Rodchenko’nun büyük kitlelere ulaşma amacıyla kullandığı fotomontajların bir tasarım tercihinin dönüşmüş halini yansıtmaktadır. Doğaçlama olarak üretilen fotomontajlara yine dönemin katı, güçlü ve kalın tipografisi eşlik etmektedir (Resim 38). Devrimle birlikte Konstrüktivizm de doğası gereği sade ve soyutlamacı bir tasarım anlayışı kabul etmiş olup, geometrik ve tipografik diliyle kitle iletişime oldukça önem veren bir akım olmuştur (Becer, 2016: 147-149).



Resim 38: Alexander Rodchenko, Pro Eto, 1923

Kaynak: <https://www.amazon.co.uk/ALEXANDER-Constructivism-Mayakovsky-Art>

“Mess Mend” dönem içerisinde yayınlanan ünlü bir kitap serisidir. Ünlü Rus yazar Marietta Shaginyan tarafın yazılan kitap serisinde, anlatılan hikayeler içerisinde Sosyalizm düşünceleri okuyucuya aktarılmıştır. Kitaptaki hikayelerde devrime ve ideolojik savaşa gönderme yapan karakterler yer almaktadır. Bu karakterlerden kimisi doğa üstü güçlere sahiptir ve bu durum 20. yüzyıl içerisindeki dönemsel gelişmelerle eş zamanlılık göstermektedir. Hikayeler genellikle devrimci işçi sınıfının destekleyicisi durumunda sonlanmaktadır (Rosenthal, 1997: 212-214).

Rodchenko tarafından oluşturulan kitap kapaklarında, sanatçının dönem içerisinde gelişen tarzı gözlemlenmektedir (Resim 39). Kapaklar, sanatçının devrimci ve yapılandırmacı tasarım anlayışıyla oluşturulmuş, dönemin sınırlı renk ve geometrik form kullanımını içermektedir. Çalışmalarda devamlılığı sağlamak adına tipografi biçimi aynı tutulmuş, seriyi oluşturan kitaplar sırasıyla numaralandırılmıştır. Tipografinin bu kullanımıyla seri içerisinde bir devamlılık ve tutarlılık sağlanmıştır (Meggs, 1998: 269). Devrim tipografisi içerisinde, bir yayının devamlılık kaygısıyla tasarlanması oldukça önemli bir detay olarak karşımıza çıkmaktadır. Sanatçılar sadece devrim ruhunu değil tasarımsal kaygıları da taşıyarak çalışmalarını yürütmüşlerdir.



Resim 39: Alexander Rodchenko, Mess Mend, 1924

Kaynak: <https://www.bookvica.com/pages/books/>

Konstrüktivizm ve devrimci tasarım anlayış içerisinde yer alan bir başka önemli yayın da “Kino-fot” (Sine-Foto) sinema dergisi olmuştur. 1922 ile 1923 yılları arasında çıkartılan dergi, sinema dışında fotoğrafçılıkla ilgili bilgiler, sinema dünyasının önemli sanatçıları ve film senaryoları gibi konuları ele almıştır (Resim 40). Alexsei Gan ile Alexander Rodchenko’nun iş birliğiyle çıkartılan dergide, Rodchenko kapak tasarımlarını propoganda veya bir manifesto görünümünde oluşturmuştur. Devrimin ana renkleri olan siyah ve kırmızı yine dergi kapaklarının tasarımlarında vurgulanmıştır. Tipografide dönemin katı, sert görünümlü ve dar espaslı yazıları göze çarpmaktadır. Her sayı büyük rakamlar eşliğinde ifade edilmiş, bu rakamlar tipografide denge ve devamlılığı sağlamıştır (Compton, 1992: 610).

Derginin kapaklarında yer alan fotomontajların stilini, ilk sayıdan itibaren gözlemlemek mümkündür. Bir sonraki sayının kapağı için de ilk sayıya benzer bir tarz oluşturmuş, üçüncü sayının kapağında görsel ve tipografi ilişkisine daha çok ağırlık vermiştir. Film isimlerinin yer verildiği kapak tasarımında, tipografi kullanılan

fotoğraflarla ilişkilendirilmiştir. Kino-fot'un dördüncü kapak tasarımında ise Vladimir Maiakovskii'nin “Ne Dlia Deneg Rodivshiesya” filminden bir fotoğrafa yer verilmiştir (Resim 40). İki fotoğrafın üst üste konulmasıyla oluşturulan kolaj Rodchenko'nun en iyi fotomontajlarından biridir (Compton, 1992: 611).



Resim 40: Alexander Rodchenko, Kino-fot, 1922

Kaynak: <https://www.e-skop.com/skopdergi/konstruktivizm>

Edebi eserlerde fotoğraf ve tipografi kullanımının en iyi örneklerinden biri de Solomon Telingater'in “Kirsanov has the Right of Word” yani “Kirsanov’un Söz Hakkı Vardır” isimli kitap tasarımıdır (Resim 41). Daha önceki paragraflarda da bahsedildiği gibi, dönem içerisinde grafik tasarımın güçlü ve soyut anlatımı mesajları iletmekte daha düşük bir etkiye sahiptir ve bu nedenle fotoğraf kullanımı desteklenmiştir. “Kirsanov has the Right of Word” kapak tasarımı ve içerisinde yer alan sayfa düzenlemeleriyle bu ihtiyacı oldukça başarılı bir biçimde karşılamıştır. Fotoğraf kullanımında yaratılan gerçeklik havası ve tipografinin bir figür oluşturma amaçlı kullanılması, dönemin ideolojisini destekleyici anlatım tarzında oluşturulmuştur (Moma, 2002: 9).



Resim 42: Solomon Telingater, CA. Çağdaş Mimarlık, 1930

Kaynak: <https://www.moma.org/collection/works/13883?>

2.1.2. Alman Tipografisinde Yerel Yaklaşımlar

Almanya geçmişten günümüze birçok savaş ve iç savaş yaşamış bir ülke olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer Avrupa ülkelerine kıyasla ülke birliğini daha geç toparlamış olsa da Dünya tarihinde 1000 yıldan fazla süreden beri varlığını devam ettirmektedir. İki büyük dünya savaşı içerisinde en çok rol alan Almanya, günümüzde ekonomik ve siyasi anlamda lider ülkeler arasında yerini almıştır. Ülke kendi sanayi ve endüstrisini o denli sağlam kurmuştur ki bu durum Birinci ve İkinci Dünya Savaşı sonrası daha hızlı toparlanmasını sağlamıştır. Yaşadığı zorlu dönemleri kendi içerisinde çözmesini bir avantaja dönüştüren Almanya, yerli sanayi ve endüstriye oldukça önem vermiştir (Çağlar, 2019: 224). Görülmektedir ki her ne kadar savaşlarla geçen bir tarihe sahip olsa da, kendi içerisinde disiplinli bir şekilde sosyal ve ekonomik toparlanmayı sağlamıştır. Günümüzün en güçlü devletlerinden biri konumuna yükselmiştir.

Yaşadığı iki büyük savaşla birlikte milliyetçilik duygusunu pekiştiren Almanya, bu kavramı çok önemsemiştir. Milliyetçilik ülke için bir tanım, adeta bir yaşam tarzı haline gelmiştir. Öyle ki kendi ırkını herkesten üstün gören bu siyasi tutum özellikle Hitler döneminde oldukça canlar yakmıştır. Hitlerin inşaa ettiği ırkçı politika ülkenin kanlı bir geçmişe sahip olmasına neden olmuştur. Kendi dönemi içerisinde yaşanan 1929 ekonomik krizi ve 1932 yılındaki işsizlik seviyesinde görülen ciddi artış sonucunda halk büyük tepkiler göstermeye başlamıştır (Küçük, vd, 2011: 44). Dönem içerisindeki tüm olumsuzluklar yine kendisini sanat ve tasarım aracılığıyla göstermiş, çalışmalar adeta döneme ışık tutmuştur.İlerleyen paragraflarda tarihi gelişim sırasına uygun olarak, Nazi propoganda afişlerinden örneklerle değinilerek çalışmaların tipografik yaklaşımları incelenecektir.

Almanya kendi ülke birliğini oldukça geç sağlamış, İkinci dünya Savaşı ile birlikte ülke iki ana bölgeye bölünmüştür. Nazi Almanyası'nın ardından 1949 yılında Doğu ve Batı Almanya olarak bölünen ülke, uzun bir süre kendi içerisinde özgür bir siyasi hayat sürdürememiştir. Doğu Almanya SSCB'nin liderliğinde bir devlet olarak devam ettirilirken, Batı Almanya ABD'nin ve yandaşlarının çatısı altında bir siyasi birlik sağlamıştır. Doğu ve Batıyı ayıran Berlin duvarının yıkılması ve ardından 1990'lı

yıllarda iki bölgenin birleşmesi, Almanya'nın yeniden tek bir ülke durumuna dönüşmesini sağlamıştır. Günümüzde Almanya ekonomik ve siyasi anlamda lider durumdaki ülkeler arasında yer almaktadır (Birdişli, 2019: 371).

Almanya kültürel bakımdan da yaşadığı olayların etkisi altında şekillenmiştir. Sanata her zaman önem veren ülke, oluşturduğu çalışmalara dönem içerisindeki milliyetçi algıyı yansıtmıştır. Alman tipografisi ve font tasarımları kendisine özgü bir milliyetçilik sergilemektedir. Almanya'nın tüm bu süreçler içerisindeki tipografik gelişimi incelendiğinde, 14. yüzyıl ve sonrasında uzun bir süre Blackletter yazı karakteri kullanımının yaygınlığı yadsınamaz. Milliyetçi ve ulusal bulunan Blackletter, zaman içerisinde kendisini ticaretle birlikte matbaalarda da görülmüş, Viktorya döneminin tüm basılı yayınlarında yer almıştır. Blackletter yazı karakterleri arasında en popüler olanları Textura, Schwabacher ve Fraktur olarak yerini almış, özellikle Fraktur milliyetçi tutum nedeniyle Nazi Almanya'sında da kendisini göstermiştir (Resim 43) (Heller, 1999: 30). Milliyetçi yaklaşımın font kullanımıyla sağlanması tipografinin ne denli önemli bir yerellik unsuru olduğunun göstergesidir. Öyledir ki Alman tipografisinin filizlendiği ilk dönemlerde bunu gözlemlemek mümkündür.



Resim 43: Rudolf Koch, Bir Alman Yazısı Giriş Sayfası, 1910

Kaynak: <https://www.typografie.info/3/>

19. yüzyılın başlarına gelindiğinde Alman tipografisi yayınlanan önemli dergilerde yine görülmektedir. Bu dergiler dönem içerisinde oldukça değerli olup, içeriklerini siyasi eleştiri ve hiciv oluşturmaktadır. Dönemin yaşamına adeta ışık tutan bu dergiler yine dönemin tipografi anlayışına uygun olarak daha illüstratif tarzda çalışmalar barındırmaktadır. Özellikle başta Almanya olmak üzere birçok Avrupa ülkesinde kendisini gösteren 1848 devrimiyle birlikte bu dergiler, 1800'lerin sonunda ve 1900'lerin başında hiciv ve estetiğin oldukça başarılı bir birleşimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Alman İmparatoru II. Wilhem'i eleştiren dergiler, büyük kitlelere ulaşma amacı taşımış, her siyasi görüşten kesim için adeta bir propoganda biçimi haline dönüşmüştür (Simmons, 1993: 46).

Dergilerin dönem içerisindeki siyasi ve sosyal hayatı tasarımlar üzerinden aktarması, grafik tasarım ve dolayısıyla tipografinin yaşanan dönemle iç içe oluşunun bir göstergesidir. Ayrıca dergilerin bu cesur tutumu, içerikleriyle birlikte cesur tasarım anlayışının gelişimini de desteklemiştir. Sanatçılar yayınlar aracılığıyla oluşturdukları tipografi ve görsel çalışmalarla bunu başarılı bir şekilde yansıtmıştır.

Bu dergilerden ilkinin “Pan” oluşturmaktadır. “Pan Society” (Genossenschaft Pan) içeriğinde yer alan zengin tipografi ve illüstrasyonlarla dönem içerisinde grafik temelli sanatları yüceltmeyi amaçlamıştır. Aynı zamanda ülkedeki basım ve yayın temelli ilişkiyi ayakta tutarak halk ile sanatçıyı buluşturmak ve sanatçının eserlerini iletebileceği bir alan yaratmayı hedeflemiştir. Bu nedenle dergiye sanatın halk tarafından anlaşılması ve halka sevdirmesi misyonu da yüklenmiştir (Resim 44) (Krahmer, 1993: 392).

Pan siyasi görüş bakımından ise son Alman İmparatoru II. Wilhem'nin (Kaiser) baskıcı yönetimine ve emperyalist anlayışına karşı eleştiri ve hiciv misyonuna sahip bir dergi olmuştur. 1895 ve 1900 yılları arasında kendisini gösteren yayın, aynı zamanda Almanya'nın en önemli Avangard dergisidir. “Daha geniş kültürel değişim için sanat” misyonuna sahip Pan'ın sayfa tasarımları dönem içerisindeki en kaliteli el yapımı kağıtlara basılmıştır (Resim 44) (Brooker, 2009: 700).



Resim 44: Joseph Sattler, PAN, 1895, Kaynak: <https://catalogue.swanngalleries.com/>

1896 yılında yayın hayatına başlayan ve adını “Jugendstil” isimli gençlik hareketinden alan “Jugend” (Gençlik) dergisi, dönemin Art Nouveau tarzını tipografisi ve içerisinde yer alan illüstrasyonlarıyla başarılı bir şekilde yansıtmıştır (Resim 45). Özgürlükçü bir stil benimsemiş olsa da iç sayfa tasarımlarında Blackletter fontlarından kopamamıştır. Buna karşın kapak tasarımlarında kullandığı tipografi yenilikçi ve değişken bir yapıdadır. Illüstrasyonların eşlik ettiği kapaklarda, tipografi çoğunlukla illüstrasyonlarla içi içe geçmiş ve özgür bir tasarım anlayışıyla oluşturulmuştur. Oldukça hareketli olarak kurgulanmış harfler yine canlı ve göz alıcı renklerle birlikte kullanılmıştır (Heller, 1999: 43).



Resim 45: Hans Christiansen, Jugend, 1897, Kaynak: Bektaş, 1992: 32

Bir diğerk önemli dergi “Ver Sacrum” (Kutsal İlkbahar) Viyana Secession ekibinin ortaya koyduğu en güzel çalışmalardan biridir. 1898 ve 1903 yılları arasında yayınlanan dergi format bakımından kare şeklini benimsemiş, bu da orjinal bir görünüm oluşturmalarını sağlamıştır. Sadece içerik üretimiyle değil aynı zamanda değişik grafik tasarım anlayışlarının denendiği bir yayın olan “Ver Sacrum”, tipografik yaklaşımı, illüstrasyonları ve bordür kullanımıyla da fark yaratmıştır. Özellikle sayfa düzenlemelerinde sayfanın kendi rengiyle oluşturduğu boşluk kullanımları derginin ana tasarım özelliklerinden birini oluşturmaktadır. Koloman Moser dergi için ürettiği çalışmalarıyla önemli bir yere sahiptir (Resim 46) (Bektaş, 1992: 30).



Resim 46: Koloman Moser, Ver Sacrum, 1898

Kaynak: <https://www.theviennasecession.com/gallery/koloman-moser/>

Ver Sacrum ilk sayısında, Alfred Roller’in tasarlamış olduğu Viyana Secession için de sembole dönüşecek olan kırmızı bir ağaç illüstrasyonuna yer vermiştir (Resim 47). Öyle ki dergi için sayfa tasarımları büyük bir öneme sahiptir ve sayfa zemini ikinci renk olarak kullanılmıştır. Tasarımlarda tipografi ve çiçek motifleri hakim olup, metin kullanımlarına illüstrasyonların eşlik ettiği görülmektedir. Dergi ilk sayısında bir manifesto yayınlayarak amacını belirtmiştir. “*Büyük sanat ile samimi sanat arasında, zenginler için sanatla fakirler için sanat arasında hiçbir fark bilmiyoruz*” (Brooker, 2009: 993).



Resim 47: Alfred Roller, Ver Sacrum 1. Sayı Kapak Tasarımı, 1898

Kanyak: <https://artslife.com/2018/10/24>

Aynı dönemde kendisini gösteren, siyasi eleştiri ve hiciv bakımından zengin diğer dergiler “Der Wahre Jakob”, “Simplicissimus” ve “Kladderadatsch”dir. Özellikle 1930’lu yıllarda “Der Wahre Jakob” Hitler’i eleştiren ve yeren bir mizah anlayışıyla adından söz ettirmiştir. Almanya’nın siyasi tutumunu eleştiren üç dergi de içerikleriyle döneme ışık tutmaktadır. Özellikle Simplicissimus’un sayfa tasarımlarında ve kapaklarında tercih ettiği cesur renkler adeta içeriğinin yansıması niteliğindedir. Cesur ve oldukça renkli yapısı, sade tipografisi ve alaycı illüstrasyonlarıyla Simplicissimus geniş kitlelere hitap etmeyi amaçlamıştır. Özellikle Thomas Theodor Heine oluşturduğu illüstrasyonlarla dergiye büyük katkıda bulunmuştur (Resim 48) (Allen A. T., 2014: 37).

Almanya’nın siyasi tutumuna karşı bir tepki olarak yayınlarını sürdüren bu dergiler, dönemin tasarımsal yaklaşımlarının eleştirisiyle birlikte kullanım şeklini bizlere göstermektedir. Özellikle “Der Wahre Jakob” ilerleyen paragraflarda Nazi Almanyası içerisinde incelenmiş, tipogafi ve görsel kullanım özellikleri ortaya konmuştur. Diğer hiciv dergileri arasında “Der Wahre Jakob” direkt Nazi Almanyası’na karşı olan cesur duruşuyla dikkat çekmektedir.



Resim 48: Thomas Theodor Heine, Simplicissimus Kapak Tasarımı, 1896, Kaynak: <https://www.amazon.com/SIMPLICISSIMUS-MAGAZINE-GERMANY-VINTAGE->

Savaş öncesi ve savaş sonrası dönem karşılaştırıldığında tasarımsal farklılıklar ve üretim koşullarındaki değişimler gözle görülür boyuttadır. Savaş sonrasında özellikle 1920’li yıllarda tasarım ve tipografi makineleşmeyle daha iç içe olmuş, kendisini bu alanda geliştirmiştir. Tüm bunların sonucunda Alman tipografisi kendisine yeni bir tasarım stili oluşturma yoluna gitmiştir. Bu dönem içerisinde önemli bir stil kendisini göstermekte olup, sanatçılar tarafından hızla benimsenmiş ve yaygın biçimde kullanılmıştır. Bu da göstermektedir ki milliyetçi Alman tipografisi yine kendi yerel yaklaşımı içerisinde başka bir milliyetçi tasarım stiline daha yer vermiştir.

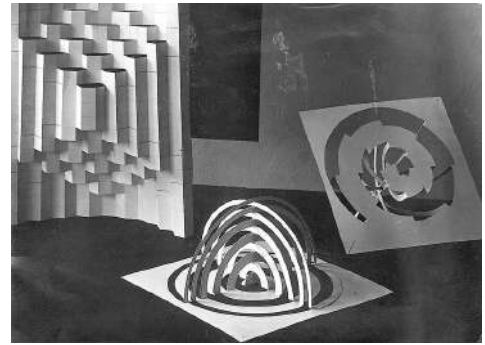
I. Dünya Savaşı’ndan sonra özellikle mimari ve endüstriyel tasarımda da çalışmalar üreten Bauhaus, bir sanat okulu olarak karşımıza çıkmaktadır. Sanat ve mimari eğitiminde en önemli okulların başında yer alan Bauhaus’un eğitiminin ilk yıllarında, tipografi ve grafik tasarımların çoğu özgünlükten uzak çalışmalar olmuştur. Tasarıma göre grafik sanat ve zanaat tercih edilmiş, bu tercih özellikle oluşturulan afiş ve broşür çalışmalarında görülmüştür. Bunun en güzel örneklerinden biri Joost Schmidt’in gerçekleştirdiği Bauhaus sergisi afiş çalışmasıdır. Geometrik şekiller ve tipografi oldukça başarılı bir şekilde kullanılmıştır (Resim 49) (Aynsley, 2000: 99).



Resim 49: Joost Schmidt, Bauhaus Sergisi İçin Afiş, 1923

Kaynak: <https://www.bauhaus100.com/the-bauhaus/works/>

Bauhaus'ta okul içerisindeki atölyeler öğrencilerin alacakları derslerin içeriklerine ve kullanılacak malzemelere göre belirlenmiştir. Öğrencilerin alması gereken en önemli derslerden biri Vorkurs olmuştur (Resim 50). Vorkurs dersinin öğrenci için önemli olmasının nedeni; tasarım materyellerini yakından tanımak, yapı, renk, ışık, denge gibi temel tasarım unsurlarını deneyimleyerek öğrenmektir. Öğrenci somut ve soyut belli tasarım öğelerini deneyimleyerek öğrenmektedir. Böylelikle somuttan soyuta rahatlıkla geçiş yapılabilmiş, özellikle grafik tasarımda stilize ve soyutlama tekniklerinde başarı elde edilmesi sağlanmıştır. Bauhaus'ta öğrencilerin hepsine okudukları bölüm ayırt edilmeden, tasarımı oluşturan temel öğeler yani; renk, form ve diğer unsurlar öğretilmiştir (Resim 51) (Aynsley, 2000: 97). Görülmektedir ki Bauhaus, tipografinin yanı sıra temel bir sanat eğitimi de önemseyen bir yapıya sahiptir. Bu yapı hem okul olarak hem de bir tasarım stili olarak başarısını pekiştirmiştir. Günümüzde dahi temellendirilen tasarım anlayışı eğitimlerde güncellenerek kullanılmaya devam etmektedir.

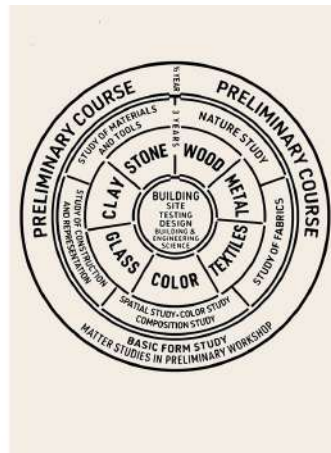
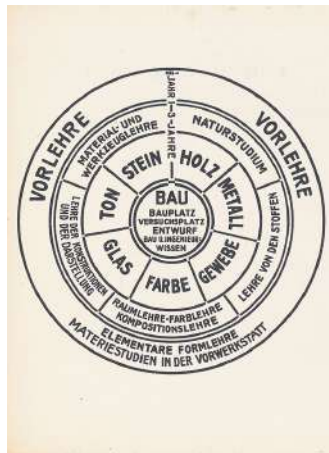


Resim 50: Josef Albers, Vorkurs Eğitimleri

Resim 51: Vorkurs Tasarımları, 1926

Kaynak: <https://www.ariesharon.org/Archive/Bauhaus-and-Berlin/>

Okulda bir çok farklı sanat dalı öğretilmiş ve hiçbirisi diğerinin önüne geçmemiştir. Çünkü Bauhaus'un eğitim sistemi hepsini aynı derecede önemli görür ve tüm sanat dallarını aynı oranda kucaklar. Özellikle endüstriyel tasarım ve sanatının öneminin farkında olan okul, bu alanla ilgili tüm tasarım dallarını birbiriyle ilişki içinde tutmuştur. Tüm bu tasarım hedefleri ve benimsenen temel prensipler sayesinde, özel sektör için yapılan mimari uygulamalarda, endüstri ürünleri tasarımında ve tipografide Bauhaus bakış açısı oluşturulmuştur. Bauhaus tipografinin gelişiminde ve ilerlemesinde en önemli adımların atıldığı çağdaş bir ortam konumundadır (Resim 52) (Becer, 2016: 181).



Resim 52: Walter Gropius, Bauhaus Ders Programı Şeması, 1922

Kaynak: <https://www.getty.edu/>

Özellikle Herbert Bayer’ın oluşturduğu tipografi atölyesi, yaptığı çalışmalarla oldukça büyük bir popülarite edinmiştir. Bayer, tipografi atölyesinde çeşitli reklam tasarımları gerçekleştirmiş, tipografide köklü yenilikler ortaya koymuştur. Herbert Bayer stilin en büyük savunucusu ve en önemli temsilcisi olmuştur. Özellikle 1923 yılında, gerçekleştirmiş olduğu banknot tasarımlarında süregelen tipografi anlayışını durdurmuş, sans serif yazı karakteri kullanımıyla daha modern bir tipografik çalışma ortaya koymuştur. Tüm bu gelişmelerin sonucunda Bauhaus bir tasarım anlayışına dönüşmüş ve “Bauhaus Stili” olarak adlandırılmaya başlanmıştır (Resim 53) (Becer, 2016: 203).



Resim 53: Herbert Bayer, Banknot Tasarımı, 1923

Kaynak: <https://www.underconsideration.com/>

Tipografide geometrik form kullanımı ile tasarlanan harfleri önemseyen Bayer, makineleşme ve makineleşmeyle birlikte gelişen tipografinin öncüsü olmuştur. Harflerin ve yazı karakterlerinin çağa ayak uydurması gerektiğini düşünen sanatçı, harfleri temel geometrik formlardan oluşturup, sade ve genel geçer bir alfabe tasarlamayı hedeflemiştir. Tüm bu görüşleri ve isteklerinin ürünü olan “Universal Alphabet” (Evrensel Alfabe), Bayer’in en önemli çalışmalarından biridir. Universal, temel geometrik formlardan oluşan, sadece harflerin yapıları gereği bazı farklılıklara sahip olan, oldukça sade ve yalın bir alfabe olma özelliği taşımaktadır (Resim 54) (Eskilson, 2007: 242).



Resim 54: Herbert Bayer, Universal Alphabet, 1925

Kaynak: <https://www.aspendailynews.com/>

Harbert Bayer, Universal'ı yani Evrensel Alfabeyi minimal bir tasarım anlayışıyla oluşturmuştur. Harflerin temel yapıları oldukça benzerlikler göstermekte olup, sanatçı tasarımlarında dairelerden ve çeşitli açılarda kullandığı yaylardan yararlanmıştır. Bayer'in tipografisinde gerçekleştirdiği bu tutum tipografideki çağdaşlaşmanın önünü açmıştır. Sanatçı büyük harf kullanımı yerine küçük harf kullanımını savunmuş, küçük harflerin öğrenimde kolaylık sağlayacağını ifade etmiştir. Ayrıca küçük harf kullanımıyla matbaalarda ekonomik açıdan bir rahatlamanın da sağlanacağını dile getirmiştir. Bloklama sistemleri içerisinde sol blok kullanımını tercih edilmesi gerektiğini düşünen sanatçı, kendi afiş ve ilan tasarımlarında da metinlerini soldan bloklu şekilde oluşturmuştur. Bayer, tipografik tasarımlarında izleyicinin içeriği daha kolay ve net algılaması için, kısa ve öz mesajları ifade eden metinlere yer vermiştir (Resim 55) (Eskilson, 2007: 242).

Evrensel nitelikte alfabe üretimi dönem içerisindeki hem yerel bir yaklaşımı gösterirken aynı zamanda global bir yazı karakteri oluşturma çabasını da gözler önüne sermektedir. Genel geçer bir font tasarımı oluşturma fikri aslında yerellik içerisinde evrensel bir tasarım yaklaşımını göstermiştir. Bayer, Universal ile aynı zamanda tipografide alışılmışın dışında bir kullanım önerisini tasarımcılara sunmuştur. Sadece küçük harflerle oluşturulan tipografi tasarım önerisi, bizlere farklı bir bakış açısı kazandırmıştır.

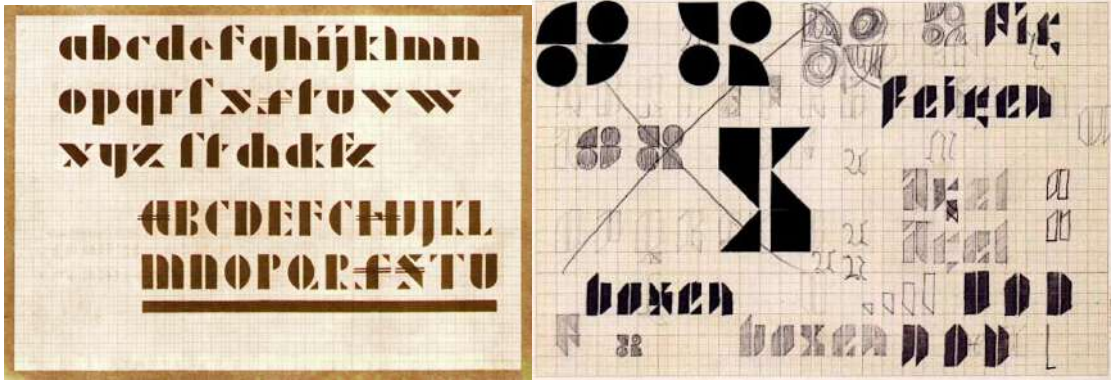


Resim 55: Herbert Bayer, Uygulamalı Sanatlar Sergisi Afişi, 1927

Kaynak: <https://kenfrederick.tumblr.com/>

Bauhaus içerisinde üretilen bir başka font tasarımı da Josef Albers tarafından oluşturulan “Elements” yazı karakteridir (Resim 56). Bauhaus’un en önemli isimlerinden biri olan Albers, aynı zamanda yapmış olduğu geometri ve renk algısı ile temellendirilen çalışmalarıyla tanınan bir isimdir. 1925 yılında gerçekleştirmiş olduğu Elements font tasarımında temel geometrik şekiller olan üçgen, yarım daire ve dikdörtgen formlarından yararlanmıştır. Şablon tarzında oluşturulan font tasarımı, stilize görünümü nedeniyle Bauhaus içerisinde gerçekleştirilen diğer font tasarımlarından ayrılmıştır. Albers sans serif font tasarımlarının aksine okunaklılık özelliği düşük bir tür üretmiştir (Eskilson, 2007: 242). Josef Albers tipografi ile ilgili düşüncelerini şu cümlelerle ifade etmiştir;

“Konuştuğumuz gibi hızlı bir şekilde okumak zorundayız. Script yazılar bu nedenle tasarımlarda artık kullanılamaz. Tasarımlarda hızlandırılmış, vurgulanmış, altı çizili, kısaltılmış, resimli yazı geçerli olacaktır. Tıpkı konuşmadaki gibi iletide de açıklama, ünlem, kısaltma, anahtar kelimeler hakimdir. Bu nedenle posterdeki mesaj hareket halinde algılanabilecek kadar kısa ve net olmalıdır” (Albers, Weber, 2014: 209).



Resim 56: Josef Albers, Elements Yazı Karakteri Tasarımı ve Eskiz Çalışması, 1926

Kaynak: <https://artidote.wordpress.com/>

Bauhaus fotoğraf ve tipografinin birleşiminden oluşan orjinal bir iletişim modeline Moholy-Nagy sayesinde kavuşmuştur. Nagy'nin en önemli typophoto örneklerinden birini Pneumatik otomobil lastiği afişi oluşturmaktadır. Tipografi ve fotoğraf birlikteliğinin en iyi örneklerinden olan bu çalışmada, tipografi araba fotoğrafının açısına göre konumlandırılmıştır. Tipografinin yanı sıra fotoğrafçılığın kendi içerisinde barındırdığı montaj, bozulma, ayrılma, çift pozlama gibi yöntemlerin afiş içerisinde mesajı iletmedeki katkısı gözlemlenmiştir (Resim 57). Sanatçı oluşturduğu çalışmalarda ve afiş tasarımlarında, kendi adlandırdığı biçimiyle “typophoto” yani görsel ve tipografinin birleşim tarzını sıklıkla kullanmıştır (Meggs, 1998: 281). Bu anlatıdan yola çıkarak “typophoto”nun dönem içerisinde büyük bir tasarım icadı olarak görüldüğü sonucuna ulaşılmaktadır. Tipografi ve fotoğraf birlikteliğinin Bauhaus içerisinde adeta bir buluş niteliğinde değer görmüş olması, dönemin tasarımsal şartlarını da gözler önüne sermektedir. Nagy “typophoto” terimini şu şekilde tanımlamıştır;

“Tipofoto nedir? Tipografi türden oluşan iletişimdir. Fotoğraf optik olarak neyin kavranabileceğinin görsel temsilidir. Tipofoto, iletişimin görsel olarak en doğru sunumudur” (Aynsley, 2000: 101).



Resim 57: Moholy-Nagy, Pneumatik, 1923

Kaynak: <https://www.researchgate.net/figure/Laszlo-Moholy-Nagy-Pneumatik>

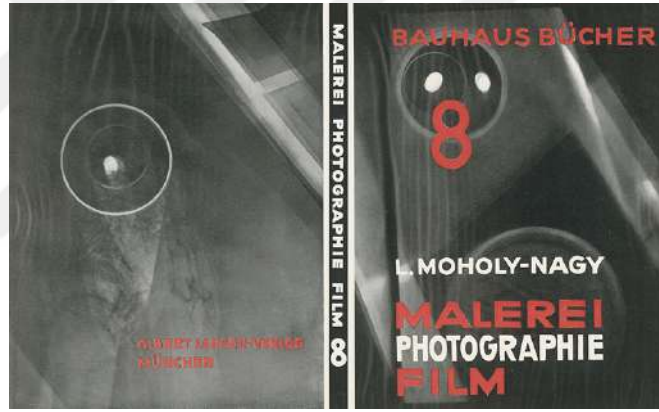
Nagy 1925 yılında tasarladığı kitap “Malerei Photographie Film”de (Resim Fotoğraf Filmi), fotoğrafları ve tipografiyi bir arada kullanılarak bir iletişim modeli yaratmıştır. Sanatçı kitap tasarımında, görseller ile yazıların bir arada nasıl kullanılması gerektiğine ilişkin ip uçları vermiştir. Kitapta yer alan sayfa tasarımlarında dikey ve yatay çizgilerle temellendirilen bir sistem görülmektedir. Çizgilerin oluşturduğu boşluklar içerisinde fotoğraf ve metinler yerleştirilmiştir. Sanatçı bu yöntemle içerik akışını, öncelik ve sonralık ilişkisini sağlamıştır (Resim 58). Kitap aynı zamanda Metropolün Dinamiği filmi için bir ön hazırlık niteliği taşımaktadır (Aynsley, 2000: 100).



Resim 58: Moholy-Nagy, Malerei Photographie Film, 1925

Kaynak: https://josefchladek.com/book/laszlo_moholy-nagy_

“Malerei Photographie Film” kitabının kapak tasarımında anlaşılması ve kavranması zor bir fotoğraf karesi kullanan Nagy, tipografide ise yalın ve çarpıcı bir kullanım tercih etmiştir. Kapakta yer alan fotoğraf destekli arka plan tasarımında derinlik hissi hakimdir. Fotoğrafa göre konumlandığı 8 rakamı ise görselde yer alan dairesel yapılara vurgu yapmaktadır. Ayrıca sanatçı kitabın içerisinde “typophoto” ile ilgili çeşitli yazılara da yer vermiştir. Çağdaş hissin, grafik tasarımın iki ana unsuru olan tipografi ve fotoğrafın birlikteliğiyle oluşturulacağını savunan Nagy, kitabın tasarımında olduğu gibi içinde yer verdiği yazılarda da bunu ifade etmiştir. Tipografi kapak tasarımında beyaz ve kırmızı olmak üzere iki ana renge indirgenmiştir (Resim 59) (Eskilson, 2007: 241).



Resim 59: Moholy-Nagy, Malerei Photographie Film, 1925

Kaynak: https://josefchladek.com/book/laszlo_moholy-nagy_

Sanatçının Bauhaus için yaptığı çalışmalar arasında kitap tasarımları da mevcuttur. Bauhaus’un kendi bünyesindeki matbaa tarafından yayınlanan “Staatliches Bauhaus in Weimar” kitabı Walter Gropius ve Moholy-Nagy’nin ortak çalışmasıdır. Kitabın iç sayfa tasarımlarını gerçekleştiren isim Nagy olurken, birinci kitabın kapak tasarımını o dönem bir Bauhaus öğrencisi olan Herbert Bayer oluşturmuştur (Resim 60-61). İlk ciltte tipografiyle ilgili yazdığı bir makaleyle de destek veren Nagy, tipografinin

yalın ve anlaşılır olması gerektiğini savunurken aynı zamanda güçlü zıt kullanımlarla da desteklenmesi gerektiği görüşündedir (Meggs, 1998: 280).



Resim 60: Herbert Bayer, Staatliches Bauhaus in Weimar Kitap Kapağı Tasarımı, 1925

Kaynak: https://josefchladek.com/book/walter_gropius



Resim 61: Moholy Nagy, Staatliches Bauhaus in Weimar, 1925

Kaynak: https://josefchladek.com/book/walter_gropius

Araştırmaların sonucunda yerellik bağlamında gelişen Alman tipografisinin, Bauhaus stili ile birlikte büyük bir dönüşüm geçirdiği gözlemlenmiştir. Bauhaus'un pek çok tasarım alanına yön vermesiyle birlikte, tezin ana çalışma alanı olan "tipografide" yenilikçi yaklaşımlar göstermiş olması oldukça önemlidir. Ayrıca dönem içerisinde gelişen yerel tipografi stili, makineleşme ve teknolojiye ayak uydurmuş, çağın gerekliliklerine cevap vermiştir. Birçok dergi ve kitap yayını gerçekleştirerek uluslararası bir üne kavuşmuştur.

II. Dünya Savaşı ve sonrasında tipografi yeniden bir dönüşüm içerisine girmiş olup, bu kez kendisini Hitler propoganda afişleri üzerinde göstermeye başlamıştır. Dünya tarihinde etkin bir rol oynayan Nazi Almanyası 1933 ve 1945 yılları arasındaki dönemi kapsamaktadır. I. Dünya Savaşı sonrası gelen işsizlik, yoksulluk ve ekonomik bakımdan yaşanan büyük sıkıntılar II. Dünya Savaşı ve sonrasında da devam etmiştir. 1929 ve 1933 yılları arasında yaşanan Büyük Buhran Almanya'yı sert bir biçimde vurmuş, Hitlerin ırkçı politikasıyla birlikte ülke derin acılar yaşamıştır. Nazi politikası bu durumu kendi aleyhine kullanarak halkı umutsuzluğa ve kendine bağlılığa sürükleyen propoganda çalışmaları gerçekleştirmiştir. Geniş kitlelere grafik tasarım aracılığıyla seslenen Hitler Almanyası siyasi afişlerden oldukça başarılı bir biçimde yararlanmıştır (Bie, 2015: 1-3).

Özellikle Nazi döneminde 19. yüzyıl başlarından bu yana geliştirilen sanat ve tasarım anlayışı hiçe sayılmış, iktidar kendi anlayışında üretilen tasarımları desteklemiştir. Alman sanatçıları büyük baskılara maruz kalmış fakat ülkelerinden ayrılmayarak çalışmalarını gizlice yürütmeye devam etmiştir. Kendi ideolojilerini oluşturdukları propoganda afişleriyle hızlıca ve etkin bir biçimde yayan Naziler geniş kesime ulaşma konusundaki başarısını kat kat arttırmıştır. Afiş tasarımlarında kullanılan tipografide eskiye dönüş yaşanmış, Almanya'nın kendi milliyetçiliğinin bir yansıması olarak görülen Blackletter fontlar kendisini yeniden göstermiştir (Resim 62). Nazi iktidarı Mekanik ve milliyetçi gördükleri Blackletter fontların kullanımını desteklemişlerdir (Aynsley, 2000: 183).

Nazi Almanyası'nın o döneme kadar gelişen Bauhaus stilini kenara atarak yeniden eski tipografi anlayışına dönmesi, devlet eliyle tasarımlara yapılan müdahalenin kesin bir örneği olarak karşımıza çıkmaktadır. Kendi milliyetçi ve baskıcı düşüncelerini gerçekleştirilen tasarımlar yardımıyla büyük kitlelere duyurma amacı taşıyan Hitler Almanyası, bu yönelimini uzun süre devam ettirmiştir. Gerçekleştirilen “Students to Work” afişinde de bu yaklaşımı açıkça gözlemlemek mümkündür.



Resim 62: Students to Work, Anonim Afiş 1937, Kaynak: Aynsley, 2000: 191

“Fraktur, harf formlarının yoğun yapıları nedeniyle daha ekonomik olduğunu ve ifade açıklıkları nedeniyle okunmasının daha kolay olduğunu öne süren gelenekçiler tarafından harekete geçirildi. Dönemin önde gelen yöneticileri, hatlarının yoğunlaşmış dokusu nedeniyle Fraktur’u Alman sesli harflerinin ve ünsüzlerinin ritmiyle uyumlu buluyordu. Bu nedenle Fraktur’un Almanca ile senkronize olduğunu düşünmektedirler” (Resim 63) (Aynsley, 2000: 184-185).



Resim 63: Fraktur Yazı Karakteri, Kaynak: <https://www.typeroom.eu/a-nazi-font->

Böylelikle Blackletter fontları arasında yükselişe geçen Fraktur, neredeyse bütün Nazi afişlerinde kullanılmıştır. Bunun en iyi örneklerden biri “Lideri Takip Et” sloganlı afiş çalışmasıdır. Önde lider Hitler’in fotoğrafı ve arkada kendisini takip edip

destekleyen temsili bir kitle fotoğrafının oluşturduğu afiş çalışmasında tipografiye kırmızı renkte yer verilmiştir. “Ja!” yani “Evet” sözcüğü, “Lideri Takip Et” sloganına adeta halkın bir cevabı niteliğinde ve dikkat çekecek büyüklükte yerleştirilmiştir (Resim 64) (Bie, 2015: 4). Tipografinin en büyük destekçisi olan fotoğraf kullanımı yine Nazi dönemi Almanya’sı aracılığıyla gerçekleştirilen afişlerde karşımıza çıkmaktadır.



Resim 64: Lideri Takip Et, Anonim Afiş,

Kaynak: <https://www.ushmm.org/propaganda/archive/poster->

Fraktur’un kullanımına başka bir örnek ise önemli tasarımcılardan Leonid’in yapmış olduğu “Tüm Almanya Lideri Halkın Radyosu ile Dinledi” sloganlı afiş çalışmasıdır. 19. yüzyıl ortalarında önemli bir kitle iletişim aracı olan radyonun merkezde yer aldığı, geniş bir kalabalıkla bir arada verildiği bu başarılı fotomontaj afişin ana ögesidir. Bu görselin adeta tamamlayıcısı konumundaki Fraktur, dönemin özelliklerinin başarılı bir biçimde yansıtıldığı afiş çalışmasıyla bütünleşmiştir (Resim 65) (Akgül, 2017: 204).



Resim 65: Leonid, Tüm Almanya Lideri Halkın Radyosu ile Dinledi, 1936

Kaynak: <https://www.alamy.com/>

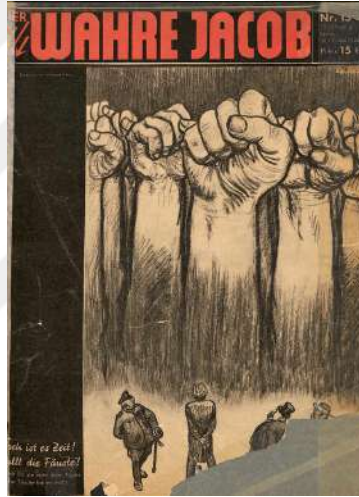
Dönem çalışmaları arasında tipografisiyle farklı, Roma tipi harflerin kullanıldığı bir çalışma olarak Richard Klein'in oluşturduğu "Büyük Alman Sanat Sergisi" afişi örnek verilebilir. Sanatçının buradaki amacı Roma İmparatorluğunda anıtlar üzerinde yer alan yazıtlarıyla ilişki kurarak izleyiciye ulaşmaktır. Tipografiye eşlik eden simgesel görseller dönemin siyasi anlayışını yansıtmaktadır (Resim 66) (Akgül, 2017: 205).



Resim 66: Richard Klein, Büyük Alman Sanat Sergisi, 1937

Kaynak: <https://books.discogs.com/book/>

Hitler Almanyası içerisinde halkı etkisi altına alan propoganda afişlerinin yanı sıra eleştiri ve hiciv içeren önemli bir yayın da bulunmaktadır. “Der Wahre Jacob”, 1881 yılında yayına başlamış, fakat Hitler döneminde işçi sınıfının yanında yer alması ve korkusuz eleştirileri sayesinde 1930’lu yıllarda parlamış bir dergidir. Sömürgeci ve emperyalist anlayışa karşı çıkan ve oldukça sıkı takip edilen bir kitleye sahip olan “Der Wahre Jacob”, sade tipografisi ve işçileri destekleyen illüstrasyonlarıyla dikkat çekmiştir (Resim 67) (Stahler, 2018: 226). Nazi tipografi yaklaşımındaki Blackletter yazı karakteri kullanımının aksine “Der Wahre Jacob”ın sans serif font kullanımı tasarımsal tercihin yanı sıra ideolojik farkların da adeta bir yansıması niteliğindedir.



Resim 67: Der Wahre Jacop, 1932, Kaynak: <https://timesxremoved.com/>

Almanya’nın yerel tipografik yaklaşım tarzının incelendiği çalışmalarda; 14. yüzyıl ve sonrasında milliyetçi duygularla kullanılan Blackletter yazı karakterlerinin, makineleşme ve gelişen ideoloji ile birlikte yerini daha modern bir yerel stil olan Bauhaus’a bıraktığı görülmüştür. Bauhaus’un Alman tipografisine olan katkıları yadsınamaz boyuttadır. Öyledir ki tüm dünyada da kabul görmüş bir tasarım stili olma başarısı göstermiştir. Ancak Nazi Almanyası ile birlikte siyasi hareketler sanat ve tasarımı da etkileyerek bu ilerlemeyi bir süreliğine kesintiye uğratmıştır.

2.1.3. İsviçre Tipografisinde Grid Sisteminin Gelişimi

İsviçre tarih boyunca dünya savaşları içerisinde yer almaması ve genellikle tarafsız bir politika izlemesiyle dikkat çekmektedir. Ülke yönetimindeki demokratik yaklaşımı ve ekonomik refah bakımından oldukça iyi konumda oluşu, dışarıdan çok sayıda göç almasına da neden olmuştur. Finans ve bankacılık sektöründeki gelişmiş durumu, tüm devletler tarafından tanınan bir ekonomik güce sahip olmasını sağlamıştır. 26 kantondan oluşan bir federasyon olan İsviçre; Almanya'nın çoğunluğunu oluşturduğu, Fransa, İtalya ve Avusturya olmak üzere 4 ana topluluğa sahip olup, konuşulan diller de aynı doğrultuda şekillenmiştir. Bu nedenle ülkenin çeşitliliğe sahip gelenekselleşmiş bir kültürü bulunmaktadır (Göktolga, 2017: 69).

1291 yılında kurulan İsviçre, tarih boyunca tamamen bütün ve homojen bir yapıya sahip olamamıştır. Eski Federasyon adı altında 8 eyaletin birleşimiyle 15. yüzyıla kadar varlığını sürdürmüş, pekçok kantonun birleşiminden oluşan bir devlet düzeni kurmuştur. Ülkede Katolik ve Protestan kantonların iç savaşı sonrasında yani 1845'te referandum uygulanmaya başlanmış, bu durum 1893 yılına kadar devam etmiştir. 1893 yılında, günümüzde sadece İsviçre'de varlığını sürdüren doğrudan demokrasi uygulanmaya başlanmıştır. I. ve II. Dünya savaşlarına tarafsızlığını açıklayarak katılımda bulunmayan ülke, genel olarak olumlu ve barışçıl tavrıyla dikkat çekmektedir. İsviçre 19. yüzyıldan bu yana istikrarlı gelişimi sonucunda günümüzde gelişmiş ülkeler içerisinde ön sıralarda bulunmaktadır (Küçük, vd, 2011: 154).

I. Dünya Savaşı'nda tarafsızlığını açıklayan İsviçre, kendi ülkelerinin savaşa girmesi ve dışlanmaları sonucunda pekçok sanatçıyı kendi sınırları içerisinde kabul etmiştir. Tüm bunların sonucunda Zürih'te savaşın ve yıkımın dışı vurumu olarak Dadaizm sanat hareketi doğmuştur. Savaşa olan tepkilerini sanat aracılığıyla aktaran sanatçılar Dadaizmle ve oluşturdukları çalışmalarla yıkımı ve duygularını ifade edebilmişlerdir. Mantık dışı ve sadece duygunun dışı vurumuyla oluşturulan çalışmalar dönem içerisinde oldukça ses getirmiştir. Bunun en güzel örneklerinden birini Hugo Ball'ın 1916 yılında Zürih'te gerçekleştirdiği Karawane şiiri oluşturmaktadır (Resim 68). Görsel ve işitsel olarak tanımlanan şiirde sözcükler anlamlarına göre görsel olarak

ifade edilmiştir (Horváth, 2016: 217). Her ne kadar birçok devletin katıldığı, büyük dünya savaşları içerisinde yer almayan bir ülke olsa da bu tutumu onu güvenli bir liman haline getirmiş ve belirli bir dönem sanatın filizlenmesine katkı sağlamıştır.



Resim 68: Hugo Ball, Karawane, 1916,

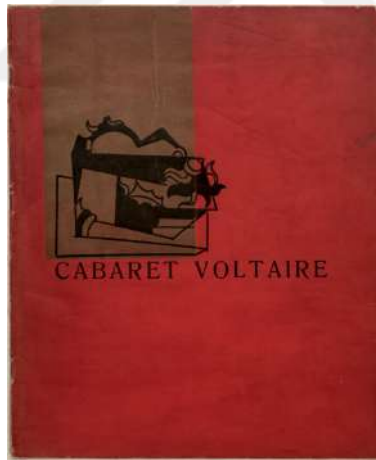
Kaynak: <https://www.swissinstitute.net/2001-2006/Exhibitions/>

“Dadaistler dili cesurca ele aldılar, parçaladılar, öğelerine yani harflere ve seslere indirgediler. Dilbilimsel kuralları yıktılar. Böylece toplumun dokusunu bir arada tutan ağa saldırdılar. Dil ve mantık, kültürün temelleridir. Dil ile oluşturdukları bu yeni durumu hem şiirlerinde hem de posterlerinde görsel ve işitsel açıdan deneyimlediler” (Horváth, 2016: 224).

Hugo Ball ve Emmy Hennings’in aralarında bulunduğu bir grup sanatçı I. Dünya Savaşı’nın yıkıcı günlerinde Zürih’te bir araya gelerek çalışmalarını gerçekleştirmişlerdir. Kalıplaşmış sanat anlayışına meydan okuyarak yazdıkları şiirlerde ve tasarladıkları afişlerde tipografiyi yıkımı yansıtacak şekilde kurgulamışlardır. Bu nedenle İsviçre’nin Zürih şehrinde filizlenen bu akım gerçekleştirdiği tiyatro, afiş ve şiir çalışmalarında Dadaizmin çarpıcı tipografisini kullanmışlardır. Sanatçıların Zürih dışında sonradan sığındıkları kentler arasında Berlin, Köln, Hanover, Paris ve New

York bulunmaktadır. Bu da Dadaizm akımının doğduğu şehirden yayılmasına, yayılırken çeşitlenmesine ve yorum farklılıklarının oluşmasına neden olmuştur (Altıntaş, 1992: 1).

Dönemin sanatsal anlayışı ve yerellik yansımaları yine sanatçılar tarafından çıkartılan dergiler üzerinden gözlemlenebilmektedir. Bunlardan ilki Cabaret Voltaire'de incelenmiştir. Cabaret Voltaire, Zürih'te sanatçıların toplandığı, gösterilerini ve sergilerini gerçekleştirdikleri bir kafedir. Gerçekleştirilen aktiviteleri, kabareleri ve tiyatroları kayıt altında tutabilmek için Hugo Ball sadece bir sayıdan oluşan Cabaret Voltaire yayınına çıkartmıştır (Resim 69). 1916 tarihli bu tek sayılı dergi, o döneme kadar alışlagelen ve İsviçre'nin sade tipografi anlayışıyla oluşturulmuş bir kapak tasarımına sahiptir. Dergi aynı zamanda farklı bir çok ülkeden sanatçının katılımı nedeniyle uluslararası bir öneme sahiptir (Hage, 2011: 35).



Resim 69: Hugo Ball, Cabaret Voltaire, No: 1, 1916, Kaynak:

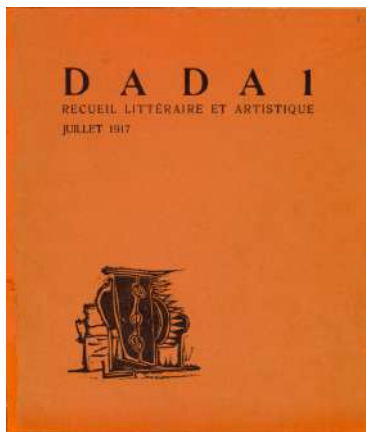
<https://www.slideshare.net/guacho22/cabaret-voltaire>

Dönemin içeriğinin ve sanatsal tutumunun görüldüğü en iyi yayınlardan biri de Dada dergisidir. Dada gibi dönem dergileri sanatçıları dinamik ve güncel tutmuş, farklı ülkelerdeki sanatçıların birbiriyle olan iletişimini sağlamıştır. Aynı zamanda dönem içerisinde okuyucu kitlesiyle iletişimi kopartmayan sanatçılar yaptıkları grafik

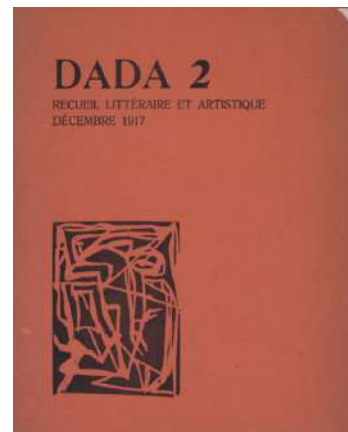
tasarımlarla dönem içeriklerini aktarmışlardır. Dada, Tristan Tzara editörlüğünde Zürih'te çıkartılmaya başlanmış, birkaç sayı sonra Paris'e taşınmıştır. Tzara ve kendisi gibi diğer Dada dönemi sanatçıları Zürih'te oluşturdukları çizimleri, şiirleri ve grafik denemeleri bu dergi sayesinde geniş kitlelere ulaştırmayı başarmışlardır. Dergi aynı zamanda Dada sanat hareketi için oldukça büyük öneme sahiptir (Hage, 2011: 35).

Dada tasarım tarzı bakımından dönem içerisindeki grafiksel gelişimi de gözler önüne sermektedir. Öyledir ki Dada, ilk iki sayısında İsviçre'nin de sıkça kullandığı klasik ve geleneksel bir tasarım anlayışıyla oluşturulmuştur. Bu nedenle Dada'nın birinci ve ikinci sayı kapak tasarımlarında tırnaklı yazı karakteri tercih edilmiş, oldukça sade bir yapıdadır (Resim 70). Seçilen kırmızı ve turuncu renklere sadece siyah tipografi ve yine siyah renkte küçük bir illüstrasyon eşlik etmektedir (Resim 71) (Hage, 2011: 36).

Anlatılardan yola çıkarak Dadaizmin birleştirici gücü yine aynı isimli dergi ile somutlaşarak kendisini göstermiştir. Sanatçıların bu kollektif ruh ile bir arada oluşu, akımın güçlü temeller üzerinde oluşmasında büyük rol oynamıştır. Dergi tasarımlarında da İsviçre'nin yerel tipografik özelliklerinin yansımalarını görmek mümkündür.



Resim 70: Tristan Tzara, Dada 1, 1917



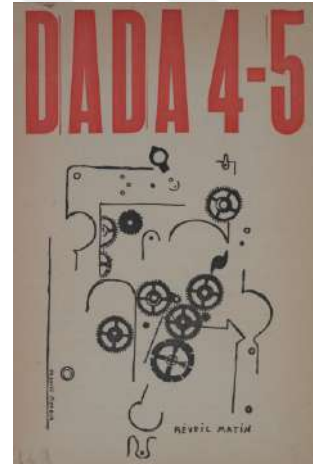
Resim 71: Tristan Tzara, Dada 2, 1917

Kaynak: [https://monoskop.org/Dada_\(journal\)](https://monoskop.org/Dada_(journal))

Derginin üçüncü sayısının kapak tasarımında, Dadaizmin özgün tarzı ve akımın kaotik tipografi biçimi kendisini göstermeye başlamıştır. Tristan Tzara İsviçre'nin sakın ve yalın tipografik anlayışından uzaklaşarak kapak tasarımlarına biraz daha hareket ve dinamizm katmıştır. Derginin daha çok tanınmaya başlaması, tasarımsal bakımdan daha da özgünleşmesine zemin hazırlamıştır. Dada 3'ün kapak tasarımında dergi isminin sans serif bir fontla yazılmaya başlandığı görülmektedir. Kırmızı, büyük ve kaba bir şekilde yer alan "Dada" ismine çapraz biçimde konumlandırılmış siyah tipografi eşlik etmekte, sağ alt kısımda dinamik olarak yerleştirilmiş sözcük ve cümleler yer almaktadır. İçerisinde yer alan pek çok sanatçıya ait yazı ve görseller akım kolajları doğrultusunda tasarlanmıştır. Dada 3'ün kapak tasarımı aynı zamanda, savaş dönemi içerisinde filizlenen Dadaizmin en sade biçimde yorumlanmış halidir (Resim 72). Dada 4-5'in de yine aynı mantıkta oluşturulduğu gözlemlenmektedir (Resim 73). Tzara derginin altıncı ve yedinci sayısını Paris'te çıkartmış, tasarımsal açıdan daha cesur ve hareketli bir tutum sergilenmiştir (Hage, 2011: 40).



Resim 72: Tristan Tzara, Dada 3, 1918



Resim 73: Tristan Tzara, Dada 4-5, 1919

Kaynak: [https://monoskop.org/Dada_\(journal\)](https://monoskop.org/Dada_(journal))

Kollektif bir ruh olan Dada, her ne kadar İsviçre çıkışlı bir hareket olsa da diğer ülkelerde de yayılım göstermeyi amaçlamıştır. Kendisini gösterdiği diğer ülkelerde daha çarpıcı tipografi anlayışı ve kolaj mantığında oluşturulmuş çalışmalara sahiptir. Bu durumu Avusturyalı sanatçı Raoul Hausmann'ın çalışmalarında incelemek mümkündür.

Hausmann, Dadaizmin ilk yıllarında her ne kadar fonetik tarzda ürettiği tipografik şiirlere ağırlık vermiş olsa da, “ABCD” isimli afiş çalışmasında akımın kaotik kolajlarının incelikleri tam olarak gözlemlenebilmektedir. Gazetelerden kestiği harflerle ve görsellerle bir görsel bütünlük oluşturmuştur. Dadaizmin yıkıcı tipografik anlayışı tam olarak bu çalışmada yansıtılmıştır (Resim 74) (Becer, 2016: 100).



Resim 74: Raoul Hausmann, “ABCD”, 1923, Kaynak: Becer, 2016: 102

Dadaizmin İsviçre dışında gelişimine ve dergi yayıncılığındaki durumuna örnek olarak Kurt Schwitters'in oluşturduğu Merz dergisi verilebilir. Merz Schwitters'in kendi başına yürütmüş olduğu bir Dada hareketi olma özelliği taşıırken aynı zamanda Dadaizmden Yeni Tipografiye geçişin de bir örneğini sunmaktadır. Dergi sayfalarında özenle oluşturulmuş kolaj mantığında tipografi ve görsel anlatımları gözlemlemek mümkündür (Resim 75) (Altıntaş, 1992: 2).

Dadaizmin İsviçre dışındaki gelişimine bakıldığında tipografi ve görsel kullanımındaki kaotik tutumun ön planda olduğu açık bir şekilde ortadadır. Bu durum aslında ilk bölümde ifade edildiği gibi, bir akımın ele alınış biçiminin ülkelere göre gösterdiği yerel etkisinin bir sonucudur. Geleneksel yaklaşımların akım içerisindeki gelişim biçimi de böylelikle görülmektedir.



Resim 75: Kurt Schwitters, Merz, 1922

Kaynak: <https://retroavangarda.com/merz-kurt-schwitters-2/>

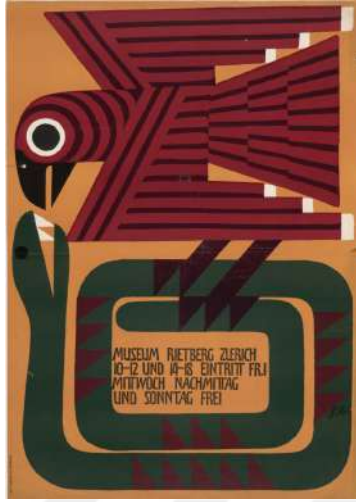
İsviçre'nin yerel tipografik anlayışı tüm bu süreçler içerisinde gelişim ve dönüşüme uğrayarak kendisini II. Dünya Savaşı yıllarında göstermeye başlamıştır. I. Dünya Savaşı yıllarında her ne kadar Dadaizmin dinamik tipografi anlayışına ayak uydurmaya çalışsa da yalın tarzından çok fazla ödün vermemiştir. Zaman içerisinde tırnaklı yazı karakterlerini de bir kenara atan İsviçre, yalın ve sade tipografi anlayışını sans serif yazı karakterleriyle devam ettirmiştir. 1950'li yıllarda etkisini göstermeye başlayan yerel tipografi tarzı günümüze kadar ününü korumuştur ve Uluslararası Tipografi Stili adıyla karşımıza çıkmaktadır. Özellikle kendi tipografi tarzları içerisinde geliştirdikleri grid sistemi, İsviçre tipografisinin başlıca özellikleri arasında yer almaktadır (Meggs, 1998: 320). Ülkeler içerisinde kendi tarzlarını dünyaya duyurma konusunda oldukça başarılı olan İsviçre, günümüzde de hala kendi tasarım anlayışıyla çalışmalar vermeye devam etmektedir.

“İsviçre tasarımının başlıca görsel özellikleri; 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 olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu hareketin başlatıcıları sans-serif tipografisinin ilerici bir çağın ruhunu ifade ettiğine ve matematiksel ızgaraların bilgiyi yapılandırmak için en okunaklı ve uyumlu araç olduğuna inanıyordu” (Meggs, 1998: 320).

İsviçre tipografisine bakıldığında sanatçıların kendi yerelliklerinde sade ve anlaşılır bir tutum içerisinde oldukları görülmüştür. Yerel tipografi anlayışları içerisindeki bu evrensel tutum, akımın başarısını ortaya koymaktadır. Sanatçıların yalın ve sade bir tipografi oluşturma kaygısı taşımaları, incelenen çalışmalarda gözlemlenmiştir. Böylelikle içerik izleyiciye daha tarafsız ve anlaşılır bir biçimde aktarılabilmiştir. Tüm bunların yanında oluşturulan tipografinin matematiksel bir sistem içerisinde biçimlendirilmesi, yerel tipografi anlayışının temel özelliğidir.

İsviçre yerel tipografisinin erken örneklerinden birini Rietburg Müzesi için gerçekleştirilen afiş çalışması oluşturmaktadır (Resim 76). Ernst Keller’in afiş tasarımında göz alıcı renk kullanımı, geometrik unsur ve basitleştirilmiş bir tipografik stil görülmektedir. Afişte sembolik ve sade bir anlatım biçimine önem veren sanatçı, İsviçre tasarım üslubunun sağlam temellere oturtulmasına büyük katkılarda bulunmuştur. İsviçre’nin erken dönem ünlü tipograflarından Ernst Keller, Zürih Uygulamalı Sanatlar Okulunda eğitimler vermiş ve tipografi derslerinin kalitesini yüksek bir noktaya taşımıştır. Eğitimci yanı sayesinde Uluslararası Tipografik Stilin gelişiminde büyük katkılar sağlamıştır. Erken İsviçre tarzını Bina İnşaatı afiş çalışmasında da gözlemlemek mümkündür (Resim 77) (Bektaş, 1992: 124).



Resim 76: Ernst Keller, Rietburg Müzesi, 1955

Kaynak: <https://www.moma.org/collection/works/5450?artist>



Resim 77: Ernst Keller, Rasyonel Bina İnşaatı Afişi, 1931

Kaynak: <https://www.design-is-fine.org/post/>

Dönemin tipografi anlayışıyla temellendirilen, grid sisteminin başarılı bir biçimde kullanıldığı afiş tasarımlardan biri “Büro” afişidir (Resim 78). Ünlü sanatçı Theo Ballmer ana tipografide kalın ve sans bir yazı karakteri kullanmış, oluşturduğu grid sistemine büro sözcüğünü yerleştirmiştir. Ballmer siyah büro sözcüğünün tam altında, onun zıt konumundaki kırmızı büro sözcüğüyle afişteki tipografik dengeyi sağlamıştır. Yine İsviçre üslubunun başarılı bir yansıması olan Norm afişinde ise sanatçı

grid sistemini tasarımsal bir öge olarak kullanılmıştır (Resim 79). Siyah ve kırmızının hakim olduğu afiş çalışmasında gridlerin oluşturduğu boşluklara metinler yerleştirilmiştir (Meggs, 1998: 321). Tasarımcının oluşturduğu afiş çalışmalarında grid sistmine sadık oluşu, İsviçre tipografisinin devamlılığı ve bilinirliği bakımından büyük öneme sahiptir.



Resim 78: Theo Ballmer, Büro, 1928

Kaynak: <https://www.moma.org/collection/works/7206?>



Resim 79: Theo Ballmer, Norm, 1928

Kaynak: <https://www.moma.org/collection/works/7916?>

İsviçre tipografisi sade ve amaca yönelik çalışmalar üretilmesi bakımından oldukça hassas bir tutum sergilemiştir. Bu tutumu Max Bill'in çalışmalarında görmek mümkündür. Yerel tasarım üslubunun önemli isimlerinden biri olan Max Bill, tasarladığı “Form” adlı kare formata sahip kitabıyla adından söz ettirmiştir (Resim 80). Bill’e göre işlev amacıyla tasarım üretilmelidir ve kullanılan bütün unsurlar işleve yönelik olmalıdır. Bill modern sanatla ilgili görüşlerini tüm sanat dünyasına “Form” aracılığıyla aktarmıştır. İç sayfalarda oluşturduğu sade fotoğraf ve tipogafi kullanımı İsviçre tipografisinin önemli detaylarını barındırmaktadır (Resim 81) (Hollis, 2006: 169).



Resim 80: Max Bill, Form, 1952

Kaynak: https://josefchladek.com/book/max_bill_-_form



Resim 81: Max Bill, Form İç Sayfa Tasarımları, 1952

Kaynak: https://josefchladek.com/book/max_bill_-_form

Grid sistemi İsviçre tipografisi için oldukça önemli bir konumdur. Kendi yerel tipografi anlayışlarını taçlandıran İsviçreli tasarımcılar, tüm çalışmalarında bu matematiksel sisteme yer vermiştir. Bu sanatçılardan biri de Richard Paul Lohse'dir. İsviçreli sanatçı hem tasarımlarını oluşturduğu hem de içerik yazılarını ürettiği "Neue Ausstellungsgestaltung" (Sergilerde Yeni Tasarım) adlı kitabında grid sistemini gözle görünür hale getirmiştir (Resim 82). Kapak tasarımını bu anlayışla oluşturmuş, matematiksel sistemin üzerine oturttuğu tipografi ve fotoğrafla çalışmasını tamamlamıştır. Sanatçı yıllar önce yapmış olduğu Bauen+Wohnen dergisinin 1948'de yayınlanan sayısında ise dikey grid sisteminde kare formunu açık bir şekilde kullanmıştır (Resim 83) (Hollis, 2006: 117).



Resim 82: Richard Paul, Neue Ausstellungsgestaltung, 1954

Kaynak: <http://wiedler.ch/felix/books/story/155>



Resim 83: Richard Paul, Bauen+Wohnen, 1948, Kaynak: ESKILSON, 2007, S.308

Yerel tipografi anlayışı içerisinde üretilen çalışmalardan “Typographie” (Tipografi) isimli kitap önemli bir yere sahiptir. “Typographie” İsviçre tasarım üslubunun en iyi örneklerindendir. Dönemin öncü sanatçılarından Emil Ruder’in gerçekleştirdiği kitap tasarımında, grid sistemiyle temellendirilen sade ve anlaşılır bir stil görülmektedir (Resim 84). Tasarımlarında yerel tipografi anlayışından ödün vermeyen Ruder sans serif font kullanımını önemsemiş, “Typographie” kitabında “Univers” yazı karakterini kullanarak bunu yansıtmıştır. “Univers” sanatçının pekçok çalışmasında kullandığı ve tipografi tarzını yansıttığı bir yazı karakteri olmuştur (Heller, 1999: 133). Sanatçının oluşturduğu bu kitap tasarımında stilin sade ve anlaşılır yapısının temellendiriliş biçimi görülmektedir. Bu da bizlere stilin her sanatçı tarafından istikrarlı bir şekilde devam ettirildiğini göstermiştir.



Resim 84: Emil Ruder, Typographie, 1957

Kaynak: <https://www.counter-print.co.uk/products/typography-a-manual-of-design>

İsviçre Tipografisinin, grafik tasarım ve tipografi anlayışını bir öğreti niteliğinde ele alan başka bir kitap tasarımı ise “Grafik Tasarım El Kitabı” isimli eserdir (Resim 85). Üslup için önemli bir isim olan Armin Hofmann’ın oluşturduğu kitap tasarımı aynı zamanda sanatçının tipografi ile ilgili düşüncelerini de içermektedir. Temel geometrik öğeleri stilize eden sanatçı, grid sistemiyle oluşturduğu sade tipografisini desteklemiştir. “Grafik Tasarım El Kitabı” adlı kitap çalışmasında görsel ve tipografi birlikteliğini matematiksel orantılarla mükemmel bir biçimde kurgulamıştır (Meggs, 1998: 327).



Resim 85: Armin Hofmann, Grafik Tasarım El Kitabı, 1965,

Kaynak: <https://draw-down.com/products/>

Hofmann'ın yerel tipografi anlayışıyla gerçekleştirdiği “Giselle” adlı afişi, tipografi ve fotoğraf birlikteliğinin en güzel örneklerinden birini oluşturmaktadır (Resim 86). İsviçre tasarım anlayışının tam olarak yansıtıldığı afiş çalışmasında fotoğrafın kullanıldığı alan ve tipografinin fotoğrafın hareketiyle olan uyumu dikkat çekmektedir. Grid sistemini mükemmel bir şekilde kullanan sanatçı, beyaz ve siyah alanlar ile tipografi fotoğraf ilişkisini matematiksel bir dengede oluşturmuştur. William Tell'in gösterisi adına farklı bir bakış açısıyla oluşturduğu bu afiş tasarımında, tipografi ve diğer unsurların birbiriyle olan dengesi göze çarpmaktadır (Hollis, 2006: 216).

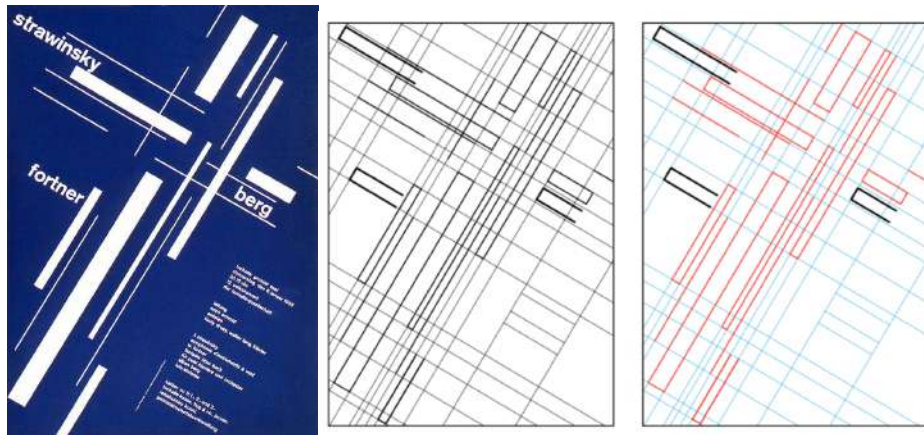
“Giselle” afişinin tipografi ve fotoğraf kullanımı bakımından İsviçre tipografisi içerisinde farklı bir noktada olduğu görülmüştür. Yine yerel tipografi içerisinde temellendirilen grid sisteminin kullanılış biçimi, oluşturulan yalın tipografi anlayışı ve yaratıcı fotoğraf kullanımı stilin başarılı bir yorumunu ortaya koymuştur. İncelenen çalışmalarda ve ilerleyen paragraflarda yer alan tasarımlarda da bu durum açık bir şekilde gözlemlenmiştir.



Resim 86: Armin Hofmann, Giselle, 1959

Kaynak: <https://www.flickr.com/photos/logangarrett/3007658979>

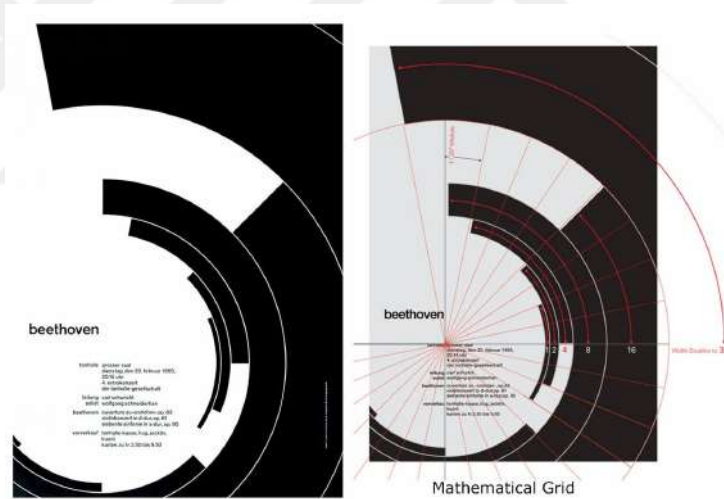
Grid sistemiyle temellendirilen başka bir yerel tipografi örneği ise Josef Müller-Brockmann'ın Klasik Müzik Konseri afişidir. Brockmann afiş çalışmasında grid sisteminin matematiksel yönünü açık bir şekilde yansıtmıştır (Resim 87). Bu bağlamda temellendirdiği tipografiyi desteklemek için geometrik formlar kullanmış ve çalışmasına hareket katmıştır. Matematiksel sistemin izin verdiği tasarım biçiminin sınırlarını zorlayan sanatçı, İsviçre Tipografisi'ni başarılı bir biçimde çalışmalarına yansıtmıştır (Hollis, 2006: 164).



Resim 87: Josef Müller-Brockmann, Konser Afişi, 1955

Kaynak: <https://www.design-is-fine.org/post/>

İsviçre Tipografisi'nin temel ilkelerinin somutlaştırıldığı, Zürih Tonhalle adına tasarlanan “Beethoven” afişi, stilin adeta bir öğretisi niteliği taşımaktadır (Resim 88). Josef Müller-Brockmann grid sistemine göre büyük bir hassasiyetle konumlandığı eğimli siyah çizgilere, yalın ve minimal tipografi eşlik etmektedir. Afiş tasarımının alt kısmında yer alan "beethoven" yazısı sadece küçük harflerle oluşturulmuştur. İçeriğin geometrik formlar aracılığıyla sade ve anlaşılır bir biçimde yansıtılması, simetrik bir sistemden asimetrik sisteme geçişin gözler önüne serilmesi bu afiş çalışmasının önemini daha da arttırmaktadır. Çalışmada yer alan tipografi ise iletişim amaçlı kugulanmış, sade ve anlaşılır biçimde izleyiciye sunulmuştur (Eskilson, 2007: 304). Sanatçının bu afiş çalışmasında; neredeyse altın orana uygun bir biçimde kurguladığı grid sistemiyle birlikte tasarımını temellendirmiş olduğu görülmektedir.

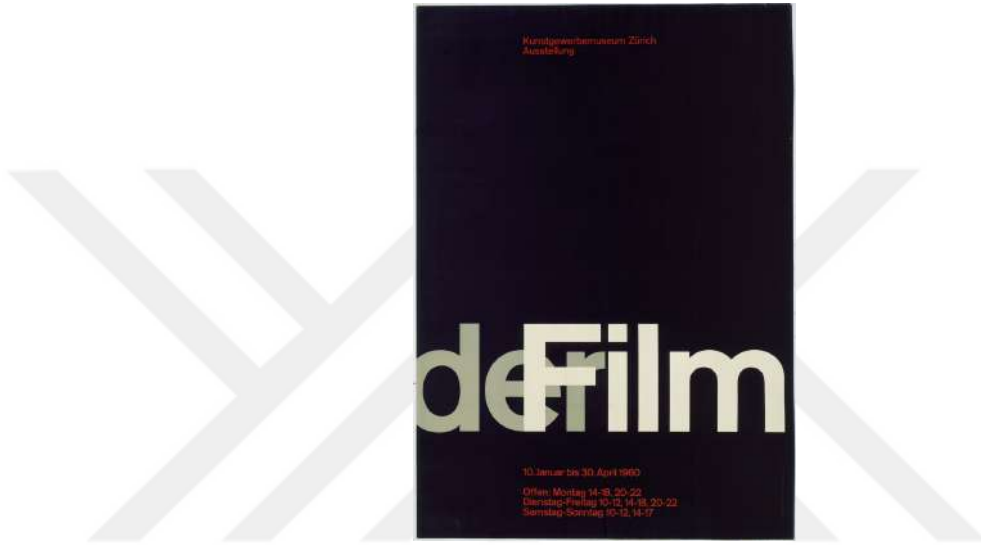


Resim 88: Josef Müller-Brockmann, Beethoven, 1955

Kaynak: <https://medium.com/fgd1-the-archive/beethoven>

Brockmann'ın bir diğer önemli afiş tasarımı olan “Der Film”, yine sanatçının grid sistemini ve dönemin tipografisini oldukça başarılı bir şekilde kullandığını göstermektedir. Altın orana neredeyse birebir uyan afiş tasarımında boşluk ve tipografiyle yaratılan doluluk dengeli bir şekilde kullanılmıştır (Resim 89). Sanatçı grid sistemini gözle görülür halde kullanmasa da kurgusuyla izleyiciye bunu

hissettirebilmeyi başarmıştır. Der Film yazısının konumu gereği grid sisteminin hangi oranlarda oluşturulduğu açıkça görülmektedir. Yalın tipografi kullanımı ve harflerin boyutu tasarımda kullanılan siyah boşlukla dengelidir. Okumadaki önceliği cümle ve sözcüklerin büyüklük küçüklük ilişkisiyle sağlanmıştır (Meggs, 1998: 330).



Resim 89: Josef Müller-Brockmann, Der Film, 1960

Kaynak: <https://www.moma.org/collection/works/4882>

İsviçre tipografisi yerel tasarım anlayışını, çıkardığı yayınlar aracılığıyla da diğer ülkelere tanıtmış ve çokça konuşulmasını sağlamıştır. “Neue Grafik” (Yeni Grafik) dergisi bu yayınlar içerisinde önemli bir yere sahiptir. İsviçre tasarım üslubunun güçlü yönünü gösteren Neue Grafik dergisi, grid sisteminin baş kullanıcılarından. İsviçre Tipografisinin sade ve anlaşılır tipografi anlayışı ve grid sistemiyle oluşturduğu sayfa tasarımlarında, üslubun ilkelerini doğru biçimde yansıtılmıştır. Öncelik ve sonralık ilişkisi doğrultusunda kurgulanan tipografik dili derginin ana tasarım anlayışını oluşturmuştur (Resim 90) (Heller, 1999: 133). İsviçre tipografisinin bir yayın aracılığıyla birçok kitleye ulaşmış olması, stilin kalıcılığını ve başarısını destekleyici bir durumdur. Bu tarz yayınlar hem stilin devamlılığını sağlamış hem de uluslararası boyutta ün kazanmasında yardımcı olmuştur.

Derginin sayfa tasarımlarını Carlo Vivarelli üstlenmiştir. Her sayısında farklı bir konu üzerinde duran dergi, 1959 yılında çıkan ikinci sayısında tümü İsviçreli olan yeni nesil grafik tasarımcılara yer verilmiştir. Neue Grafik'in üçüncü sayısını Chicago Tasarım Enstitüsü ve Zürih Kunstgewerbeschule okulunun hazırlık kurslarından oluşan yazılar ve fotoğraflar oluşturmuştur. Derginin dördüncü sayısında afişler tarihi periyodlara göre sınıflandırılmıştır. Neue Grafik'in beşinci sayısını ise oldukça detaylı olarak ele alınmış tek bir konu doldurmaktadır (Resim 90) (Hollis, 2006: 208).



Resim 90: Josef Müller-Brockmann, Carlo Vivarelli, Neue Grafik, 1958

Kaynak: <http://www.munaridesign.com/culture/neuegrafik.html>

Yerel tipografi anlayışı ana akım sanatçılardan sonra gelen yeni nesil tarafından da benimsenmiş, fakat grid sisteminin katı tasarım anlayışı biraz daha hareketlendirilmiştir. İsviçre tasarımının daha genç isimlerinden Siegfried Odermatt'ın çalışmalarında bu durumu gözlemlemek mümkündür. Afiş tasarımlarının çoğunda tipografiyi ön planda tutmuş, geometrik form kullanımıyla tipografik kompozisyonunu desteklemiştir. Tasarımın grid sistemi içerisinde pek çok farklı şekilde oluşturulabileceği görüşünü savunan Odermatt, dinamik içerikli çalışmalar üretmiştir (Resim 91). Odermatt gibi genç nesil tasarımcılardan olan Rosmarie Tissi, çalışmalarında dinamizm unsuruna önem vermiştir (Resim 92). Uluslararası stilin kalıplaşmış olan tasarım anlayışını biraz daha kırarak çalışmalarına hareket katan Odermatt ve Tissi, İsviçre Tipografisinin gelişiminde önemli katkılar sağlamıştır

(Meggs, 1998: 330). Stilin temellendirilmesinde öncü rol oynayan sanatçıların aksine, kendilerinden sonra gelen jenerasyonun tasarım ve tipografi anlayışına hareket katma ihtiyacı hissetmiş olduğu bu afiş çalışmalarında açık bir şekilde görülmüştür.



Resim 91: Siegfried Odermatt, Kunstgewerbe Museum, 1982

Kaynak: <https://www.invaluable.com/auction-lot/>

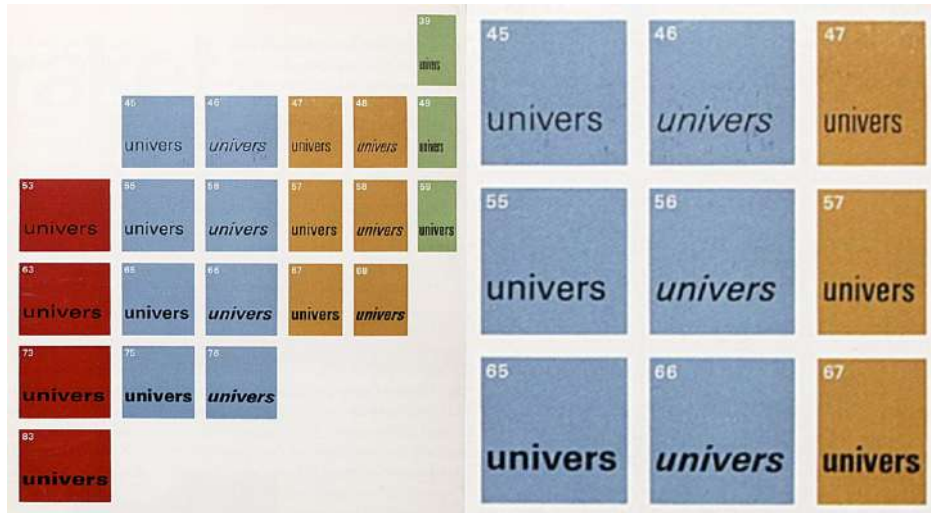


Resim 92: Rosmarie Tissi, City-Drick AG, Zürich, 1958

Kaynak: <http://www.designculture.it/interview/rosmarie-tissi.html>

İsviçre yerel tipografi anlayışının grid sistemi kadar önemli yapı taşlarından bir diğeri de font kullanımıdır. Rusya ve Almanya’da olduğu gibi İsviçre de kendi yerel tipografisinde serifsiz yazı karakteri tasarımı oldukça önemli tutulmuş ve tasarımlarda sadece bu yazı karakterlerine yer verilmiştir. Serifsiz yazı karakteri kullanımı incelenen afiş çalışmalarında da sıkça görülmüştür. Bu anlayış doğrultusunda dönem içerisinde sıkça kullanılan belli başlı fontların olduğu gözlemlenmiştir.

“Univers” ülke tipografisi içerisinde oldukça sık kullanılan ve benimsenen bir yazı karakteridir. İsviçre tipografisinin vazgeçilmezi olan “Univers” İsviçreli tipograf Adrian Frutiger’in üzerinde çalıştığı en kapsamlı fontlardan biridir. Birçok versiyona sahip olan Univers tasarımcılara kullanım kolaylığı sağlamaktadır (Resim 93). Örneğin kitap tasarımlarında açık ve anlaşılır bir tipografi için Univers 55 adlı versiyonu üretilmiştir. Kalınlık, incelik, boşluk ve doluluk dengelerine göre her versiyonu farklı olarak numaralandırılan font tasarımı, büyük ve küçük harflerinin birbiri içerisindeki uyumuyla da dikkat çekmektedir. Tasarımcılar hem küçük harflerle hem de büyük harflerle oluşturdukları tasarımlarda aynı üslubu yansıtabilmektedirler (Meggs, 1998: 325).



Resim 93: Adrian Frutiger, Universe, 1957,

Kaynak: <https://spiekermann.com/en/adrian-frutiger-rip/univers/>

İsviçre tipografisi için önemli olan bir başka yazı karakteri ise “Akzidenz Grotesk” olmuştur. Akzidenz Grotesk, sade ve anlaşılır görüntüsüyle özellikle fotoğraflarla mükemmel bir uyum yakalamıştır (Resim 94). Font, yapısı gereği okunaklı bir görünüm taşımaktadır. Bu nedenle Akzidenz Grotesk İsviçreli tipografların tüm isteklerine cevap vermiş ve tasarımlarında oldukça sık kullandıkları bir font haline dönüşmüştür. Max Bill pek çok tasarımında Akzidenz Grotesk’i kullanmıştır. “Die gute Form” (İyi Form) sergisinde de bu fonta yer verdiği görülmektedir (Resim 95). Serginin bütün içeriğinde kullandığı Akzidenz Grotesk fontu ile duvar tasarımları oluşturmuştur (Eskilson, 2007: 303).

ABCDEF GHIJKLM
NOPQRSTU VWXY
ZÀÅabcdefghijklmnopqrstuvwxyzàâé&1
234567890(\$£.,!?)

51



Resim 94: Akzidenz Grotesk, 1898

Resim 95: Max Bill, Die gute Form, 1949

Kaynak: <http://www.uncubemagazine.com/blog/15161005>

Akzidenz Grotesk HAAS dökümhanesinde tekrardan tasarlanmış ve Neue Haas Grotesk ismiyle piyasaya sunulmuştur. Neue Haas Grotesk fontunun, Frankfurt'da bulunan Stempel dökümevinin yaptığı bir başka versiyonu ise Helvetica adını taşımaktadır. İsviçre'nin Latince'deki adı olan Helvetica, yaşanan yüzyıl içerisinde sans serif yazı karakterler arasındaki en iyi font olma özelliği taşımaktadır. İsviçre yerel tipografi anlayışı içerisinde tasarlanan çalışmaların çoğunda Helvetica kullanılmıştır (Resim 96) (Bektaş, 1992: 130). Yukarıda incelenen çalışmaların çoğunda Helvetica fontunun kullanıldığı gözlemlenmiştir. Bu da bizlere İsviçre tipografisinin yerel tutumunu açık bir şekilde göstermektedir.



Resim 96: Helvetica, 1957, Kaynak: <https://www.dfonts.org/fonts/helvetica-fonts/>

İsviçre Tipografisi grid sistemiyle temellendirdiği bir tasarım anlayışı sunmuştur. Uluslararası çapta ün sahibi olan ve kullanılan bu stil, yıllar içerisinde çağın ve teknolojinin ilerlemesiyle yeni nesil tasarımcılar tarafından eleştiri yağmuruna tutulmuştur. Stilden ilk ayrılan isimler arasında yeni nesil sanatçılar Hans-Rudolf Lutz ve Wolfgang Weingart'tır. Lutz ve Weingart tasarımlarında sadece grid sisteminin izin verdiği sınırlamaları yıkarak farklı alternatifler denemişlerdir. Renk ve kompozisyon kullanımlarında farklılıklar getirmiş, tipografide yeni bir dönem başlamasında öncülük etmişlerdir (Hollis, 2006: 257).

Wolfgang Weingart, İsviçre'nin grid sistemini göz ardı eden isimlerin başında gelmektedir. Izgara sistemini tasarımlarından kaldırarak, tipografide farklı harf çeşitleri kullanmıştır. Harfler arasında dengesiz boşluklar oluşturan Weingart, süregelen katı tipografi anlayışına karşı çıkmıştır. Tasarım alanını kalıplaşmış sistemden farklı türde oluşturan sanatçı, bir eğitmen olarak da öğrencilerine tipografide yaratıcılığı aşılamıştır (Heller, 1999: 168).

İsviçre kendi yerelliği içerisinde oluşturduğu ve tüm dünyaya ulaştırdığı tipografi anlayışıyla büyük bir başarı yakalamıştır. Herşeye rağmen günümüzde hala Uluslararası Stil olarak bilinmekte ve öğretileri tasarımlarda kullanılmaktadır. Kitap ve afişlerde sanatçılar serifli ve serifsiz yazı karakterlerine yer vermektedir. Tasarımcılar kendi oluşturdukları çalışmalara göre asimetrik ve simetrik kompozisyonları kullanmaktadırlar. Bir dönemin tartışma konusu olan paragraf bloklama sistemi

günümüzde artık bir sorun niteliği taşımamaktadır. Çalışmalarda her türlü paragraf stiline yer verilebilmektedir (Hollis, 2006: 260).

İncelenen çalışmalarda yerel tipografi stiline, tasarımcılar tarafından istikrarlı bir şekilde kullanıldığı görülmüştür. Serifsiz ve sade tipografi anlayışı çerçevesinde oluşturulan çalışmaların, tasarımcıların kişisel yorumlarıyla farklı boyutlara taşındığı sonucuna ulaşılmıştır. Stilin başarısında sanatçıların desteğinin yanı sıra çıkarılan yayınların büyük kitlelere ulaşması göz ardı edilemez boyuttur.



2.2. Doğu Toplumlarının Oluşturduğu Tipografi Gelenekleri

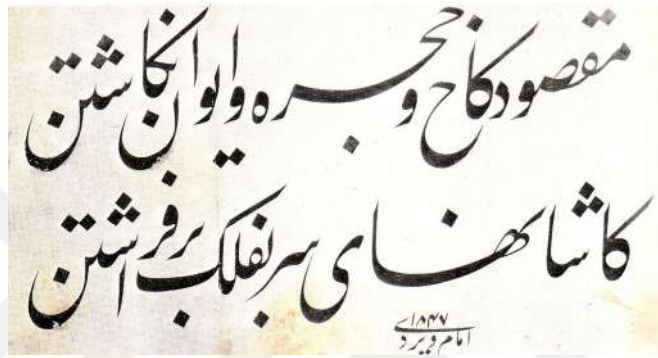
2.2.1. İran Tipografisinde Kaligrafi Sanatı

İran kültüründe gerçekleştirilen eserlerde nakış ve motifler karşımıza çıkmaktadır. Grafik tasarım bu kültürde kendisini ilk defa mühür tasarımlarıyla göstermeye başlamıştır. Mühür tasarımlarının içerisinde, dönemin tasarım anlayışını yansıtan çeşitli harfler, ve resimler ve işaretler görülmektedir. Tüm bu bilgilerin toplandığı arkeolojik kazılarda, İran kültürünün sekiz yüz bin yıl öncesine kadar gittiği ortaya çıkmıştır. Böylesine köklü bir geçmişe sahip olan İran'ın yücelttiği ve üzerine eğildiği en önemli konu hat sanatı olmuştur. Yapılan araştırmalar sonucunda oldukça eski dönemlere ait resimlerde bile hat sanatına dair izler görülmüştür. İran kültürünün yazılı tarihinin oluşumunda hat sanatı önemli bir yere sahip olup, günümüze gelindikçe grafik tasarım ve tipografiyle de yakın ilişki içerisinde olduğu görülmektedir (Monirifar, 2015: 284).

Yapılan incelemelerde görülmüştür ki İran kültürü oldukça farklı bileşenlerden oluşmuş bir yapıya sahiptir. Bunu İranlı sanatçıların ürettiği çoğu çalışmada gözlemlemek mümkündür. Özellikle dini inançlarının şekillendirdiği hat sanatı tasarımlarda hakim olup, tipografi de bu yönde şekillenmiştir. Kaligrafik yapıya sahip olan tipografinin, çalışmalarda alfabenin izin verdiği doğrultuda kullanıldığı görülmüştür. İran kültürü ayrıca geliştirdiği el sanatlarıyla da tasarımı etkilemiş, böylelikle yerelliğini ifade eden özgün çalışmalar üretilmiştir.

Tipografinin İran grafik tasarımındaki gelişimine bakıldığında, kaligrafi ve el yazısı tasarımlarda baskın bir durumda karşımıza çıkmaktadır. Bunun en önemli sebeplerinden biri dijital ortamdaki font çeşitliliğinin az oluşudur. Farsça harflerin tasarımının ve bilgisayar üzerindeki üretiminin zorluğu nedeniyle çok fazla yazı karakteri üretilmemiştir. Fakat bu durum İranlı tasarımcılar için onları durduracak bir problem haline dönüşmemiştir. Kendi kültürleri için tipografi oldukça önemlidir ve bu on beşinci yüz yılda oluşturulan Nasta'lıq yazı stili ile ortaya konmuştur. Dönemi içerisinde o kadar ünlenmiştir ki Farsça dilinde üretilen kitap tasarımlarının

vazgeçilmezi haline gelmiştir. “Nasta‘līq” İran tasarımlarında en çok kullanılan tipografik stil olmuştur (Resim 97). Mitra ve Nazanin de İran grafik tasarım ve tipografisinde en çok karşımıza çıkan iki yazı karakteridir. Günümüzde Kayhan gazetesiyle birlikte, İranlı tasarımcılar da afiş tasarımlarında Mitra ve Nazanin yazı karakterini kullanmaktadırlar. Tüm bunlarla birlikte görülmektedir ki bu iki yazı karakteri, İran’da görsel kültür ve tasarımı derinden etkilemiştir (Nemeth, 2017: 318).



Resim 97 : Nasta‘līq Tipografik Stili Örneği,
Kaynak: <https://www.flickr.com/photos/pimu/4671362490>

Kendi kültürel birikimleri ile çağın tasarım anlayışını ustalıkla birleştiren İranlı grafik tasarımcılar, alfabelerinin en güzel yansıtıcısı olan hat sanatı ile görseli birleştirmişlerdir. Bu stili “Khatnaqashi” olarak isimlendirmiş, gerçekleştirdikleri tasarımlarda sıkça kullanmışlardır. Ortaya koydukları eserler incelendiğinde, kaligrafi sanatının aynı zamanda mimaride ve el işlerinde de yer aldığı görülmektedir. Bu bütünleştirici anlatım biçimi şimdilerde çoğu tasarımcının işlerinde yer almaktadır (Tootoonchi, 2010: 380).

İranlı sanatçılar Farsça alfabenin dinamik yapısını tasarımlarına başarılı bir şekilde yansıtmışlardır. Harflerin anatomik yapısını doğru gözlemleyerek, elde edebilecekleri tipografik düzenlemeleri ön görmüş ve bunu çalışmalarına aktarmışlardır. İncelenen tasarımlarda incelikli işçilik ve yaratıcı harf kullanımı dikkat çekmektedir. Özellikle afiş tasarımlarına büyük önem veren İranlı sanatçılar bu alanda pek çok çalışma üretmiştir. Her afiş içeriğinin tipografiyle birlikte izleyiciye aktarılış biçimi

farklılık gösterdiği gibi kaligrafik yapının temel unsur olarak sabit kaldığı görülmüştür. Bu da sanatçıların yerel bir tipografik stil oluşturmalarına zemin hazırlamıştır. Böylece İran tipografi stiline tanınırlığına katkı sağlanmıştır.

İran grafik tasarımında en önemli mecralardan biri olan afiş, çağdaş tasarımcıların dünya ülkelerinde bilinirlik kazanmasını sağlamıştır. İranlı çağdaş grafik tasarımcılar afişi sadece bir tasarım alanı olarak görmemiş, çeşitli sosyolojik konuları cesurca tasarımlarında işlemişlerdir. İzleyiciye içerik bilgisi vermedeki başarısı nedeniyle afiş, film, konser ve sanatla ilgili konularda da çokça kullanılan bir mecra olmuştur. İranlı grafik tasarımcılar afişlerinde kendi kültürlerinin içeriğini yansıtacak tasarım unsurlarına yer vermişlerdir. Tipografiyi geçmişte sıkça kullandıkları kaligrafi ile birleştirmişler, günümüz modern yaşamına kültürel simgeler ve motifler kullanarak farklı bir bakış açısı sunmuşlardır. Tipografinin bir ifade biçimi olan kaligrafi, İran kültürüyle harmanlanarak tasarımlarda karşımıza çıkmaktadır (Tootoonchi, 2010: 379).

İranlı grafik tasarımcıların vurgulamaktan kaçınmadıkları bir konu da, tasarladıkları afişlerde yer alan harf ve görsellerin bütünlüğüdür. Gerçekleştirdikleri tipografik tasarımlar görsellerle uyumlu bir şekilde kullanılmış, özellikle tipografi İran grafik sanatının önemli bir unsuru haline gelmiştir. Afiş tasarımı İranlı grafik tasarımcılar için harflerin birbiriyle olan ilişkilerini ve bir harfin tasarımsal açıdan yaklaşımını gösterebildikleri bir alan halini almıştır. Bu nedenle tipografi diğer ülkelerde olduğu gibi İran'da da önemli bir konumdur. Tüm bunlar içerisindeki olumsuz olarak görülebilecek tek nokta; Farsça alfabenin, Latin harflerine oranla biçimsel ve geometrik anlamda oldukça büyük değişiklikler göstermesidir (Fahimifar, vd, 2013: 87). Bu nedenle İranlı grafik tasarımcılar için tipografide bir düzen oturtmak zorlu bir süreç olmuştur. Fakat tasarımcılar bu durumu avantaja dönüştürmekte gayet başarılıdır. Çalışmalarına tipografinin kaligrafik yapısını etkili bir şekilde aktardıkları görülmüştür.

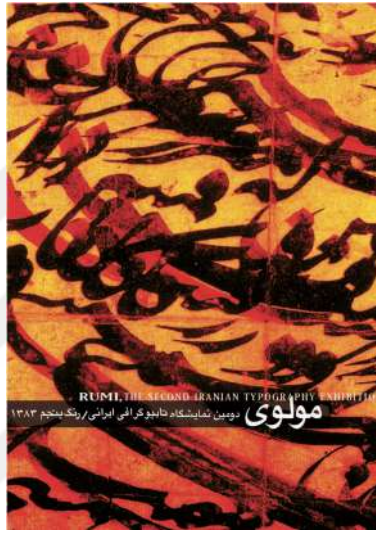
“Yapılan araştırmalar, İran tipografisinin tipinin (formalist ve anlatsal) türlerinin olduğunu göstermektedir. Tasarımcı ve tipograflar için Farsça harflerin kullanma olanakları, grafik tasarım için temel ilkeleri oluşturmaktadır. Harflerin okunaklılık rolünün bilinmesi, harf tasarım sürecinde önemlidir. Tasarımda her harfin görsel gücünü ve görsel potansiyelini kullanmak büyük önem taşımaktadır. İran sanatının estetik yetenekleri ve karakteristik özellikleri görsel sanatların tüm dallarında, özellikle grafik sanatta ve harf yazımı kategorisinde saygınlık kazanmıştır” (Fahimifar, vd, 2013: 87).

Tipografik uygulamalarda İranlı tasarımcıları zorlayan önemli konulardan biri, okuma sıkıntısı yaratmayacak yazı stilleri geliştirebilmektir. Bu sorunla oldukça sık karşılaşan tasarımcıların İran tipografisine en büyük katkısı okunabilirliğe buldukları çözümler olmuştur. Harflerin yapılarından dolayı tipografik kompozisyonlarda okunurlukla mücadele eden İranlı grafik tasarımcılar, kompozisyonun geneline odaklanmıştır. Harflerin tek tek algılanmasındaki güçlüğu, oluşturdukları tipografik tasarımlarla aşmaya çalışmışlardır. Tüm bu süreç içerisinde harflere anlam yüklemek, harfler ile konu arasındaki ilişkiyi izleyiciye doğru biçimde aktarmak ve işlenen konunun özüne uygun bir tipografi oluşturmak İranlı tipografların birincil görevi olmuştur. Kaligrafinin esnek yapısı, tipografinin kullanışlı ve bütünleştirici bir yapıda kullanılmasını sağlamıştır. Bu da Farsça harflerin Latin alfabesi karşısındaki zorlu tasarım sürecini aşmada kolaylık sağlamıştır (Fahimifar, vd, 2013: 93).

İran tipografisinin bu durumu, çeşitli tasarım örnekleri incelenerek daha iyi anlaşılacaktır. Tasarımcıların çalışmalarının geneline bakılacak olursa, yukarıda anlatıldığı gibi el yazısı, kaligrafi, geometri ve kültürel semboller sıkça karşımıza çıkmaktadır. İranlı bir grafik tasarımcı F. Kourkehabadi’nin afiş tasarımlarına bakılacak olduğuunda tüm bu detayların yer aldığını görmek mümkündür.

Kourkehabadi 2007 yılında İranlı şair Rumi’yi anlatan bir afiş tasarımı yapmıştır. Rumi’nin birçok dile çevrilen “Mesnevi” kitabı içerisinde mesnevi, din, metafizik, etik, tasavvuf gibi unsurları barındırmış olup, İranlılar için oldukça büyük

önem taşımaktadır (Resim 98). Afiş tasarımına bakıldığında tipografinin yatay biçimde oluşturulduğu ve zeminde yer alan diğer harflerle belli bir doğrultuda kesişim gösterdiği görülmektedir. Birden fazla ve farklı açılarda yer alan harfler, soyut bir zemin oluşturmuştur. Afişte karşımıza çıkan bu durum bizlere harflerin herhangi bir anlam taşımaksızın kaligrafik bir biçimde tasarlandığını göstermektedir (Tootoonchi, 2010: 381).



Resim 98: F. Kourkehabadi, Afiş Tasarımı, 2007

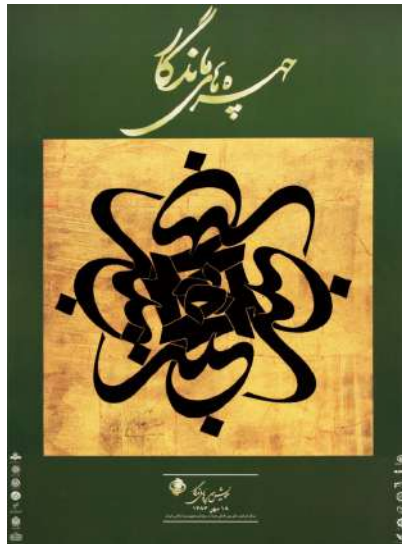
Kaynak: Tootoonchi, 2010: 381

İran tipografisinin incelenebileceği bir başka afiş, Sadeq Hedayat'ın yüzüncü yılını kutlayan tipografi sergisi için, B. Sayfour tarafından tasarlanmıştır (Resim 99). Afiş içeriklerine de bakılacak olduğunda İran için önemli isimlere yer verildiği görülmektedir. 20. yy da yaşamış önemli bir İranlı yazar olan Sadeq Hedayat'ın yapıtlarına birçok farklı dilde ulaşmak mümkündür. Afişte Sadeq Hedayat'ın yazmış olduğu Bouf Kour adlı romanının içeriği oldukça başarılı bir şekilde yansıtılmış, tipografi tekrarlı bir biçimde, üst üste katmanlar oluşturacak şekilde kullanılmıştır. Başka bir İranlı grafik tasarımcı M. Ehsaee'nin tasarımını yapmış olduğu afişte ilk karşılaşılan tipografik unsur “mohabat” (nezaket) sözcüğüdür. Afişte “mohabat” sözcüğü sanatçı tarafından, zeminden ayırmak istenircesine kullanılmıştır (Resim 100).

Sözcük, her biri farklı bir yönde olacak şekilde kendisini dört defa tekrarlamıştır. Ehsaee, oluşturduğu tasarımla kaligrafi ve tipografinin farklı bir yorumunu göstermiştir. İranlı tasarımcılar ayrıca, tipografide denge unsurunu oldukça başarılı bir şekilde çözümlemişlerdir (Tootoonchi, 2010: 380).



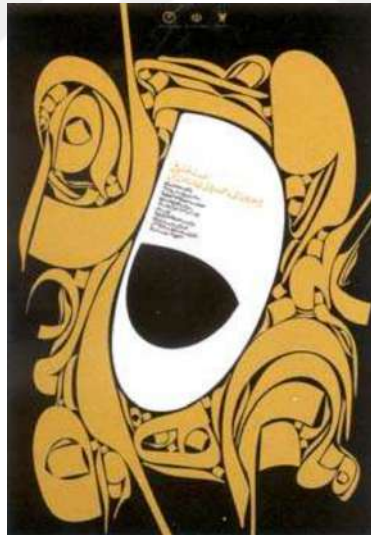
Resim 99: B. Sayfour, Afiş Tasarımı, 2003, Kaynak: Tootoonchi, 2010: 382



Resim 100: M. Ehsaee, Afiş Tasarımı, 2004, Kaynak: Tootoonchi, 2010: 382

İran tipografisinde çeşitli harf kullanım ve tasarım biçimleriyle görsel zenginlikler oluşturulduğu görülmektedir. Böylece, sadece harflerin sunduğu tasarım şeklinin ötesine geçilmiş ve tipografik olarak birçok farklı yöntem denenmiştir. Bu durumu sanatçıların afiş çalışmalarında gözlemlemek mümkündür.

Bunlardan biri tasarımcı Donald Zamanzada'nın, afiş tasarımında kullandığı harflerdeki silme ve abartma oyunudur (Resim 101). Tasarımcı tarafından harfler bilinçli bir şekilde abartılmış ve iç içe geçirilmiştir. Okunurluluk amacı ikinci plana atılarak tipografik bir tasarım oluşturulmuştur. Tipografinin bu kullanımıyla birlikte bugün, İran grafik sanatındaki formalizmi etkilemenin mümkün olduğu görülmektedir. Kaligrafiyle birlikte tipografide sunulan etkilerden biri, İran grafik tasarımcısı tarafından yaygın olarak kullanılan harflerin tekrarlanması ve birleştirilmesidir. Harflerin, boyutları ve oranlarının üst üste gelmesi tipografik bir silüet oluşturmuştur (Fahimifar, vd, 2013: 94).

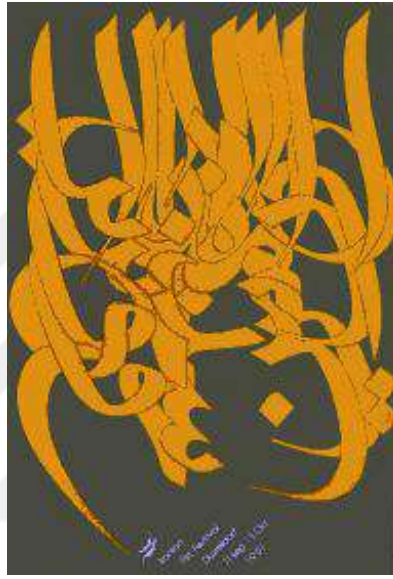


Resim 101: Donald Zamanzada, Afiş Tasarımı, 2007

Kaynak: <https://www.ilpost.it/giannisinni/>

İran'ın, İslami çizgiler barındıran harflerinin tasarımında, geometrinin rolü dikkat çekicidir. Ve bu onu saklı katmanlarla oluşturulan batı harflerinin geometrisi ile uyumlu kılmaktadır. Yazı karakteri kuralları bakımından estetikdir. Dairesel geometrik

şekil ve figürler içeren yazı karakteri yazının içeriğine uygun tasvirler barındırır. İran İslam sanatlarında geometrik çizimlerle hedeflenen, ana biçimin birliğini sağlayan iman etmenin özü ve ilkesi olan bir modül kullanmaktır. Kurallar itibariyle yazıda kullanılan her harf öznel anlam içermektedir. Bu uyum Mohammad Aesai'nin afiş tasarımında açık bir biçimde görülmektedir (Resim 102) (Fahimifar, vd, 2013: 94).



Resim 102: Mohammad Aesai, İran Film Festivali, 1991,
Kaynak: http://www.posterpage.ch/exhib/ex91_teh/ex91ehsa.htm

Afiş tasarımlarının tipografik yapısı incelendiğinde, Avrupa ve İran arasındaki farklılık göze çarpmaktadır. Latince harflerin oran orantıları uyumlu geometrik bir düzen içerisinde yer almasına karşın Farsça harflerin kaligrafi tabanlı stili karşımıza çıkmaktadır. Farsça harflerde sistemli bir şekilde ilerleyen harf yükseklik ve genişlikleri mevcut değildir. Harflerde tutarsız boyut farklılıkları görülmektedir. Alfabede yer alan harfler içerisinde noktalar, çizgiler ve eğriler yer almaktadır. Tüm bu özellikleri nedeniyle oluşturulan tipografide, kaligrafi kaynaklı bir dinamizm görülmektedir. Ayrıca İran tipografisinde pozitif ve negatif alan kullanımı, tasarımın önemli bir konusu olmuştur (Fahimifar, vd, 2013: 95).

“İran tipografi tasarımı üzerinde durulacak en önemli konu yaratıcı tasarımlar ile harflerin en iyi sunumunun gerçekleşmesidir. Bunu tipografiyle oluşturulan pozitif ve negatif alan ilişkisinde görmek mümkündür. Posterde harflerin konum bakımından çeşitlendirilmesi ve siyah renk kullanarak negatif boşluk efekti yaratılması hedeflenmiş, harflerin düzeni de ayrıca bir negatif boşluk hissi yaratmıştır” (Fahimifar, vd, 2013: 95).

İranlı tasarımcılar, Farsça harflerin yapısından dolayı oluşturdukları görsellerde oldukça çarpıcı tasarımlar elde etmeyi başarmışlardır. Fakat harflerin bu yapıları nedeniyle tasarım bazen oldukça zorlu bir süreç olmuştur. Bu tasarım detaylarının görülebildiği Mas'ud Najabati'nin Rus Sanatçılar Sergisi için yaptığı afiş tasarımında, hem Farsça hem de Rus alfabesinin kullanıldığı görülmektedir (Resim 103) (Fahimifar, vd, 2013: 96). Tasarımda kullanılan, farklı harf karakterleriyle oluşturulan tipografik düzen, batı harflerinin geometrik yapısıyla karşılaştırıldığında açık bir şekilde görülmektedir ki; kaligrafik yapıdaki Fars alfabesi esnek ve yeniden biçimlendirilebilir bir yapıya sahiptir.



Resim 103: Mas'ud Najabati, Rus Sanatçılar Sergisi, 2005

Kaynak: <https://rasekhoon.net/movie/1431//page2>

Fars alfabesindeki noktalar geniş bir değişkenlik içermektedir. Tipogarfi sanatçıları için, Farsça harflerinin bu tarz özelliklerini bulup yazı karakterine işlemek önemli yeteneklerden biri halini almıştır. “Shizhay Duyurusu” adlı afiş tasarımı tipografinin bir unsuru olan noktalarla görselin oldukça dengeli ve zekice birleşimi görülmektedir (Resim 104). Tipografinin hem tasarım alanını kaplarcasına büyük bir biçimde yatayda, hem de dikeyde bir paragraf halinde ilişkilendirilmesi, tasarımcının tipografiye olan hakimiyetini göstermektedir (Fahimifar, vd, 2013: 98).



Resim 104: Yahya Pakdel, Shizhay Duyurusu, 2007

Kaynak: <https://www.khht.net/en/page/1517/yahya-pakdel>

Fars alfabesinden kaynaklı olarak harf yapıları oldukça benzerlik göstermektedir. Bu durum oluşturulan tipografiye de yansımaktadır. Harflerin yapısında yer alan eğrilerin ve noktaların fazla oluşu, tasarımcı için farklı dinamikler oluşturmada kolaylık sağlamıştır. Bu nedenle yaratıcılık, İran tasarımında görsel zenginlikleri uygulamak için gerekli beceri ve olanağa sahiptir.

Bunu ünlü tipografi sanatçısı Reza Abedini'nin çalışmalarında görmemiz mümkündür. Abedini, gerçekleştirdiği tipografik katmanlar sayesinde, İran tipografi tasarımına farklı bir bakış açısı kazandırmıştır. Tipografik çalışmalarında gelenekselle günümüz tasarım anlayışını özenli bir şekilde işlediği görülmektedir. Tasarımlarında sınırlı renk paleti ve dokulu zemin kullanımıyla diğer tipograflardan ayrılmıştır. Sanatçı

günümüzde tanınmış İranlı tipografların başında gelmektedir. “The Letter of Cinema the Truth” adlı çalışmasında siyah ve kırmızı renklerini kullanmış, oluşturduğu katmanlarla bir dinamizim yakalamıştır (Resim 105) (Fahimifar, vd, 2013: 99).



Resim 105: Reza Abedini, The Letter of Cinema The Truth, 2002

Kaynak: https://www.rezaabedini.com/works/poster_44.html

Farsça içerikle oluşturduğu tipografik düzenlemeleri, Farsçayı bilmeyen insanlarda olduğu gibi, dili kullanan insanlarda da şaşkınlık uyandırmaktadır. Abedini'nin tipografik kompozisyonları izleyiciyi düşünmeye ve çözümlemeye yöneltmektedir. Kendisi ve fotoğraf sanatçısı Mehran Mohajer'in ortak konferans duyurusu için hazırladığı afiş çalışmasında bunu gözlemlemek mümkündür. Abedini'nin kendi ve Mohajer'in ismini kullanarak oluşturduğu tipografik düzenlemede siyah ve kırmızı renk kullanımı dikkat çekmektedir. İç içe geçmiş harfler Farsça'nın kaligrafik yapısından da kaynaklanan bir bütünselliğe sahiptir (Resim 106) (Hillner, 2009: 59).



Resim 106: Reza Abedini, Mehran Mohajer Afiş Tasarımı, 2004

Kaynak: https://www.rezaabedini.com/works/poster_11.html

Tasarımcılar için düzenlediği dersin afiş tasarımı ise tüm yüzeyi tipografiyle kaplamıştır. Tasarımın yüzeyini oluşturduğu tipografiye, yine ön planda tuttuğu ve bilgileri verdiği başka bir tipografik düzen eşlik etmektedir. Çalışmalarında tipografiyi ön planda tutan sanatçı gerçekleştirmiş olduğu sergi afişi tasarımlarıyla da dikkat çekmektedir (Resim 107) (Hillner, 2009: 59).



Resim 107: Reza Abedini, Workshop Afiş, 2003

Kaynak: https://www.rezaabedini.com/works/poster_03.html

Farsça harflerin bir araya getirilmesi, farklı büyüklük ve şekillerde harf kullanımı, tipografiye farklı bir boyut kazandırmaktadır. Tipografi sadece harflerin okunduğu doğrultuda değil, dikey bir biçimde de tasarımlarda yer almaktadır. “Batı Kültürünün Oluşumunda Doğu Kültürel Etki Bildirgesi” adlı afiş tasarımı ise, tipografinin farklı bir yönü karşımıza çıkmaktadır (Resim 108). Farsça’da kalem ve mürekkeple oluşturulan kaligrafi her tipografik tasarımda izlerini göstermektedir. Harflerin yönü ve açısı, alfabenin yapısından kaynaklı olup, İran harflerinde yaygın olarak görülen özelliklerdendir (Fahimifar, vd, 2013: 100).



Resim 108: Akbar Jokharchi, Batı Kültürünün Oluşumunda Doğu Kültürel Etki Bildirgesi, Kaynak: Fahimifar, vd, 2013: 100

İncelenen çalışmalarda İran tipografisinin, kendi kültürü ve alfabetik özellikleriyle iç içe geçmiş bir yapıda olduğu gözlemlenmiştir. Köklü bir geçmişe sahip olan kültürü, özgün tipografik stil oluşturmaya katkı sağlamıştır. Ayrıca Farsça’nın Latin alfabesine göre avantaj ve dezavantajları da ortaya konularak, karşılaştırmalı bir şekilde tipografideki yerel unsurlar incelenmiştir. Öyledir ki, harflerinin kaligrafik yapısı İran yerel tipografi stiline oluşturmada kolaylık sağlamış ve belirleyici bir unsur olarak karşımıza çıktığı görülmüştür.

2.2.2. Çin Tipografisinde Kaligrafi Geleneği

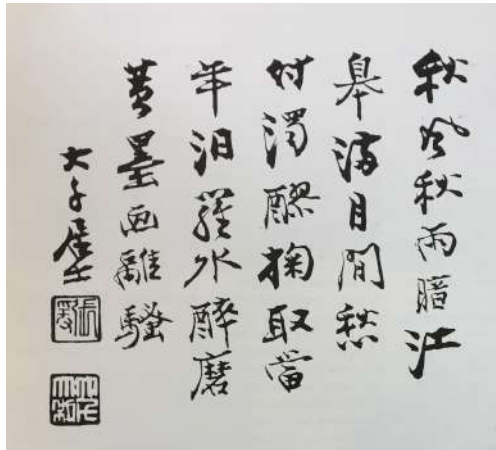
Kağıt, bilgilerin işlenmesi ve iletilmesinde günümüzde bile dünyanın en çok kullandığı araçların başında gelmektedir. Çin kültürünün ortaya çıkarttığı kağıt, Avrupa ülkeleri tarafından da çabuk bir şekilde benimsenerek kullanılmaya başlanmıştır. Sonuç olarak insanlık, yazılı kültürün, dilin ve sistemlerin gelişmesini ve dünyaya yayılmasını bu şekilde sağlamıştır. Özellikle toplumlar için önemli bir yere sahip olan dil unsuru, Çin kültürünün de temsilcisi konumundadır. Dünyada en çok kullanılan alfabeler arasında yer alan Çin dili, kendini ifade etmede kaligrafiyi temel almıştır (Hollis, 1998: 17). İran gibi Çin'in de kaligrafik bir tipografi yapısına sahip olup, bunu geliştirdiği yerel tipografisine yansıttığı incelenen çalışmalarda gözlemlenmiştir.

Çin kaligrafisini ve dolayısıyla incelenen tipografiyi diğer sistemlerden ayıran en önemli unsur sembolik ve görsel bir sisteme sahip oluşudur. Latin alfabelerine göre Çin dili, çizimlerle sistemleştirilmiştir. Çin kaligrafisi, Çinli kaligraf Ts-ang Chieh'in doğadan ilham alarak oluşturduğu mitine inanılır. Ts-ang Chieh hayvanların, doğada bıraktıkları ayak izlerinden esinlenerek soyutlama yöntemiyle bu kaligrafik dil sistemini tasarlamıştır. Tüm bu yönleri nedeniyle Çin harfleri, grafikleri ve kelimeleri temsil eden bir semboller bütünüdür (Hollis, 1998: 17).

Çin kaligrafisi kendi içerisinde esnek bir tasarım yönü barındırır. Latin alfabesiyle karşılaştırıldığında, Çin tipografisinde yer alan en belirgin özelliklerden biri de fırça darbeleriyle oluşturulmuş izlenimi uyandırmasıdır. İlk dönemlerde kaligraflar fırça darbeleriyle çin alfabesini icra etmişlerdir. Bu da onun tasarımsal yönün yanında sanatsal izler barındıran bir sistem olduğunu göstermektedir. Çinliler için kaligrafi kültürlerini yansıtabildikleri özel bir sanat ve yüksek grafik sanatı şeklinde tanımlanmaktadır (Barnhart, 1972: 233). Richard Barnhart'ın da ifade ettiği gibi; Çin alfabesinde yer alan harf biçimlerinin özelliklerinden dolayı, geliştirdikleri tipografik stil sanatsal bir nitelik taşımaktadır. Bu da Çin'de tipografisinin sanatsal yönünü güçlendirmektedir.

“Çin Kaligrafisi yüz yıllar boyunca Uzak Doğu'daki en yüksek sanat türlerinden biri olarak kabul edilmiştir. Çin kaligrafisini tam anlamıyla anlamak, metnin anlamını anlamayı zorunlu kılar. Çin'deki kaligrafi sanatı, Bronz Çağı'nın başlangıcına kadar izlenebilir. Çin kaligrafisi hanedanlıklar dönemi içerisinde değişikliklere uğramış olup, kendi içerisindeki farklılıklar sebebiyle çeşitli gruplara ayrılmıştır. Han Hanedanlığı'nın sonlarına doğru Çin kaligrafisinin son üç önemli formu ortaya çıktı” (Little, 1987: 375).

Uzun bir geçmişe sahip olan Çin tipografi sanatının ilk kullanım şekillerinden birini “kemik ve kabuk” olarak adlandırılan bir yazı sistemi oluşturmuştur. Zaman içerisinde gelişip değişime uğrayan bu yazı sistemi son 2000 yıldır kullanılan, “chen-shu” olarak adlandırılan halini almıştır (Resim 109). Tasarım biçimi incelendiğinde, fırçayla üretilen çizgiler ve noktalardaki esneklik göze çarpmaktadır. Bu esnek yapı onun en önemli özelliklerinden biridir. Böylece her sözcük ve harf sınırsız sayıda tasarlanabilir, dolayısıyla bir tasarım da birden fazla yöntemle tasarlanabilme imkanına sahiptir. Çin tipografisi, sanat ve tasarımın en gelişmiş özelliklerine sahiptir (Hollis, 1998: 18-24).



Resim 109: Chen-Shu Stili Kaligrafi Örneği

Kaynak: Hollis, 1998: 19

Çin tipografisinin özgün kaligrafik yapısı, gerçekleştirilen tüm çalışmalarda açık bir şekilde görülmüştür. Sanatçıların tasarladıkları çalışmalarda yerini alan tipografik stilin, İran'da olduğu gibi Çin'de de özgün bir yapıda olduğu gözlemlenmiştir. Kaligrafik yapı yine tipografide kendisini belirleyici bir yerel özellik olarak göstermiştir. Özellikle incelenen afiş çalışmalarında yerel tipografi kullanımı geçmişte ve sonraki nesillerde de devam ettirilen bir unsur olmuştur.

Tasarımlarda tipografi kullanımı tıpkı Avrupa ülkelerinde olduğu gibi pek çok yerde karşımıza çıkmaktadır. Bunun en güzel örneklerinden biri kurumsal bir marka olan “Tongrentang” için yapılan tasarımlarda görülmektedir (Resim 110). Çin ilaç şirketleri içerisinde hatırı sayılır bir üne sahip olan “Tongrentang” (yardımseverlik salonu) mağazasının tabela tasarımında Çin kaligrafisi kendisini göstermektedir. 1669 yılında, Pekin'de bitkisel ilaç üretimi için açılan Tongrentang'ın tabela ve logo tasarımı Çigong (1912-2005) tarafından gerçekleştirilmiştir. Çigong Çin'de büyük bir üne sahip olan kaligrafi sanatçısıdır. Çalışmada Çin kültürünün göstergesi olan kaligrafi tüm özellikleriyle karşımıza çıkmaktadır (Huilin, 2010: 361).



Resim 110: Tongrentang Logo Tasarımı

Kaynak: <https://www.chineseherbsdirect.com/collections/tong-ren-tang>

Çin tipografisi sadece köklü şirketlerin kurumsal tanıtımlarında yer almamıştır. Özellikle geçmiş dönemlerinde Çin tarihine bakıldığında, yönetimin kural ve yasalarını halka duyurmak adına, büyük afişler tasarlatmış oldukları görülmektedir. Bu çalışmalarda, tasarım unsuru olarak sadece tipografinin kullanıldığı gözlemlenmiştir. Dönem içerisinde yer alan özellikler ve resmiyet nedeniyle afişlerde renk tercih edilmemiş, siyah ve beyaz kullanılmıştır (Huilin, 2010: 362). Bu yaklaşım tarzı Rusya, Almanya ve İsviçre yerel tipografi tarzlarındaki kullanım biçimini hatırlatmaktadır. Böylelikle mesajı iletme kaygısının taşındığı çalışmalarda anlaşılır bir yapı oluşturmak için zorunlu olarak sadeleşmeye gitmenin evrensel bir tutum olduğu gözlemlenmiştir.

Çin’de tipografinin inceleneceği bir diğer mecra Mao dönemi afişleridir. Bu dönem afişlerinde illüstrasyon ağırlıklı çalışmalar görülsede, tasarımlara tipografi de eşlik etmektedir. Afişlerde öğretici nitelik taşıyan çarpıcı cümlelerin yer aldığı görülmektedir. Bu tür sloganlar dışında afiş tasarımının ana iskeletini görseller oluşturmaktadır. Afişlerde yer alan cümleler, kaligrafi dışında daha resmi bir yazı türüyle tasarlanmışlardır. Yazar Sun Huilin, Çin’in resmi dilinde Black Font olarak yer almasına karşın, “Devrimci font” adıyla tanımlanan bu fontun, Block Font olarak ifade etmenin daha doğru olduğunu düşünmektedir (Resim 111) (Huilin, 2010: 370).

Block font ile birlikte afiş tasarımlarında rahat okunabilirlik durumu görülmektedir. Fontun incelikten uzak oluşu, tasarımı oluşturmada ve mesajı iletmede sanatçıya kolaylık sağlamıştır. Ülkenin pek çok yerinde yer alan afişler, halkla sürekli etkileşim halinde olmuşlardır. Okullarda, hastane binalarında, ofislerde yer alan bu afişler, kullanılan Block font sayesinde dikkat çekici bir özellik taşımıştır. İçeriğe uygunluğuyla bu font, ağır, oturaklı görünüşü ve mesafeli duruşuyla afiş içeriklerini güçlü bir şekilde yansıtmıştır. Halk sokakta ve toplu taşıma içerisinde bu afişlerle karşılaştığında okumada zorluk çekmemiş, mesajı doğrudan algılamıştır (Huilin, 2010: 371).



Resim 111: Mao Zedong Propaganda Afişi

Kaynak: <https://www.caldwellfineartifacts.com/chinese-communist-propaganda->

Tipografideki bu farklı kullanım biçimi kaligrafik stillin devlet eliyle bir süreliğine bırakıldığını göstermektedir. İçerikle uygun olarak biçimlendirilen tipografi, kaligrafik yapıya göre kendisini daha katı ve sade şekilde izleyiciye sunmuştur. Bu yaklaşım daha sonraki paragraflarda incelenecek olan Şangay tarzında da incelenmiştir. Daha sade ve anlaşılır tarzda olan bu tipografik stil, kaligrafik görünümünden uzak oluşuyla içeriğim aktarımında kolaylık sağlamıştır. Fakat daha sonraki dönemlerde Çinli sanatçıların tekrar kaligrafiyle temellendirdikleri yerel tipografik tarza dönüş yaptıkları gözlemlenmiştir.

Tüm bunların ardından Çin, uzun yıllar kendisini çevresine kapatmıştır. Kendi kültürü içerisinde sıkışıp kalan Çin uzun bir süre, tasarımsal alanda etkinlik göstermemiş, grafik tasarım ve dolayısıyla tipografinin gelişimi duraklama dönemi yaşamıştır. Bu dışa kapanıklığın bir sonucu olarak Çin tipografisi, global tasarım hareketlerinden uzak kalınmıştır. İçinde bulundukları süreci gözlemleyen Şangaylı tasarımcılar, 1930'lu yıllarda çağdaş Çin tasarım hareketini başlatmışlardır. Eski dönem tasarımcılar sayesinde, özellikle batıda oluşan değişim ve dönüşüm yeni nesille tanıştırılabilmiştir. Batı temelli tipografi stilleri, Çin'in kaligrafik yazı tazıyla birleştirilerek dönemin tasarımsal yaklaşımına kazandırılmıştır. Yerel kaligrafi stiliyle temellendirilmiş tipografi dönem içerisinde farklı bir değer kazanmıştır. Böylelikle, önceleri Avrupa ülkelerinin tasarım anlayışları doğrultusunda çalışmalar

gerçekleştirilirken, yeni nesil tasarımcılar sayesinde bu durum aşılmaya başlanmıştır. Pek çok sanatçı tipografi geleneğinin devamlılığında ve modernizasyonunda katkılar sağlamıştır. Özellikle dönemin önemli sanatçılarından Wang Yue-fei, Çin grafik tasarımının gelişimine yakından tanıklık eden isimlerin başında gelmektedir (Wong, 2001: 56).

“Önceki dönemlerde açıkça görülme de 1979’da birleştirici bir Çin grafik tasarım tarihi oluşmaya başladı. Bu, Çin’in hızlı ekonomik gelişimi ve Hong Kong, Tayvan ve Makao ile etkileşimleriyle desteklendi; Çinli tasarım uzmanı Shou Zhi Wong, Çin’in ana topraklarında modern tasarım hakkında çok az şey yazıldığını vurguluyor, çünkü 1979’da Açık Kapı Politikasının başlamasından önce komünistlerin altındaki tasarım faaliyeti çoğunlukla parti propagandasına hizmet ediyordu” (Wong, 2001: 51).

Çin, Avrupa’daki gelişmelere ayak uydurulmaya çalışılmasına rağmen, özünde barındırdığı köklü geleneksel sanatı ve kültürü sayesinde kendi tasarım kimliğini oluşturmuştur. Kültürü ve zanaattaki başarısını çağın ihtiyaçlarına uydurarak kendi modern tasarım hareketini gerçekleştirmiştir. Bunun en iyi sonucu Şangay tarzında gözlemlenmektedir. Şangay tarzı 1920 ve 1930’lu yıllarda kendini göstermiş olup, tasarım niteliklerini mimariden ve çeşitli dekoratif unsurlardan almıştır (Resim 112). Tasarımcıların kendi kültürleri içerisinde yer alan dekoratif desenlere yönelmesi, Çin’in tarihi ve gelenekleriyle daha çok ilgilenmelerini sağlamıştır (Resim 113) (Wong, 2001: 52). Yukarıda da anlatıldığı gibi Şangay tarzının, gelenekselci yaklaşıma göre kaligrafik tarzdan biraz daha uzak bir anlayışla oluşturulduğu görülmektedir. Bu yaklaşımı yine sade renk seçimi desteklemiştir.



Resim 112: Qian Jun-tao, Shenshi Şirketi 10. Yılı Afişi, 1930

Resim 113: Qian Jun-tao, Özel Kaiming Yazışma Okulu, 1930

Kaynak: <https://www.designer-daily.com/graphic-design-in-china-in-the-1920s>

Çin grafik tasarımında etkili kişiler içerisinde Henry Steiner önemli bir yere sahiptir. Avrupalı bir grafik tasarımcı olan Henry Steiner, 1960'lı yıllarda Hong Kong'a gelmiş ve burada yaşamaya başlamıştır. Steiner, tasarımsal anlamda Çin ve batı arasında köprü oluşturmuştur. Çalışmalarında hem Latin alfabesi hem de Çin alfabesi kullanımı görülmektedir. Bu kullanımın en iyi örneğini, Jade Creations için çalıştığı logo tasarımında görmek mümkündür. Steiner logo tasarımında kullandığı "E" harfini Çince karakterden oluşturmuş, iki farklı yapıdaki alfabeyi ustalıkla birleştirmiştir (Resim 114). Henry Steiner'in oluşturduğu tasarımların çoğunda çift dil kullanımı göze çarpmaktadır. Sanatçı kendi çalışmalarında uyguladığı kültürel eklektisizm stiline, Çinli tasarımcıları da yöneltmiştir. Çin'in kültürel zenginlik ve sembollerini tasarımlarında çağdaş bir şekilde kullanmaları adına önemli katkılarda bulunmuştur (Resim 115) (Wong, 2001: 53).

Henry Steiner'in çalışmalarında yerel Çin tipografisini kullanması ve diğer sanatçıları da bu yönde etkilemesi, Çin tipografisinin devamlılığının sağlanmasında önemli katkıda bulunmuştur. Ayrıca Çin kökenli olmayan bir sanatçının, Çin yerel tipografisini kullanarak gerçekleştirdiği bu tutum dikkate değer bir nitelik taşımaktadır.



Resim 114: Henry Steiner, Jade Creations Logo, 1972, Kaynak: Wong, 2001: 54



Resim 115: Henry Steiner, Hong Kong Print Awards, 2000

Kaynak: <http://www.designsociety.cn/en/category/exhibition>

Tipografide yaşanan gelişmeler ve tasarım anlayışlarının değişmesi, Çin'i kendisine coğrafi konum olarak yakın ülkelerle iletişim kurmaya yöneltmiştir. 1980'lere gelindiğinde Çin ve Tayvan arasında tasarımsal bağlamda bir köprü oluşmuştur. 1982 yılında Hong Kong'lu grafik tasarımcılar, Tayvan'da gerçekleştirilen "Asya Tasarım Ustaları Sergisine" katılarak bu bağı güçlendirmişlerdir. Böylelikle grafik tasarım ve dolayısıyla tipografi, kültürlerin etkileşimi rolünü üstlenmiştir (Wong, 2001: 57). Yakın kültürlerin iletişim halinde oluşunun, gerçekleştirilen tasarımsal etkinliklerle sağlandığı sonucuna ulaşılmaktadır. Bu da tasarımın bütünleştirici gücünü bizlere göstermektedir.

Bir diğer öncü tasarımcı Kan Tai-keung, 1970’lerde sıkı bir batı tasarım stillerinin takipçisi ve uygulayıcısı olmuştur. Fakat 1970’li yılların sonlarına gelindiğinde çalışmalarında Çin esintileri görmek mümkündür. Kullandığı geleneksel motif ve görsellerle Çin kaligrafisi ve batı tasarım anlayışını birleştirmiştir. 1977 yılında gerçekleştirdiği “Özel Bir Tasarım Okulu” başlıklı afişinde bu detay görülmektedir (Resim 116). Kan Tai-keung, tasarımlarında çin geleneksel sanatına ve kültürüne sıkça yer vermiştir. Sanatçı diğer tasarımcıları da çalışmalarında gelenekseli moderniteyle birleştirmeye teşvik etmiştir. Çalışmalarında siyah fırça kullanımı dikkat çekmektedir. Çin kaligrafi stiline devamı niteliğindeki bu yaklaşım Kan’ın tasarımlarının bir imzası olarak karşımıza çıkmaktadır (Wong, 2001: 57).



Resim 116: Kan Tai-keung Afiş Tasarımı, 1977

Kaynak: <https://artsandculture.google.com/asset/6wEDiWNknzvN2Q>

Çin tipografisinin önde gelen isimlerinden Hong Konglu tasarımcı Alan Chan, sanat eğitimini de burada tamamlamıştır. 1980’li yıllarda popülerite sağlayan Chan, Çin gelenekselliğini ön planda tuttuğu afiş tasarımlarıyla kendisini göstermektedir. Özellikle Hello Hong Kong için gerçekleştirdiği afiş tasarımında yerel ejderha görüntüsüne eşlik eden tipografi karşımıza çıkmaktadır (Resim 117). Stilize şeklinde yorumlanmış ejderhanın alt kısmı Çin kaligrafi geleneğine atıfta bulunmak amacıyla fırça darbesiyle

oluşturulmuştur. Ejderhanın üst kısmı ise teknolojik bir görünüm için piksellendirilmiş şekilde tasarlanmıştır. Kan ve Chan'ın, modern Çin grafik tasarım stilinin en bilinen öncülerinden olduğu görülmektedir. Bunun nedeni Kan ve Chan'ın tipografik tasarımlarında, Çin geleneksel stili ile batı tarzını oldukça iyi bir şekilde harmanlayarak kullanmalarındadır. Bu iki önemli isim dışında daha pek çok isim Çin geleneksel stili ve batının tasarım tarzını başarılı bir şekilde birleştirerek tasarımlarında kullandılar (Wong, 2001: 60).



Resim 117: Alan Chan, Hello Hong Kong Afiş, 1987

Kaynak: <http://www.ad518.com/article/2016/09/9749>

Çin grafik tasarımı, 1990'lı yıllara gelindiğinde büyük ilerlemeler kaydetmeye başlamıştır. Kan Tai-keung ve Alan Chan bu dönemde de yeni nesil tasarımcılara tarzlarıyla öncülük etmeye devam etmiştir. Çin afiş tasarımının 1990'lı yıllarda hızlı bir ivmeyle gelişimini sürdürmesi, kurulan tasarım dernekleriyle doğru orantı göstermektedir. Özellikle yeni nesil, tipografik yaklaşımını afiş tasarımlarıyla yoğun bir şekilde sunmuştur. Bu nedenle 1990 yılı ve sonrası Çin için, afiş tasarımında en etkin oldukları dönem olarak görülmektedir. Çin Afiş Derneği Sergisi bunun en güzel örneklerinden birini oluşturmaktadır. 1995 yılında gerçekleştirdiği sergiye sadece Tayvan'ı değil, diğer eyaletlerinin de katılımını sağlamıştır. "Yazılı Çince Karakterler"

olarak belirlediği teması 1995 yılı için kullanılmış olup, sergiye katılan tasarımcılar Çin alfabesinde yer alan harflerle tipografik çalışmalar üretmiştir (Wong, 2001: 65).

Çinli sanatçıların kendi kimliklerine ait unsurlara bu denli değer vermeleri ve tasarımlarında sıkça kullanmaları, kültürlerine olan sıkı bağlılıkları olarak yorumlanmaktadır. Çin gelenekselliği ve kaligrafi sanatı, tasarım derneklerinin vazgeçilmez konusu olmuştur. Gerçekleştirdikleri birçok sergi ve etkinlikte katılımcıların bu temayı vurgulayıcı tipografik çalışmalar üretmelerini sağlamışlardır. Tasarımcı Freeman Lau'nin çalışmalarında kültürel etki açık bir şekilde görülmektedir. Lau, Çin'in kültürel sembol ve harflerini oldukça başarılı bir şekilde tasarımlarına yansıtmıştır. Çin'in geleneksel "iyi şanslar" cümlesi için simgesel bir tasarım oluşturmuştur (Resim 118). Çalışmasında kullandığı parçalar tamamen Çin'e ait yerel ve alfabetik karakterleri içermektedir (Wong, 2001: 65).



Resim 118: Freeman Lau, Love of Nature, 1996, Kaynak: Wong, 2001: 62

Gelenekselci yaklaşım tarzını ünlü tasarımcı Wang Xu'nun çalışmalarında da görebilmek mümkündür. Wang Xu, tasarımlarında sembolik bir anlatım dili yaratmış, harf ve kelimelerin yerine geçebilecek görseller üretmiştir. Afiş tasarımında pençe sözcüğü için tavuk ayağı görseli kullanarak, tipografi ve görselin birbirini karşılayış biçimini yansıtmıştır (Resim 119) (Wong, 2001: 65).



Resim 119: Wang Xu, Çince Karakterler Afişi, 1995

Kaynak: <https://www.iconeye.com/video/item/3480-china-design-now>

Son yıllarda dijital çağ tüm ülkelerle birlikte Çin'i de etkilemiştir. Bunu yaşamının her alanına entegre eden Çin, özellikle tipografi konusunda büyük sıkıntılarla karşılaşmıştır. Harflerin kaligrafik yapısı her ne kadar fırça ve benzeri araçlarla yazma kolaylığı sağlıyorsa da, bilgisayar ortamına geçmekte o denli zorluklar göstermiştir. Harfler yapıları gereği pek çok bütünleştirici parçaya sahiptir. Bu nedenle Latin fontlarının aksine Çin alfabesinde font bakımından az çeşitlilik bulunmaktadır. Font tasarımcıları ve tasarım şirketleri bu durumun üzerine eğilerek yeni çözümler üretmeye çalışmaktadır. Çin font tasarımının öncü şirketlerinden Hanyi Font Deposit, çoğunu bilgisayar teknolojisi aracılığıyla ürettiği birçok font tasarımına sahiptir (Resim 120) (Huilin, 2010: 380).

Kaligrafik yapıya sahip olan alfabelerde genellikle bilgisayar üzerinde font üretmede sıkıntı yaşandığı gözlemlenmiştir. İran'da olduğu gibi Çin'de de bu durum mevcuttur. Çin alfabesindeki karmaşık yapı ve harflerinin oldukça değişkenlik göstermesi font üretiminde zorluklar yaşanmasına neden olmaktadır. Latin alfabesiyle karşılaştırıldığında, Latin alfabelerindeki yapı nedeniyle standartın daha kolay yakalandığı sonucuna ulaşılmıştır.



Resim 120: Hanyi Font Deposit, Kaynak: <https://twitter.com/hanyifont/status/>

Yaklaşık 3000 yıllık bir yazı ve kaligrafi geçmişine sahip olan Çin, son yıllarda teknolojiyle birlikte font gelişimini yakalamaya çalışmıştır. Kaligrafideki becerisini teknolojik baskılarda gösteremeyen Çin, bunun sonucunda tipografide de yavaş gelişmeler katetmiştir. Günümüzde oluşturulan font tasarımları Mao dönemi afişlerinde kullanılan Block Fontun izlerini sergilemektedir. Her ne kadar sert ve propoganda amaçlı oluşturulmuş bir yazı stili olsa da, dijitalleşen tipografi Block Fontun öncülüğünde oluşmuştur. Kaligrafi tarzıyla şekillendirilen tipografi sade ve yalın halini bu şekilde almıştır. Çinli tasarımcılar günümüzde tipografik tasarımlarını üretirken, teknolojinin yanında hala kaligrafinin gücünü kullanmaya devam etmektedir (Huilin, 2010: 381).

İncelenen çalışmalarda kaligrafik stil, yerel tipografinin oluşumunda belirleyici bir özellik taşısa da uygulama bakımından çeşitli zorluklar barındırdığı gözlemlenmiştir. Çin alfabesindeki karmaşık yapı kaligrafiyi desteklese de kolay bir standart yakalamayı mümkün kılmamaktadır. Özellikle bu durum font üretiminde tasarımcılara sıkıntı yaratmıştır. Tasarımcılar günümüzde de yoğun bir çalışma ve işbirliği sonucunda bu sorunun üstesinden gelmeye çalışmaktadır.

2.2.3. Japon Tipografisinde Yerel Yaklaşımlar

Japonya bir ada ülkesi olarak gelişimini II. Dünya Savaşı'nın sonlarına doğru tamamlayabilmiştir. Günümüzde güçlü ekonomik ve teknolojik yeterliliklere sahip olan ülke, dünyaya pekçok ürününü tanıtmıştır. Öyledir ki yerel üretimi içerisinde gerçekleştirdiği arabaları ve teknolojik aletleri günümüzde birçok ülkede birçok insan tarafından kullanılmaktadır. Çin ile arasındaki yıllarca süren savaşlardan ve dünya devletleriyle olan mücadelelerden çokça darbe alan Japonya, aynı zamanda dünya ülkeleri arasında nükleer saldırı görmüş olan tek ülkedir. Yaşadığı tarihi olayların altından ekonomik ve teknolojik bakımdan güçlü bir biçimde kalkan ulus, dünya ekonomisinde ilk sıralarda kendisini göstermektedir. Asya ülkeleri arasında da örnek alınan ve lider olma özelliği taşıyan bir konumda yer almaktadır. Tüm bu süreçler içerisinde, etkilendiği ülkeler olsa da kendi yerel ve kültürel yapısını devam ettirebilmiştir (Henshall, 2004: 1). Metinde de bahsedildiği gibi Japonya, savaşla geçen uzun yılların ardından, disiplinli bir çalışma temposu sayesinde, günümüzün ekonomik ve teknolojik alanda lider ülkelerden biri konumuna gelmiştir.

Tarihi dönemler içerisinde Çin ile oldukça sıkı bir bağı bulunan Japonya'nın, haliyle bu kültürden etkilenmemiş olması düşünülemez. Kuruldukları günden itibaren Çin kültürü ve yerelliğinden etkilenen Japonya, başlarda her ne kadar Çin'den türettikleri kültürlerini devam ettirseler de sonraları farklı yönelimler gerçekleştirmişlerdir. Pek çok ülkeyle, özellikle asya ve batı ülkeleriyle iletişim içerisinde olan Japonya, bu kültürleri de kendi bünyesine yedirerek geliştirmiştir (Balcıoğlu, 2018: 710).

“Sonraki yüzyıllarda, Japonya'ya giden göçmenler ve gezginler, Çin ideografik karakterlerine (kanji) dayalı bir yazı dili ithal ettiler. Orta Asya döneminde (1200'ler-1500'ler) Asya kıtasıyla önemli dini ve ekonomik ilişkiler devam etti. Erken modern dönem sonrası bin yıldan fazla bir süre boyunca, Japonya'daki insanlar ve Japonya'ya gelen göçmenler, Asya anakarasının kültürel formlarını ithal ettiler ve uyarladılar” (Gordon, 2003: 4).

Japonya her ne kadar kültürel bakımdan etkilenmiş olsa da Çin ile savaşmış, Asya’da lider güç konumundaki bu ülke ile mücadele etmiştir. Siyasi ve ekonomi durumundaki ilerlemeler Japonya’nın üstünlük kurmasına zemin hazırlamıştır. 1895 yılında Çin ile girdiği savaşı kazanan Japonya, Asya ülkeleri içerisinde yükselirken batı ülkelerini de gelişim bakımından yakalama fırsatı elde etmiştir (Erkin, 2004: 11).

Tüm bu gelişim süreçleri içerisinde ülke yönetiminde yerel ve kültürel etki sağlayan iktidarlar kendisini göstermiştir. Edo ve Meiji dönemi siyasi ve kültürel eğilimlerin sanat ve tasarımsal süreçlere yansımaları bakımından önemli iki dönem olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle Meiji dönemi Rusya ile girilen savaşın kazanılmasıyla ülkenin kendisine olan güvenini perçinlemiştir. Dünya ülkeleriyle yarışır atılımların gerçekleştirilmek istendiği dönem içerisinde teknoloji ve ülke ekonomisi geliştirilmeye çalışılmıştır. Kendisini geliştirme çabasını hiçbir zaman yitirmeyen Japonya, II. Dünya Savaşı’nın ardından zorlu bir süreç içerisine girmiştir. Fakat bu süreci gerçekleştirdiği ekonomik yönelimler ve girişimler sonucunda, oldukça emek sarf ederek atlatmayı başarmıştır (Balcioglu, 2018: 711).

Yerel tipografinin, afiş tasarımları üzerindeki etkisinin incelenmesinden önce, Japon alfabesiyle birlikte oluşan yazı stillerinin gelişimine göz atmak gerekmektedir. Japon alfabesi ve karakterleri Çince harflerden üretilmiş olup, çok bileşenli yapısı nedeniyle sanatçıya zorlu bir tasarım süreci oluşturmuştur. Yeni çağa ayak uydurmaya çalışan Japonya, “Kanji” olarak adlandırılan Çince karakter bütünü üzerine geliştirilmiş bir yazı stiline sahiptir (Resim 121) (Weisenfeld, 2011: 828). Önceki paragraflarda bahsedildiği gibi Japonya, her ne kadar Çin ile mücadele içerisinde geçen bir geçmişe sahip olsa da, kendi özünün en temel unsuru olan alfabesini dahi Çin harfleriyle temellendirmiştir.

“Tasarım eleştirmeni Seigō'e Matsuoka’ya göre yazılı dil, doğal olarak kültürü oluşturur, yani gelişen bir yazı dilinin, canlı kültürü harekete geçirdiğini ifade eder. Bu nedenle, Japonca’nın hibridizasyonu, Japonya’nın kültürünü geliştirme sürecini işaret eder” (Weisenfeld, 2011: 828).



Resim 121: Kanji Alfabesiyle Nihon Shoki, MS 720

Kaynak: <https://www.narahaku.go.jp/english/collection/>

Japon tipografisinde ülkenin geçirdiği siyasi dönemlerin izleri görülmektedir. Günümüze gelinceye dek, başa geçen farklı siyasi iktidarların duyuruları ve reklamlarında farklı tipografik çalışmalar üretilmiştir. Tüm bunlarla birlikte, harf tasarım sürecinde Edo dönemine bakıldığında tasarımcıların yaratıcı çalışmalar denediği görülmektedir. Özellikle görüntülü bilgi alışverişinde oldukça önemli bir yere sahip olan harf biçimi çalışmalarının önü açılmıştır. Tasarımcı tüketim çağında, halkla yeni ürünlerin buluşturulmasını sağlayan aracı görevinde olmuş, 1920 ve 30’lu yıllarda bu durumla karşılaşmıştır (Weisenfeld, 2011: 832).

Edo döneminde yerel tipografi, dönem içerisinde gelişmiş olan tahta baskı sanatı üzerinden gözlemlenmektedir. Tahta baskı sanatı yani “ukiyo-e” dönemin siyasi hayatının ve yaşantısının işlendiği başarılı çalışmalar içermektedir (Resim 122). İnsan ilişkileri, geyşa, fahişe, sumo güreşçileri, geleneksel japon tiyatrosu kabuki aktörleri, doğa ve tarihi konular ukio-e baskılarının ana konuları haline gelmiştir. Gerçekleştirilen çalışmalarda dönem insanının karakteristik özellikleri ve yerel giysileri mükemmel bir biçimde tasarımlara yansıtılmıştır. Tipografi ise daha çok yardımcı unsur niteliği taşımaktadır. Çalışmanın içeriğiyle ilgili bilgi verme amaçlıdır ve tek düze bir mantıkta tasarlanmıştır (Henshall, 2004: 63). Dönemin siyasi hayatının sanat ve tasarım üzerine yansması “ukiyo-e” çalışmaları ile açık bir şekilde görülmüştür. Bu durum bizlere; içinde bulunulan çağın ve olayların, direkt olarak sanat ve tasarımı etkileyen unsurlar olduğunu göstermektedir.



Resim 122: Toyohara Kunichika, Tokugawa Shoguns Eşleri, 1889

Kaynak: <https://www.etsy.com/dk-en/listing/>

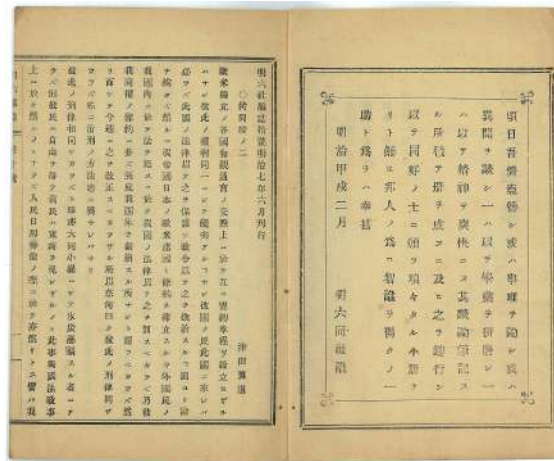
Japon siyasi hayatında, Meiji döneminin ilk yıllarında afiş tasarımlarıyla sıkça karşılaşmıştır. Yerel afiş tasarımlarında malzeme olarak sadece kağıt değil kumaş da kullanılmış olup, bu tipografik tasarımlara “ekanban” ismi verilmiştir. Ukiyo-e ile benzer mantıkta tasarlanan ekanbanların içeriği daha çok ekonomik ve ticaridir. Dönemin adeta reklam afişi konumunda olan ekanbanlar içerisinde, günümüze gelen en güzel örneklerden biri kimliği bilinmeyen bir tasarımcı tarafından oluşturulmuştur. Tasarımda dikkat çeken unsurlar bir dünya görseli ve büyük harflerle yazılan kaligrafidir (Resim 123). 1868 ve 1900’lı yıllarda ekanban tasarımlarında yer alan ve çeşitli yönlerde yazılmış tipografi, günümüz Japon afişlerinde de yer almaktadır (Thornton, 1989: 5).

Bu örnekle birlikte siyasi hayattaki değişikliklerin tasarımlar üzerine yansması açık bir şekilde gözlemlenmiştir. Değişen iktidar hayatın her alanında olduğu gibi gerçekleştirilen tasarımlara da müdahale etmiş, sanatçıları kendi bakış açısı doğrultusunda çalışmalar üretmeye yönlendirmiştir. Bu durumun dönem içerisinde incelenen tüm çalışmalara yansıdığı görülmektedir.



Resim 123: Ekanban Örneği, 1860, Kaynak: Thornton, 1989: 5

Dönemin yerel tipografi yaklaşımı, Meiji siyasi iktidarı yıllarında çıkartılan Meiji Six Journal (Meiroku Zasshi) yayınında gözlemlenmektedir. 1870’li yılların yaklaşımının oldukça başarılı bir şekilde ifade edildiği dergide genellikle Batının ideolojisi okuyucuyla buluşturulmuştur. Dönemin vizyonuna ışık tutan dergi batı düşüncesiyle temellendirdiği metinleri özenle hazırlamıştır. 1860’lı yıllarda yayın hayatına başlayan Meiji Six Journal dönemin en popüler dergisi konumundadır (Resim 124) (Gordon, 2003: 80).



Resim 124: Meiroku Zasshi, No 10, 1874, Kaynak: <https://commons.wikimedia.org/>

Yerel Japon tipografisi stilini daha çok afiş tasarımlarından görmek mümkündür. Afişlerinde önemli bir tasarım unsuru olan tipografi, gerçekleştirdikleri diğer tasarım unsurlarında da yer almaktadır. Japonya oldukça köklü bir afiş tasarım tarihine sahip olup, kendisini en çağdaş şekilde göstermeye başladığı zaman Meiji dönemidir. Meiji döneminde (1868-1912) Japon kültürel stillerine yer verilmiş, oluşturdukları semboller ve bayrak tasarımlarında modern biçimler ile geleneksel tarz birleştirilmiştir. Özellikle 1920’lerde ortaya çıkan yapısalılık hareketi Japonyayı derinden etkilemiştir. Propaganda çalışmalarına dönem içerisinde sık sık yer verildiği görülmektedir. Bunun en iyi örneği tasarımcı Yanase Masamu’nun yaptığı komünist çalışmadır (Resim 125) (Goodman, 1999: 6). Japon çiftçilerin sesini duyurmak için gerçekleştirdiği afiş çalışmasında komünist renkler olan kırmızı ve siyahın hakim olduğu bir tipografi yönelimi görmek mümkündür.

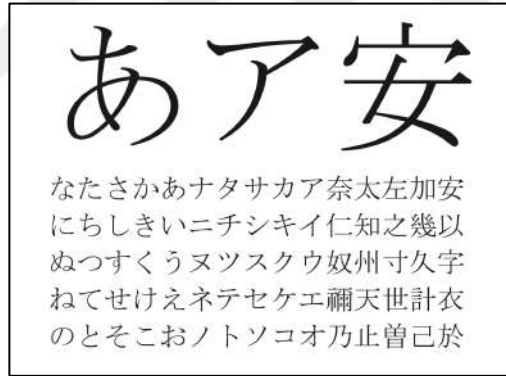


Resim 125: Yanase Masamu, Japon Çiftçilerin Problemleri, 1920

<https://apjjf.org/2018/04/Field.html>

Japon yerel tipografisi, alfabesinin kaligrafik yapısı nedeniyle zorlu bir süreç içerisinde gelişmiştir. Makineleşmeyle birlikte hareketli yazı karakteri tasarımında Çin’de olduğu gibi sıkıntı içerisinde olan Japonya, bu olanağı 19. yy sonlarına dek yaygın bir şekilde kullanamamıştır. Bu nedenle Japon tasarımlarının kağıda

aktarılmasındaki en büyük ve yaygın araç tahta bloklardır. Tahta bloklar üzerine elle oymayla gerçekleştirilen tasarımlar, zamansal bakımdan zorlu bir süreç içinde gerçekleştirilir ve incelikli bir el işçiliğine sahiptir. Hareketli tipte zorlanan Japonya, Motoki Shōzō sayesinde Çince bir yazı karakteri olan Minchō'i Japon yazı tipine uyarlamıştır. Tasarım bakımından düzgün, uyumlu bir görünüm barındıran Minchō, dik ve yatay açılardan oluşan çizgilere sahiptir (Resim 126). Günümüzde de Japonca fontların yetersiz olmasının nedeni, harf yapılarının çeşitliliğinden dolayı tam olarak bir sistem içerisine oturtulamamış olmasındandır (Weisenfeld, 2011: 830). İran ve Çin tipografisinde olduğu gibi Japonya'nın da alfabetik yapısı gereği font tasarımlarında sıkıntı yaşadığı gözlemlenmiştir. Kaligrafik ve farklı pek çok unsurun bir araya gelmesinden oluşan alfabesi, düzenli bir sistem oturtmaya elverişli olmayan bir yapıdadır.



Resim 126: Minchō Font Seti, Kaynak: Weisenfeld, 2011: 830

Japon grafik tasarımcıları, kendi alfabelerinin bir sonucu olan zorlu tipografi süreci üzerinde yoğunlaşmışlardır. Oluşturulan çalışmalarda yerel Japon harfleri için sadeleşme ve bilgisayar ortamında kullanılacak seviyeye getirme araştırmaları görülmektedir. Yajima Shūichi gibi daha pek çok isim harflerde standardizasyon ve stil oturtma girişimi içerisinde olmuştur. Yajima Japon yerel tipografi tasarımında gerçekleştirdiği denemelerle günümüz Japon tipografisinin gelişiminde büyük katkılar sağlamıştır (Resim 127) (Fraser, 1996: 123).

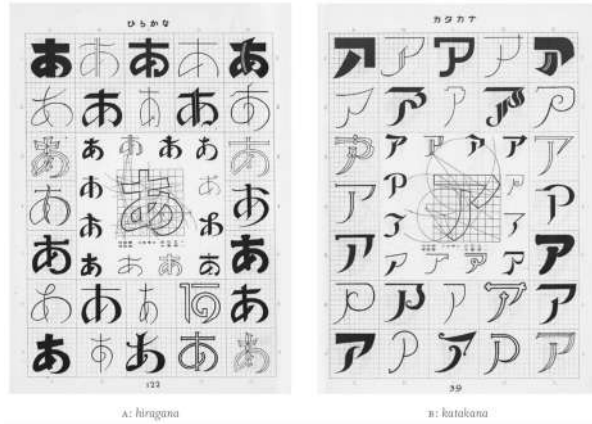


Resim 127: Yajima Shūichi, Modern Japon Harf Tasarımları, 1926

Kaynak: Fraser, 1996: 123

Yajima Shūichi, Japon yerel tipografisinin gelişimini gerçekleştirdiği farklı tipografik çalışmalarla desteklemiştir. 1928 tarihinde ortaya koyduğu “Tasarım Harfleri Anatomisi” (Zuan moji no kaibō) adlı eserinde, harf tasarımındaki temel yapıları birbiri içerisinde karşılaştırmalı olarak ele almıştır (Resim 128). Japonca’nın Katakana ve Hiragana tarzında oluşturduğu “A” harfini pek çok farklı türde yorumlamış, tek bir harf üzerinden sade, yalın, kalın, ince ve süslemeci gibi farklı yaklaşımları karşılaştırmalı olarak aktarmıştır. Yajima Shūichi bu eserle tipografiye farklı bir bakış açısı kazandırmıştır (Weisenfeld, 2011: 832).

Sanatçıların yerel tipografinin gelişimine ürettikleri çalışmalarla katkı sağladıkları görülmektedir. Yajima Shūichi ve sonraki paragraflarda incelenecek diğer sanatçıların tasarımlarında bu durumu gözlemlemek mümkündür. Japon grafik tasarımında harflerin anatomik yapılarından dolayı tipografi üzerine bir eğilim söz konusu olmuş, bu da tipografinin çokça denenip üretilmesini sağlamıştır.



Resim 128: Yajima Shūichi, Tasarım Harfleri Anatomisi, 1926

Kaynak: Weisenfeld, 2011: 832

19. yüzyılın sonlarından başlayarak Avrupa'nın sanata olan yaklaşımını benimseyen Japonya, bir çok alanda gerçekleştirdiği çalışmalarla bunu açık bir biçimde ortaya koymuştur. Özellikle Birinci Dünya Savaşı'ndan itibaren görülen bu etkileşim durumu kendisini uzun yıllar devam ettirmiştir. Bu etki, ünlü grafik tasarımcı ve tipografi ustası İtalyan Filippo Tommaso Marinetti'nin Fütürist manifestosunun aynı yılda Japonya'da da yayımlanmasıyla daha net bir biçimde görülmektedir (Fraser, 1996: 7). Bu anlatıdan yola çıkılarak ülkenin tipografi stilini batı öğretileri doğrultusunda oluşturduğu sonucuna varılabilir. Bu nedenle kendi kaligrafik alfabeleri dışında yerel tipografi örnekleri batının temellendirdiği tasarımsal yönelimlerle gerçekleştirilmiştir.

1920'ler ve sonrasında Japon yerel tipografisi, tasarım stillerinde görülen farklılıklar nedeniyle çeşitlilik göstermiştir. Özellikle Avrupa'da tasarımcılar tipografide standart bir biçim yaratma girişimleri içerisinde bulunmaya başlamışlardır. Serif zamanla yerini sans serif font tasarımlarına bırakmış, tipografi gereksiz süslemeci anlayıştan uzaklaşarak sadeleşmiştir. Bu nedenle harf tasarımları temel geometrik formlardan oluşturulmuş, özellikle Bauhaus ile başı çeken Almanya, bu konuda öğretici bir konuma yükselmiştir. Tüm bunlarla birlikte Japonya'da radikal bir sanat akımı ve aynı zamanda bir dergi olan Mavo'nun lideri Tomoyoshi Murayama, Avrupa'da ortaya çıkan tipografik akımları Japonya'nın yerel tipografisine uyarlayan ve dergi

tasarımlarına da bunu aktaran en önemli kişilerden biri olmuştur. Yayın hayatı çok fazla sürmeyen Mavo, yerel tipografide ve sayfa düzeninde ilerici tasarımlar ortaya koymuştur (Resim 129). Metin ve görsellerin uyumu, sayfa tasarımında denenen asimetrik tasarım anlayışı, dergi tasarımına bir dinamizm katmıştır (Weisenfeld, 2011: 843). Mavo örneğinde, yerel tipografi tarzından uzaklaşılarak batının temellendirdiği bir tasarım anlayışı görülmektedir. Bu durum, çalışmaların her ne kadar kendi yerel ortamlarında üretilseler de kültürel etkileşimle şekillenebileceğini ortaya koymaktadır. Sanatçı yine de renk tercihiyle kendi yerelliğini tasarıma taşımıştır.



Resim 129: Tomoyoshi Murayama, Mavo 9, 1925

Kaynak: <https://monoskop.org/MAVO#/media/>

Yerel tipografi stiline incelikleri Yumeji Takehisa'nın çalışmalarında görülmektedir. Sanatçının 1931 yılında gerçekleştirdiği afiş, sade ve anlaşılır tipografi kullanımıyla dikkat çekmektedir. Tasarımda yer verdiği çıplak kadın illüstrasyonu da yine aynı şekilde detaydan uzak ve yalın bir tarzdadır. Tipografi daha çok illüstrasyonun oluşturduğu boşluklara göre kurgulanmıştır. Minimal renk seçimi yine tipografiyi destekleyici bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Resim 130) (Thornton, 1989: 9).



Resim 130: Yumeji Takehisa, 1931, Kaynak: Thornton, 1989: 9

Bauhausla birlikte tipografi Japon grafik tasarımcılar için tasarımın vazgeçilmez bir ögesi haline gelmiştir. Afiş tasarımındaki tipografi kullanımı önemli Alman tasarımcıların çalışmalarından izler taşımıştır. Avrupa'dan ve özellikle Almanya'dan Bauhuas ile ilgili çeşitli tasarım kitapları getirtilerek incelenmiş, Japonca çevirileri gerçekleştirilmiştir. Bauhaus, Japon okulları için de bir tasarım öğretimi modeli haline gelmiş, 1930'lu yıllarda pek çok sanat okulu bu öğretim modelini uygulamıştır (Thornton, 1989: 10). Bauhaus akımı, sadece kendi ülkesinde değil pek çok ülkede olduğu gibi Japonya'da da etkisini göstermiştir. İncelenen çalışmalarda Japon sanatçıların kendi yerellikleriyle Alman tasarım stilini harmanladığı görülmüştür.

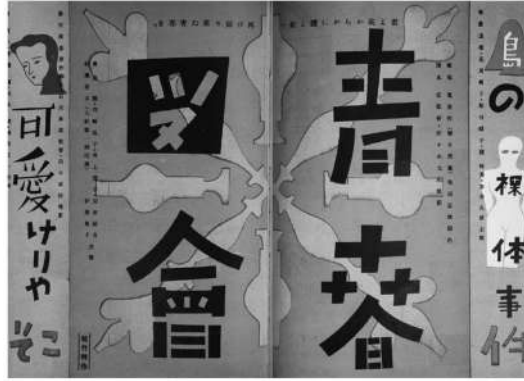
Japon yerel tipografi anlayışının gelişiminde, oluşturdukları afiş tasarımlarıyla örnek alınan sanatçılar arasında Takashi Kono ve Hara Hiromu yer almaktadır. Özellikle Bauhaus'un sade ve yalın tipografi anlayışından etkilenen sanatçılar bunu tasarımlarına yansıtmışlardır. "Lady & Beard" filmi için tasarlanan afişte bu etkileri gözlemlemek mümkündür. Takashi Kono'nun oluşturduğu çalışmada Japonya'nın yerel tipografisi modern bir biçimde uyarlanmıştır (Resim 131). Kono tasarımda tipografiyi üstte konumlandırırken, kadın ve erkek illüstrasyonuna aşağıda tipografiye denge oluşturacak şekilde yer vermiştir. Gri zemin üzerinde yer alan tipografi ve illüstrasyon uyumlu bir kompozisyon oluşturmuştur (Thornton, 1989: 11).



Resim 131: Takashi Kono, Lady & Beard, 1930, Kaynak: Fraser, 1996: 73

Dönem içerisindeki tasarımlarda, özellikle afiş tasarımlarında tipografi elle üretilmiştir. Çoğu grafik tasarımcı önceki dönemlerde uyguladıkları süslemeci tipografi tarzına yeniden eğilmeye başlasalar da Takashi Kono gerçekleştirdiği çalışmalarla tipografiye yeni bir soluk getirmiştir. Kono, Gençlik Filminin Resimleri adlı film için yaptığı çalışmada, batının tasarım anlayışıyla temellendirdiği soyut stili gözler önüne sermiştir (Resim 132). Tasarımda, Japon sanatının da izlerini taşıyan, tek düzelikten uzak, katmanlarla oluşturulmuş bir tipografik düzen gözlemlenmektedir. Bu kompozisyon biçimi tasarım tarihçilerinin yorumuyla “Japonya yapımı modernizm” olarak görülmektedir (Weisenfeld, 2011: 845).

Modernizm sadece tipografide öncü ülkelerin benimsediği ve ortaya koyduğu bir tutum olmayıp, Japon tasarımcıların da önemsendiği bir yaklaşım olmuştur. Takashi Kono’nun gerçekleştirdiği tasarımda da görüldüğü gibi tipografide sadeleştirilmiş bir kompozisyon anlayışı denenmiştir. Bu durum her ne kadar Japon yerel yaklaşımıyla örtüşme de sanatçıların tasarımlarına yansıttıkları bir tutum olmuştur.



Resim 132: Takashi Kono, Gençlik Filminin Resimleri, 1931

Kaynak: Weisenfeld, 2011: 845

Batının etkisi altında gelişen yerel tipografi anlayışını Hara Hiromu'nun gerçekleştirdiği mankenler sergisi afişinde gözlemlemek mümkündür. Afişte oldukça sade bir biçimde sans serif yazı karakteriyle oluşturulan tipografiyi, kırılmış bir fotoğraf görüntüsü tamamlar (Resim 133). Fotoğraf ve tipografi kullanımında sadelik ve yalınlık göze çarpmaktadır. Bauhaus'un öğretilerini inceleyen ve tasarımlarında bu öğretilere yer veren Hara, Japon grafik tasarımcılar içerisinde ilk defa fotoğrafı çalışmalarında kullanan isim olmuştur. Grafik tasarımda yalın ve soyut bir yaklaşım sergileyen Hiromu, Avrupa'nın benimsediği stilleri afiş tasarımlarına uyarlayan Japon tasarımcıların öncülüğünü üstlenmiştir (Thornton, 1989: 11).



Resim 133: Hara Hiromu, Mankenler Sergisi afiş, 1935

Kaynak: <https://www.flickr.com/photos/>

Yerel tipografi anlayışının Bauhaus öğretisiyle temellendirildiği ve tipografiyle fotoğrafın birlikte kullanıldığı tasarımlar içerisindeki en güzel örnek, fotoğraf yarışması afiştir. 3. Yıllık Fotoğraf Çekimi Yarışması için tasarlanan afiş, Hara Hiromu'nun batı tarzında temellendirdiği tipografi anlayışını yansıtmaktadır. Oluşturduğu tipografi çapraz şekilde kurgulanmış, harfler yalın ve kaligrafik yapıdan uzak bir anlayışla şekillendirilmiştir. Tipografi fotoğrafın üzerine başarılı bir şekilde yerini almıştır (Resim 134). Batının öğretilerini, ustalıkla Japon grafik tasarımına aktaran Hiromu, Jan Tschichold'un öncülüğünü üstlendiği Yeni Tipografi'nin de aktarıcısı olmuştur. Yeni Tipografi Japon grafik tasarımında “basitleştirilmiş karakterler” olarak çevrilebilecek “Tanka Moji” adıyla anılmıştır (Weisenfeld, 2011: 843).



Resim 134: Hara Hiromu, Fotoğraf Yarışması Afişi, 1935

Kaynak: Weisenfeld, 2011: 843

Japonya'nın batıdan temellendirdiği yerel tipografi anlayışı doğrultusunda; Yumeji Takehisa, Tomoyoshi Murayama, Takashi Kono ve Hara Hiromu gibi daha pek çok isim çalışmalar üretmiştir. Fakat batı ilhamlı yerelliğin yanı sıra, II. Dünya Savaşı sonrası yeni nesil sanatçılar kendi yerel kültürlerini daha çok yansıtan tasarımlar oluşturmaya başlamışlardır.

Bu çalışmalardan biri Ikko Tanaka'nın gerçekleştirdiği “Kanze Noh Theatre” afiştir. Afiş tasarımında Japon gelenek ve kültürüne büyük ölçüde yer veren Tanaka, gelenekselliği ustaca modernizmle birleştirmiştir. Çağdaş renk kullanımıyla kültürel izleri üst noktalara taşımaktadır. Tasarımlarında Japon kaligrafi sanatının ve ukio-e baskı sanatının izlerini sürmek mümkündür (Resim 135) (Thornton, 1989: 13).



Resim 135: Ikko Tanaka, Kanze Noh Theatre, 1953, Kaynak: <https://readymag.com/>

Özellikle 1950’ler ve sonrasında Japon grafik tasarımında ve reklamcılıkta yerel tipografi stiline dönüş yaşanmıştır. Alfabenin kaligrafik biçimine atıfta bulunan tipografi gerçekleştirilen reklam çalışmalarında gözlemlenmektedir. Özellikle dijital dönemle de kendisini gösteren reklam sektöründe tipografi kullanımı görseli destekleyici bir misyon edinmiştir.

Japon kaligrafisinin fotoğrafla birlikte kullanıldığı pek çok çalışma oluşturulmaya başlanmıştır. Bunu grafik tasarımcı Hoshiba Kunikazu tarafından Wakayama Bölgesi turizmi için yapılan reklam çalışmasında görmek mümkündür (Resim 136). Kunikazu, afiş tasarımında Kohib Dağı’nda yer alan ve doğal güzellikleri gösteren bir dağ yolunun fotoğrafına yer vermiştir. Fotoğrafa Japon kaligrafisiyle

üretilen bir tipografi eşlik etmektedir. Tipografi fotoğrafın üzerinde ve sol tarafta yer almaktadır. Kunikazu fırça darbeleriyle tasarladığı tipografiyi geleneksel bir tarzda fotoğrafla birleştirmiştir (Bartal, 2013: 55).



Resim 136: Hoshiba Kunikazu, Kohib Dağı Turizmi Afiş Tasarımı

Kaynak: Bartal, 2013: 54

Japon yerel tipografisinde harflerin karakteri ve yapısı ülke grafik tasarımında büyük önem taşımıştır. Kaligrafik tarzdaki tipografi kullanımı Suzuki Hachiro'nun gerçekleştirdiği bir çalışma olan Apple afiş tasarımında görülmektedir (Resim 137). Japon Zen Budizmi'nin önemli keşişleri arasında yer alan Ekaku Hakuin'in çalışması tasarımcı Suzuki Hachiro'a ilham olmuştur. Hachiro kaligrafi tarzında kullandığı tipografisine bilgisayar destekli görseller de eklemiştir. Ana tipografinin amacı okunmak için değil, bir görsel nitelik yaratmak için oluşturulmuştur. Burada tasarımcının yakalamak istediği nokta, Zen keşişlerinin amacını ve iç dünyasını yansıtmaktır (Bartal, 2013: 61).

Kişisel tasarımlarda modern tipografi yönelimi daha sık bir biçimde görülse de, reklam kampanyalarında yerelliğin vurgulandığı gözlemlenmiştir. İncelenen çalışmalarda, kaligrafinin detayları ve fırça darbeleriyle oluşturulması, reklamcılarının sıklıkla kullandığı bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır.



Resim 137: Suzuki Hachiro, Apple Reklamı, Kaynak: <https://beyond-calligraphy.com/>

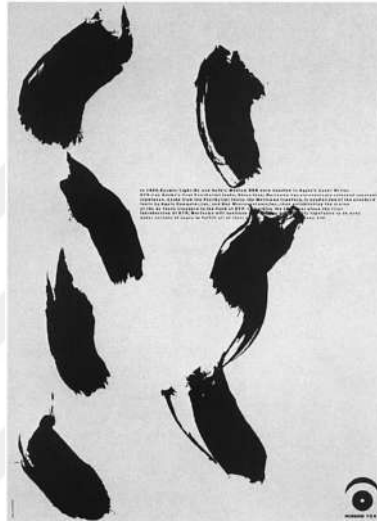
Japon alfabesinden gelen eklettik yapı, tasarımda sınırsız uyarlamalara gidebilmelerinin yolunu açmıştır. Bu durumu Brüksel Dünya Fuarı için gerçekleştirilen afiş çalışmasında gözlemlemek mümkündür. Ünlü grafik tasarımcı Ryuichi Yamashiro yaptığı bu afiş çalışmasında Japon harflerini kullanarak, içeriği izleyicilere başarılı bir şekilde yansıtmıştır (Resim 138). Ryuichi'nin koru ve orman sözcüklerini kullandığı afişte, kaligrafi simgesel biçimde kurgulanmıştır (Bartal, 2013: 58).



Resim 138: Ryuichi Yamashiro, Brüksel Dünya Fuarı, 1954

Kaynak: <https://www.moma.org/collection/works/8384?>

Yerel tasarım anlayışıyla oluşturulan tipografi kullanımı Morisawa Font Corporation adına hazırlanan reklam afişinde de görülmektedir. Bir font tasarım şirketi olan Morisawa Font Corporation afiş tasarımında herhangi bir font tanıtımında bulunmamış, afişte yer alan büyük siyah fırça izleriyle kaligrafiye atıfta bulunulmuştur. Böylece izleyiciye harf kullanmadan tasarım fikri aktarılacak istenmiştir (Resim 139) (Bartal, 2013: 61).



Resim 139: Morisawa Font Corporation Afiş Tasarımı, Kaynak: Bartal, 2013: 61

Japonya'nın yerel tipografik yaklaşımına bakıldığında İran ve Çin'e göre yüzünü daha çok batıya dönmüş olduğu sonucuyla karşılaşılmıştır. Bu durum sanatçıların da benimsediği ve tercih ettiği bir tutuma dönüşmüştür. Yerelliğin daha çok kullanılan alfabe ve renklerle desteklendiği görülmektedir. Yine de reklamcılık alanında kaligrafi temelli yerel tipografinin izleri devam ettirilmektedir.

Yerel kültürlerin tipografi stilleri üzerindeki etkilerinin gözlemlenmesi sonucunda, ülkelerin tarihi ve siyasi yaşantılarının bu stilleri şekillendirdiği görülmüştür. Özellikle kendi siyasi yapılarını oturtmak ve ülke bütünlüklerini korumak için uzun yıllar uğraş veren uluslar, kendi çalışmalarını destekleyen grafik tasarımların oluşturulmasını sağlamıştır. Dünya savaşlarının hüküm sürdüğü ülkelerde ulusal kimlik ve siyasi yapılanma doğrultusunda oluşan tipografi, öncü grafik tasarımcıların çalışmalarını şekillendirmiştir.

Yerel tipografi anlayışlarının aktarıldığı çalışmaların çoğu bir öğreti niteliği taşımakta dönemin siyasi ve sosyo-kültürel nabzını tutumaktadır. Tipografiyi desteklemek için kullanılan renk ve geometrik şekiller yine dönemin içeriğini yansıtıcı özellikler taşımıştır. Sanatçılar siyasi yapılanmayı destekleyici tipografik çalışmalar oluştururken, aynı zamanda zıt görüşte protesto amaçlı işler de ortaya koymuştur. Bu bağlamda yerel tipografik stiller sadece sanat tarihine damga vurmuş öğretiler değil, dönemin siyasi ve sosyolojik durumlarını yansıtmaları bakımından tarihi belge niteliği taşımaktadır.

Ülkelerin geleneksel özellikleri ve tipografiye olan bakış açıları, kendi stillerinin oluşumunu da etkilemiştir. Yerel tipografi anlayışının en belirgin olduğu ülkeler Doğu ve Batı olarak iki ayrı grupta incelenmiş; Doğu ülkelerinde kaligrafik tipografi anlayışı hakimken, Batı ülkelerinde sade, açık ve net bir tipografi anlayışının hakim olduğu görülmüştür. Doğu ülkelerinde geleneksel kaligrafi sanatı tipografi üzerinde devam ettirilmiş, batı ülkelerinde ise mesafeli, açık ve net görüşteki düşünce biçimi tasarımlara yansımıştır.

3. BÖLÜM
POSTMODERNİZM VE DİJİTAL ÇAĞIN YEREL TİPOGRAFİ
ÜZERİNE YANSIMALARI

3. BÖLÜM

POSTMODERNİZM VE DİJİTAL ÇAĞIN YEREL TİPOGRAFI ÜZERİNE YANSIMALARI

Yerel tipografi, ülkelerin ve sanatçıların uzun yıllar boyunca önemsedikleri, çalışmalarına yansıtıkları bir tutum olmuştur. Yerel tipografi benimsendiği dönem içerisinde, sanatçıların kimi zaman gönüllü olarak uyduğu kimi zaman da uymak zorunda kaldığı bir durum yaratmıştır. Kendi yerel kimliği ve dayattığı tasarım anlayışından bunalan sanatçı farklı arayışlar içerisine girmiştir. Özellikle 1950 sonrası kendisini gösteren İsviçre yerel tipografi üslubunun katı kuralları sanatçıları bunalıtmıştır. Bilinçli olarak düzeni bozma, kabul görmüş ve kalıplaşmış yerel tipografi anlayışını hiçe sayma tasarımcıların tepkisi olarak doğmuş, bir akım olarak şekillenmeye başlamıştır. Tasarımlar kendisini açık ve net bir şekilde ifade etmek yerine dolaylı yollarla açıklamaya başlamış, mantığın yerini sezgiler almıştır. Çalışmalarda artık yerel tipografinin özelliklerinden çok sanatçının yorumunu gözlemlemek mümkündür.

Teknolojinin ilerlemesi ve özellikle bilgisayar üzerindeki gelişim tüm tasarım alanlarında olduğu gibi grafik tasarımı, dolayısıyla tipografiyi de etkilemiştir. Postmodernizmle birlikte özgürleşen sanatçılar, bilgisayar teknolojisini de hevesle benimsemişlerdir. Bilgisayar, tasarımlara üretim hızı ve kolaylığı sağlamış, sanatçılara farklı pek çok alternatif deneme olanağı tanımıştır. Tipografi teknolojiyle birlikte iki boyuttan üç boyuta geçiş yapmış, video, animasyon ve fimlerde kendisini hareketli olarak göstermeye başlamıştır. Bu da tasarımların çeşitlenmesini, o güne kadar yapılan çalışmalardan oldukça farklı işlerin üretilmesini sağlamıştır. Böylece sanatçı tasarımlarını teknoloji ve bilgi çağı içerisinde, öncekinden oldukça farklı bir dönemde oluşturmaya başlamıştır.

3.1. Postmodern Tipografiden Tasarım Çağına Yerellik

3.1.1. Postmodern Tipografinin Tasarım Yaklaşımları

Modernizme zıt bir görüş belirten ve sıradanlığa karşı çıkışla oluşan Postmodernizm, yeni nesil sanatçıların tasarımları için sıklıkla başvurduğu bir akım olmuştur. Tüm sınırları ve kuralları ortadan kaldıran bir akım olma özelliği taşıyan Postmodernizm, sadece tek bir görüşle kısıtlanmamış, içerisine tasarım, tarih, sanat, sosyoloji gibi pek çok branşı almıştır. Postmodernizm kendisini sadece bir akım adı olarak ifade etmeyip, oluşan yeni teknolojik çağa ve bilgisayar kullanımı artışıyla, sosyal yaşamdaki değişikliklere verilen bir isim olarak da karşımıza çıkmaktadır (Keedy, 1998). Keedy'nin de ifade ettiği gibi Postmodernizm, dönemi içerisinde sadece tasarımları etkilemekle kalmayıp, bir ideolojiye de dönüşmüştür. Bu düşünsel yaklaşım özellikle tipografide ve görsel kullanımda kendisini özgün bir biçimde yansıtmıştır.

Postmodernizm modern sanat akımlarının öğretilerini reddederek eski tasarım yöntemlerini kendi yorumuyla birleştirmeyi amaçlamıştır. Özellikle Uluslararası Tasarım Üslubu'nun katı kurallarına meydan okuyan yeni nesil sanatçılar, adeta bağımsız bir ekspresyonizm tarzı gerçekleştirmişlerdir. Sanatçı ve sanatçı grupları halinde kendisini gösteren Postmodernizme göre deneysel tasarım anlayışı ön plandadır ve amaç doğrultusunda tasarımlar gerçekleştirilmektedir. Dönem içerisinde geçici bir tasarım modası olarak görülen akım şaşkınlık yaratacak derecede kalıcı ve uzun soluklu bir tasarım stiline dönüşmüştür (Bektaş, 1992: 230). Akım mantıksal tasarım yaklaşımının aksi yönünde geliştirdiği tarzı nedeniyle, uzun soluklu bir stile dönüşmeyeceği düşüncesi barındırmıştır. Fakat incelenen çalışmalarda da görülüyor ki sanatçılar tarafından sıkı bir şekilde benimsenmiş ve bir akım olarak varlığını sürdürmüştür.

Tipografi bilgisayar teknolojisi ile birlikte farklı bir boyut kazanmaya başlamıştır. Harflerin görünüşleri tek tipleştirilerek birbirine benzer bir hal almış, önceki dönemlerde kullanılan ve tipografide okuma önceliği sağlayan bold light kullanımı önemsenmemiştir. Tasarıma hız ve kolaylık getiren dijitalleşme, aynı

zamanda tipografide o güne değin gelen kavramlara farklı bir bakış açısı sunmuştur. Özellikle bilgisayar kullanımıyla metin düzenlemeleri kolaylaşmış, böylelikle tipografinin gelişiminde hızlı bir ivme kazanılmıştır (Becer, 2016: 275).

1980’li yılların sonlarına doğru grafik tasarımda daha çok görülmeye başlayan Postmodernizm, tasarımcıya yeni bir çözüm yöntemi sunmuştur. Özellikle 1980 ve 1990’lı yıllarda popüler kültür ve anti estetik gibi kavramlar akım için önemli çıkış noktaları olmuştur. İçerisinde barındırdığı eklettik yapı ve tasarım çeşililiği sayesinde tasarımcılara sınırsız seçenekler sunmuştur. Postmonernizm benimsemiş olduğu tasarımsal ilkeler nedeniyle, kendisinden önceki akımlardan tamamiyle farklıdır ve bu özellik onun diğerler akımlardan ayrı tutulmasını sağlar. Sanatçılar dönem içerisinde deneysel yaklaşımla oluşturulan tasarımlara yönelerek, işlevsel amaçtan uzaklaşmıştır. Okunaklılık geri plana atılarak harflerin katmanlarla oluşturduğu dokular tasarımın ana unsuru olmuştur (Keedy, 1998).

Uluslararası Tipografik tasarım anlayışından yavaş yavaş kopan sanatçıların çalışmalarında Postmodernizm izlerini görmek mümkündür. 1964 yılında Rosemarie Tissi tarafından oluşturulan basın ilanı çalışmasında İsviçre Tipografisinin katı kurallarından uzaklaşıldığı görülmektedir (Resim 140). İlan tasarımında sadece grid sisteminin izin verdiği kompozisyon seçeneklerinin yerine, deneysel bir yaklaşımla, tasarım unsurları yerleştirilmiştir. Tipografi dinamik tarzda kullanılmış ve daha canlı renkler tercih edilmiştir. Bu yaklaşım tarzının benzeri Geigy ilaç şirketi için oluşturulan broşür tasarımında da görülmektedir. Steff Geissbuhler’in gerçekleştirdiği bu tasarımda oluşturulan tipografik düzenlemede karmaşık, iç içe geçmiş, girdap şeklindeki metin ve harf grupları karşımıza çıkmaktadır (Resim 141) (Bektaş, 1992: 231). İncelenen iki çalışmada da tipografinin okuma kaygısı gütmeden oluşturulduğu gözden kaçmamıştır. Özellikle Geissbuhler’in çalışmasında Postmodernizmin katmanlı tipografi kullanımının aksine, sezgisel yaklaşımla oluşturulmuş bir kompozisyon yaratılmıştır.



Resim 140: Rosmarie Tissi, 1985

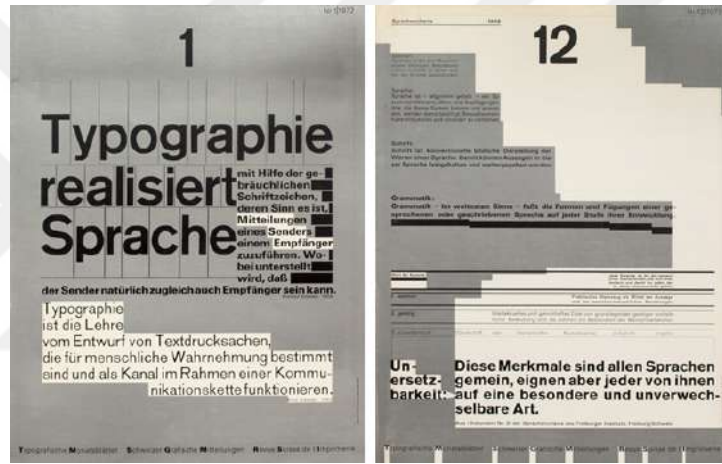
Kaynak: <https://www.schweizerkulturpreise.ch/awards/en/home/design/>



Resim 141: Steff Geissbuhler, 1965, Kaynak: <https://concept.typepad.com/.a/>

İsviçre Tipografisinden Postmodernizme geçişin en güzel örneklerinden biri “Typografische Monatsblätter” adlı dergi için yapılan kapak tasarımıdır (Resim 142). İsviçre Tipografisini terk eden önemli sanatçılardan Wolfgang Weingart’ın gerçekleştirdiği bu çalışmada, tipografi ve boşluk kullanımlarında postmodern yaklaşım

görülse de tasarıma hala grid sistemiyle oluşturulan bir kompozisyon hakimdir. Akımın sezgiye yönelik deneysel yaklaşımı, kapak tasarımında başarılı bir biçimde kullanılmıştır. Wolfgang Weingart sonraki çalışmalarında İsviçre Tipografisinden daha da uzaklaşarak, Postmodernizmin algıya dayalı ve katmanlı tasarım anlayışını gözler önüne sermiştir (Poynor, 2003: 20). Özellikle Weingart'ın çalışmalarında İsviçre üslubundan Postmodernizme geçişin aşamalarını görmek mümkündür. İsviçre tipografisinin katı kurallarının aşamalı olarak geri plana atılması ve Postmodernizmin ön plana çıkartılması başarılı bir biçimde sanatçının tasarımlarına yansımıştır.



Resim 142: Wolfgang Weingart, Typografische Monatsblätter, 1941

Kaynak: <https://thinkingform.nyc/2014/02/06/>

Postmodernizmin anlaşılması zor tipografisi zaman zaman fotoğraf kullanımlarıyla da desteklemiştir. Bunun en iyi biçimini “Kunstkredit” isimli sergi afişinde görmek mümkündür. Wolfgang Weingart'ın bu çalışmasında, tipografi ve fotoğraf adeta bir kolaj mantığında yerleştirilmiştir. Sanatçı tasarladığı bu sergi afişiyle Postmodernizmin tasarımsal yaklaşımını tam anlamıyla yansıtmıştır (Resim 143). Fotoğrafta tramvay kullanımı dikkat çekmektedir. Weingart oluşturduğu kafa karıştırıcı kompozisyonları, tipografik düzenlemeleri ile döneminin en popüler isimlerinden biri haline gelmiştir (Poynor, 2003: 22).



Resim 143: Wolfgang Weingart, Kunstkredit, 1977, Kaynak:
<https://www.moma.org/collection/works/101455>

Tipografi, teknolojide yaşanan gelişim nedeniyle adeta bir devrim yaşamıştır. Değişime neden olan etkenlerden birincisi tasarımcıların kendilerine özel bilgisayar alabiliyor ve kullanabiliyor olmaları, ikincisi ise tasarım alanının oluşumunda görev alan bilgisayar yazılımlarının gelişimi olmuştur. Özellikle Apple şirketinin 1984 yılında piyasaya sürdüğü Macintosh bilgisayar, tipografide adeta bir dönüm noktası yaşanmasını sağlamıştır. Yeni yeni gelişen bilgisayar teknolojisiyle oluşturulan kısıtlı yazı karakterlerinin aksine Macintosh, elde edilen birçok font çeşiti ve boyutu sayesinde büyük bir fark yaratmıştır. Böylece tipografi alanında harf ve metin ilişkisi üzerinden farklı pek çok üretim ortamı oluşturulmuştur (Staples, 2000: 20).

Dönem içerisinde bilgisayar kullanımının gelişimi çalışmaların adeta ana unsuru olmuştur. Çünkü sanatçılar bu döneme kadar çeşitli yollarla ürettikleri tasarımlarını, teknolojinin ortaya çıkarttığı bir ürün üzerinden oluşturmaya başlamışlardır. Bu da sanatçıların tasarımlara olan bakış açılarını etkileyen bir durum olmuştur. Yani Postmodernizm hem sanatçıların ideolojik değişimlerinden hem de teknolojik bir gelişmeden beslenen bir akım olarak karşımıza çıkmaktadır.

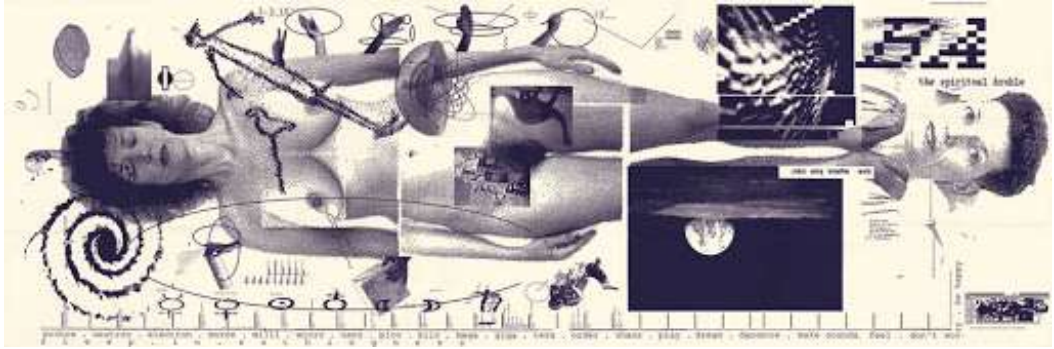
Postmodernizm sanatçıları, gelişen bilgisayar teknolojisini tasarımlarına entegre etmede hevesli olmuşlardır. Çalışmalarda fotoğraf ve tipografi birlikteliği bilgisayar yazılımları sayesinde bir araya getirilmeye başlanmıştır. Bu etkilerin görüldüğü önemli çalışmalardan biri California Sanat Enstitüsü adına yapılmış olan afiş çalışmasıdır. Fotoğraf ve metin kullanımının başarılı bir şekilde harmanlandığı çalışma, dönemin en ünlü tasarımcıları April Greiman ve fotoğrafçı Jayme Odgers tarafından gerçekleştirilmiştir (Resim 144). Mekan algısının iyi bir biçimde verildiği afiş tasarımında, diğer fotografik öğeler de dikkat çekmektedir. Tipografi ise bu öğeler arasında önemsizmeden konumlandırılmış hissi vermektedir (Poynor, 2003: 96).



Resim 144: April Greiman, Jayme Odgers, California Sanat Enstitüsü Afiş, 1978,

Kaynak: <https://collection.cooperhewitt.org/objects/18617589>

Postmodernizm akımının tasarımsal özelliklerinin ve bilgisayar teknolojisinin birleştirildiği çalışmalardan biri de Design Quarterly dergisi için yapılan afiş tasarımıdır (Resim 145). Dönemi içerisinde yenilikçi bir yaklaşım olarak nitelendirilen bu afiş çalışması, teknolojinin olanaklarının özgürce kullanımını göstermektedir. Sanatçı bu afiş çalışmasında kendi çıplak bedenini bir tasarım unsuru olarak kullanmıştır. Bir tarih cetveli biçiminde oluşan tasarımda, cetvel üzerinde gerçekleşen önemli olaylar ve icatlara yer verilmiştir. Postmodernizmin piksel ve noktalama görüntüsünün ağırlıklı olduğu çalışmada, çeşitli uzay görselleri de yer almaktadır. Kaotik bir tasarım ortamı içerisinde “Mantıklı mı?” sorusunun sorulduğu afişte, Geirman ünlü filozof Ludwin Wittgenstein’den ilham almıştır (Poynor, 2003: 99).



Resim 145: April Greiman, Design Quarterly, 1986

Kaynak: <https://walkerart.org/minnesotabydesign/objects/design-quarterly-133>

Akımın ana özellikleri olan; katmanlı tipografi ve fotoğraf kullanımı, Cranbrook Sanat Akademisi Lisansüstü Programı için oluşturulan afiş tasarımıyla görülmektedir (Resim 146). Dönemin ünlü sanatçılarından Katherine McCoy tarafından tasarlanan afişin orta kısmında yukarıdan aşağıya doğru pek çok sözcük yer almaktadır. Sözcükler zeminde bulunan, okulun içeriğini betimleyen görseller üzerinde yer almaktadır. Çizgisel zig-zag form, görsellerin ve tipografinin toparlayıcısı şeklinde nitelendirilmiştir. Katmanlar halinde kullanılan tipografi ve görselin birleşimi, Postmodernizmin adeta bir yansımasıdır (Poynor, 2003: 50).



Resim 146: Katherine McCoy, Cranbrook Sanat Akademisi Lisansüstü Programı Afiş,

1989, Kaynak: <http://cranbrookartmuseum.org/artwork/>

Postmodernizmin eklektik yapısı ve dağınık kompozisyon anlayışı dönem içerisinde pek çok çalışmada kullanılmıştır. Bu çalışmalardan biri “Los Angeles Çağdaş Sergileri” (LACE) için oluşturulan afiş tasarımıdır (Resim 147). Jeffery Keedy’nin tasarladığı afişte postmodern etkileri ve birbirinden kopuk tipografi kurgusunu görmek mümkündür. Afiş tasarımında siyah ve kırmızı olarak iki ana renk kullanan sanatçı, pek çok form, doku ve metne yer vererek farklı bir bakış açısı sunmuştur (Poynor, 2003: 57). Bu örnekte akımın tüm yönleriyle ortaya konulduğu görülmektedir. Postmodernizmin tipografi ve görsel kullanım özellikleri afiş çalışmasında başarılı biçimde bir araya getirilmiştir.



Resim 147: Jeffery Keedy, LACE, 1988, Kaynak: <https://eyeondesign.aiga.org/>

“Sınırlı ama önemli fotoğrafa müdahale yeteneklerine ek olarak, Photoshop’un filtreleri, düğmeye dokunarak görüntüye sofistike görsel efektler uygulamak için hazır bir komut seti sağladı. ABD’de Cranbrook’ta P. Scott Makela da dahil olmak üzere pek çok kişi, ortam ve bulanık kompozisyonlar üzerinde yoğun bir şekilde çalıştı” (Staples, 2000: 28).

Photoshop’un gelişimiyle birlikte oluşturulan postmodern kompozisyonlarda efekt kullanımları görülmeye başlanmıştır. Sanatçılar hem teknolojinin yeniliklerini çalışmalarına dahil etmeye başlamışlar hem de postmodern katman kullanımının sınırlarını zorlamışlardır. Bunun en iyi örneklerinden biri P. Scott Makela’nın afiş çalışmasıdır.

“Cranbrook Design: The New Discourse” sergisi için yapılan afiş çalışmasında bu etkileri gözlemlemek mümkündür (Resim 148). Ünlü tasarımcı P. Scott Makela’nın tasarladığı afişte turuncu renkli bir beyin görseli üzerinde okunması güç beyaz bir tipografi kullanmıştır. Beyin formunun üzerinde dalgalı yapıya sahip ve okunması güç başka tipografik kompozisyonlar da yer almaktadır. Katmanlar halinde kurgulanan tipografi adeta görsel bir doku yaratmıştır. Görseller üzerinde yer alan farklı boyut ve fontlardaki tipografi sanatçının tarzını yansıtmaktadır (Poynor, 2003: 101).



Resim 148: P. Scott Makela, Cranbrook Design: The New Discourse Afiş, 1990

Kaynak: <https://www.aiga.org/medalist-haycockmakela/>

Postmodernizmin renk ve katmanlı görsel kullanımı “Trouble” dergisi için yapılan afiş çalışmasında karşımıza çıkmaktadır (Resim 149). Tasarımcı David Crow afişte sarı ve lacivert olarak kullandığı iki ana renge geometrik formları dahil etmiştir. Tipografi akımının genel çalışmalarında da görüldüğü gibi görsel katman oluşturacak biçimde farklı açılarda konumlandırılmıştır. Sanatçı çalışmalarında Neville Brody, Malcolm Garrett ve Peter Saville gibi ünlü öncülerden etkilenmiştir. Crow, Trouble’ın dördüncü sayısı için tshirt üzerine yine görsel ve tipografik katmanlar oluşturan bir çalışma gerçekleştirmiştir (Poynor, 2003: 160). Bu ve diğer incelenen çalışmalarda da görüldüğü gibi Postmodernizm, renk, görsel ve tipografi kullanımında hiçbir sınırlama getirmemiştir.



Resim 149: David Crow, Trouble, 1986, Kaynak: Poynor, 2003: 160

Akım, içerisinde çıkartılan yayınlarla da kendisini göstermiş ve bu sayede genç kesime ulaşmada kolaylık sağlanmıştır. Yeni nesil, çıkan dergilerin kapak ve sayfa tasarımları aracılığıyla Postmodernizmle tanışmış ve akımı benimsemiştir. Bu dergiler içerisinde The Face önemli bir yere sahiptir (Resim 150). Derginin sayfa tasarımları standart bir düzenlemede olmayıp, metinler fontların yanı sıra el yazısıyla da oluşturulmuştur. Çok renkli ve katmanlı bir tasarım anlayışıyla üretilen dergi, kaotik ve özgürlükçü sayfa tasarımlarına sahiptir. Postmodernizmin önemli ismi Neville Brody tarafından tasarlanan dergi, sanatçının orijinal tipografik düzenlemelerini içermektedir. Görsel ve tipografinin uyumuyla eklektik tarzda dinamik kompozisyonlar üretmiştir (Bektaş, 1992: 250).

The Face dergisi, Postmodernizmin tüm özelliklerinin yansıtıldığı önemli yayınlardan biri olmuştur. Çok renkli yapısı, tipografisindeki kuralsız düzenlemeler ve kolaj niteliğinde oluşturulmuş görseller tüm bu yapıyı desteklemektedir. Brody ayrıca eliyle üretmiş olduğu görsel nitelikleri bilgisayar teknolojisiyle de birleştirmiş, akıma farklı bir bakış açısı kazandırmıştır.



Resim 150: Neville Brody, The Face, Kaynak: <https://www.designweek.co.uk/issues/>

Dergide yer alan metin başlıklarında da elle oluşturulan yazı düzenlemeleri kullanılmıştır. Brody, The Face’de yayınlanan “The Modern Jazz” adlı yazının başlığında açık ve anlaşılır bir görünümünden uzaklaştırmıştır (Resim 151). Başlıkta yer alan “The Modern” sözcüğü, harflerin farklı yönlerde, farklı büyüklüklerde ve farklı kalınlıklarda kullanılması nedeniyle zor bir okunurluğa sahiptir. Postmodernizmin okutma kaygısından çok sezgilere yönelişinin bu çalışmada başarılı bir biçimde kullanıldığı görülmektedir. Brody sayfa tasarımlarında keşfettiği bu tipografik tarzı afiş çalışmalarında da kullanmaya başlamıştır (Bektaş, 1992: 250).



Resim 151: Neville Brody, The Modern Jazz, 1986, Kaynak: Bektaş, 1992: 250

Postmodernizm için önemli yayınlardan biri de “Ray Gun” dergisidir (Resim 152). 1990’lı yıllarda özellikle tipografi üzerinde yapılan deneyler ile okunurluk algısının zorlanması tasarımcıların odak noktası olmuştur. Akımın bu yönelimini başarılı bir biçimde yansıtan Ray Gun’ın tasarımlarını, David Carson gerçekleştirmiştir. Tipografide katmanlar ve harf yapılarındaki bozulmalarla kendisini gösteren akım, David Carson’ın çalışmaları ile farklı bir bakış açısı daha kazanmıştır. Dergide oluşturulan tipografik düzenlemelerle sözcük ve harfin okunurluğu konusunda sınırları zorlamıştır. Tipografi ve fotoğraf birlikteliğinin kaotik biçimde bir arada kullanıldığı sayfa tasarımları gençlerin ilgi odağı olmuştur (Staples, 2000: 28).



Resim 152: David Carson, Ray Gun, 1980,

Kaynak: <http://www.designishistory.com/1980/ray-gun/>

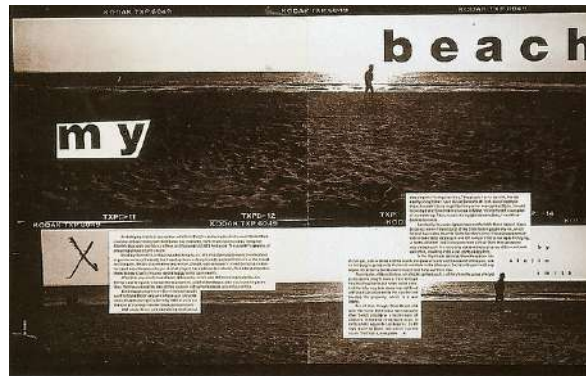
“Ray Gun”ın iç sayfa tasarımlarında satırlar birbirini üzerine binmiş, iç içe geçmiş ve paragraflar standart bir sütun görünümünden oldukça uzaktır. Carson sözcükleri ve fotoğrafları bilinçli olarak kırpılmış, bunu yaparken izleyicinin gördüğü şeyi algılaması ve fikir yürütmesini amaçlamıştır. “Ray Gun”da Morrissey için tasarladığı sayfa düzenlemesinde de bunu görmek mümkündür (Resim 153). Morrissey’in fotoğrafının bir kısmı soyut formla kesilmiş, tipografi fotoğrafın üzerinde ve sayfanın farklı yerlerine dağınık biçimde konumlandırılmıştır (Poynor, 2003: 62). Postmodernizmin deneysel yaklaşım tarzı Carson’ın gerçekleştirdiği bu dergi tasarımında tam anlamıyla kendini göstermiştir. Tasarımcı yaşanan çağın dinamiğini böylelikle yakalamıştır.



Resim 153: David Carson, Ray Gun, Morissey, 1994

Kaynak: https://www.flickr.com/photos/history_of_graphic_design/

“Beach Culture” dergisi akımın eklektik yapısının vurgulandığı, katmanlı sayfa tasarımlarına sahiptir (Resim 154). Yine Carson tarafından oluşturulan derginin tasarımında, kalıplaşmış sayfa düzenlemeleri terk edilerek farklı yaklaşımlar sergilenmiştir. Fotoğraf ve tipografi daha çok kolaj mantığında bir araya getirilmiştir. Kullanılan fotoğraflar ve harfler anlık düzenlemeler oluşturulmuşçasına kesilmiş, algı ve okuma hiçe sayılmıştır. “Ray Gun”da olduğu gibi “Beach Culture” dergisinde de metin düzenlemelerinde herhangi bir standart belirlenmemiştir (Poynor, 2003: 62). İncelenen bu iki dergi tasarımında da sanatçının akımı algılayış ve yorumlayış biçimi rahatlıkla gözlemlenebilmektedir. Sayfa tasarımlarındaki tutarsızlık sanatçının kişisel yaklaşımını ortaya koymaktadır.



Resim 154: David Carson, Beach Culture

Kaynak: <https://www.flickr.com/photos/lockettda/3974974544>

Postmodern iletişim dilinin, insancıl ve siyasi düşünceleri yansıtmaya amacıyla da tasarımlarda kullanıldığı görülmektedir. Bunun en güzel örneği “Virus Says Stop American Cultural Imperialism” sloganlı afiş çalışmasında karşımıza çıkmaktadır (Resim 155).

Jonathan Barnbrook tarafından tasarlanan çalışmada Amerika’nın siyasi yönelimlerine karşı bir eleştiri hakimdir. Tasarımda üst üste katmanlar halinde kullanılan görseller ve tipografi kullanımı akımın en belirgin anlatım biçimini yansıtmaktadır. Afiş, aynı zamanda Virus adlı font tasarımını piyasaya sürmek için oluşturulmuş, Amerika’nın siyasi yönünü zekice bir ironi yaratarak kullanılmıştır (Eskilson, 2007: 420).



Resim 155: Jonathan Barnbrook, Virus, 1999

Kaynak: <https://www.designindaba.com/articles/interviews/design-virus>

Katmanlı görsel kullanımı “Illustration Now” isimli kitabın tasarım dilini oluşturmaktadır (Resim 156). Barnbrook tarafından tasarlanan kitap, yine “Virüs” afişinde olduğu gibi siyasi içerikler barındırmaktadır. Kitap, tüketici toplum, emperyalist tutum ve askeri olaylara karşı olan düşünceleri ifade etmektedir. Çok renkli, oldukça yoğun görsel kullanımı ve tipografi içerikli sayfa tasarımlarına sahiptir. Üst

üste katmanlar halinde yer alan görsel ve tipografi diliyle dikkat çeken Barnbrook, sayfa tasarımlarındaki kurgularıyla da izleyiciyi düşünmeye teşvik etmektedir (Poynor, 2003: 116).



Resim 156: Jonathan Barnbrook, Illustration Now, 1992

Kaynak: <https://barnbrook.net/work/illustration-now/>

“French Fries” kitabı da, sayfa tasarımlarındaki katmanlı görsel ve tipografi kullanımıyla akımın belirleyici özelliklerini taşımaktadır. Sayfa tasarımlarında oluşturulan dağınık kompozisyon sayesinde dinamik bir görünüme sahiptir. Bir cinayetin anlatıldığı kitap Warren Lehrer tarafından tasarlanmış, birkaç farklı yazı karakteri kullanılarak hikayenin içeriği yansıtılmak istenmiştir. Konu içerisinde yer alan kişilerin konuşmaları farklı fontlarla ifade edilmiştir. Tipografi ve görseller renkli ve iç içe geçecek biçimde kurgulanmıştır. Böylelikle farklı dokular elde edilmiştir. Sanatçı ayrıca hikaye anlatımında dilbilimin özelliklerinden de yararlanmıştır (Resim 157) (Poynor, 2003: 130). İncelenen iki çalışmada görülmüştür ki, dergiler gibi çok sayfalı yapıya sahip kitap tasarımlarında da Postmodernizm benimsenmiş bir tasarım anlayışı olarak karşımıza çıkmaktadır.



Resim 157: Warren Lehrer, French Fries, 1984

Kaynak: <https://warrenlehrer.com/french-fries-1984/>

1990 sonlarına doğru grafik tasarım tamamen bilgisayarın sunduğu yenilik ve kolaylıklara adapte olmuştur. Bu yönelim yeni nesil grafik tasarımcılardan Martin Woodtli'nin çalışmalarında görülmektedir. Sanatçının tasarladığı “Langnau Jazz Nights” afişinde tipografi bilinçli olarak bozulmuş ve okunması güç bir hale getirilmiştir (Resim 158). Akımın renkli amorf form kullanımı ve katmanlarla oluşturulan kompozisyon anlayışı devam ettirilmiştir. Woodtli kompozisyonlarda bilerek gerçekleştirdiği ve hata gibi görünen düzenlemeler kullanmıştır (Poynor, 2003: 115).



Resim 158: Martin Woodtli, Langnau Jazz Nights Afiş

Kaynak: <https://medium.com/fgd1-the-archive/>

Bilgisayar kullanımı ve zaman içerisinde font tasarımları için geliştirilen programlarla yeni yazı karakterleri oluşturulmuş, bu da font tasarımlarındaki değişim ve gelişimi sağlamıştır. Özellikle dönemin en popüler bilgisayar üreticisi Macintosh tasarımın ve üretim şeklinin değişiminde önemli rol oynamıştır (Staples, 2000: 26).

Macintosh'un bu girişimiyle tasarımcılar, bilgisayar aracılığıyla font üretimlerini gerçekleştirmişlerdir. Dönemdeki font tasarımlarının yapısında akım içerisinde önemli bir doku olan piksel görünümünün kullanılması dikkat çekmektedir. Bu tarzın en iyi örnekleri 1985 yılında üretilen Emperor, Emigre ve Oakland yazı karakterleridir (Resim 160). Font tasarımcısı Zuzana Licko tarafından oluşturulan bu yazı karakterleri, merdiven basamağı şeklindeki piksel görüntüleri nedeniyle karakterize bir özelliğe sahiptir. Bu fontlar o kadar çok benimsenmiştir ki postmodernizmin en önemli dergilerinden Emigre'nin vazgeçilmez bir parçası olmuştur (Staples, 2000: 26). Uzun yıllar yayın hayatını devam ettiren Emigre, Zuzana Licko ve diğer tasarımcıların gerçekleştirdiği font tasarımlarını tanıtmıştır. Emigre'nin bu yaklaşımı özellikle o dönem içerisinde tasarımcıları destekleyici bir nitelik taşımıştır.

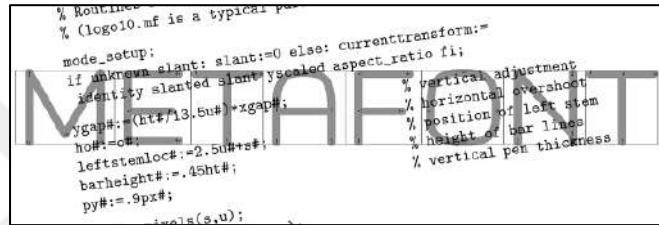


Resim 160: Zuzana Licko Emperor, Oakland ve Emigre fontları, 1985

Kaynak: <https://alchetron.com/Zuzana-Licko>

Tipografinin içerisinde bulunduğu bu yeni dönemde, kullanılan terimlerin de gelişip değiştiği görülmektedir. Özellikle “font” sözcüğü artık bilgisayar teknolojisiyle birlikte daha basit bir anlam ifade etmektedir. Sanatçılar bilgisayar ortamında çeşitli

yazı karakteri üretmeye başlamıştır. Bununla ilgili en önemli adımlardan biri “Metafont” projesidir (Resim 161). Stanford Üniversitesi’nden Donald Knuth ve birkaç arkadaşının projesi olan Metafont, font tasarımları üretmek için oluşturulmuş bir bilgisayar programıdır. Program fontların otomatik olarak bol ve light versiyonlarını yapsa da, önceki dönemlerde elle oluşturulan yazı karakterlerinin başarısını yakalayamamıştır. Fakat bu girişim tipografinin bilgisayar üzerinde üretiminin önünü açmıştır (Becer, 2016: 276).



Resim 161: Donald Knuth, Metafont, 1987, Kaynak: <https://ctan.org/pkg/metafont>

Akımın eklektik yapısı font tasarımlarına da yansımış, bu doğrultuda çalışmalar oluşturulmuştur. Birkaç fontun birleşimi ve postmodern tarzıyla “Dead History” bu yazı karakteri çalışmaları içerisindeki en belirgin örnektir (Resim 162). P. Scott Makela’nın gerçekleştirdiği Dead History, iki yazı karakterinin birleşimiyle tasarlanmıştır. Ayrıca dönemin tipografik gelişimlerini yakından takip eden ve önemli bir yayın olan Emigre, Dead History fontunu kendi koleksiyonu içerisine eklemiştir (Poynor, 2003: 102).



Resim 162: P. Scott Makela, Dead History Font, 1990

Kaynak: <https://www.emigre.com/Fonts/Dead-History>

Postmodernizmin eklektik yapısının gözlemlendiği başka bir font tasarımı da Keedy Sans'tır. Jeffery Keedy'nin oluşturduğu Keedy Sans isimindeki yazı karakteri, sert ve yumuşak hatlara sahip serfısız görünümüyle fark yaratmıştır (Resim 163). Harflerin görünümündeki farklılıklar, akımın tek düzelikten ve standart görünümünden uzak olan amacını başarılı bir şekilde yansıtmaktadır. Emigre dergisinde yayınlanan Keedy Sans, "Kasıtlı olarak beklentiyle çelişiyor" cümlesiyle izleyiciyle buluşmuştur (Poynor, 2003: 57). Keedy Sans örneğinde incelendiği gibi akımın eklektik yapısı font tasarımlarına da yansımıştır. Harflerde görülen tutarsız yaklaşım Postmodernizmin ideolojisiyle de örtüşmektedir. Bilinçli olarak harflerin yapısı bozulmuş, ortaya çıkan font tasarımı standart görünümünden uzaklaştırılmıştır.



Keedy Sans

Resim 163: Jeffery Keedy, Keedy Sans, 1990,

Kaynak: <https://www.moma.org/collection/works/139318>

Gelişen teknoloji ve bilgisayar kullanımıyla birlikte yazı karakteri tasarımlarında görülen artış, bu ihtiyacı karşılayacak şirketlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu şirketlerden biri de Fontshop International (FSI) olmuştur. Neville Brody ve Alman tipografisinin önemli ismi Erik Spiekermann tarafından oluşturulan bu kurum, yazı karakterleri üretmeyip, var olan yazı karakterlerini yayınlamıştır. Kurum içerisinde tasarlanan FF Blur fontu teknolojinin ve postmodernizmin birleşimini yansıtmaktadır (Resim 164). 1990 yılında çıkan Adobe Photoshop programı aracılığıyla Helvetica fontu üzerinde oynamalar yapan Brody, Helvetica'nın net görüntüsünü bozarak buğulu bir görünüm elde etmiştir (Eskilson, 2007: 407). Geliştirilen programların tasarımlarda olduğu gibi tipografide ve hatta font tasarımlarında kullanılmış olması, sanatçıların teknolojiyi ne denli benimsemiş olduğunun bir göstergesidir.



Resim 164: Neville Brody, FF Blur Font, 1992

Kaynak: <https://www.moma.org/collection/works/139325>

Teknolojinin gelişimiyle birlikte tipografi uygulamaları için ortaya çıkan yeni mecralar, tasarımın sınırlarını oldukça genişletmiştir. Gelişen teknolojiyle birlikte tipografi, bir iletişim ögesi olmaktan çıkmış, tasarımcının kendisini ifade edebildiği bir alana dönüşmüştür. Meydana gelen yeni oluşumlarla endişe uyandıran konu eskinin tamamen yok olacağı olgusudur. Fakat günümüzde dahi bu durum söz konusu olmamış, teknolojik yeniliklerle birlikte eski temel öğretiler de kullanılmaktadır (Keedy, 1998).

Yapılan araştırmalar ve incelenen çalışmalar doğrultusunda, akımın önceki tipografik stillerden bambaşka bir yapıya sahip olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Tasarımcılar Postmodernizmle birlikte kendilerini daha rahat ifade edebilmiş ve tüm kısıtlamalardan kurtulmuştur. Sanatçılar gerçekleştirdikleri tüm afiş, dergi, kitap ve font tasarımlarında, akımın tasarımsal yaklaşımını kendi yorumlayış biçimleriyle ortaya koymuştur.

3.1.2. Bilgi ve Tasarım Çağında Yerellikten Çokkültürlülüğe Geçiş

Tasarımcılar 1990'lı yılların sonlarına doğru artık bilgisayar teknolojisini benimsemiş ve bilgisayar üzerinde çalışmalarının tamamını gerçekleştirmeye başlamışlardır. 2000'lere gelindiğinde artık grafik tasarım ve tipografi tamamen teknoloji doğrultusunda şekillenmeye başlamış, tasarımcılar da bu doğrultuda yönelimlerini gerçekleştirmişlerdir. Bilgisayar teknolojisinin ilerlemesi sonucunda, grafik tasarım uygulama biçimi bakımından oldukça gelişirken, tasarımcının tasarım sürecindeki yeri de değişikliğe uğramıştır. Özellikle tipografi ve fotoğraflarda elde edilen tasarım kolaylığı, sanatçıların çalışmalarında olumlu etkiler yaratmış, elle üretimin aksine bilgisayar kullanımı üretim hızını desteklemiştir (Wlassikoff, 2005: 290). Tipografide üretimin hızlanmış olması ve uygulama alanında görülen çeşitlilik, tasarım gelişimi ile doğru orantılıdır. Böylelikle çalışmalar farklı bir noktaya taşınmış, üretim çeşitliliği birçok yöntem aracılığıyla tasarımların oluşmasında olumlu katkılar sağlamıştır.

Tüm bu gelişmelerle birlikte tasarımcılar, hem kendi başlarına hem de topluluklar olarak oluşturdukları tasarım ajanslarında çalışmalarını gerçekleştirmişlerdir. Tipografi, bu ajanslarla birlikte artık sadece basılı mecralar üzerinde yer almayıp, video, animasyon gibi bilgisayar tabanlı oluşturulan mecralarda da görülmeye başlanmıştır. Böylelikle tasarımcılar yeni çalışma alanlarına kavuşmuş, üretimde yeni deneyimler kazanmışlardır. Kendisini her alanda göstermeye başlayan tipografi, herkes tarafından bilinen ve kabul edilen bir devrim yaşamıştır (Eskilson, 2007: 374).

“Teknolojinin gelişimiyle beraber çok sayıda deney, tipografik normlara meydan okudu. Tipografik yenilik artık bilgisayar teknolojisi ile devam ediyor. Tasarımcıların harfleri yeni yollarla kavramsallaştırmalarını ve gerçekleştirmelerini mümkün kılarak, dijital teknoloji, kelimelerin nihayetinde görüntünün daha büyük resimsel alanına yerleştirilebileceği platformu sağladı” (Staples, 2000: 34).

Yeni çağın tipografik yaklaşım tarzı, basılı mecra ya üç boyutlu gibi görünen görseller ve tipografik tarzda yansımıştır. Sanatçılar tipografik çalışmaları oluştururken boyutlu kullanım ve teknolojik görünümlü tasarlanmış harflere ağırlık vermiştir. Tipografik kullanımını bu alanda geliştiren İngiliz tasarım ajansı Me Company, çalışmalarında üç boyutlu görsel kullanımını adeta ilke edinmiştir. Tipografiye teknolojik bir görünüm kazandıran ajans; yapay gerçeklik, bilim kurgu, dijital teknoloji gibi konulardan ilham almıştır. Me Company Army of Me albümü için oluşturduğu kapak tasarımında kullandığı görsel, tamamen yeni çağı yansıtmaktadır (Resim 165). Üç boyut algısı oluşturacak şekilde ürettikleri görseli yine aynı mantıkta tasarladıkları tipografi ile birleştirmişlerdir (Poynor, 2003: 106).

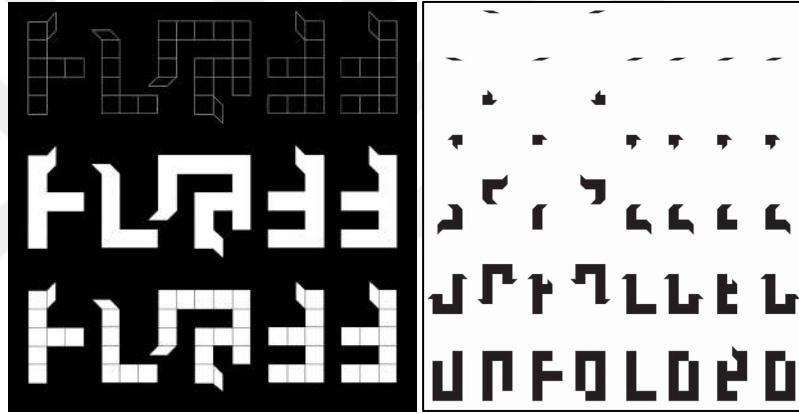


Resim 165: Me Company, Army of Me, 1995

Kaynak: <https://gramho.com/media/2039350701125146008>

İncelenen çalışmalarda, özellikle 1990'lar ve sonrasında, hareketli tipografinin kendisini etkin bir şekilde gösterdiği ortaya konmuştur. Başlarda basit ve standart tasarımsal yaklaşımlar geliştirilmiş olsa da teknolojinin ilerlemesi, sanatçıların bilgisayar ve program kullanımındaki gelişimleri sonucunda, yaratıcı çalışmalar üretilmeye başlandığı gözlemlenmiştir. Özellikle 2000'lerden itibaren reklam filmlerinde hareketli tipografi kullanımının arttığı ve oldukça yaratıcı fikirlerin denendiği görülmüştür.

Teknolojik gelişmeler sonucunda yazı karakteri tasarımlarında da hareketli tipografi kullanımıyla karşılaşılacaktır. Bunun en iyi örneklerinden biri Tomi Vollauschek'in Unfolded isimli yazı karakteridir. Tasarımda amorf şekiller farklı dönüşümlere uğrayarak harf formlarını oluşturmaktadır. Vollauschek, harfleri parçadan bütüne gidecek şeklindeki bir tasarım mantığıyla kurgulanmıştır. Bir diğer animasyonda kare formundan yararlanan sanatçı harfleri tek bir kareden türetmiştir. Kareler kademeli olarak açılırken harf oluşumuna biraz daha yaklaşılmaktadır. Bu yazı karakteri tasarımıyla tipografi hem bir font hem de hareketlendirilmiş bir video formatında karşımıza çıkmaktadır (Resim 166) (Hillner, 2009: 41).



Resim 166: Tomi Vollauschek, Unfolded, 1999

Kaynak: <https://www.flat33.com/index>

Bir başka örnekte ise tipografinin stilize hale getirilmiş yağmur damlalarıyla oluşturulduğu görülmektedir. Loca Records Brighton'ın yaptırmış olduğu "Gravita" isimli projede, harflerin yapısı küçük daire formlarıyla tasarlanmıştır. Videoda tipografi stilize yağmur damlaları aracılığıyla yaratıcı bir şekilde kurgulanmıştır (Resim 167). Harfler kimi zaman da dairesel formların yukarıdan dökülmeleriyle oluşmaktadır. Tipografinin videoda kazandığı bu hareket biçimi, dijital ortamda yaratıcılığın sınırsızlığının bir göstergesidir (Hillner, 2009: 52). İncelenen iki çalışmada da sadece tipografinin değil harflerin de hareketli bir biçimde oluşturulduğu görülmüştür. Bu da bizlere font tasarımlarında da hareketin var olabileceğini göstermektedir.



Resim 167: Loca Records Brighton, Gravita

Kaynak: [https://www.semanticscholar.org/paper/Text-in-\(e\)motion-Hillner/](https://www.semanticscholar.org/paper/Text-in-(e)motion-Hillner/)

Tipografide metin ve paragraf yapısı daha çok kitap tasarımlarında kullanılmaktadır. Fakat sanatçılar bilgisayar teknolojisi ile birlikte metin mantığının başarılı bir biçimde birleştirildiği projeler üretmişlerdir. David Small çalışmalarında bunun en iyi örneklerini sunmuştur. Small “Talmud Project”i tasarlarlarken metin bloklarını ve teknolojiyi dijital ortamda bir araya getirmiştir (Resim 168). Tasarımcı izleyiciye tipografik bir düzlem sunarken aynı zamanda bu çalışmayı deneyimleme imkanı da sağlamıştır. Projedeki kurguda metinler öncelik sonralık ilişkisine göre sıralanmış, izleyici kendi seçimleri doğrultusunda istediği şekilde sıralamayı değiştirebilmiştir (Small, 1999: 49).



Resim 168: David Small, Talmud, 2007, Kaynak: Small, 1999: 50

Metin ve paragraf yapısının hareketli bir biçimde kullanılışı bir başka proje ise grafik tasarımcı Lisa Strausfeld’in “Financial Viewpoint” isimli projesidir. Strausfeld bu projeyle birçok ticari içeriği bir arada gösterme konusunda büyük bir başarı elde etmiştir. Uzun boşluğu hissinin yaratıldığı dijital ortamda farklı pek çok açıyla oluşturulmuş yazılar, rakamlar ve grafikler yer almaktadır. Dijital ortamın, tipografinin ve ticari içeriğin birbiriyle ilişkisinin en başarılı örnekleri arasında yer alan “Financial Viewpoint”, izleyiciye üç boyut algısını yoğun bir şekilde yaşatmaktadır (Resim 169) (Small, 1999: 42).



Resim 169: Lisa Strausfeld, Financial Viewpoint, 2002

Kaynak: <https://informationart.com/projects/financial-viewpoints>

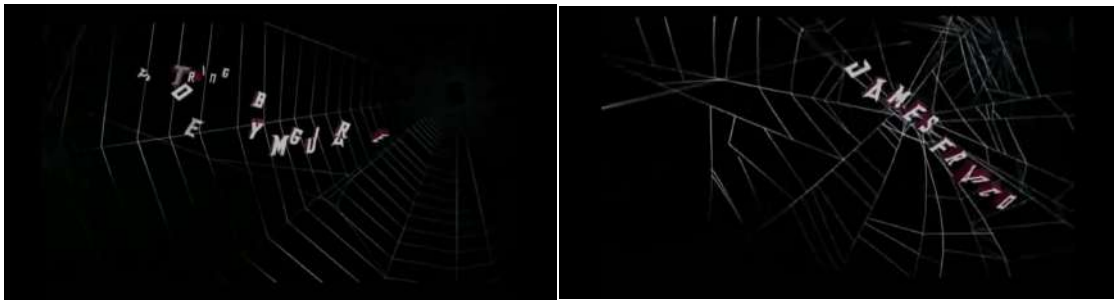
Lisa Strausfeld aynı tasarım anlayışını “Millennium Project” çalışmasında da uygulamıştır. İçeriğin daha tipografik olduğu projede coğrafi öğeler ve zaman aralıkları üç boyutlu bir şekilde yer almaktadır. Tipografi ve görseller sanki boşlukta asılı bir biçimde duruyormuşçasına tasarlanmıştır. Yine “Financial Viewpoint” projesindeki gibi içeriklerin farklı açılarda sunulduğu çalışmada, izleyiciye coğrafi konumu ve tarih aralığını sunmaktadır. İzleyici yaptığı seçimler sonucunda konum ve yıl olarak istediği zaman aralığına gidebilmekte, aynı zamanda görsellere ve ilgili metinlere de ulaşabilmektedir (Resim 170) (Hillner, 2009: 47). İncelenen bu üç çalışmanın, içerikleri nedeniyle de, diğer hareketli tipografik tasarımlara göre daha sade ve sıradan bir yapıyla oluşturulduğu gözlemlenmiştir. İleriki paragraflarda incelenen çalışmalarda, yaratıcı tipografi kullanımının, dijital hareketle buluşmasındaki gelişim gözle görülür boyutlara ulaşmıştır.



Resim 170: Lisa Strausfeld, Millennium Project

Kaynak: <https://informationart.com/projects/millennium-project>

Sanatçılar jenerik tasarımlarını daha önceden de tipografi ve çeşitli görsellerin desteğiyle oluşturmaktalardı. Fakat tipografinin çalışma alanları teknolojik gelişmelerle birlikte gelişmiş ve hız kazanmıştır. Bilgisayar teknolojisi jenerik tasarımlarına daha önceden denenmemiş yöntemler, dinamizim, çalışma kolaylığı ve hız kazandırmıştır. Bunun en güzel örneklerinden birini ünlü grafik tasarımcı Kyle Cooper oluşturmuştur. Jenerik tasarımlarıyla adından söz ettiren Cooper, Spider-Man filminin jeneriğiyle tipografinin hareketle buluşmasını başarılı bir biçimde yansıtmıştır. Filmde yer alan sanatçıların isimlerindeki harfler, yer çekimi olmayan bir alandan dağınık bir şekilde gelip örümcek ağının üzerine adeta yapışır vaziyette sıralanırlar (Resim 171) (Eskilson, 2007: 402).



Resim 171: Kyle Cooper, Spider-Man, 2007

Kaynak: <https://www.youtube.com/watch?v=1f5ykkGJvMU>

Önemli ajanslardan biri olan Tomato, 1991 yılından bu yana farklı sanat dallarında uzmanlaşmış kişilerle faaliyet göstermektedir. Dijital dünyadaki hareketli tipografi için oldukça başarılı örnekler üreten Tomato, 1996 yılında Trainspotting filminin ismi için kısa bir animasyon çalışmasını gerçekleştirmiştir. Grafik tasarımcılar Jason Kedgley ve Dylan Kendle filmin içeriğinden ilham alarak Trainspotting sözcüğünün tipografisini tasarlamışlardır (Resim 172). Filmin sonunda yer alan animasyonda, tipografiye sanki vagonların arasından görünüyormuş izlenimi verilmiştir. Hareket halinde ve birbiri içine geçen siyah büyük şekiller aynı zamanda filmin hikayesine de gönderme yapmaktadır. Tipografi bu hareketliliğin bitmesi sonucunda netlik kazanmakta ve tam olarak okunabilir hale gelmektedir (Hillner, 2009: 105).



Resim 172: Tomato, Trainspotting, 1996

Kaynak: <http://www.dylankendle.com/work/trainspotting>

Andrew Altmann, David Ellis ve Howard Greenhalgh'ın oluşumu olan Why Not Associates, 1987 yılında tasarım hayatına başlamıştır. Hareketli tipografi konusunda pek çok çalışma üreten ajans, "Profile" isimli dizi için oluşturduğu tasarımla dikkat çekmektedir (Resim 173). Jenerikte yer alan harfler dış mekandan ekranın merkezine geliyormuşçasına bir izlenim uyandırmaktadır. Harfler okunur bir düzen alıncaya dek dönüşümünü ve dönme hareketini devam ettirmektedir. Adobe After Effects programı ile oluşturulan bu hareketli tipografi, diğer örneklerle göre daha sıradan bir görünüm sergilese de Why Not Associates'in önemli çalışmaları arasında yer almaktadır (Hillner, 2009: 107).



Resim 173: Why Not Associates, Profile, 2002 Kaynak: Hillner, 2009: 107

İncelenen jenerik ve hareketli tipografik çalışmalarda, tipografinin içeriğe uygun olarak yaratıcı bir biçimde kurgulandığı gözlemlenmiştir. Tipografide dinamizm kimi zaman harflerin oluşum biçimiyle yakalanırken, kimi zaman yardımcı görsel kullanımıyla desteklenmiştir. Yardımcı görsel kullanımının içeriğe uygun bir biçimde tasarlandığı görülmektedir. Bu da hareketlenen tipografinin başarısını arttıran bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.

Hareketli tipografiyle oluşturulan çalışmalarda, izleyicinin okuma takibi ve animasyonun içeriğindeki hareketler büyük önem taşımaktadır. Grafik tasarımcı Peter Cho bu durumu göz önünde bulundurmuş, IBM için tasarladığı tipografi ağırlıklı animasyon ile dikkat çekmiştir. Questions isimli bu çalışmada, harfler çizgilerin dönme hareketiyle oluşmaktadır. Kullandığı yazı karakterinin harf yapısından yararlanan Cho, dönme hareketiyle birlikte çizgileri birleştirmiştir. Aynı zamanda cümleler de hayali bir dairesel form etrafında dönerek izleyiciye sunulmuştur. Kameranin farklı perspektif açılarda dolanması ve bu esnada çizgilerden harflerin ve cümlelerin oluşması oldukça başarılı bir şekilde kurgulanmıştır. Peter Cho'nun oluşturduğu bu bir dakikalık tipografik animasyon, tipografideki dinamizmi desteklemektedir (Resim 174) (Hillner, 2009: 113).



Resim 174: Peter Cho, IBM, Kaynak: <http://pcho.net/ibm-questions/>

Dijitalleşme çağında hareketli tipografi reklam filmlerinde de kullanılmaya başlanmış, yaratıcı çalışmalar üretilmiştir. Görsel ve tipografinin ustalıkla birleşimini sergileyen 2005 yılı yapımı Audi reklamı, tipografinin oluşum biçimiyle oldukça dikkat çekmektedir (Resim 175). Bir dakikalık animasyonda gökdelenler arasında görünen araba birkaç saniye sonra parçalara ayrılarak havalanmaya başlar. Parçalar birbirlerinden uzaklaşırken, harf formları oldukları, izleyici tarafından algılanmaya başlanır. Hava boşluğunda süzülen harfler zaman zaman bir araya gelerek “vorsprung”, “durch” ve “technik” sözcüklerini sırasıyla oluşturmuştur. Sözcükler kısa bir süre sonra birbirinden ayrılarak diğer harflerin arasına karışmaktadır. Bu tipografik animasyonda, harfler yeniden birleşerek arabanın görüntüsüne dönüşür (Hillner, 2009: 147).

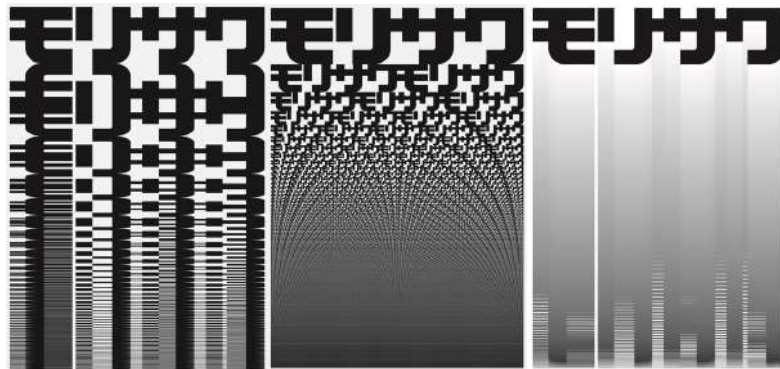
Reklamcılıkta hareketli tipografinin kullanımı için çok güzel bir örnek olan bu çalışma sayesinde, tipografinin dijital ortamdaki tasarımı ve çok yönlülüğü gözler önüne serilmiştir. Videoda görsel ve tipografinin bu denli uyumlu ve iç içe kullanımı, bilgisayar teknolojisinin olumlu bir katkısı olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde de bu durum gelişerek devamlılığını sürdürmektedir.



Resim 175: Audi Reklam Filmi, 2005

Kaynak: https://www.youtube.com/watch?v=vN9_BJJC08

Hareketin iki boyutta kullanımı ve izleyiciye sezgisel yolla hissettirilmesi bazı tasarımcılar tarafından denenmiştir. Bunu çalışmalarına uyarlayan John Maeda, tipografik dönüşümü başarılı bir şekilde afiş tasarımlarına yansıtmıştır. Maeda, dijital ortamda oluşturulabilen tipografi ve harf formlarından ilham almış ve bu doğrultuda bir afiş serisi tasarlamıştır. “Morisawa” isimli afiş serisi için gerçekleştirdiği tipografik düzenlemelerde harfler, sanki bir devinim içerisindeymiş gibi algılanmaktadır (Resim 176). Sabit bir yüzey üzerinde sanki birkaç saniye öncesinde hareketliymiş izlenimi veren tipografik kompozisyon, Maeda’nın başarısını gözle görülür kılmaktadır (Hillner, 2009: 115). Tipografinin, jenerik, reklam ve animasyonlarla hareketlilik kazanmasının grafik tasarımcılara ilham kaynağı oluşu bu çalışmada görülmüştür. İki boyutlu yüzeyde tipografinin hareketliymişçesine konumlandırılması günümüzde de kullanılan bir tasarımsal yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır.



Resim 176: John Maeda, Morisawa, Kaynak: <http://maedastudio.com/morisawa>

Postmodernizmle birlikte; antimodernizm ve antiestetikğin amaçlanarak oluşturulan tasarımlarda sanatçılar, kendisini özgürce ifade edebilmenin yollarını bulmuştur. Genç neslin ruhu ve yeniliği; bol renkli, katmanlı ve okunması güç tipografi anlayışıyla ifade edilmiştir. Geçmişten getirdikleri deneyimler ve yeni gelişen teknolojiyle birlikte sınırları zorlamış, eklektik yapıda orjinal çalışmalar üretmişlerdir. İncelenen çalışmalarda akımın özelliklerini yansıtan tasarımsal unsurlar görüldüğü gibi, sanatçıların özgün tutumları da fark edilir boyuttadır. Tipografi, tasarımlardan önceki dönemlere göre oldukça farklı işlenmiş, bu aynı zamanda yazı karakteri tasarımlarını da etkilemiştir. Sanatçılar bilgisayar teknolojisinin o dönemki koşullarına uygun olarak, postmodernizmin tasarımsal anlayışı doğrultusunda pek çok yazı karakteri tasarımı gerçekleştirmiştir.

Dijitalleşen dünya, grafik tasarımı ve dolayısıyla tipografiyi kökten etkilemiştir. Teknolojik gelişmeler sonucunda tipografi, sadece yerellikten kopmamış aynı zamanda çalışma alanı farklılaşmış ve pek çok yenilikle karşılaşmıştır. Önceleri iki boyutlu yüzeyde dinamizmi yakalayan tipografi, yeni çağa geçerken bilgisayar üzerinde uçuşan harflerle bunu gerçekleştirmiştir. Ülkelerin kendi yerellikleriyle oluşturdukları tipografi stillerindeki dinamizm, önce postmodernizmle, sonra teknolojik gelişmelerle birlikte bambaşka boyutlarda görülmeye başlanmıştır. Böylece bilgisayar, tasarımcılara sonsuz deneme alanı ve sınırsız uygulama yöntemi sağlamıştır. Animasyon, jenerik, video gibi alanlarda yer alan tipografi, pek çok projenin şekillenmesine olanak tanımıştır. Sanatçılar, hareketlenen sözcük ve harflerle yaratıcı çalışmalar üreterek günümüz tasarım anlayışına geçiş sağlamışlardır.

3.2. Uygulama Projesi

3.2.1. Dil ve Yerellik Kavramı Doğrultusunda Uygulama Projesine Bakış

Her yerel kültür kendisine ait bir sözlü kültür barındırır. Sözlü kültür yine bir toplumun yereli içerisinde oluşturduğu mekanlarda hayat bulmakta, kendisini ortaya koymaktadır. Bu nedenle yerel içerisindeki ortam ve o ortamda yer alan insanların birbirleriyle kurdukları sözlü iletişim biriciktir ve kültürden kültüre farklılık göstermektedir. Uygulama projesinde de ortaya konan ve anlatılmak istenen, İzmir yerelinde seçilen mekan içerisinde, kendine özgü yerel ve sözlü kültürün varlığı, bu varlığın içerik olarak tasarımla buluşturuluş biçimidir.

3.2.2. İzmir Yerelinde Seçilen Mekanların Sözlü Kültür Bağlamında İrdelenmesi

Hayatın içerisinde, sözlü kültür olarak tanımladığımız birçok ses yer alır. Kalabalık mekanlar sonucunda oluşan sözlü iletişim, teknolojinin gelişimiyle doğru orantılı olarak artış göstermektedir. Bulunduğumuz ortamlarda bizleri rahatsız eden ya da etmeyen işittiğimiz tüm sesler, yerelliğin ve sözlü kültürün bir parçasıdır. Tüm bu unsurların, yerellikten ve sözlü kültürden bağımsız bir biçimde değerlendirilmesi mümkün değildir.

İzmir, her yerel toplumda olduğu gibi kendisine ait birçok kültürel mekana sahiptir. Yaşamın sürdürüldüğü her yer; ev, okul, çarşı, alışveriş merkezi, pazar yeri gibi mekanlar bu yerelliğin ve sözlü kültürün parçasıdır. Bu nedenle, bu mekanlar içerisinde var olan toplum, o yerin yerel ve sözlü kültürel özelliklerini taşımaktadırlar. İnsanlar, kendi kültürlerinin yönlendirdiği biçimde davranış gösterir ve kültürlerine göre sözlü iletişim kurarlar. Bu da kişilerin konuşma esnasında kurduğu cümleleri ve sözcüklerin telaffuz ediş şekillerini büyük ölçüde etkilemektedir.

3.2.3. Proje Tasarım Süreci

Sosyal bir varlık olan insan, kendi yerel dünyasında birçok farklı mekan içerisinde bulunur. Bu mekanlar birbirinden farklı frekanslarda, farklı temalarda ve farklı yapıda sözlü kültür ve ses özellikleri barındırır. Sesler bazen çok anlaşılmayan, bazen de çok belirgin duyulan ve ortamın kendi doğasına özgü diyaloglar, konuşmalar içerir. Trafik, çarşı içerisindeki insan kalabalığının gürültüsü, mağaza, alışveriş merkezi, futbol maçı... Örneğin; okul çıkışında öğrencilerin meydana getirdiği seslerle, pazar yerinde satıcıların mallarını satmak için çıkarttıkları sesler birbirinden farklıdır. Böylelikle yerelliğin ve sözlü kültürün birbiriyle ilişki içerisinde olduğu görülmektedir.

Tipografi, yerellik ve sözlü kültür ilişkisi üzerine gerçekleştirilen bu çalışmada; İzmir yerelinde insanların yoğun bir şekilde bulunduğu, farklı konuşmalar barındıran ve oldukça hareketli bir ortam olan pazar yeri içerisindeki “balık satıcıları” seçilmiştir. Balık satıcılarının söyledikleri sözcükler, cümleler, hem birbirleri hem de müşterilerle kurdukları diyaloglar, balıklarını satmak için söyledikleri maniler afişlerin tipografik içeriğini oluşturmada materyal olarak kullanılmıştır. İzmir yereli içerisinde seçilen balık satıcılarının sözlü iletişimlerinde, sözlü kültür kavramını oluşturan ağız ve söyleyiş biçimleri bozulmadan, sözcük ve cümlelerde direkt olarak kullanılmıştır.

Tezin sonuç olarak ulaştığı; tasarımcıların artık kendi yerel tasarım anlayışından uzaklaşması, çağa uygun ve çokkültürlü yaklaşım tarzı, projenin geliştirilmesinde ve afişlerin tasarım dilinin oluşturulmasında da kullanılmıştır. Projede; belirli bir yerele ait ses kayıtlarının kullanılmasıyla yerellik ve sözlü kültür kavramları desteklenirken, çokkültürlü ve Postmodern bir yaklaşımla da tasarım dili oluşturulmuştur. Bu nedenle proje içerisinde gerçekleştirilen her bir afiş tasarımı hem yerellik kavramıyla hem de çok kültürlülük kavramıyla harmanlanmış bir sonuç olarak sunulmaktadır.

Bu bağlamda birbirini takip eden, hem bütünde hem de ayrı ayrı anlatım özelliğine sahip olan 12 adet afiş tasarımı oluşturulmuştur. Afişlerin her biri balık satıcılarının ortaya koyduğu farklı içerikleri yansıtmış, her birinde sözel kültür içerisinde gelişen konuşmaların farklı bir yönü ortaya konulmuştur. Postmodernizm akımının tasarım anlayışı çerçevesinde mavi, siyah, kırmızı ve sarı renkler kullanılmış, ortamın fiziki özelliklerini ve atmosferini hissettirme, balık satıcılarının özelliklerini yansıtma amacıyla bu renkler seçilmiştir. Afişlerde yer alan tipografi; balıkçıların karşılıklı konuşmalarını yansıtma amacıyla kurgulanmıştır.



Resim 177: 12 Parçayı Oluşturan Afiş Tasarımları, İkili Gösterim



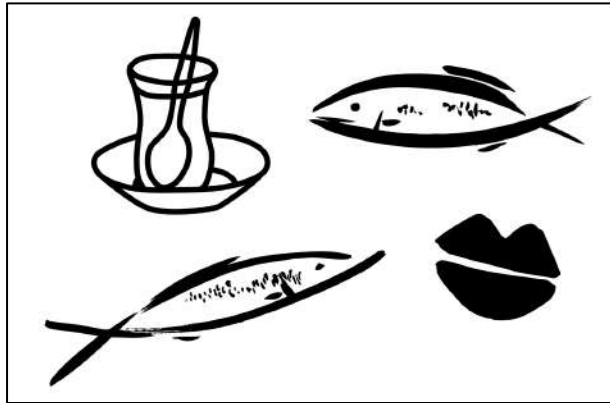
Resim 178: 12 Parçayı Oluşturan Afiş Tasarımları, İkili Gösterim



Afiş tasarımlarında içeriğin çeşitliliğini yansıtma amacıyla birkaç farklı font tercih edilmiştir. Bazı sözcükler doku kullanımıyla desteklenmiş, böylece ortamın fiziki özelliği yansıtılmıştır. Ayrıca bazı afiş tasarımlarında tipografiyi destekleyici fakat tipografinin önüne geçmeyecek düzeyde, konu ile ilgili çizim ve fotoğraflara da yer verilmiştir. Böylece İzmir yereli içerisinde derlenen sözlü içerik daha iyi yansıtılmaya çalışılmıştır.



Resim 180: Dokulu Harf Kullanımı ve Fotoğraf Kullanım Örneği



Resim 181: Afiş Tasarımlarında Kullanılan İllüstrasyonlar



Resim 182: Fotoğraf Kullanım Örnekleri

Afiş tasarımlarında diyalog ve manilerin tipografisinde hazır fontlar kullanıldığı gibi elle tasarlanmış harflere de yer verilmiştir. Özellikle 12 afiş tasarımına hakim olan “Palamut” tipografisi Anton fontu temel alınarak fırça ile oluşturulmuştur. Birkaç afişte daha kullanılan bu yazı karakteri afişlerin içeriğine uygun olarak tasarlanmıştır. Harflerdeki açık koyu görünümü ve dokusu fırça ve mürekkep ile verilmiştir. Aynı şekilde “Sardalya” ve soru işareti de fırça ile kağıt üzerinde oluşturulmuş ve fotoğrafı çekilerek bilgisayara aktarılmıştır. Fakat “Palamut” tipografisinde olduğu gibi hazır bir font üzerinden gidilmemiş, daha özgün bir tarzda oluşturulmuştur.

PALAMUT

Resim 183: Palamut Tipografi Tasarımı



Resim 184: Sardalya Tipografisi ve Soru İşareti Tasarımları

12 parçayı oluşturan başka bir afiş tasarımı ise yine hazır bir fonttan yararlanılmamış, el yazısı ile oluşturulmuş tipografik bir kompozisyon kullanılmıştır. Afişte anlık bir karalama, not alma hissi oluşturma amaçlanmış, bu nedenle bazı yazıların üzeri karalanmış ve düzensiz bir tipografik kompozisyon oluşturulmuştur. El yazısı ile oluşturulan tipografiyi fırçayla oluşturulan harflerin kullanımıyla desteklenmiştir.



Resim 185: Afiş Detay, Diyalog Örneği Tipografi Tasarımı

Her afiş için, kaydedilen seslerdeki farklı bir bölüm seçilmiş ve o bölüme uygun tasarımsal yaklaşım geliştirilmiştir. Bu nedenle afişler, birbiriyle benzer özellikler gösterdiği gibi oldukça farklı görünümlere de sahiptir. Örneğin; Sardalya afişinde yer alan tipografi dokulu bir fontla tasarlanırken, hemen yanında bulunan afişte ise hamsi ile ilgili bir metin anlatılmış, metne uygun tipografik düzenleme ve yazı karakteri seçilmiştir. Sardalya sözcüğünü bölen çizgiler diğer afişte de devam ettirilerek tasarımsal benzerlik ve bütünlük yakalanmıştır.



Resim 186: Sardalya ve Hamsi Temalı Afişler

Seçilen mekan içerisinde birçok farklı konuşma ve diyalogun yer alması, oluşturulan tipografik tasarımlara da yansıtılmıştır. Hem tasarımsal bir tercih olarak hem de mekanın kalabalık ve gürültülü yapısını yansıtmak amacıyla tipografide bilinçli bir katmanlı kullanım oluşturulmuştur. Diyaloglar ve balık satıcılarının ürünlerini satmak için kullandıkları cümleler içeriğe, seçilen ortama ve tasarım diline uygun olarak biçimlendirilmiştir.



Resim 189: Afiş Detay, Katmanlı Tipografi Kullanımı ve Diyalog Örneği



Resim 190: Afiş Detay, Katmanlı Tipografi Kullanımı ve Diyalog Örneği

Çalışmanın geneline, seslerde ön planda yer alan “Palamut” sözcüğü yerleştirilmiştir. 12 parçalık afiş tasarımının geneline bakıldığında; üstten ikinci afişten başlayan ve aşağıya doğru devam eden büyük ve bölümlenmiş “Palamut” tipografisi, afişlerdeki parça bütün ilişkisinin vurgulanması adına kurgulanmıştır. Tasarımı oluşturan diğer afişler detaylı incelendiğinde, birbirini tamamlayan küçük tipografi ve yardımcı görsel kullanımları görülmektedir.

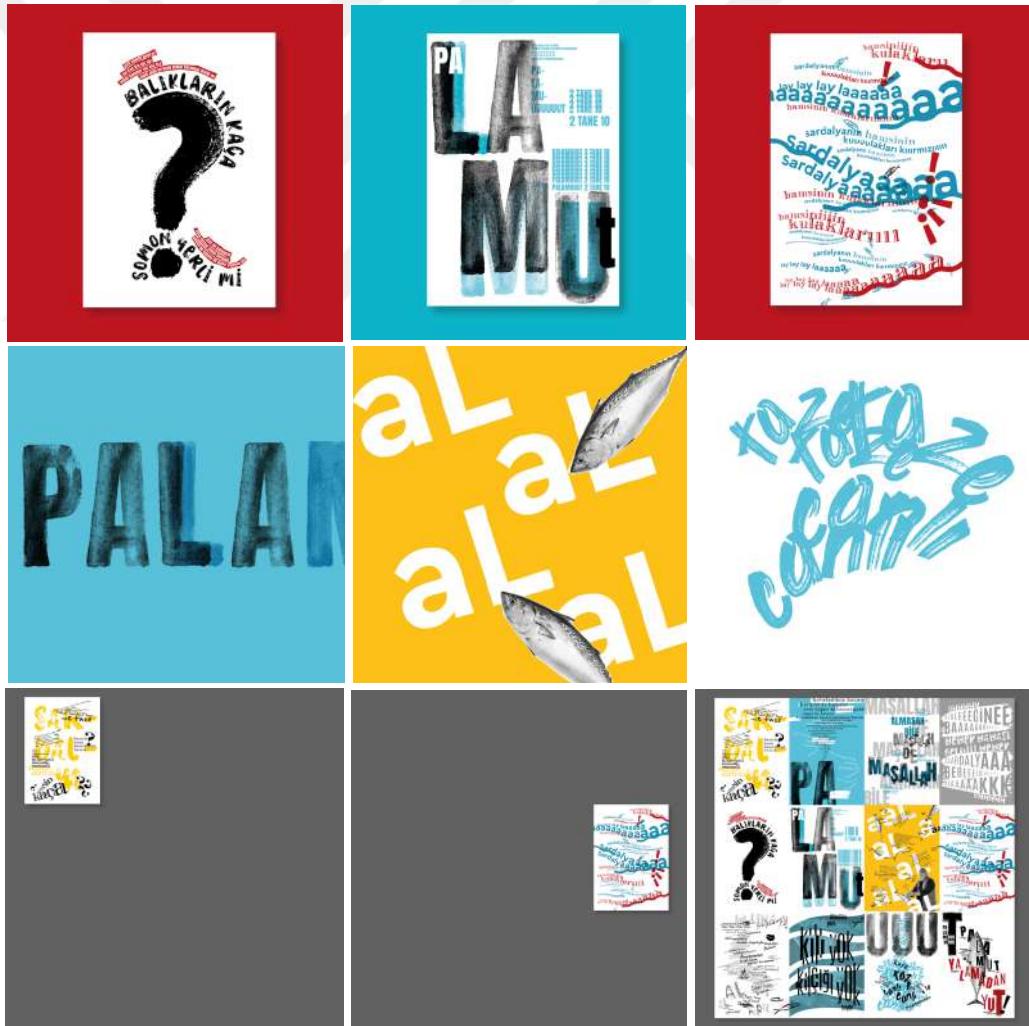


Resim 191: 12 Parçalık Afiş Tasarımı, Genel Görünüm



Resim 194: Kitapçık, İç Sayfa Tasarımları

12 parçadan oluşan afiş tasarımlarının içeriğini ve oluşturuluş biçimini desteklemek amacıyla, 24 saniyelik bir video çalışması gerçekleştirilmiştir. Videodaki dinamizm ve hız, hareketli ve kalabalık içeriğe bir gönderme niteliği taşımaktadır. Kurgulanan videoda öncelikle 12 afiş teker teker hızlıca gösterilmiş, sonrasında afiş tasarımlarında kullanılan birkaç tipografik kompozisyon hareketlendirilmiştir. Bu kısa video çalışmasında afişler ayrı ayrı gösterilirken, aynı zamanda dinamik bir anlatımla parçadan bütüne ve bütünden parçaya gidişler de sunulmuştur. Böylece kurgulanan video ile afişlerdeki parça bütün ilişkisi daha iyi incelenebilecektir.



Resim 195: Video İçeriğinden Kesitler

SONUÇ

Tarih boyunca milliyetçi düşünce ve tavır, ülkelerin olduğu gibi sanatçıların da benimsediği, çalışmalarına yansıttığı bir olgu olmuştur. Tipografik stillerini başarılı bir şekilde ortaya koyan ülkelerin çalışmaları incelendiğinde, sanatçıların ne denli uğraşlar verdiği göz ardı edilemez boyuttur. Ayrıca oluşturdukları yayınlar ve kitap tasarımlarında gerçekleştirdikleri tipografik çalışmalar dönemin nabzına adeta ışık tutmuştur. Zaman içerisinde bu tavrı terk eden sanatçı, tipografide yerellikten uzaklaşarak çalışmalarını farklı bir noktaya taşımıştır. Tipografide yerel yaklaşımların terk edilmeye başlanması bir bakıma farklı bakış açısı da sunmuştur. Fakat yerellikten uzaklaşan sanatçı, günümüzde tam olarak özgün ve farklı bir yaklaşım geliştirebilmiş midir? Bu soru başlı başına bir tartışma konusu niteliğindedir.

Teknolojik gelişmeler ve dünyanın ideolojik olarak farklı bir noktaya doğru evrilmesi sonucunda, tasarımların ulaştığı özgürlük yadsınamaz bir noktaya gelmiştir. Öte yandan tipografide ve diğer tasarımsal öğelerde yerellikten uzaklaşılması, çalışmaların globalleşmesine olanak tanıdığı gibi, tasarımların kimliksizleşmesine de neden olmuştur. Postmodernizmle birlikte farklı arayışlar içerisine giren sanatçılar yıllar geçtikçe aynı tip çalışmalar üretmeye başlamışlardır. Özellikle günümüzde yerellik, sanatçıların benimsediği bir anlayıştan çok tasarımsal bir tercihe dönüşmüş durumdadır. Bu durum önüne geçilemez şekilde, çağ ile birlikte gelişen bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü ülkeler günümüzde tüm ulusu seferber edecekleri bir durum içerisinde değiller ve sanatçılar da artık kendi ülkeleri bünyesinde kimlik yaratma arzusu taşımamaktalar. Tasarımı ve tezin ana konusu olan tipografiyi günümüzde içerik ve istekler şekillendirmeye başlamıştır. Aslında tasarım bileşenleri ve oluşumu gereği de özgün ve kimliksiz değil midir?

Ayrıca bilgisayar teknolojisi tasarımların üretim sürecine de hız kazandırmıştır. Zaten yerellikten kopan sanatçı, yıllar önceki meşakatli üretim sürecinin ardından rahat bir çalışma ortamına kavuşmuştur. Bu da bir tasarımın olgunlaşma aşamasında geçirdiği süreçlerin değişimini gözler önüne sermektedir. Geline çağ ve ulaşılan gelişim

noktasında tipografinin bu denli kolay üretilebilmesi tasarımsal kolaylık sağlamış mıdır? Elbette, fakat yeni nesil bu avantajı iyi olduğu kadar kötü biçimde de kullanmaktadır. Ortaya çıkan tipografik çalışmalarda yaratıcılık görüldüğü gibi, tasarımsal anlamda zayıf, sadece bilgisayar programı kullanabilen kişilerce yetersiz çalışmalar da ortaya konmaktadır. Bunun önüne geçmek için; temel tasarım ilke ve stillerinin tasarımcılar tarafından incelenmesi, öğrenilmesi, uygulanması ve güncel tasarım trendlerinin takip edilmesi gerekmektedir. Grafik tasarım, tezde yapılan araştırmalarda da ortaya konduğu üzere, yüzyıllar boyunca tipografi ve fotoğraf kullanımında yaşanan tüm teknolojik gelişmelerden etkilenmiştir. Bu nedenle tasarımcının, içerisinde bulunduğu dönem ile birlikte sürekli kendisini geliştirmesi ve bilgilerini güncel tutması gerekmektedir. Böylelikle yaşadığı güne ayak uydurabilir ve çağa uygun tasarımlar üretebilir.

Tüm bunlara karşın, birinci bölümde yapılan incelemeler sonucunda sözlü ve görsel kültüre harmanlanan yerelliğin, günümüzde reklamcılıkta kullanılan bir kavram olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Grafik tasarımın şekillendirdiği reklamcılıkta, global şirketlerin hedefledikleri ülkeye ulaşmak için oluşturdukları kampanya görsellerinde, yerel kavramlar işlenmektedir. Böylelikle, yerellik sayesinde izleyici ve reklam arasında manevi bir bağ kurulmaktadır. Kişi kendi yerel kültürüyle ilişkilendirdiği ve duygusal bağ kurduğu bu reklam kampanyasını benimseyip, içeriği daha hızlı algılamaktadır.

Globallik günümüzde internet çağını da beraberinde getirmiş, iletişim ve veriye erişim bu sayede saniyeler içerisinde ulaşılabilir duruma gelmiştir. Geçmiş ve güncel bilgiler kişilerin internet üzerinden arama yapma biçimine göre şekillenmektedir. Artık tasarımcı, ülkelerin yerel tipografik stillerine sadece kütüphane ve sanat galerilerinden değil, internet aracılığıyla bilgisayar üzerinden de ulaşabilmektedir. Oluşturmak istediği çalışmalarda, geçmişin birikimlerinden daha kolay ve hızlı faydalanabilmektedir. Bu da bizi daha önceden yapmış olduğumuz çıkarıma tekrar götürmektedir; globalleşen dünyada yerellik anlayışı yerini özgür ve çağın ideolojisine uyumlu tasarımsal stillere bırakmıştır. Günümüzde terk edilen yerel tipografi, sanatçılar için bağlı kaldıkları değil, tercih ettikleri bir tasarım anlayışı durumuna gelmiştir.

KAYNAKÇA

GENEL BAŞVURU KAYNAKLARI

Türk Dil Kurumu. (1998). *Türkçe Sözlük*. (N. G. İsmail PARLATIR, Ed.) Ankara: Türk Tarih Kurumu Basım Evi.

KİTAPLAR

AKSAN, Doğan (2006). *Anlambilim Konuları ve Türkçenin Anlambilimi* (Vol. 4). Ankara: Engin Yayın Evi.

ALBERS, Josef, WEBER, Nicholas Fox. (2014). *Josef Albers: Minimal Means, Maximum Effect*. Spain: LA FÁBRICA / FUNDACIÓN JUAN MARCH. 209.

ALLEN, Ann Taylor (2014). *Satire and Society in Wilhelmine Germany*. University Press of Kentucky.

ALLEN, James P. (2010). *Middle Egyptian* (Vol. 2). New York: Cambridge University Press.

ARTUN, Ali (2015). *Sanatın İktidarı* (Vol. 1). İstanbul: İletişim Yayınları.

AYNSLEY, Jeremy (2000). *Graphic Design in Germany*. United Kingdom: Times&Hudson.

BARNARD, Malcom (2010). *Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür*. (G. KORKMAZ, Trans.) Ankara: Ütopya Yayınevi.

BECER, Emre (2016). *Modern Sanat ve Yeni Tipografi* (Vol. 3). Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.

BEKTAŞ, Dilek (1992). *Çağdaş Grafik tasarımın Gelişimi* (Vol. 1). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

BROOKER, Peter (Ed.). (2009). *The Oxford Critical and Cultural History of Modernist Magazines* (Vol. 1). Oxford: Oxford University Press.

ERKİN, Hüseyin Can (2004). *Geçmişten Günümüze Japonya'dan Türkiye'ye Bakış*. Vadi Yayınları.

ESKILSON, Stephen J. (2007). *Graphic Design a New History*. (R. MASON, Ed.) Nort America: Yale University Press.

ESTRAİKH, Gennady, HOGE, Kerstin, KRUTİKOV, Mikhail. (2016). *Children and Yiddish Literature* (Vol. 1). (Gennady ESTRAİKH, Ed.) New York: Legenda.

FRASER, James (1996). *Japanese Modern* (Vol. 1). (S. C. Steven HELLER, Ed.) Hong Kong: Chronicle Books.

GONCOURT, Edmond de (2008). *UTAMARO*. (L. L. Michael LOCEY, Trans.) New York: Parkstone Press.

GOODMAN, David G. (1999). *Angura* (Vol. 1). New York: Princenton Architertural Press.

GORDON, Andrew (2003). *A Modern History of Japan: From Tokugawa Times to the Present*. New York: Oxford University Press.

GÜVENÇ, Bozkurt (1979). *İnsan ve Kültür* (Vol. 3). İstanbul: Remzi Kitapevi.

HARRIS, Frederick (2011). *Ukiyo-e: The Art of the Japanese Print*. North America: Tuttle Publishing.

HELLER, Steven (1999). *Typology*. Hong Kong: Chronicle Books.

HENSHALL, Kenneth G. (2004). *A History of Japan* (Vol. 2). New York: Palgrave Macmillan.

HILLNER, Matthias (2009). *Virtual Typography*. Switzerland: AVA Publishing SA.

HOLLIS, Richard (1998). *Graphic Design A Concise History* (Vol. 3). USA: Thames & Hudson.

HOLLIS, Richard (2006). *Swiss Graphic Design*. London: Laurence King.

İMER, Kamile (1990). *Dil ve Toplum*. Ankara: Gündoğan Yayınları.

JENKS, Chris (Ed.). (1995). *Visual Culture*. Taylor & Francis.

KAPLAN, Mehmet (2003). *Kültür ve Dil* (Vol. 16). Ankara: Dergah Yayınları.

KRESS, Gunther, LEEUWEN, Theo van. (2006). *Reading Images The Grammar of Visual Design* (Vol. 2). Taylor & Francis Group.

MARGOLIN, Victor (1997). *The Struggle For Utopia*. USA: The University of Chicago Press.

MEGGS, Philip B. (1998). *A History of Graphic Design* (Vol. 3). New York: John Wiley & Sons, Inc.

MIRZOEFF, Nicholas (Ed.). (2002). *The Visual Culture Reader* (Vol. 2). London: Taylor & Francis Group.

MOMA. (2002). *The Russian Avant-Garde Book, 1910- 1934* . (T. M. Art, Ed.) The Museum of Modern Art.

ONG, Water J. (1995). *Sözlü ve Yazılı Kültür* (Vol. 1). (S. P. Banon, Trans.) İstanbul: Metis Yayınları.

ÖZLEM, Doğan (2008). *Kültür Bilimleri ve Kültür Felsefesi* (Vol. 2). Ankara: Doğu Batı Yayınları.

POYNOR, Rick (2003). *No More Rules* (Vol. 1). (N. WEBB, Ed.) America, New Haven: Yale University Press.

ROSENTHAL, Bernice Glatzer (Ed.). (1997). *The Occult in Russian and Soviet Culture* (Vol. 1). New York: Cornell University Press.

SARMENTO, Clara, CAMPOS, Ricardo. (2014). *Popular and Visual Culture* (Vol. 1). (R. C. Clara SARMENTO, Ed.) London: Cambridge Scholars Publishing.

STAHLER, Axel (2018). *Zionism, the German Empire, and Africa* (Vol. 1). De Gruyter Oldenbourg.

TEKEL, İlhan (2009). *Gündelik Yaşam, Yaşam Kalitesi ve Yerellik Yazıları*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

WATTEN, Barrett (2003). *The Constructivist Moment to Cultural Poetics*. USA: Wesleyan University Press.

WLASSIKOFF, Michel (2005). *The Story of Graphic Design in France*. (S. L. Lisa DAVIDSON, Trans.) United States of America: Gingko Press, Inc.

KİTAP İÇİ BÖLÜM

COMPTON, Susan (1992). The Art of the Soviet Book, 1922-32, (ed. Solomon R. Guggenheim Museum), *The Great Utopia*, New York: Solomon R. Guggenheim Museum, ss. 609-614.

HORVÁTH, Gizela (2016). Dada: Dead and Loving It, *Mens Sana: Rethinking the Role of Emotions*, Romania: Partium, ss. 217.

HUILIN, Sun (2010). A Critical Analysis of the Development of Graphic Design in China, (ed. Christopher CROUCH), *Contemporary Chinese Visual Culture*, New York: Cambria Press, ss. 361-381.

LITTLE, Stephen (1987). Chinese Calligraphy, (ed. Cleveland Museum of Art), *The Bulletin of the Cleveland Museum of Art* (Vol. 74), Ohio: Cleveland Museum of Art, ss. 373-375.

NEMETH, Titus (2017). Persian Type and Typography, (ed. Titus NEMETH), *Arabic Type-Making in the Machine Age*, Leiden, Netherlands: Brill, ss. 285-318.

WEISENFELD, Gennifer (2011). Japanese Typographic Design and the Art of Letterforms, (ed. Jerome SILBERGELD), *Bridges to Heaven* (Vol. 1), New Jersey: Princeton University Press, ss. 827-847.

MAKALELER

AKAN, Mertcan (2017). Sovyet Propaganda Afişlerinde “Doğu” İmgesi. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 17 (2), ss. 3.

AKGÜL, Rahşan Fatma (2017). Nazi Almanya'sı Örneğinde Propoganda Afişleri. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (35), ss. 204-205.

AKTUĞLU, Işıl Karpaz, EĞİNLİ, Ayşen Temel. (2010). Küresel Reklam Stratejilerinin Belirlenmesinde Kültürel Farklılıkların Önemi. *Selçuk İletişim*, 6 (3), ss. 168-177.

ALTINTAŞ, Yurdaer (1992). Dada:1915-1923. *Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar* (52), ss. 1-2.

BALCIOĞLU, Merve (2018). Japonya'da Kamu Yönetimi ve Japon Siyasal Kültürünün Özgün Yanları. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11 (56), ss. 710-711.

BARNHART, Richard (1972, April-May). Chinese Calligraphy: The Inner World of the Brush. *The Metropolitan Museum of Art Bulletin*, 30 (5), ss. 233.
<https://www.jstor.org/stable/3258680> [6 Mayıs 2019].

BARTAL, Ory (2013). Text as Image in Japanese Advertising Typography Design. *Design Issues*, 29 (1), ss. 54-62. <https://www.jstor.org/stable/i24267095>
[25 Şubat 2019].

BİRDİŞLİ, Fikret (2019). Alman Stratejik Kültürünün Dönüşümü ve Almanya'nın Uluslararası Politikaya Proaktif Katılımı. *Güvenlik Bilimleri Dergisi*, 8 (2), ss. 371.

CARLSON, David, RICHARDS, Brent. (2011, March). Design Culture a Return to Fundamentalism? (D. CARLSON, Ed.) *David Report* (13), ss. 2-9.
http://static.davidreport.com/2011/04/dr_2011_13_1.pdf [22 Mayıs 2019].

ÇAĞLAR, Tameran (2019). Kısa Almanya Tarihi. *Tarih Kritik Dergisi*, 5 (3), ss. 223-224.

ELDEN, Müge (2005). Glokal Reklam Kampanyalarında Yaratıcılığın Önemi. *Bilig*, 32, ss. 66-67.

ESEN, Ali (2011). Evrensellik ve Yerellik. *İlim Dünyası*, 2, ss. 7-8.

FAHIMIFAR, Ali Asghar, MEHRNEGAR, Mansur, SINAKI, Saba, BAFGHI, Seyid Mohammad Taghei Tabatabaei. (2013). The Characteristics of Persian Typography in Iranian Poster Design Arts. (H. AYATOLLAHI, Ed.) *Negareh*, 5 (25), ss. 88-102. <https://www.sid.ir/en/Journal/ViewPaper.aspx?ID=432527> [11 Nisan 2019].

GÖKTOLGA, Oğuzhan (2017). İsviçre Yerel Yönetim Yapısı ve Komünler. *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (2), ss. 69.

HAGE, Emily (2011). The Magazine as Strategy: Tristan Tzara's Dada and the Seminal Role of Dada Art Journals in the Dada Movement. *The Journal of Modern Periodical Studies*, 1 (2), ss. 35-41. <https://www.jstor.org/stable/10.5325> [1 Haziran 2020].

JULIER, Guy (2006, Winter). From Visual Culture to Design Culture. *Design Issues*, 22 (1), ss. 64-68. <https://www.jstor.org/stable/25224031?seq=1> [20 Ocak 2019].

KAPTAN, Yeşim (2015). Küresellik ve Yerellik Arasında Reklam Adaptasyonları: Snickers Örneği. (T. DURNA, Ed.) *İlefl Dergisi*, 2 (2), ss. 19.

KEEDY, Jeffery (1998). Graphic Design in the Postmodern Era . (R. VANDERLANS, Ed.) *Emigre*, 47.

KORFF, Ruediger (2003). Local Enclosures of Globalization The Power of Locality. *Dialectical Anthropology*, 27 (1), ss. 1-18.

<https://www.researchgate.net/publication/226591682> [5 Ocak 2020].

KRAHMER, Catherine (1993). PAN and Toulouse-Lautrec . *Print Quarterly* , 10 (4), ss. 392. <https://www.jstor.org/stable/41825160> [28 Mayıs 2020].

MARGOLIN, Victor (1984). Constructivism and the Modern Poster. *Art Journal*, 44 (1), ss. 28-31. <https://www.jstor.org/stable/i231673> [14 Mart 2019].

MILNER, John, SOKOLOV, Kirill. (1979). Constructivist Graphic Design in the U.S.S.R. between 1917 and the Present. *Leonardo*, 12 (4), ss. 279.

<https://www.jstor.org/stable/1573888?seq=1> [5 Ocak 2019].

MONIRIFAR, Maryam (2015, November). The Effect of National and International Culture on Logo Design of Iran's Graphic Art . *Anadolu Journal of Educational Sciences International, Art Education Special Issue*, ss. 284.

<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/17626> [3 Ocak 2019].

OLADUMIYE, E. Bankole, OGUNLADE, B. A. (2014). Graphic Design Visuals a Means of Cultural Development in Technological Age. *Global Journal of HUMAN-SOCIAL SCIENCE: A Arts & Humanities - Psychology*, 14 (4), ss. 29-30.

<https://www.researchgate.net/publication/271511365> [7 Mart 2020].

OZAN, Rengin (2004). Yayın Politikası Açısından Toplumsal Yerellik Kavramı. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 19, ss. 502-504.

ÖNEM, Evrim (2011). Bireysel Dil Kullanımını Etkileyen Etkenler. *Dil Dergisi*, 152, ss. 58-62.

ÖZDEN, Muharrem (2019). Türkiye Türkçesi Ana Ağız Gruplarını Belirleyen Özellikler Bakımından Batı Trakya Türk Ağızları. (P. M. KARADAĞ, Ed.) *Halkbilim - Antropoloji - Dil / Dilbilim ve Edebiyat Dergisi*, 97 (25), ss. 184.

PHILIP, Leena (2018, March-April). Exploring the Role of Culture on Graphic Designs. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*, 2 (3), ss. 427. <https://www.academia.edu/36976191> [5 Aralık 2019].

SIMMONS, Sherwin (1993). War, Revolution, and the Transformation of the German Humor Magazine. *Art Journal*, 52 (1), ss. 46 <https://www.jstor.org/stable/777301> [28 Mayıs 2020].

STAPLES, Loretta (2000). Typography and the Screen: A Technical Chronology of Digital Typography, 1984-1997 . *Design Issues*, 16 (3), ss. 19-34. <https://www.jstor.org/stable/1511813?seq=1> [2 Aralık 2020].

THORNTON, Richard S. (1989). Japanese Posters: The First 100 Years . *Design Issues*, 6 (1), ss. 4-14. <https://www.jstor.org/stable/i267279> [6 Ekim 2019].

TOOTOONCHI, Nahid (2010). Mathematical Interpretation of Graphic and Poster Design İn İran. (R. S. George W. HART, Ed.) *Bridges Pecs: Mathematics, Music, Art, Architecture, Culture*, 9, ss. 379-382. <http://archive.bridgesmathart.org/2010/bridges2010-379.pdf> [15 Ocak 2019].

TVERSKY, Barbara, CHOW, Tracy. (2017). Language and Culture in Visual Narratives. *De Gruyter Mouton*, 10 (2), ss. 78. <https://www.researchgate.net/publication/320941354> [18 Temmuz 2019].

WONG, Wendy Siuyi (2001, Autumn). Detachment and Unification: A Chinese Graphic Design History in Greater China Since 1979. *Design Issues*, 17 (4), ss. 51-69. <https://www.jstor.org/stable/1511920?seq=1> [4 Şubat 2019].

BASILMAMIŞ KAYNAKLAR

BIE, Yanan (2015). *The Visual Arts Influence in Nazi Germany*. University of Birmingham. England: SHS Web of Conferences, ss. 1-4.

ERSOY, Melih, ŞENGÜL, H.Tarık. (1998). Küreselleşme ve Yarışan Yerellik. *1997 Sanayi Kongresi, Bildiri Kitabı*, 209, ss. 135-139.

KEA European Affairs. (2009). *The Impact Of Culture on Creativity*. A Study prepared for the European Commission, Directorate-General for Education and Culture. KEA European Affairs. ss. 3-6.

KETEN, Emre Tansu (2017). *Sanatta Devrimci Arayışlar: Ekim Devrimi Deneyimi*. 12. Karaburun Bilim Kongresi. Karaburun: kongrekaraburun.org, ss. 2.

KÜÇÜK, Ayhan, ÖZTÜRK, Ercan, TÜRKÖLMEZ, Fadime, TÜRKAN, Hüseyin, KAYA, Semiha, BATKİTAR, Hatice. (2011). *Tarihte Bugün Ülke İhlal Karneleri* (Vol. 1). İstanbul: Uluslararası Hak İhlalleri İzleme Merkezi (UHİM). ss. 44, 154.

PARSA, Alev Fatoş (2004). *İmgenin Gücü ve Görsel Kültürün Yükselişi*. Ege Üniversitesi, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo-Televizyon-Sinema Bölümü. İzmir: Ege Üniversitesi. ss.1-7.

RAZZAGHİ, Mohammad, RAMİREZ, JR Mariano. (2005). *The Influence of the Designers' Own Culture on the Design Aspects of Products*. Faculty of the Built Environment University of New South Wales Kensington, Industrial Design Program. Sydney: Hochschule für Künste Bremen, Bremen. ss. 2.

SMALL, David L. (1999). *Rethinking the Book*. MIT School of Architecture and Planning, Submitted to the Program in Media Arts and Sciences. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology. ss. 47-49.

ÖZGEÇMİŞ

Ad, Soyad : Melis OMay

Doğum Yeri ve Yılı : İzmir, 1993

Yabancı Dil : İngilizce

EĞİTİM

Lisans : 2012 - 2016, Dokuz Eylül Güzel Sanatlar Fakültesi,
Grafik Tasarım Bölümü

Lise : 2008 - 2012, Ümran Baradan
Anadolu Güzel Sanatlar Lisesi

İŞ TECRÜBESİ

2014 : PARMA Reklam Hizmetleri, 1 Ay Staj,
Grafik Tasarımcı

2015 : MARKA Reklam Ajansı, 1 Ay Staj,
Grafik Tasarımcı

2017 - : İZFAŞ, Fuarcılık Şirketi
Grafik Tasarımcı
2017 yılından itibaren çalışmaya devam etmekteyim.

SERGİLER

2014 : DEPARK Sağlık Teknoparkı Açılış Sergisi / Ortaya Karışık

2016 : Dokuz Eylül Üniversitesi / Z Raporu Mezuniyet Sergisi