

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Bekir KİRİŞCAN

GRAFİK TASARIMDA YAZI ve İMGENİN GÖRSEL ETKİLEŞİMİ

Grafik Anasanat Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2008

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Bekir KİRİŞCAN

GRAFİK TASARIMDA YAZI ve İMGENİN GÖRSEL ETKİLEŞİMİ

Danışman

Yrd. Doç. Ilgaz Özgen TOPCUOĞLU

Grafik Anasanat Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2008

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Bu çalışma, jürimiz tarafından Grafik Anasanat Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan :

Üye (Danışman) :

Üye :

Onay: Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

.../.../200..

İmza

Müdür

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ	iv
ÖZET	viii
SUMMARY	ix
ÖNSÖZ	x
GİRİŞ	1
BÖLÜM 1. GÖRSEL İLETİŞİM ve GRAFİK TASARIM	3
1.1. Görsel İletişim	3
1.2. Görsel İletişimin Tarihsel Gelişimi	5
1.2.1. Kayalar ve Mağaralar	6
1.2.1.1. Petrograflar	7
1.2.1.2. Geograflar	8
1.2.2. İlk Resim Yazılar	9
1.2.3. Fonogramlar ve Alfabe	11
1.2.4. Kitabın Sanatı	16
1.2.5. Johannes Gutenberg ve Sonrası	19
1.2.6. Sınırların Kaldırılması ve Özgürlüğüne Kavuşan Harfler	24
1.2.6.1. Arts and Crafts	25
1.2.6.2. Art Nouveau	26
1.2.6.3. Kübizm	28
1.2.6.4. Fütürizm	29
1.2.6.5. Dadaizm	29
1.2.6.6. Konstrüktivizm	30
1.2.6.7. De Stijl	32
1.2.6.8. Bauhaus	33
1.2.6.9. Yeni Tipografi	35
1.2.6.10. Modernizm	36
1.2.6.11. İsviçre Stili	37
1.2.6.12. New York Okulu	38
1.2.6.13. Post-Modernizm	42
1.2.7. Bilgisayar Çağında Grafik Tasarım ve Tipografi	42

BÖLÜM 2. GRAFİK TASARIM ELEMANLARI	46
2.1. Bütünlük	47
2.2. Gestalt	48
2.2.1 Figür-Arka Plan İlişkisi	50
2.2.2. Denge-Simetri	51
2.2.3. Eşbiçimlilik	51
2.2.4. Algısal Graplama	52
2.2.5. Benzeşme-Ayrışma	53
2.3. Boşluk-Negatif Alan	53
2.4. Hiyerarşi	55
2.5. Renk	56
2.6. Sayfa Yapısı	57
2.7. Grafik Sembol	59
2.8. Yazı-Tipografi	60
2.8.1. Harf	61
2.8.1.1. Harfin Anatomisi	62
2.8.1.2. Harfin Biçemi	64
2.8.1.3. Yazı Karakterlerinin Sınıflandırılması	64
2.9. İmge	66
2.9.1. İllüstrasyon	66
2.9.2. Fotoğraf	70
2.9.3. İmge Dönüştürme	70
2.9.4. İmge Değiştirme	70
2.9.5. İmge Abartma	72
2.9.6. İmge Birleştirme	73
BÖLÜM 3. GRAFİK TASARIMDA YAZI ve İMGE KULLANIMI	75
3.1. Yalnızca Yazı ya da İmge	77
3.2. Yazı ve İmgenin Birlikte Kullanılması	81
3.3. İmge İçinde Yazı	89
3.4. Yazı ve İmgenin Bütünleşmesi	93
3.4.1. İmge Olarak Harf	93
3.4.2. Harf Olarak İmge	95

3.4.3. İmge Olarak Kelime	97
3.4.3.1. Isotype	102
3.4.3.2. Semantografi	105
3.4.3.3. LoCoS	106
3.4.4. İmge Olarak Metin	108
3.5. Somut İmge Olarak Yazı	110
3.6. Yazı ve İmge	114
3.6.1. Harf + İmge	114
3.6.1.1. Rebus	115
3.6.2. Kelime + İmge	115
BÖLÜM 4. GRAFİK REZONANS	119
4.1. Grafik Rezonansın Doğası	119
4.2. Tipografik Rezonans	123
4.3. Görsel-Sözel Sinerji	128
BÖLÜM 5.	
SONUÇ	132
KAYNAKÇA	134
ÖZGEÇMİŞ	137

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil: 1.1	Vahşi Hayvan İzi	s: 5
Şekil: 1.2	Mağara Resimleri	s: 6
Şekil: 1.3	Mağara Resimleri	s: 6
Şekil: 1.4	Petrograflar	s: 7
Şekil: 1.5	Petrograflar	s: 7
Şekil: 1.6	Petrograflar	s: 7
Şekil: 1.7	Geograflar	s: 8
Şekil: 1.8	Geograflar	s: 8
Şekil: 1.9	Uruk Tableti	s: 10
Şekil: 1.10	Karnak Tapınağı Hiyeroglifleri	s: 11
Şekil: 1.11	Fenike Alfabesi	s: 12
Şekil: 1.12	Yunan Yazı Örneği	s: 13
Şekil: 1.13	Trajan Sütunu	s: 12
Şekil: 1.14	Rakamların Tarihsel ve Bölgesel Gelişimi	s: 15
Şekil: 1.15	El Yazması	s: 16
Şekil: 1.16	Kelt Bezemesi	s: 17
Şekil: 1.17	Ortaçağ Yazı Atölyesi	s: 18
Şekil: 1.18	Hareketli Çin Harfleri	s: 19
Şekil: 1.19	İncunabula	s: 20
Şekil: 1.20	Unterweysung der Messung	s: 21
Şekil: 1.21	Hareketli Metal Harf Kalıbı	s: 21
Şekil: 1.22	Gutenberg İncili	s: 22
Şekil: 1.23	The Works of Geoffrey Chaucer	s: 25
Şekil: 1.24	Afiş Tasarımları	s: 26
Şekil: 1.25	Afiş Tasarımları	s: 27
Şekil: 1.26	Şiir Kitabı	s: 29
Şekil: 1.27	Grafik Tasarım Çalışmaları	s: 30
Şekil: 1.28	Bauhaus Okulu Tipografi ve Afiş Tasarımları	s: 33
Şekil: 1.29	Afiş Tasarımları	s: 36
Şekil: 1.30	Tasarımlar	s: 37
Şekil: 1.31	Tasarımlar	s: 39
Şekil: 1.32	Film Afişi	s: 40

Şekil: 1.33	Fuse İçin Grafik Tasarımlar	s: 43
Şekil: 1.34	Beach Culture Dergi Tasarımları	s: 44
Şekil: 2.1	Bütünlüğün Sağlanamadığı ve Sağlandığı Sayfa Tasarımları	s: 48
Şekil: 2.2	Birimlerden Oluşan Organize Bütün	s: 49
Şekil: 2.3	Düzensiz Birimler	s: 49
Şekil: 2.4	Figür Arka Plan İlişkisi	s: 50
Şekil: 2.5	Eşbiçimlilik	s: 52
Şekil: 2.6	Algısal Gruplama	s: 52
Şekil: 2.7	Benzeşme-Ayrışma	s: 53
Şekil: 2.8	Negatif Alan Kullanımı	s: 54
Şekil: 2.9	Görsel Hiyerarşi	s: 55
Şekil: 2.10	Renk ve Tipografi	s: 56
Şekil: 2.11	2-3-4-6 Grid Sistemi	s: 57
Şekil: 2.12	Grid Sistemi	s: 58
Şekil: 2.13	Barış Sembölü ve Semafor Alfabesinde N ve D harfleri	s: 59
Şekil: 2.14	Hi	s: 61
Şekil: 2.15	Go Miami-Amigo Miami	s: 61
Şekil: 2.16	Eski Biçem Sistemi	s: 62
Şekil: 2.17	Eşit En Sistemi	s: 62
Şekil: 2.18	Harfin Anatomisi	s: 63
Şekil: 2.19	Univers Yazı Karakteri ve Harf Biçemleri Tablosu	s: 64
Şekil: 2.20	Old English Yazı Karakteri	s: 65
Şekil: 2.21	Garamond Yazı Karakteri	s: 65
Şekil: 2.22	Helvetica Yazı Karakteri	s: 65
Şekil: 2.23	İllüstrasyon	s: 67
Şekil: 2.24	İllüstrasyon	s: 67
Şekil: 2.25	İllüstrasyon	s: 68
Şekil: 2.26	İllüstrasyon	s: 68
Şekil: 2.27	İllüstrasyon	s: 69
Şekil: 2.28	İllüstrasyon	s: 69
Şekil: 2.29	İmge Değiştirme	s: 71
Şekil: 2.30	İmge Değiştirme	s: 71
Şekil: 2.31	İmge Abartma	s: 72
Şekil: 2.32	İmge Abartma	s: 73
Şekil: 2.33	İmge Birleştirme	s: 74

Şekil: 3.1	Başarı ve Başarısızlık	s: 76
Şekil: 3.2	65. Sanat Yönetmenleri Yıllığı Kapağı	s: 77
Şekil: 3.3	İlk Ay Yürüyüşü Kitap Kapağı	s: 78
Şekil: 3.4	Gazete İlanı	s: 79
Şekil: 3.5	Reklamla Tasarım Arasında Çok Fark Yok	s: 80
Şekil: 3.6	Hareket Problemlerimiz Kitapçığı	s: 81
Şekil: 3.7	The Studio'dan Harf Formları	s: 82
Şekil: 3.8	Kitap Tasarımı Sergisi İçin Logo	s: 83
Şekil: 3.9	Giacometti'ye Saygı Gösterisi	s: 84
Şekil: 3.10	The Collected Plays of Brecht	s: 85
Şekil: 3.11	Mademoiselle	s: 86
Şekil: 3.12	Ramparts Dergisi Başyazı Tasarımı	s: 87
Şekil: 3.13	Legname Bermann Logo Tasarımı	s: 88
Şekil: 3.14	Stravisky Albüm Kapağı	s: 89
Şekil: 3.15	Ms. Dergi Kapağı	s: 90
Şekil: 3.16	Street Inspirations	s: 91
Şekil: 3.17	Sosyal Afişler	s: 92
Şekil: 3.18	Eastside Logo Tasarımı	s: 93
Şekil: 3.19	Knapp Ayakkabıları Logosu	s: 94
Şekil: 3.20	Womans Day	s: 94
Şekil: 3.21	Plessey Logosu	s: 95
Şekil: 3.22	Once Upon a Treasure Hunt	s: 96
Şekil: 3.23	Neiman Marcus İçin Posta Reklamı	s: 96
Şekil: 3.24	Backdoor Logo Tasarımı	s: 97
Şekil: 3.25	Ball Logo Tasarımı	s: 97
Şekil: 3.26	Chicago Albüm Kapakları	s: 98
Şekil: 3.27	Üç Coca-Cola Şişesi	s: 100
Şekil: 3.28	Tren Vagonu Üzerinde Graffiti Örneği	s: 101
Şekil: 3.29	Isotype Örnekleri	s: 103
Şekil: 3.30	Düsseldorf Havaalanı Yönlendirme Sistemi	s: 104
Şekil: 3.31	Semantografi Karakterleri	s: 105
Şekil: 3.32	LoCoS Karakterleri	s: 106-107
Şekil: 3.33	Le Charivari Baş Sayfası	s: 109
Şekil: 3.34	India Basin Industrial Park Yazısı	s: 110
Şekil: 3.35	İç Mimarlar İçin Mesleki Seminer Afişi	s: 111

Şekil: 3.36	Charles Ives Albüm Kapağı	s: 112
Şekil: 3.37	Chicago Bir Metropolün Doğuşu	s: 113
Şekil: 3.38	Yapay Zeka, Düşünce ve Makine Konferansı İçin Afiş	s: 114
Şekil: 3.39	IBM Logosu	s: 115
Şekil: 3.40	Wasser	s: 116
Şekil: 3.41	Unfall	s: 116
Şekil: 3.42	Feuer	s: 117
Şekil: 3.43	Auto	s: 117
Şekil: 3.44	Glas	s: 117
Şekil: 3.45	Vol	s: 118
Şekil: 4.1	The Perfect War Kapak Tasarımları	s: 120
Şekil: 4.2	Grafik Rezonans İçin Afiş Örnekleri	s: 122
Şekil: 4.3	Tipografik Rezonans Örnekleri	s: 124
Şekil: 4.4	Tipografik Rezonans Örnekleri	s: 124
Şekil: 4.5	Tipografik Rezonans Örnekleri	s: 124
Şekil: 4.6	Tipografik Rezonans Örnekleri	s: 124
Şekil: 4.7	Tipografik Rezonans Örnekleri	s: 125
Şekil: 4.8	Tipografik Rezonans Örnekleri	s: 125
Şekil: 4.9	Tipografik Rezonans Örnekleri	s: 126
Şekil: 4.10	Cumhuriyet Gazetesi İlanı	s: 127
Şekil: 4.11	Private Secretary	s: 127
Şekil: 4.12	Volkswagen İlanı	s: 128
Şekil: 4.13	Alkollü Araç Kullanımı İle İlgili Afiş	s: 129
Şekil: 4.14	Little Boy Afişi	s: 130
Şekil: 4.15	Volkswagen İlanı	s: 131

Ö Z E T

“Grafik Tasarımda Yazı ve İmgenin Görsel Etkileşimi” konulu bu tez dört bölümde incelenmiştir. “Görsel İletişim ve Grafik Tasarım” başlıklı birinci bölümde; görsel iletişimin tanımı yapılmış, tarihsel gelişimi içinde; yazı öncesi dönem, resim yazılar, alfabenin gelişimi, çoğaltım sistemlerinin bulunuşu araştırılmıştır. Yazı ve imgenin yoğun olarak bir arada kullanılmaya başlandığı 20. yüzyıl çağdaş sanat ve tasarım akımları ayrıntılı biçimde ele alınmıştır.

“Grafik Tasarım Elemanları” başlıklı ikinci bölüm içerisinde; grafik tasarımda kullanılan temel elemanların tanımları yapılmıştır. Bu elemanlar örneklerle zenginleştirilerek açıklanmış, tezin konusunu da oluşturan yazı ve imge başlıkları daha ayrıntılı ve derinlemesine incelenmiştir. Bu bölümde grafik tasarımla doğrudan ilişkili olan başlıklar araştırılmış, tüm plastik ve görsel sanatların genel öğeleri olan nokta, çizgi, form, vb. elemanlar araştırmanın dışında tutulmuştur.

“Grafik Tasarımda Yazı ve İmge Kullanımı” başlığı taşıyan üçüncü bölümde; grafik tasarımın iki temel ögesi olan yazı ve imgenin, görsel kompozisyon içerisinde, hangi koşullarda yan yana geldikleri maddeler halinde ele alınmıştır. Yazı ve imgenin birleşiminden çıkan alt başlıklar, kendi içlerinde örnekler üzerinden irdelenmiştir. Örnekler seçilirken, çalışmanın uluslararası tanınırlığı, konu ile ilgili ilk ya da en önemli örnek olması, uluslararası tasarım yıllıklarında yayınlanmış olması gibi ölçütlere bağlı kalınmıştır.

“Grafik Rezonans” başlıklı son bölümde ise; yazının tek başına sahip olduğu mesaj gücünün, hangi koşullarda arttırılabileceği üzerinde durulmuş daha sonra imge ile birleşmesi sonucu kazandığı mesaj gücü araştırılmıştır. Mesajı ve iletişim gücünü arttırabilmek için, grafik tasarımın bu iki elemanının hangi durumlarda ve ne şekilde bir araya getirilmesi gerektiği örnekler yardımıyla irdelenmiştir.

S U M M A R Y

The Visual Interaction of Type and Image in Graphic Design

This thesis was investigated in four chapters. In the first chapter, under the title of “Visual Communication and Graphic Design”; visual communication was described. In the historical development; the pre-writing period, pictographs, development of the alphabet, discovering the printing machine and modern art and design movements were mentioned.

In the second chapter, under the title of “The Elements of Graphic Design”; fundamental elements which are used in graphic design were described. These elements were explained by examples. The type and image captions were examined in details. In this chapter; the captions which are directly related to graphic design were researched, dot, stroke, shape, etc., which are general elements of all plastic and visual arts, were held out of the research.

In the third chapter, under the title of “ Using Type and Image in Graphic Design”; in which situations type and image, which are two basic elements of graphic design, were divided into units. These units were studied by examples. While choosing the examples some criteria were selected as; having a place in international design indexes and being the first or the most important example of the subject.

In the last chapter, under the title of “Graphic Resonance”; in which situations, the power of type should be increased. The power of message, which became after the union of type and image were researched. Type and image were researched to find how should they be together to improve the power of communication and message.

Ö N S Ö Z

Eski bir Latin deyimini olan, “Verba volant scripta manent” (Söz uçar yazı kalır) yazının kaydedilebilmesinin insanlık için önemini vurgulamaktadır. Yazının serüveni binlerce yıl önce kil tabletler üzerinde başlamış, harfler kelimelere, kelimeler sayfalara, sayfalar kitaplara, kitaplar kütüphanelere dönüşmüştür. Yüzyıllar boyunca bilgilerin biriktirilmesine ve saklanmasına hizmet eden yazı, sanatla el ele vermiş, günümüzde “mesaj sanatı” olarak da bilinen tipografi adıyla anılır olmuştur.

Grafik tasarımın en önemli dalı olduğunu düşündüğüm, tipografi ile beni tanıştıran, sevdiren ve bu tez sırasında yardımını esirgemeyen değerli hocam Sayın Doç. Sevim Selamet’e, gücünü ve desteğini hep arkamda hissettiğim, bilgisini, zamanını ve her türlü imkanını bana sunan, tez danışmanım ve değerli hocam Sayın Yrd. Doç. Ilgaz Özgen Topcuoğlu’na, yüksek lisans eğitimim boyunca ihtiyaç duyduğum her anda bana destek olan ve bu tezi yazabilmemi sağlayan değerli hocam Sayın Prof. Dr. Nevzat Çevik’e teşekkür ederim.

Yaşamım boyunca bana sevgi, güven ve destek veren değerli anne ve babama,

Yaşamımı paylaştığım Bilge’me,

minnet ve sevgiyle...

Bekir Kirişcan

GİRİŞ

İşaret ve sembollerle iletişim kurmaya çalışan insanoğlu, yaklaşık 3400 yıl önce seslere karşılık gelen işaretler yaratarak, günümüz alfabesinin temellerini atmıştır. Tarihsel süreç içinde, bu iletişim sistemini geliştirmiş ve yazdıklarını basit mekanik yöntemlerle çoğaltmayı öğrenmiştir. Endüstri devrimi sonrasında üretim sisteminin değişmesi, hem toplumun ekonomik ve sosyal yapısının değişmesini sağlamış, hem de görsel iletişim araçlarının gelişmesine neden olmuştur. Mekanik çoğaltım yöntemlerinin gelişmesi ve modern sanat hareketlerinin etkisi, bu iletişim sürecine anlam, kavram ve estetik kazandıracak bir kişiyi; grafik tasarımcıyı gerekli kılmıştır.

Günümüzde bilginin çoğaltılmasının bu denli kolaylaşması, miktar olarak da artmasına yol açmıştır. Okuyucu ihtiyaç duysun ya da duymasın birçok basılı bilgi materyali ile karşı karşıya kalmaktadır. “Ancak, miktar arttıkça tasarım anlayışı ve basılan materyalin formu da çağdaş okuyucunun ihtiyaçları doğrultusunda gelişmiştir. Artık günümüz okuyucusu yazıyı satır satır okumak yerine göz gezdirip, sadece konu ilgisini çekerse detaylı olarak ele almaktadır.” (Okur, 2003, s.3). Amerika Gazete Yayıncıları Birliği’nin “Daha İyi Gazeteler İçin Haber Araştırması” adlı raporunda Indiana Üniversitesi’nden John C. Schwitzer’in verilerine göre: Amerikalı gazete alıcılarının büyük bir çoğunluğunun, gazete okumaya ayırdıkları sürenin 30 dakikadan daha az olduğu belirtilmektedir. (Becer, 2002, s.12). Bu veriler ışığında, birçok kişinin basılı medyaları ve görsel iletişim araçlarını okumaktan çok göz gezdirmekle yetindiğini söylemek mümkündür.

Günümüz global dünyasında, insanlar neredeyse bir iletişim ve mesaj bombardımanı ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu yoğunluk insanların mesajları fark etmesi, algılaması, kavraması ve analiz etmesinde yeni kriterler oluşturmuştur. Grafik tasarımcılar artık tasarladıkları materyallerin diğerlerinden sıyrılıp öne çıkmasını sağlamak ve fark ettirmek için her gün yeni yöntemler araştırmaktadırlar.

Grafik tasarımcılar mesajları iletebilmek için yazı, imge, sembol, renk, vb. elemanları kullanmaktadırlar. Bu elemanları abartarak, birleştirerek, dönüştürerek, zaman zaman da elemanların birbirleriyle etkileşiminden doğan sinerjiden faydalanarak, mesajları daha etkili ve güçlü biçimde iletmeyi amaçlamaktadırlar.

Grafik tasarımın temel bileşenlerinden olan yazı ve imge bu mesaj gücünü barındırmakta mıdır? Grafik tasarımda farklı şekillerde, yan yana ya da ayrı olarak, kullandığımız bu iki öge ile ne şekilde daha etkin mesajlar iletebiliriz? Bu tez, tek başlarına bile büyük mesaj potansiyeli olan yazı ve imgenin, doğru şekilde yan yana getirildiğinde, grafik tasarımcılara ne gibi olanaklar sunduğunu araştırmak amacıyla yapılmıştır.

Grafik tasarımın doğası gereği her çalışma kendi içinde ayrı özellik ve mesaj potansiyeline sahiptir. Örneğin her afiş farklı bir mesajı iletir. Farklı imgelere ve metne sahiptir. Bu nedenle yazı ve imgenin etkili şekilde kullanılabilmesi ile ilgili mutlak bir formül geliştirmek olası değildir. Ancak görsel etkileşimin sağlandığı önemli örnekler incelenerek, bu potansiyelin farklı durumlarda ne gibi etkiler oluşturduğunu gözlemleyebilmek olasıdır. Grafik tasarımcıların, bu iki ögenin etkileşimi sonucu oluşan mesaj gücünü kavrayabilmeleri, iletişim problemlerini daha etkin ve yaratıcı biçimde çözmelerine yardımcı olacaktır.

BÖLÜM 1. GÖRSEL İLETİŞİM ve GRAFİK TASARIM

1.1. Görsel İletişim

“İnsanoğlu fiziksel ihtiyaçlarını karşılamak, diğer insanlarla işbirliğinde bulunmak ve onlarla bilgi ve düşüncelerini paylaşmak için iletişime ihtiyaç duyar” (Okur, 2003, s.9) ve bu iletişimi kurabilmek için duyularından faydalanır. Toplum Bilim Terimleri sözlüğünde iletişim “Düşünce ve duyguların bireyler, toplumsal kümeler, toplumlar arasında söz, el-kol devimi, yazı, görüntü vb. aracılığı ile değiş tokuş edilmesini sağlayan toplumsal etkileşim süreci” (<http://tdkterim.gov.tr/?kelime=ileti%FEim& kategori=terim&hng=md>, 29.09.2007) olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımdan da anlaşılabilceği gibi insanoğlu iletişim kurabilmek için iki temel yol kullanmaktadır; birincisi, görsel iletişim, ikincisi ise işitsel iletişimdir.

Çevresi ve doğa ile devamlı etkileşim içerisinde, başka bir deyişle “açık bir sistem olan insan, çevreden kendisine yansıyan mesajlara, uyarılara karşı bütün duyu organlarıyla tam bir alıcı durumundadır.” (Uçar, 2004, s.16). Bu derece iletişime yatkın ve ihtiyaç duyan bir varlık olan insanoğlu için bu mesajların hızı, yoğunluğu, şiddeti, nicelikleri ve etkileşim gücü oldukça önemlidir. Abraham Moles iletişimin insan ve çevre boyutunu “insan davranışları, kendi kalıtım ve tarihsel gelişimi yanında, en geniş anlamıyla içinde bulunduğu çevresi tarafından biçimlendirilir” (Moles, 1971, s.73) sözleriyle açıklamıştır.

İnsanoğlunun belki de en değerli özelliği olan iletişim, birbirimizi anlamamızı, toplumsal, tarihsel bilgi ve tecrübelerimizi birbirimize aktarmamızı sağlamaktadır. İnsanın görsel ve işitsel yollarla aldığı bilgi ve mesajlar, beyinde anlamlandırılarak sonuca ulaşır. İnsanoğlunun iletişim kurmak için kullandığı en önemli öğelerden biri dildir. İnsanoğlunun dünya üzerinde kullandığı pek çok dil ve lehçe (diyalekt) vardır ve insan kurduğu bu işitsel iletişimde bildiği dillerle sınırlıdır. Bu açıdan düşündüğümüzde, “görsel iletişim belki daha sınırlı, ancak iletişim açısından daha evrensel boyutlara sahiptir.” (Uçar, 2004, s.16).

İletişimin tarihsel boyutuna baktığımızda ise, İ.Ö. 5. ve 4. yüzyıllara, Platon ile Aristo’ya dek gitmemiz gerekir. “Aristo, Rhetorik adlı yapıtında iletişimi bir konuşmacının, bir hatibin, konuşmasında dinleyicilere sunacağı tartışmaların oluşturulması ya da biçimlendirilmesi olarak tanımlamıştır.” (Ketenci, Bilgili, 2006, s.253). Bu klasik tanımda,

konuşmacının karşısındakileri ikna etme becerisi ya da konuşmacının dinleyiciler üzerinde yaratmak istediği tepkileri yaratabilmek söz konusudur. Ancak günümüzde iletişim kavramı, yalnızca vermek istediğiniz mesajı doğru vermek anlamından daha geniş anlamlar ifade etmektedir. Wilbur Schramm iletişimi “gönderici ve alıcı olarak tanımlanan iki insan ya da insan grubu/kitleleri arasında gerçekleşen duygu, düşünce, davranış ve bilgi alışverişi” (Schramm, 1977, s. 12-13) olarak tanımlamıştır.

Günümüz iletişim alanında ortaya çıkan bir başka konu da, iletişim sürecinde vermek istenen mesajın doğru ve etkili bir biçimde verilebilmesi sorunudur. “Bu boyutun etkin ve yaratıcı bir şekilde kurgulanması başlı başına bir ihtisas ve sanat dalıdır.” (Uçar, 2004, s.16-17). Günümüz iletişim araçlarının çoğalması, yaygınlaşması ve kolay erişilir olması; bu uzmanlık dalını daha da önemli kılmaktadır. Genel anlamı ile “iletişim tasarımcısı” adı verilen bu meslek, birçok yan dalı ile farklı uzmanlık konularına sahiptir. Bu alanların en önemlilerinden birisi de görsel iletişim tasarımıdır. Görsel iletişim tasarımının, günümüzde böylesine önemli olmasının sebepleri ise planlanması ve tasarlanması gerekliliğidir.

Görsel iletişimin tanımını, Schramm’ın tanımından yola çıkarak; söze gerek duymaksızın, görme duyusuna dayanan duygu, düşünce, davranış ve bilgi alışverişi, olarak yapabiliriz. Görme duyusu insanoğlunun en önemli duyularından biridir. Çevremizi, çevremizdeki olayları, nesnelere, durumları öncelikle görerek tanımlar ve anlamaya çalışırız. İnsanoğlu pek çok şeyi görerek öğrenmektedir. Nesne ve şekilleri görür, tanımlar, mesajlar alır, fikir sahibi oluruz. Çoğu zaman fikir sahibi olduğumuz konuda mantıksal ya da duygusal tepkiler gösterir ve bir eylem meydana getiririz. “Örneğin; yeni doğmuş bir bebek, konuşmayı öğrenmeden önce, çevresine bakıp tanımaya ve daha sonra da iletişim kurmaya başlar. İhtiyaçlarını veya sıkıntılarını belirtmek için ağlar; yani etrafı ile iletişim kurma ihtiyacı hisseder. Daha sonra büyüdükçe yeni şeyler görüp tanır; sözcükleri, kelimeleri ve cümleleri öğrenir.” (Okur, 2003, s.12).

Sözsözsel iletişim kuramayan (Duyma ya da konuşma engelli) kişiler de birbirleri ile ve diğer kişilerle el hareketlerine dayalı bir görsel iletişim dilini kullanmaktadırlar. Hastane, kütüphane gibi sözsözsel iletişim kurmanın mümkün olmadığı yerlerde zaman zaman bu tür görsel bir iletişim dilinden faydalanırız.

1.2. Görsel İletişimin Tarihsel Gelişimi

Görme konuşmadan önce gelmiştir. Bebekler doğar doğmaz görmeye başlarlar ve dünyayı görerek tanır. Daha sonra sırasıyla; sesleri, kelimeleri ve cümleleri öğrenirler. Çocukluk yıllarında ise gelişigüzel şekiller, obje ve imgeler çizmeye başlarlar. Daha sonraki yaşlarda öğrendikleri sesleri simgeleyen fonogramları okumayı ve yazmayı öğrenirler. İnsanın uygarlaşma tarihi de benzer bir evrim geçirmiştir. “İnsanlar konuşmayı bilmedikleri çok eski zamanlarda, yaşamlarını görsel iletişimden faydalanarak sürdürmüşlerdir. İlk insanlar yiyeceklerini aramak için hayvan izlerini takip ederken bile, görsel işaretlere bakıyorlardı. Zekaları, hayvanı daha görmeden izlerinden onu tanımlayabilecek düzeydeydi.” (Hollis, 1997, s.7) (Şekil 1.1). Hollis’inde belirttiği gibi insanlar önce görmüşlerdir, daha sonra sırasıyla sesle iletişim kurma yöntemlerini geliştirmişler (konuşmuşlar), objelerin resmini yapmışlar, sembol-resim yazıları geliştirmişler ve fonogramları tasarlayarak bugünkü anlamda okuma-yazmayı öğrenmişlerdir.



Şekil: 1.1, Vahşi Hayvan İzi

Bu süreç hiç kısa sürmemiş; yaklaşık 20.000 yıl önce mağara duvarlarına resimler yapan atalarımız, ilk yazıyı M.Ö. IV. binyılda bulabilmiştir. Bir başka deyişle insanoğlu 6.000 yıldır yazı yoluyla iletişim kurmaktadır. Bu dönemde 2.000 yıl kadar resim yazı kullanan insanoğlu, M.Ö. 1.400 lü yıllarda Fenikeliler’in objelerin resimlerine veya kelimelerin sembollerine değil, seslere dayalı bir alfabe geliştirmeyi başararak bugünkü anlamda yazıyı kullanmaya başlamıştır. Görsel iletişimin başlangıcından bugüne uzanan süreç bizlere

çok uzun görünebilir ancak Rene Etiemble'nin belirttiği gibi “İnsanlar bir milyon yıldan beri doğup ölmekte, ama yalnızca altı bin yıldır yazmaktadırlar.” (Jean, 2002, s.11).

1.2.1. Kayalar ve Mağaralar

İnsanoğlunun günümüze ulaşabilen ilk görsel iletişim izleri yaklaşık 20.000 yıl öncesine kadar dayanır. Bu izler, ilk insanın yaşamak ve barınmak için kullandığı mağaraların duvarlarına çizdiği primitif resimler ile taş ve kemikler üstüne oydukları-kazıdıkları ilkel işaretler ya da sembollerdir. İspanya'da “Altamira”, Fransa'da “Dordogne” (Lascaux) bölgelerindeki mağara duvarlarındaki bu av sahneleri (Şekil 1.2) ve el betimlemeleri (Şekil 1.3), imgelerin insan üzerindeki etkisine ilişkin şekil çizilerek yapılmış ilk görsel iletişim örnekleridir.



Şekil: 1.2, Mağara Resimleri, Lascaux, Fransa,
MÖ. 20.-17. Binyıl
[http://www.citrinitas.com/history_of_viscom/
rockandcaves.html](http://www.citrinitas.com/history_of_viscom/rockandcaves.html), 01.10.2007



Şekil: 1.3, Mağara Resimleri, Altamira, İspanya,
MÖ. 20.-17. Binyıl
[http://www.citrinitas.com/history_of_viscom/
rockandcaves.html](http://www.citrinitas.com/history_of_viscom/rockandcaves.html), 01.10.2007

Gombrich bu çizimlerle ilgili “Lascaux mağarasındaki resimleri saymazsak, mağaraların duvarlarındaki ve tavanlarındaki resimler düzenlice yapılmamışlar, tersine, belirli bir düzen anlayışından çok uzak olarak, bazen birbirlerinin üzerine boyanmış ya da çizilmişlerdir. Bu kalıntıları daha iyi şöyle açıklayabiliriz: Bunlar, imgelerin etkisine ilişkin evrensel inanışın en eski örnekleridir. Başka bir deyişle, bu ilkel avcılar, belki de oklarını ve taş baltalarını kullanarak elde ettikleri avlarının yalnızca resmini yapmakla, gerçek hayvanların da kendi güçlerine boyun eğeceğine inanıyorlardı” (Gombrich, 1986, s.21)

saptamasında bulunurken, Philip Meggs ise “bu resimlerin çevresindeki kimi zaman üst üste binen nokta ve çizgilerin, güç adına oluşturulmuş sihirli işaretler ya da gençlere avlanma metotlarının öğretildiği çizimler” (Uçar, 2004, s.19) olarak yorumlamaktadır. Modern avcı toplumlarla ilgili çalışmalara dayanan daha yeni bir teoriye göre ise; “bu resimler prehistorik (tarih öncesi) şamanist insanların mağaranın iç bölümlerindeki trans (kendinden geçme) bölümüne giderek hayal ve düşüncelerindeki imgeleri çizmişlerdir.” (http://www.citrinitas.com/history_of_viscom/rockandcaves.html - 29.09.2007). Bu teori mağaraların derin bölümlerindeki çizimleri de açıklamaya yardımcı olmaktadır.

“Lascaux mağarasındaki çizimlerin sanatın ilk örnekleri olup olmadığı konusu tartışılabilir, ancak görsel iletişimin ilk örnekleri olduğu kesindir.” (Uçar, 2004, s.18).

1.2.1.1. Petrograflar

Latince petro (kaya) ve Yunanca graphien (yazmak) kelimelerinden türeyen petrograflar; kayalara ve taşlara çizilen imgeler anlamında kullanılmaktadır. Prehistorik dönemlerde görülse de, özellikle Neolitik Çağ’a ait kalıntılardır. Bulunabilen en eski petrograflar 10.000-12.000 yıl öncesine aittir.



Şekil:1.4, Petrograflar, Utah, ABD, MÖ. 12.-10. Binyıl
http://www.citrinitas.com/history_of_viscom/rockandcaves.html, 01.10.2007



Şekil:1.5, Petrograflar, Utah, ABD, MÖ. 12.-10. Binyıl
http://www.citrinitas.com/history_of_viscom/rockandcaves.html, 01.10.2007



Şekil:1.6, Petrograflar, Utah, ABD, MÖ. 12.-10. Binyıl
http://www.citrinitas.com/history_of_viscom/rockandcaves.html, 01.10.2007

M.Ö. 10.000 yılından modern zamanlara kadar kullanımı süren, kültüre ve yere göre şekillenen petrograflar, yazı öncesi sembollerin önemli bir formudur. Pek çok petrograf henüz tamamı anlaşılabilen sembolik veya dinsel bir dili anımsatmaktadır (Şekil 1.4, 1.5, 1.6). “Petrograflar 20. yüzyıldaki yoğun batı kültür ilişkisine kadar, küçük topluluk ve kabilelerde hala kullanılmaktaydı. Muhtemelen bu imgeler, kullanıldıkları ve yaratıldığı toplumlarda, derin kültürel ve dinsel izler taşımaktadır ya da nesillerini hatırlamanın ve anmanın bir yoludur.” (http://www.citrinitas.com/history_of_viscom/rockandcaves.html - 29.09.2007).

1.2.1.2. Geograflar

Latince geo (yer) ve yunanca graphien (yazmak) kelimelerinden türeyen geograflar; kaya, taş, çakıl, toprak kullanarak pozitif bir alan ya da taşlı bir alandan negatif temiz bir alan yaratarak yeryüzüne çizimler, büyük motifler ve özgün şekiller çizmek-tasarlamak anlamına gelmektedir. Negatif alan yaratılarak yapılan geografların en önemlileri Peru'daki “Nazka Çizgileri”dir (Nazca Lines). Geografların bulunduğu diğer coğrafyalar ise Batı Avustralya ve ABD'nin güneybatısındaki “Great Basin Desert” dir. İskandinavya, İzlanda ve eski Sovyet Rusya topraklarında tepelere, çim ve taş çizgilerden yapılmış labirent şeklinde başka şekillerde geograflara da rastlanabilir.



Şekil: 1.7, Geograflar, Nazka, Peru, MÖ. 200-MS. 600
http://www.citrinitas.com/history_of_viscom/rockandcaves.html, 01.10.2007



Şekil: 1.8, Geograflar, Nazka, Peru, MÖ. 200-MS. 600
http://www.citrinitas.com/history_of_viscom/rockandcaves.html, 01.10.2007

Günümüze kadar ulaşan en önemli geograflardan olan Nazka çizgileri, Nazka Çölü'ne çok büyük boyutlarda çizilmişlerdir. Bu çizimler M.Ö. 200 ile M.S. 600 yılları arasında Nazkalılar tarafından çizilmişlerdir. Nazka'da basit çizgilerden (Şekil 1.7), sineklere, kuşlara, böceklere (Şekil 1.8), maymunlara ve kertenkelelere kadar uzanan yüzlerce ayrı çizim bulunmaktadır ve bu çizimler yeryüzündeki bir insanın üzerinde durduğunda anlaşılacak kadar büyüktür. Bir başka deyişle bu çizimleri yapanlar eserlerini hiçbir zaman tam olarak görememişlerdir. Nazkalılar'ın bu çizimleri yapmalarındaki amaç ve inşaa motivasyonları ile ilgili birçok fikir bulunmaktadır; çizimlerin yapılış teknikleriyle ilgili en önemli teori Kentucky Üniversitesi'nden Joe Nickell'e aittir. Nickell, "...bu şekillerin basit ağaç kütükleri ile çizilmiş/kazınmış" (http://www.citrinitas.com/history_of_viscom/rockandcaves.html - 29.09.2007) olduklarını öne sürmüştür, çizimlerin başlangıç ve bitişlerinde bulunan kütükler de bu teoriyi desteklemektedir. Bu çizimlerin yapılış amaçları ile ilgili en önemli teori ise bu çizimlerin dinsel amaçlı olduğudur. Sonuç olarak bu çizimler tam anlamıyla yalnızca tanrılar tarafından görülebiliyorlardı.

1.2.2. İlk Resim Yazılar

Eski bir Latin deyimini olan "Verba volant scripta manent" (Söz uçar, yazı kalır) sözü, hiç şüphesiz ileti ve bilgilerin görsel olarak kaydedilme gereğinin vurgulayıcısıdır. "Gösterge dizesi olarak saptanan söz, teslimiyetini yaşar yazı karşısında. Yazı eylemi ise adeta kendini bir serüven içinde bulur." (Faulmann, 2001, s.XI).

Daha önceki yıllarda da farklı şekil ve mekanlarda resim yazı adı verilebilecek, iletişim için kullanılan şekillere rastlamak mümkündür. Ancak sistematik anlamda yazı olarak ifade edilebilen ilk işaretler Mezopotamya ve Mısır'da kullanılmıştır. Bu yazılar resimsel (piktografik) özellikler taşımaktadırlar.

M.Ö. IV. ve I. binyıllar arasında, Mezopotamya'da komşu topraklarda yaşayan Sümerler ile Akadlar; dönemlerine kıyasla oldukça ileri bir uygarlık geliştirmişlerdir. İlk yazılı kil tabletler de Sümer ülkesinde Uruk kentinin büyük tapınağının olduğu yerde bulunmuştur. Bu tabletlerde tahıl ve büyükbaş hayvan listelerinin, ziraat hesaplarının olduğu bilinmektedir. Dolayısıyla ilk yazı, malların hesaplarını tutma gereksiniminden doğmuştur. Daha sonraki tabletler bizlere Sümer toplum düzeni hakkında bilgiler de vermektedir. Örneğin

Lagaş tapınağının cemaatinde 18 fırıncı, 31 bira imalatçısı, 7 köle ve 1 demircinin olduğunu bu tabletlerden öğrenebilmekteyiz.



Şekil: 1.9, Uruk Tableti, Mezopotamya, MÖ 4. Binyıl

Sümerliler'in kullandığı çivi yazısı tüm Mezopotamya'ya yayılırken Nil vadisi çevresinde de bambaşka bir yazı gelişmektedir. Mısırlılar'ın kendilerine Tanrı Thod'un hediye ettiğini düşündükleri hiyeroglifler "kutsal yazı" anlamı taşımaktadır. Mısırlılar yazıyı Mezopotamya'dan yaklaşık 1.000 yıl sonra M.Ö. 3.000 li yıllarda kullanmaya başlamışlardır. Coğrafi yakınlığı ve ticari ilişkileri göz önünde bulundurulduğunda Mısırlılar'ın yazıyı Sümerliler'den öğrendiğini düşünebiliriz. Yazının görsel şekli, kullanılan malzemeler ya da yazılış biçimleri açısından bu iki yazı hiçbir benzerlik göstermemektedir. Mısırlılar yazma fikrini Mezopotamya'dan almış olabilirler ancak kendilerine tamamen özgün bir yazı şekli geliştirmişlerdir. Bu yazı çivi yazısına oranla çok daha resimsel ve gösterişlidir ve uzun yıllar hiç bir değişikliğe uğramamıştır. M.S. III. yüzyılda Mısır, Roma egemenliğine girdiğinde bile hala aynı hiyeroglifler kullanılmaktaydı ve işaretlerin sayıları 5000'e kadar çıkmıştı.



Şekil: 1.10, Karnak Tapınağı Hiyeroglifleri, MÖ 5-3. Yüzyıl

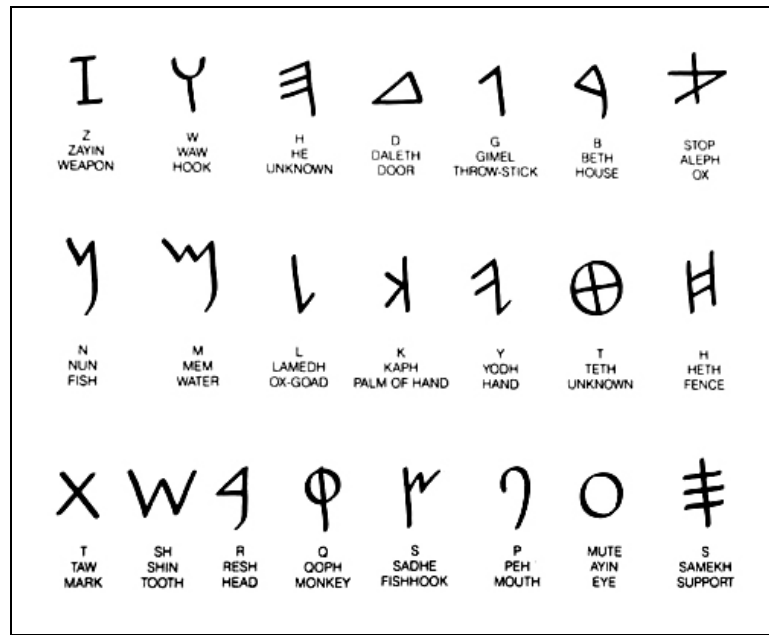
Resim yazının bir diğer örneği ise Çin yazılarıdır. “Kelimeleri ve heceleri ifade eden 40.000 den fazla resimsel işarete sahip bir yazı idi. Çin yazısı sağ üstten başlayıp yukarıdan aşağıya doğru yazılmaktaydı, bugün ise sağdan sola ya da solda sağa yazılmaktadır.” (Ganiz, 2004, s.19). Kavram yazı olarak da bilinen Çin yazısında işaretler soyutlanmış ve değişime uğramış olsalar da günümüzde halen kullanılmaktadır.

Resim yazı Mısırlılar’ın hiyerogliflerinden farklı da olsa günümüzde de tüm Dünya’da kullanılmaya devam etmektedir. Başta havaalanı, tren istasyonu gibi yönlendirme ve tanımlamaların çok dilli olması gereken yerlerde, herkes tarafından anlaşılması mümkün olan ve piktogram adı verilen resim yazılar bulunmaktadır.

1.2.3. Fonogramlar ve Alfabe

Fonogramlar seslerin sembolleridir. Dil farklılıklarına bağlı olarak değişiklikler gösterirler. Daha önce geliştirilen yazı sistemlerinde her işaret bir kelimeyi anlatırken M.Ö. 1400’lerde Fenikeliler’in geliştirdiği alfabede her işaret bir sesi temsil etmektedir. Özellikle deniz ticaretinde çok gelişmiş olan Fenikeliler, bu alfabeyi bu yolla yayma ve geliştirme şansını da yakalamışlardır. Geliştirdikleri ilk alfabe 22 harften oluşmaktadır. Bu alfabeyi

oluştururken resim yazılardan etkilenmişlerdir; örneğin, “A” sesi için “öküz anlamına gelen “aleph” kelimesinin resimsel simgesini, “B” sesi için “ev” anlamına gelen “beth” kelimesinin resimsel simgesini kullanmışlardır.



Şekil: 1.11, Fenike Alfabeti, MÖ. 1400

http://www.citrinitas.com/history_of_viscom/ alphabet.html, 04.10.2007

Yunanlılar’da Fenike alfabetini biraz değiştirerek kullanmışlardır. “Yunanlılar bu sistemin ticari anlaşmalarda kolaylık sağlamasından öte onun yardımıyla pek çok bilginin de muhafaza edilebileceğinin farkına varmışlardır.” (Okur, 2003, s.16). Yunanlılar zamanla “aleph” (A) sesini “alpha”ya, “beth” (B) sesini de “beta”ya dönüştürmüşler, bu iki harfin birleşmesiyle de “alfabe” kelimesini türetmişlerdir. Yunanlılar Fenikeliler’den aldıkları harfleri resimsel özelliklerinden arındırılmış, daha sembolik hale getirmişlerdir (Şekil, 1.11).



Şekil 1.12, Yunan Yazı Örneği, MÖ 5. Yüzyıl
http://www.citrinitas.com/history_of_viscom/alphabet.html, 06.10.2007

Romalılar ise Yunanlılar'ın Fenikeliler'den alarak değiştirdiği alfabeyi, daha da ileri götürerek bugünkü haline oldukça yaklaştırmışlardır. Romalılar bu alfabedeki on üç harfi (A, B, E, H, I, K, M, N, O, T, X, Y, Z) değiştirmemiş, sekiz harfi (C, D, G, L, P, R, S, V) değiştirmiş ve iki yeni harf (F, Q) ilave etmişlerdir.

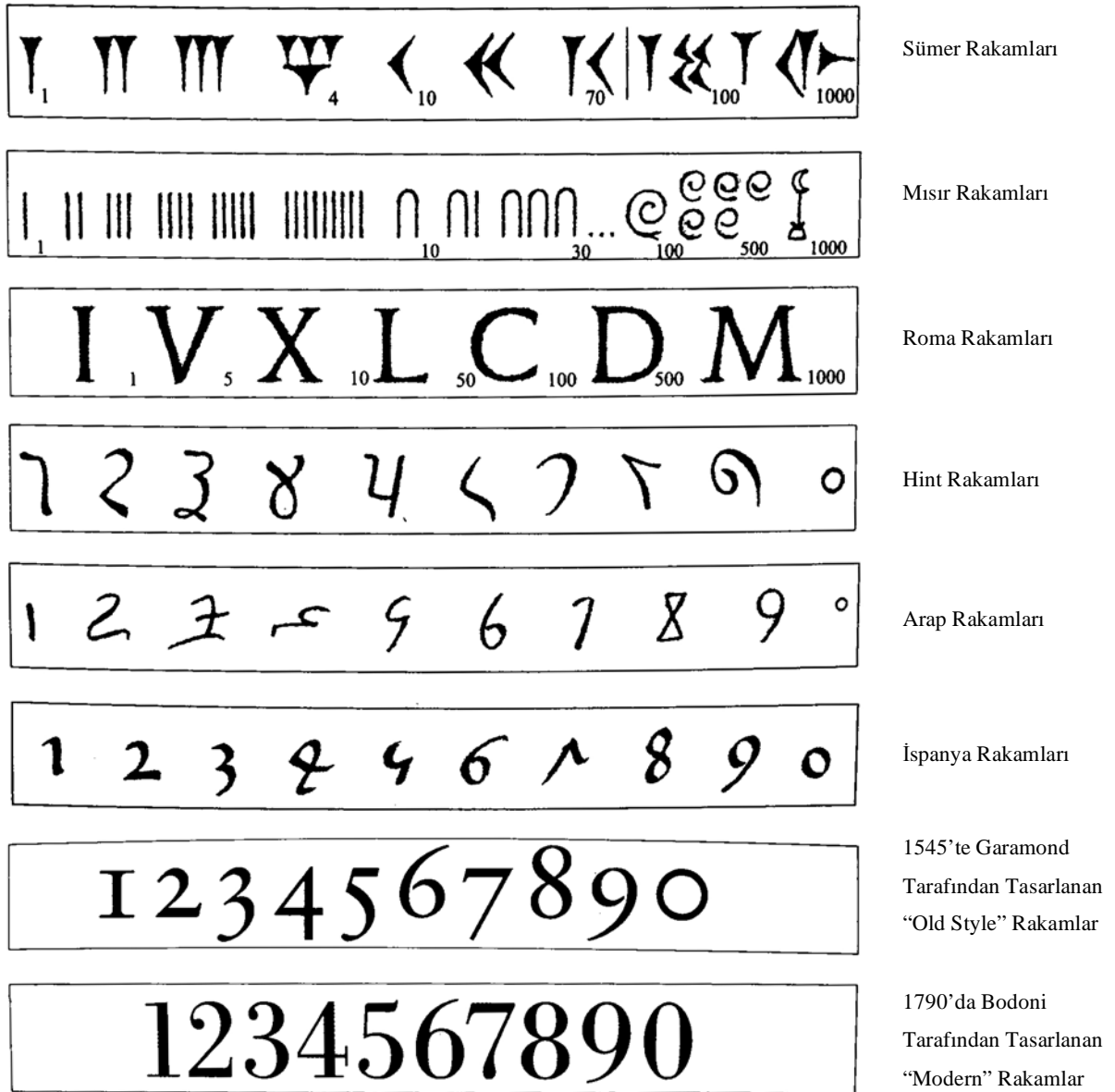


Şekil 1.13, Trajan Sütunu, Roma, İtalya, MS. 113
http://www.flickr.com/photo_zoom.gne?id=315098589&size=o, 04.10.2007

Fenike alfabesinden Roma yazısına geçiş süreci de bir hayli uzun olmuştur. Bu süreç içinde ilk başlarda resimsel özellikler taşıyan harfler, Roma Dönemi'nde resimsel özelliklerinden tamamen kopmuş ve sembollere dönüşmüşlerdir. Bir başka deyişle alfabeyi Fenikeliler'e, sesli harfleri Yunanlar'a yazı estetiğini ise Romalılar'a borçluyuz. Romalılar plan ve düzeni seven bir kültüre sahiptiler ve nasıl şehirlerini planladılarsa, harfleri de belirli ölçü ve oranlara kavuşturarak, ideal harf ölçüleri oluşturmaya çalışmışlardır. Bu alfabenin en güzel örneği olarak M.S. 113 yılında dikilen Trajan sütunun üzerindeki yazılar gösterilebilir.

Aynı yıllarda ünlü Fransız imparatoru Karolus'un hazırlattığı miniskül (küçük harf) karakterleri de tasarlanarak uygulamaya geçirilmiş ancak miniskül harflerin tam anlamıyla olgunlaşarak bugünkü halini alması ve kullanımının yaygınlaşması 12. yüzyıl ortalarında mümkün olabilmektedir.

Romalılar rakamlar için alfabede harf olarak bulunan karakterleri kullanmaktaydılar. Bugün kullandığımız rakamlar, Hintlilerin M.Ö. 500 yılında "0"ı bulup 10'luk sistemi tamamlamasıyla geliştirdikleri ve Araplar'ında M.S. II. yüzyılda benimseyerek kullandığı rakamlardır. Bu rakamlar 12. yüzyılda önce İspanya'ya, İspanyollar aracılığıyla da tüm Avrupa'ya yayılmıştır.



Şekil: 1.14, Rakamların Tarihsel ve Bölgesel Gelişimi

1.2.4. Kitabın Sanatı

Ortaçağ Avrupa'sı, insanoğlunun bilinen en karanlık dönemlerinden birisidir. Veba, salgın hastalıklar, korku, bilgisizlik Avrupa'yı sarmıştır. O koşullarda birçok insan doğduğu yerden hiç dışarı çıkamadan ölmektedir. Yaşamın bu derece zor olduğu dönemde, dünyanın gördüğü en iyi kitap tasarımcıları, manastırların kapalı ve soğuk yazı odalarında, gaz lambalarının altında, bugüne kadar görülmuş en görkemli kitap tasarımlarını yapmışlardır. İnsan ömrünün kısa olduğu bu dönemde, bir yazıcı ömrü boyunca iki-üç kitap yazıp bitirebilmektedir. Bu kitaplar illüstrasyonları, kenar ve baş harf (initial) süslemeleri ile oldukça gösterişli ve yapılması zaman gerektiren yapıtlardır.



Şekil: 1.15, El Yazması, İngiltere, MS. 12. Yüzyıl
http://www.citrinitas.com/history_of_viscom/book.html, 07.10.2007



Şekil: 1.16, Kelt Bezemesi, İrlanda, MS. 8. Yüzyıl
http://www.citrinitas.com/history_of_viscom/book.html, 05.10.2007

Bulunan en eski illüstrasyonlu (resimli) el yazması kitaplar M.S. 400-600'lü yıllara aittir ve başta İrlanda ile İtalya olmak üzere Avrupa'da üretilmiştir. Yaklaşık aynı dönemlerde Arap Yarımadası'nda, İslam'ın gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla birlikte, yine Fenike alfabesinden esinlenmiş olan Arap alfabesi gelişmeye başlamıştır. Arap alfabesinin ilk örneklerine M.S. 500-550 yıllarında rastlansa da İslam dininin hızlı gelişimi bu alfabeyi yaygınlaştırmıştır. M.S. 600 yılından itibaren Arapça yazılmış Kuran'da el yazmalarıyla çoğaltılmış ve yaygınlaşmıştır.



Şekil: 1.17, Ortaçağ Yazı Atölyesi (Scriptorium)
<http://www.citrinitas.com/history%5Fof%5Fviscom/book.html> (12.11.2007)

Önce parşömenin daha sonra da kağıdın bulunması yazı ve kitap çoğaltımı alanında büyük kolaylıklar sağlamıştır. Yine de kitaplar yalnız kiliselerde, kütüphanelerde ve zenginlerin kitaplılarında bulunabilmektedir. XI ve XII. yüzyıllarda din kitaplarının yanı sıra matematik, felsefe, edebiyat vb. kitaplarının yazılmaya ve çoğaltılmaya başlamasıyla yazıcılık ve kitap süslemeciliği oldukça çoğalmış ve bu meslek sahipleri önemli bir meslek gurubunu

oluşturmuşlardır. Zamanla kitap talebinin artması ve bilginin daha çok yayılması gereksinimi yazıcıların kitap çoğaltımında farklı arayışlara yönelmelerini gerektirmiştir.

1.2.5. Johannes Gutenberg ve Sonrası

Yazının mekanik yollarla çoğaltılması düşüncesi, eski zamanlardan beri olan bir düşünce olmasına karşın uzun bir süre uygulamaya geçirilememiştir. “Babililer tuğlalara yazı basabilmek için yazı kalıpları geliştirmişlerdi; Asurlular’da Mısırlılar gibi, mühür yüzükler kullanıyorlardı.” (Faulmann, 2001, s.201).

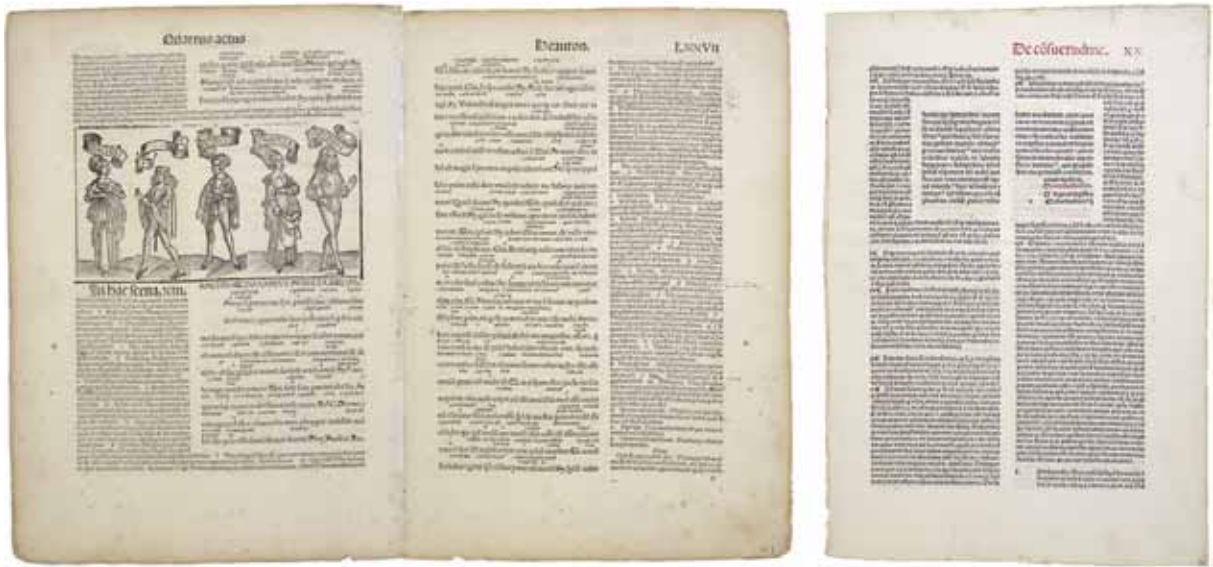
“Yazının mekanik olarak çoğaltılması fikrini ilk defa uygulayan Çinliler olmuştur. Çin’de 593 yılında, Kayser Wen-Tı zamanında tahta levha baskılar yapıldı ve bunlar 10. yüzyılda mükemmelliğe ulaştı.” (Faulmann, 2001, s.201). Ancak Çin’de de hareketli metal matbaa harflerinin kullanılmaya başlanması 1776 yılında mümkün olabilmiştir.



Şekil: 1.18, Hareketli Çin Harfleri
(Uçar, 2004, s.98)

Avrupa’da tahta levha baskı 14. yüzyılda Almanya’da kullanılmaya başlanmıştır. Çin’de her kelimenin bir işareti olduğu için kelimelerin tahta kalıbı yapılıyor, yan yana getiriliyordu. Kelimelerin arasındaki boşluklar ise çok önemli değildi. Latin alfabesinde ise harf aralıklarının (espas) az ya da çok olması okumayı zorlaştırıyor, anlamları

farklılaştırabiliyordu. Bu problemlerden dolayı Avrupa’da tüm sayfayı tek bir tahta kalıba oyarak basılması düşüncesi geliştirildi. Tüm sayfa tek kalıba oyuluyor, sayfalardaki illüstrasyonlar ise elle renklendiriliyordu. Sanat tarihçiler bulunan bu yönteme “incunabula” adını vermişlerdir. Ancak bu yöntemin bir dezavantajı bulunmaktaydı. Kalıplardaki çabuk aşınmalar yüksek tirajlara izin vermiyor ve defalarca kalıp hazırlanması gerekebiliyordu. Ayrıca kalıp hazırlanırken tek bir yerdeki hata tüm kalıbın çöpe atılmasını gerektiriyordu. Bu teknikle yapılmış bilinen en eski baskı; Aziz Cristoph’un ilahi çocukla birlikte gösterildiği betimlemedir.



Şekil: 1.19, Incunabula, 15. Yüzyıl Sonları, Almanya
<http://www.citrinitas.com/history%5Fof%5Fviscom/press.html> (12.11.2007)

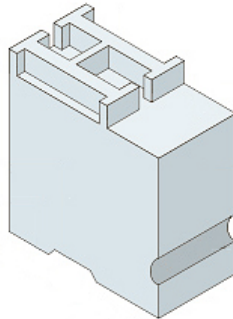
İncunabula’nın en önemli kitap ve harf tasarımcısı, daha çok ressam olarak tanınan, aynı zamanda yaşadığı Nürnberg kentinin en büyük matbaasının da sahibi olan Albrecht Dürer’dir. “Romalılar’dan bu yana Albrecht Dürer kadar yoğun bir biçimde harf tasarımı üzerinde duran kimse olmamıştı.” (İstek, s.72). Dürer, altın oranı harfler üzerinde uygulayarak harf formları üzerine çalışmalar yapmış, bunlarla ilgili kendi harf tasarımlarını içeren bir de kitap yayınlamıştır (Şekil 1.20). Dürer bu çalışmalarının sonucu olarak farklı kalıpların aynı kasmağa bağlanarak basılması düşüncesini geliştirmiş, yaptığı metal gravürleri tahta yazı kalıpları ile birleştirerek aynı sayfa üstüne basabilmiştir. Dürer’in bu buluşu daha sonraları hareketli metal harfler kullanılarak basılacak olan sayfalarda da kullanılacak, gravürlerle zenginleştirilmiş sayfa tasarımları litografi baskı tekniğinin bulunmasına kadar uygulanan bir yöntem olacaktır.



Şekil: 1.20, (Unterweysung der Messung), Albrecht Dürer, 1532-1538
<http://www.citrinitas.com/history%5Fof%5Fviscom/press.html>

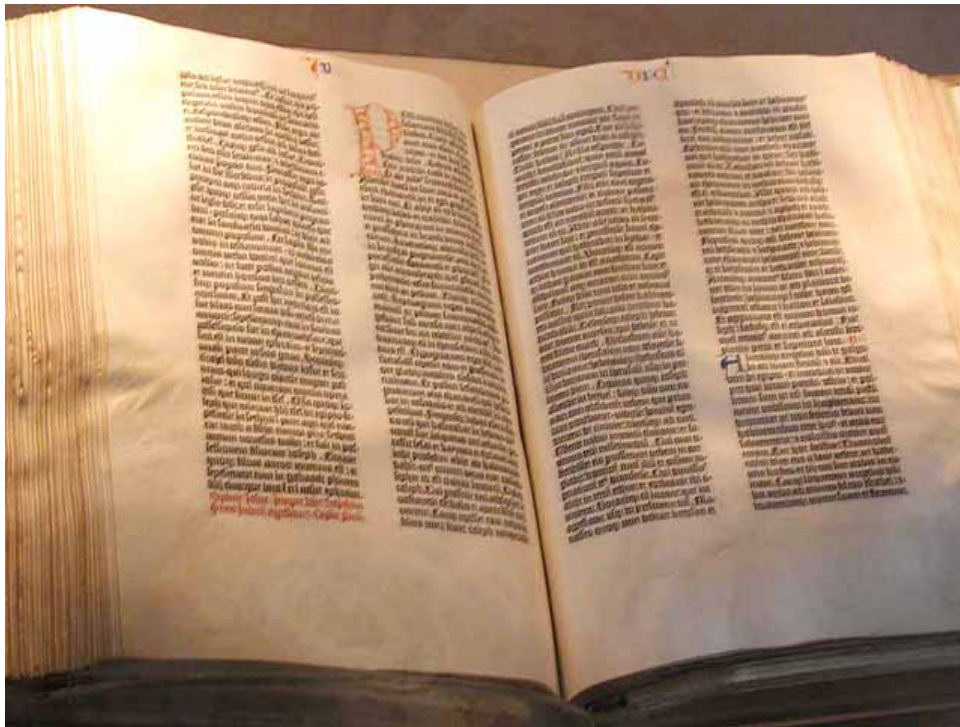
16. yüzyıl Avrupası'ndaki toplumsal, siyasal ve ekonomik değişim süreci kitap ihtiyacını daha da arttırmakta, bu süreçte kitap basımcılar da yeni arayışlar içerisine girmektedirler. "Mainz'in ileri gelenlerinden Johannes Gensfleisch Zum Gutenberg, el kuvvetiyle sadece tek taraflı basılabilen sayfaları çift taraflı da basabilmek için 1434-1443 yıllarında Strassburg'da vidalı presi icat etti." (Faulmann, 2001, s.201).

Tüm sayfayı tek kalıpla basma tekniğinin ardından, önce kalıplar kelimelere ayrılmış ve her kalıp bir kelimedenden oluşmuştur. Daha sonraları ise her harf için bir kalıp hazırlanmıştır. Ancak harf kalıpları ahşaptan oluşmaktadır ve ahşap harfler birkaç basımdan sonra özelliklerini ve kalitelerini yitirmektedirler. Ahşaptan hazırlanan kalıplar, dayanıksızlıklarının yanı sıra harf formlarını oymanın zorluğu da bu tekniğin dezavantajlarıdır.



Şekil: 1.21, Hareketli Metal Harf Kalıbı (Hurufat)

Gutenberg 1445 yılında Mainz'a geri döndüğünde tahtadan kesip birleştirdiği harfler yerine hareketli metal harfler geliştirmeyi düşünmüştür. Bu yatırım gerektiren deneme için zengin bir Mainz'lı olan Johann Fust'un desteğini alan Gutenberg 1452 de, 42 satırlık İncil'i kendi döktüğü metal harflerle basmıştır. Her harfin metal kalıbını oluşturan Gutenberg harf arası boşluk (espas) sorunu olan bazı harfleri birleştirerek kelime ya da hece olarak kalıbını almış ve basmıştır.



Şekil: 1.22, Gutenberg İncili, Mainz, Almanya,1455
<http://www.citrinitas.com/history%5Fof%5Fviscom/press.html>

Matbaanın ilk yıllarında yalnızca yazılı metinler basılabiliyordu. İnsiyallerin yerleri boş bırakılıp, sonradan kaligraflarla elde işleniyordu. İllüstrasyonlar ise Dürer'in tekniğiyle, gravür ya da ağaç baskı ile basılarak ekleniyordu. Hareketli metal harflerle basılan ilk İncil'ler el yazması gibi satılmıştır. Gerçek daha sonra ortaya çıkmış, matbaacılar matbaa harflerini daha da ideal hale getirmiş, el yazmalarıyla rekabet etmişlerdir. Antimon ve kurşun karışımından imal edilen metal harflerin kolayca aşınmaması, baskı tirajlarını o günler için çok yüksek sayılabilecek rakamlara ulaştırmıştır. Buna karşın; yazıları yatay satırlar üzerinde yazmak ve genellikle aynı harf büyüklüğü kullanmak neredeyse bir zorunluluktur. "Ortaçağın ve erken rönesansın teshipli kitaplarının artık gerçekten sonu gelmişti ve kitap tasarımcıları,

yaptıklarını yepyeni norm ve sistemlere oturtacaklardı. Artık büyük tipografi ustalarının çağı gelmişti.” (İstek, 2004, s.72).

16. yüzyıldan itibaren, matbaacılık yeni bir iş kolu haline gelmiş, matbaacılar yalnız basım ile değil aynı zamanda harf tasarımlarıyla da ilgilenmişlerdir. Matbaa Kuzey Avrupa’da bulunmasına karşın, 16. yüzyılda gelişimini İtalya’da sürdürmüştür. Rönesans’ın etkilerini en yakından hissedilen İtalya’da okuma yazma oranı ile birlikte kitaba olan ilgi de artmış, kaligrafi dersleri almak halk arasında moda olmuştur. Bu durum İtalya’da eski gotik karakterlerin kullanımını azaltmış yeni “Kursiv” ya da bugünkü adıyla “İtalik” yazıyı doğurmuştur. Günümüzde kullandığımız İtalik sözcüğü de bu karakterin İtalya’da doğmuş olmasındandır. Bu dönemde İtalya yazı ve kitap tasarımına, Venedikli büyük basımcı ve harf tasarımcısı Aldus Manitiyus’u armağan etmiştir. Aldus, birçok önemli kitabın basımını yapmıştır. Günümüzde de “Bembo” olarak bilinen ve kullanılan yazı karakterini tasarlamış, aynı zamanda italik (eğik) yazıyı matbaada kullanan ilk kişi olmuştur.

16. yüzyılda İtalya’nın başını çektiği kitap tasarım ve basımcılığı, 17. yüzyılda Fransa’ya kaymıştır. Özellikle dönemin Fransız Kralı 14. Louis’in matbaaya olan ilgisi bu sonuçta etkili olmuştur. Paris doğumlu Claude Garamond, yalnız yaptığı harf tasarımlarını ve kesimlerini satarak geçimini sağlayan ilk iş adamı olmuş, Fransa’da “Roman karakterlerin de benimsenmesinde öncü rol oynamıştır. Erken yaşta ölen Garamond’un tasarladığı harf karakterlerini sonraları dul kalan eşi satarak daha da yaygınlaşmalarını sağlamıştır. Fransa’da yazı ve kitap tasarımı için önemli bir diğer ünlü aile de matbaacı Didot ailesidir. 19. yüzyıla kadar kitap ve harf tasarımında çığır üzerine çığır açan bu aile en önemli tipografını 17. yüzyılda yetiştirmiştir. Firmin Didot, roman karakterleri yeniden yorumlayarak modern karakterlere yaklaştıran ve harf tasarımını daha estetik niteliklere kavuşturan bir tasarımcı olmuştur. “Ancak İtalya belki de bütün zamanların en büyük tipografını, Giambattista Bodoni’yi 17. yüzyılda yetiştirdi.” (İstek, s.73). Giambattista Bodoni günümüzde “Modern” adıyla anılan yazı formlarını tasarlayan ve olgunlaştıran tasarımcıdır. Bodoni harf karakterlerinin yanı sıra Arapça’dan İspanya aracılığıyla gelen rakamları da tek bir satır üzerine oturtmuş ve günümüzde kullandığımız şekilde tasarlamıştır.

Hareketli metal harflerin yanında matbaanın ve basımcılığın gelişmesindeki bir diğer etken ise 16. yüzyılda Çin’den ithal edilmeye başlayan, 17. yüzyılla birlikte Avrupa’da selülozik hammaddeyle üretimine başlanan kağıttır. Parşömene göre daha ekonomik, basıma uygun ve kullanışlı olan kağıt sayesinde sayfalar beyazlaşmış, yazı alanları küçülmüş, satır

araları genişlemiştir. 17. ve 18. yüzyıllar insanlığa felsefe, demokrasi, bilimsel çalışmalar gibi pek çok şey armağan etmiş, basım dünyasına ise “litografi” tekniğini sunmuştur. Bu yıllarda tasarımcılar tipo baskının renksiz ve kısıtlayıcı olanaklarından kurtulmuş, dört renkli baskı yöntemiyle daha özgür tasarımlar yapabilmeye başlamışlardır. 19. yüzyılda buhar makinesinin bulunuşuyla birlikte hızla makineleşen matbaalar, yüksek tirajlara ulaşmaya başlamışlardır. Ancak bu hızlı üretim süreci, seri üretimin diğer alanlarında olduğu gibi, matbaa ve grafik tasarım ürünlerinde de estetik bir özensizliği beraberinde getirmiştir.

1.2.6. Sınırların Kaldırılması ve Özgürlüğüne Kavuşan Harfler

İnsanoğlu tarih boyunca birçok kez kitle iletişim gereksinimi için grafik tasarıma başvurmuştur. Ancak “grafik tasarımın günümüzde tarif edildiği gibi bilinçli bir tasarım kültürüne dönüşmesi 19. yüzyıl sonu ve 20. yüzyıl başında oluşan sanat hareketleriyle mümkün olmuştur. 19. yüzyıl sonunda meydana gelen Endüstri Devrimi’nin getirdiği teknolojik gelişme, mevcut toplumsal yaşamda büyük bunalımlara yol açmış, makine çağı el sanatlarının sosyal işlevini dışlamış, seri imalat ürünü niteliksiz ürünler ortama hakim olmuş, estetik el işi ürünlerle estetik açıdan niteliksiz makine ürünü arasında maliyet açısından bir uçurum oluşmuştur. Tasarım kavramının bugünkü anlamda kabul edilmesi, söz konusu soruna bir çözüm bulmak üzere, insanın doğal çevresiyle olan eski bütünlüğünü yeniden kurma çabalarının bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır.” (Rana, Beykan, 1997, s.702). Bu süreçte, işlev ve estetiğin bütünleştirilmesi ve beraber kullanılması gereği ortaya çıkmıştır. İlk makine ürünleri estetikten oldukça yoksundurlar. Seri üretim ürünlerde estetiğe önem verilmemiş, yalnızca üretim kolaylığı ve işlev önemsenmiş, el sanatlarının estetik güzelliğine ve ustalığına da ulaşamamıştır. Bazı sanatçı ve düşünürler el sanatları ile makine ürünlerinin arasındaki bu farklılıkları irdelemiş, farklı çözüm önerileri sunmuşlardır. “Bu arayış içinde bazı sanatçılar tarihselci bir tutumla ortaçağ anlayışına yönelerek sanat ve el sanatları birliğini yeniden kurmayı denemiş, bazıları da geleneksel tutuma karşı çıkıp yeniliği savunarak estetikle işlevi birleştirmiştir.” (Rana, Beykan, 1997, s.702). Bu hareketler “tasarım” kavramını doğurmuştur. Bu bağlamda teknolojinin gelişmesi, endüstriyel üretimin ve baskı teknolojilerinin yaygınlaşması, malzemenin ucuza maledilebilmesi İletişim Çağı’nı açmış; çağdaş grafik tasarımın gelişmesi için ortam hazırlamıştır. Modern sanat hareketlerinin de ilk tohumlarının atıldığı bu dönemden başlamak üzere grafik tasarım, görsel yolla kurulan kitle iletişim en önemli ögesi olmuştur.

1.2.6.1. Arts and Crafts

Sanatlar ve el sanatları anlamına gelen Arts and Crafts hareketi, 19. yüzyıl sonlarında (1850-1910) Endüstri Devrimi'nin sosyal, ahlaksal ve sanatsal karmaşasına karşı doğmuştur. Arts and Crafts hareketinin fikir babası olan William Morris, Victoria döneminin ucuz ve kötü seri üretim mallarının niteliksizliğini vurgulayarak el sanatlarına dönüşü ve tasarımın gerekliliğini savunmuştur. Morris bu hareket için, Ruskin'in düşüncelerini ilham kaynağı olarak almıştır. Aynı zamanda Morris, Orta Çağ'da üretilmiş olan harf ve kitap tasarımlarını incelemiş, yeni çalışmalar ortaya koymuştur. Gotik harflerden esinlendiği Golden, Troy ve Chaucer harf karakterlerini tasarlamıştır. Avrupa ve Amerika'da da benzer tasarımların gerçekleşmesiyle, yazı karakterlerinin çoğalması sağlanmıştır. Morris kendi kurduğu yayınevi Kelmscott'ta el yapımı kağıtlar üzerine el tezgahlarında baskılar yapmış, yine elde oyduğu ahşap kalıplarla insiyal (baş harf) ve bordürler basmıştır. Bu kitapların en ünlüsü "The Works of Geoffrey Chaucer"dir. (1896; Geoffrey Chaucer'in İşleri) (Şekil: 1.23).

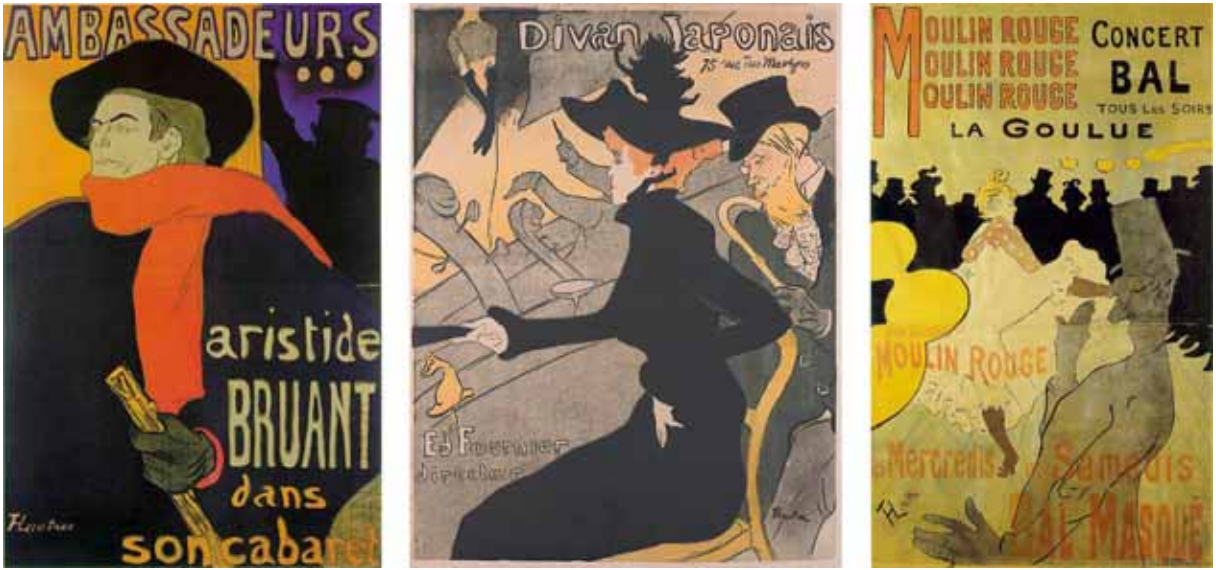


Şekil: 1.23, "The Works of Geoffrey Chaucer", 1896

Aynı zamanda bir sanat eleştirmeni de olan Morris'in el sanatlarına ve malzemenin kullanımına verdiği önem daha sonra Modernizm ve Bauhaus Okulu tarafından da benimsenecek; uygulamalı sanatların da güzel sanatlarla aynı değerde görülmesine yol açacaktır. Böylece gündelik eşya ve kültürün tasarımını kendine meslek edinen sanatçı-tasarımcı tipinin ortaya çıkmasını sağlayacaktır.

1.2.6.2. Art Nouveau

Art Nouveau akımı yaklaşık olarak 1890-1910 yılları arası sürmüştü ve tüm tasarım dallarını etkilemiştir. Çiçek motifleri, organik, akıcı yuvarlak çizgi ve formların egemen olduğu dekoratif bir biçemdir. Ülkelere göre farklılıklar gösterse de, temelinde karşı çıkmayı ve değiştirmeyi hedefleyen bir tasarım devrimidir. Art Nouveau'nun esin kaynakları; Rokoko, Kelt Bezemeleri, Arts and Crafts hareketi ve Japon dekoratif tasarımları ile ağaç baskılarıdır. "Tasarımda, historisizm (tarihselcilik) –geçmişteki sanat ve tasarımları örnek alma- olarak nitelenen geleneksel tavıra karşı çıkarak, yeniliği savunan Art Nouveau, modern hareketin ilk evresini başlatmıştır." (Bektaş, 1992, s.18). Ticari baskı yöntemlerinin gelişmesiyle orantılı olarak Art Nouveau sanatçıları kitlesel iletişimin görsel niteliğini de büyük oranda yükseltmişlerdir.



Şekil: 1.24, Afiş Tasarımları, Henri de Toulouse Lautrec

Fransa'da Art Nouveau'nun; özellikle de afiş sanatının gelişmesine katkıda bulunmuş ve öncülük etmiş başlıca sanatçılar; Jules Chéret, Eugéne Samuel Grasset, Henri de Toulouse Lautrec ve Alfons Mucha'dır. Chéret afişlerinde, Parislilerin yaşama sevincini ve büyük kentin atmosferini yansıtırken, Grasset, tarihselci bir yaklaşımla Orta Çağ ve Egzotik Doğu Sanatı'na duyduğu eğilimi yapıtlarına taşımış; afişin babası kabul edilen Lautrec ise, keskin gözlem gücüyle Paris'in gece yaşamının perde arkasını, derinlemesine insan manzaraları çizerek yansıtmıştır. Lautrec'in afişleri, afiş tasarımının ölçütleri haline gelmiş; o güne kadar

hiçbir tasarımcı yazı ile resmi bir bütün olarak kullanabilme konusunda Lautrec kadar başarılı olamamıştır (Şekil: 1.24). Dönemin ünlü sanatçılarından Çek asıllı Alfons Mucha 1895-1900 arasında Art Nouveau'ya en geniş kapsamlı ifadesini kazandırmış, Moravya halk sanatı ve Bizans mozaiklerinden izler taşıyan çalışmalarıyla ayrı bir biçem oluşturmuştur. (Şekil: 1.25) (Rana, Beykan, 1997, s.703).



Şekil: 1.25, Afiş Tasarımları, Alfons Mucha

İngiltere’de Art Nouveau akımı özellikle grafik ve illüstrasyon alanlarında etkili olmuştur. Ön-Rafaelocular ve Aubrey Beardsley Art Nouveau’nun İngiltere’deki öncüleri olmuştur. Beardsley daha sonra Art Nouveau’nun başyapıtı olarak nitelendirilecek olan Thomas Malory’nin Le Morte Darthur (Arthur’un Ölümü) adlı kitabının resimlemelerini de yapmıştır. Bu resimlemeler 1893’te tüm Avrupa’da okunan “The Studio” adlı derginin ilk sayısında yayımlanmış, mevcut sanat ortamını büyük oranda etkilemiştir. “Beardsley’den etkilenen ve Dört Mac’ler (The Four Macs) olarak adlandırılan Mackintosh, Herbert Mc Nair, Margaret ve Frances Macdonald’ın oluşturduğu bir grup İskoçyalı tasarımcı ise Glasgow Okulu’nu kurarak Avrupa’da, özellikle Avusturya’da büyük beğeni uyandırıp etkili olmuşlar; ince uzun dikdörtgenlere karşıt olarak ovaler, daireler ve yaylar kullanarak karakteristik bir görsel üslup yaratmışlardır.” (Rana, Beykan, 1997, s.703).

İngiltere ve Paris'te eğitim gören sanatçıların göç etmesiyle birlikte, Art Nouveau Amerika'da yaygınlık kazanmış ve üslubu ülkede uygulayan en önemli grafik tasarımcı Will Bradley olmuştur. Bradley; Morris, Beartsley ve Fransız tasarımcı Chéret'ten etkilenerek afiş, illüstrasyon, kitap tasarımı ve basımı ile yazı karakteri tasarımı gibi konularda ürünler vermiştir.

Art Nouveau Almanya'da Jugendstil adını almıştır. İngiltere ile Fransa'nın etkisinde kalmasına karşın, geleneksel akademik sanatla bağlarını da koparmamıştır. Bu dönemde Almanya'da stile adını da vermiş olan Jugent dergisi Avant Garde sanatçılarının grafik ve illüstrasyon çalışmalarına genel bir bakış getirmiştir. Bu dönemde Almanya'daki önemli grafik tasarımcılar ise Ludwig Hohlwein, Lucien Bernhard, Julius Gipkens, Hans Rudi Erdt, Thomas Theodor Heine ve Peter Behrens'tir. Behrens'in AEG (Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft) için mimari-ürün ve grafik tasarımlarını ilk kez ortak bir görsel kimlik yaratarak oluşturması, "*kurumsal kimliğin babası*" unvanını almasını sağlamıştır.

20. yüzyıl başlarında iki dünya savaşı ile Avrupa'da yaşanan sosyal, politik, bilimsel, kültürel ve ekonomik alanda ki büyük bunalım ve kırılmalar, insanların evreni ve doğası konusundaki mevcut düşünceleri değiştirmiş, daha somut ve farklı bir dünya yaratmıştır. Avrupa'nın yozlaşmış gelenek ve kuramlarına karşı çıkan sanat akımları bu süreçte ortaya çıkmış, mevcut sanat ve tasarım ortamını da tamamen değiştirmiş, "endüstriyel bir dünya için yeni bir dünya görüşü yaratmıştır." (Rana, Beykan, 1997, s.703). Bu dönemde oluşan Kübizm, Fütürizm, Dadaizm, Sürrealizm, De Stijl, Konstrüktivizm akımları grafik dilini ve çağımız görsel iletişimini doğrudan etkileyen akımlar olmuştur.

1.2.6.3. Kübizm

Resim sanatında 400 yıllık geleneği yıkan Kübizm, doğadan bağımsız bir tasarım kavramı ve görme biçimi başlatmıştır. Akımın önde gelen sanatçısı Pablo Picasso'nun resimde kolaj tekniğini kullanması 20. yüzyıl çağdaş grafik tasarımının gelişmesine büyük katkılar sağlamıştır. "Kübist ressamlardan Léger'in küre ve koni gibi geometrik elemanları daha da abartarak insan figürünü de renkli kalın boru biçimleriyle betimleyip, figür ve nesnelere pigtografik bir tarzda stilize etmesi, 1920'lerin afiş tasarımcıları için esin kaynağı olmuştur." (Rana, Beykan, 1997, s.704).

1.2.6.4. Fütürizm

Fütürizm savaşın heyecanını, makine çağını, hızı, modern yaşamı ve devrimi savunan, burjuvazinin gelenek ve ahlak anlayışına karşı çıkan devrimci bir sanat hareketidir. İlk başlarda bir edebiyat hareketi olarak başlamış olsa da, kısa bir süre içerisinde görsel sanatçılar tarafından da benimsenmiş ve uygulanmıştır. “İtalyan şair Marinetti, klasik geleneğe karşı çıkarak şiirdeki tüm edebi kuralları yıkıp tipografik bir devrim gerçekleştirmiş; tipografik elemanları sözel ifadenin görsel simgeleri dışında, kavramları ifade etmek için görsel elemanlar olarak kullanmıştır. Böylece “serbest tipografi” ve “özgürlüğüne kavuşan sözcükler” adları altında basılı sayfada yeni ve resimsel nitelikli tipografik bir tasarım doğmuştur. Stéphane Mallarmé’in “Un Coup de dés jamais n’abolira le hasart” (Zorla Şans Dönmeyecek) ve Apollinaire’in “Calligrammes” (Kaligramlar) adlı şiir kitapları gibi Fütürist şairlerin ürünleri tipografik alanda günümüze kadar etkileri sürecektir olan yeni bir görsel anlatım dili yaratmıştır.” (Bektaş, 1992, s.42-44).



Şekil: 1.26, Şiir Kitabı, Marinetti

1.2.6.5. Dadaizm

I. Dünya Savaşı’ndaki katliamlara ve savaşa duyulan nefretten doğan Dadaizm, Avrupa’nın yozlaşmış toplumunu, şok etkisi yaratacak yöntemlerle alaya almış, toplumun mevcut gelenek, din ve sanat gibi değerlerini protesto etmiştir. Dadaizm’e göre doğanın anlamı yoktur, öyleyse sanatta da anlam olmamalıdır. Dadacılar, her türlü sisteme, düzene hatta sanata karşı olmalarına karşın, çalışmalarını aracılığı ile Fütürizm’in görsel belleğini zenginleştirmişlerdir. Dadacılar rastlantı ile akılcı davranışı birlikte kullanmış, yeni bir görsel

anlatım dili oluşturmuşlardır. Bu yaklaşımlarla tipografi geleneksel kısıtlamalarından kurtulmuş, harf biçimleri birer imge olarak ta kullanılmaya başlanmıştır. Bu alanda; Tristan Tzara ve Raoul Hausmann gibi sanatçılar, tipografik malzeme ve görsel işaretlerle kolajlar yaparak gerilim-kontrast alanları oluşturan tipografiler gerçekleştirmişlerdir. Dada akımının her şeyi inkar eden yaklaşımı farklı ve güçlü iletişim yöntemleri yaratmış, kolaj ve fotomontaj tekniklerinin uygulamasında farklı örneklerin doğmasını sağlamıştır. “Hannah Hoch, Schwitters, Grosz ve kolajı politik anlamda kullanan John Heartfield örnek yapıtlar ortaya koyarak grafik tasarıma bu yönde öncülük etmişlerdir. Yarattığı yeni anlatım diliyle Dadacılık grafik tasarımın çağdaş anlatım dilinin oluşmasında kilometre taşı sayılan sanat hareketlerinden biri olmuştur.” (Rana, Beykan, 1997 s.704).

1.2.6.6. Konstrüktivizm

1910 – 1920 yıllarında Rusya’da sanat alanında yaşanan parlak dönem 20. yüzyıl tasarım ve tipografisini oldukça etkilemiştir. Kübist ve Fütürist düşüncelerden etkilenen Rus sanatçılar, Kübik-Gelecekçilik adıyla birleşmiş, daha sonra Maleviç, saf renkler ve temel geometrik biçimlerden oluşan bir resim üslubu olan Suprematizm’i (Nesnesizlik) oluşturmuştur.



Şekil: 1.27, Grafik Tasarım Çalışmaları, Rotçenko

Rusya’da değişen siyasi gelişmeler, sanatçıların komünist devlette kendi konumlarını sorgulamalarına yol açmış ve aralarında derin bir ideolojik ayrılığı doğurmuştur. Maleviç ve Kandinsky gibi sanatçılar, sanatın tinsel bir etkinlik olarak kalması gerektiğini savunmuşlardır. Tatlin ve Rotçenko önderliğindeki yaklaşık yirmi beş sanatçı ise “sanat için sanat”ı reddetmiş, endüstriyel tasarım, grafik tasarım ve uygulamalı sanatlara yönelmişlerdir. Yeni bir yapılanmaya katkıda bulunan bu sanatçılar kendilerini “Konstrüktivist” (inşaa eden, inşaacı, yapıcı, yapısalıcı) olarak adlandırmış, özellikle afiş üretmeye önem vermişlerdir. Bu görüşü paylaşan sanatçılardan Aleksey Gan “Konstrüktivizm” (1922) adlı kitabı kaleme alarak Konstrüktivist ideolojiyi ilk kez formüle etme girişiminde bulunmuştur. Gan, Konstrüktivizm’in üç ana ilkesini, mimarlık, doku ve konstrüksiyon olarak belirlemiştir. Mimarlık, komünist ideolojinin görsel biçimle bütünleşmesini; doku, malzemenin doğasını ve endüstriyel üretimde nasıl kullandıklarını; Konstrüksiyon ise, yaratıcı süreci simgeleyerek görsel örgütlenmenin kurallarını araştırmaktadır. (Bektaş, 1992, s.158-159).

Konstrüktivizm’i en iyi anlayan ve uygulayan sanatçı, ressam, mimar ve grafik tasarımcı El Lissitzky olmuştur. Vitebsk Sanat Okulu’nun başkanlığını yapan sanatçı, büyük ölçüde aynı okulda ders verdiği Maleviç’ten etkilenerek “Proun” (**pro**ekti **ustanovleniya novogo** / yeniyi oluşturmak için projeler) adını verdiği bir dizi gerçekleştirmiştir. Maleviç tamamen yüzeysel ve iki boyutlu planlar kullanırken; Lissitzky “Proun” dizisinde üç boyutlu yarımsamalar kullanmış ve çalışmalarını “resimle mimarlık arasında kurduğu bir bağlantı” olarak tanımlamıştır. 1920’de Resimledięi “A suprematist tale of Two Squares in Six Episodes” (İki Karenin Altı Bölümlü Süprematist Öyküsü) adlı kitap ve daha sonra tasarladığı “Beyazları Kırmızı Kamayla Vurun” adlı afiş, Süprematizm’in ve Proun çalışmalarının grafik tasarıma uygulanmasının en başarılı örneklerini oluşturmuştur. “1923’te şair Vladimir Mayakovsky’nin “For the Voice” (Yüksek Sesle Okunmak Üzere) adlı şiir kitabı için yaptığı tasarım, yalnızca tipografik elemanlarla düzenlediği ve bu elemanları bir yandan soyut görsel kompozisyonlar olarak ele alırken, öte yandan iletişimsel işleve cevap vermek üzere kullandığı iki anlamlı anlatım sunar. Lissitzky, karmaşık iletişim mesajları için de, montaj ve fotomontaj tekniklerine başvurmuş; afişlerde, sayfa ve kapak düzenlemelerinde, baskı öğelerinden kompozisyon yaparak fotografik görüntüleri kurgu malzemesi olarak kullanmıştır. Almanya’nın, Rus Devrimi ve savaş sonrası ortamında, doğulu ve batılı ilerici düşüncelerin buluşma noktası olması nedeniyle, sergiden sonra (1921) Lissitzky Berlin’e yerleşmiştir. Burada De Stijl ve Bauhaus Sanatçıları kadar, Dadacı ve öteki Konstrüktivistler’le de ilişki kurarak, Almanlar’ın mükemmel varan baskı olanaklarının da katkısıyla, tipografi konusundaki düşüncelerini kısa zamanda geliştirmiştir. El Lissitzky

Süprematizm ve Konstrüktivizm düşüncelerinin Batı Avrupa'ya taşınmasında başlıca kaynak olmuştur. Birçok yayında hem yayın yönetmeni, hem de tasarımcı olarak görev alması, geniş kitleleri etkilemesine olanak vermiştir. (Rana, Beykan, 1997 s.705).

Konstrüktivizm'in diğer bir önemli tasarımcısı ise Rodçenko'dur. Rodçenko özellikle tipografi, montaj ve fotoğraflarla yaptığı tasarımlar ile öncü olmuştur. Tasarımlarında geometrik güçlü konstrüksiyonlar, saf renklere oluşan geniş lekeler, okunaklı yazılar kullanmış, kendi yarattığı ağır sanserif (tırnaksız) el yazıları, daha sonra Rusya'da kullanılan yazı karakterlerine esin kaynağı olmuştur.

1922'den başlayarak Sovyetler Birliği'nin "Toplumsal Gerçekçi Resim Sanatı"ni özendirme kararı alması ve bu ilerici sanatçıları kapitalist kozmopolitizmle suçlaması Konstrüktivizm'in Rusya'da gelişme şansını ortadan kaldırmış, daha sonra Batı'da gelişmeye devam etmesine neden olmuştur.

1.2.6.7. De Stijl

1917'de Hollanda'da yeni bir tasarım dili yaratmak isteyen Van Doesburg, Montrean, Out ve ressam Bart Van der Leck, De Stijl grubunu kurmuşlar ve aynı yıl De Stijl dergisini çıkarmaya başlamışlardır. Bu sanatçılar; teknolojiyi, toplumsal ve insani değerleri, birleştirmeyi amaçlamışlardır. Tipografi alanında Van Doesburg ve Huszár yuvarlak hatlı çizgi ve formlardan kaçınarak, sanserif (tırnaksız) harf karakteri kullanmışlardır. Bu harf karakterleri daha çok dikdörtgenlerin birleşmesinden oluşmuş, sayfa düzenleri ise grid (ızgara) üzerine asimetrik kompozisyonlardan meydana gelmiştir. Bu grubun üyeleri, siyahla yarışabilir güce sahip bir renk olması nedeniyle siyahın yanında ikinci renk olarak kırmızıyı kullanmışlardır. De Stijl hareketi; önderi Van Doesburg'un 1931'de erken ölümüyle birlikte son bulmuş olsa da 20. yüzyılda yalın karakterli görsel dile ulaşma çabaları devam etmiştir. De Stijl hareketinin günümüz grafik tasarımına en büyük katkısı bu geometrik duyarlılığın ve grid sisteminin sayfa düzenlemelerinde günümüzde de kullanılıyor olmasıdır.

1.2.6.8. Bauhaus

“Weimar Uygulamalı Sanatlar Okulu’nun I. Dünya Savaşı’ndan sonra başına geçen Gropius yeni bir eğitim biçimi başlatmak üzere okulun adını Devlet Bauhaus Okulu (Das Staatliche Bauhaus) olarak değiştirdikten sonra, burada sanatçı, mimar, zanaatçı ve endüstri arasındaki bağları yeniden kurmayı ve böylece sanatla endüstriyi birleştirmeyi amaçlamıştır.” (Rana, Beykan, 1997, s.706). 1920 yılında ressam Klee ve 1922 yılında Kandinsky’nin eğitime katılmaları ile birlikte Bauhaus; biçim, renk ve mekan konusunda tasarıma ilerici açılımlar getirmiştir. Klee, modern resmi ilkel kültürler ve çocuk resimleri üslubunda çalışarak, görsel iletişim unsurları ve simgeler yaratırken, Kandinsky ise renk ve biçim konusunda bağımsızlık inancıyla resimlerini motif ve figürlerden arındırmış, daha sonra ise geometrik biçimlere dönmüş, bir kompozisyon kuramı geliştirerek, planimetrik biçim öğelerini içeren bir de sözlük hazırlamıştır. “1919’da De Stijl’le tanışan Bauhaus öğretmenlerinden Feininger, Bauhaus ile De Stijl’in benzer amaçlarını görerek Bauhaus topluluğunu bu hareket konusunda bilgilendirmiştir. Bu hareketin kurucusu olan Van Doesburg okulun bazı eğitim ilkelerine ters düşmesi nedeniyle her ne kadar Bauhaus’ta ders vermesine izin verilmediyse de, De Stijl özellikle mobilya ve tipografi konusunda Bauhaus’u büyük oranda etkilemiştir.” (Rana, Beykan, 1997, s.706). 1923’te temel sanat eğitimi öğretmeni Itten’in okuldan ayrılmasıyla birlikte; Bauhaus Uygulamalı Sanatlar Okulu, sanat ve teknoloji/makine birliğinin daha çok savunulduğu bir anlayışa doğru ilerlemiştir.



Şekil: 1.28, Bauhaus Okulu Tipografi ve Afiş Çalışmaları

Itten'in yerini alan Moholy-Nagy, çok yönlü sanatçı kişiliğiyle resim, fotoğraf, film, heykel ve grafik tasarım dallarında yeni anlatım olanaklarını araştırmış; Bauhaus'ta öğretimin ve tasarımın gelişmesinde büyük katkıları olmuştur. Çalışmalarında tipografi ve fotoğrafı birleştirmiş, bu çalışmalar görsel iletişime olan ilgiyi de arttırmıştır. İletişim dilinin estetik değerlerden arınması ve tam bir açık seçiklik içinde olması gerektiğini savunan Moholy-Nagy, grafik tasarımın ve özellikle afişin typo-foto'ya doğru ilerlediğini görmüş, yazı ve fotoğrafın görsel bütünleşmesini ve mesajı iletme gücünü "yeni görsel yazın" olarak adlandırmıştır. Moholy-Nagy, tasarımın esasta uygulama sürecinde değil; tasarlama sürecinde aranması gerektiğini düşünerek, uygulamanın bir başkası tarafından yapılmasını daha uygun olduğunu savunmuş; bu çalışma şeklini ilk uygulayan kişi olmuştur.

Sonraki yıllarda, Thuringen eyalet yöneticileriyle anlaşma sağlanamamış ve okul Dessau kentine taşınmıştır. Burada Bauhaus kimliği ve felsefesi tam bir olgunluğa erişmiştir. 1926'da Bauhaus, Tasarım Yüksekokulu (Hochschule für Gestaltung) adını almış, Bauhaus adlı dergi yayınlanmaya başlanmıştır. Moholy-Nagy'nin tasarımını yaptığı bu derginin yanında, 13 dizilik Bauhaus kitapları; sanat kuramı, bu kuramın mimarlığa, tasarıma uygulanması ve yeni düşüncelerin yayılması konusunda önemli yayın organları olmuşlardır. Klee, Van Doesburg, Mondrian, Maleviç, Gropius ve Moholy-Nagy, Bauhaus kitapları dizisinin her birinde ya yazar ya da yönetici olarak görev almışlardır. (Bektaş, 1992, s.218).

Bu dönemde, Breuer mobilya atölyesine yönetici olarak atanmış; Herbert Bayer'de yeni açılan Tipografi ve Reklam Ürünleri Tasarımı Bölümü'nün başkanı olmuştur. Bayer iki ayrı alfabeyle (majiskül, miniskül) yazı yazıp aynı sesin iki ayrı sembolle ifadesini (ör. A ve a) yanlış bulmuş; Majiskül harfleri terk ederek yalnız miniskül harflerden evrensel bir harf karakteri tasarlayarak alfabeyle net, basit ve rasyonel bir biçime dönüştürmeyi hedeflemiştir.

Bayer, tasarımlarında çoğunlukla mavi, kırmızı, sarı ve siyaha yer vermiş, sayfa düzenlemesinde grid sistemini uygulamıştır. 1928'de Gropius, Bayer ve Moholy-Nagy'nin okuldan ayrılmalarının ardından Bayer'in yerine gelen Jooschmidt, Konstrüktivist kuralları daha da yumuşatmış, grid sistemini sergi düzenlemelerinde de kullanarak sergiye bütünlük kazandırmayı başarmıştır.

1931 yılında Nazi Partisi'nin baskıları sonucu Berlin'e taşınan okul, 1933'te kapatılmak zorunda kalmıştır. "Mimari ürün tasarımı ile görsel iletişimi büyük oranda etkileyen ve yaşama geçiren Bauhaus, görsel sanatlar ve tasarım eğitimine Modernist bir

tavırla yaklaşarak, sınıflara hazırlık sistemini getirmiş; özgün öğretim yöntemleriyle görsel kurama büyük katkılarda bulunmuştur. Güzel sanatlarla uygulamalı sanatlar arasındaki sınırları ortadan kaldıran Bauhaus, sanatı, tasarım yoluyla yaşamla yakın bir ilişki içine sokmayı başarmıştır. (Rana, Beykan, 1997, s.706).

1.2.6.9. Yeni Tipografi

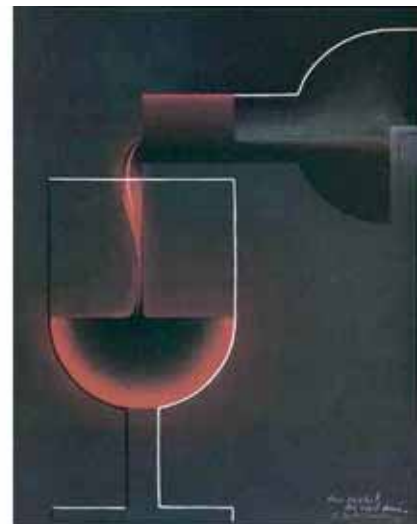
20. yüzyılın başlarında, estetiği işlevin yaratacağı ilkesinden yola çıkan birçok tasarımcı, modern sanat hareketlerinin etkisi ile “Yeni Tipografi” (The New Typography) adı altında önemli gelişmeler ortaya koymuşlardır. Dolaysız bir görsel anlatım dilini benimseyen tasarımcılar; tasarımın her zaman işlevsel olması gerekliliğini savunmuş, Konstrüktivist düşüncelerin tipografiye uyarlanması üzerine kuramlar geliştirmişlerdir. Yeni Tipografi’nin önderi olan sanatçı Jan Tschichold, Die Neue Typographie (Yeni Tipografi) adlı kitabında Yeni Tipografi’nin süslemeden kaçınarak, yalnız iletişim işlevine yönelik olan akılcı bir tasarıma dayanması gerektiğini savunmuştur. “Bu dönemde, her türlü kalınlık ve boyutlardaki serifsiz yazı, modern harf karakteri olarak kabul edilmiştir. Tasarımlar ise geometrik bir grid üzerinde planlanarak, strüktür, denge ve vurgulama için genellikle çizgiler ve şeritlerden yararlanılırken, görüntü olarak fotoğrafın nesnelliği ve ayrıntılı netliği yeğlenmiştir.” (Rana, Beykan, 1997, s.707).

Dada hareketinin devingenliğiyle De Stijl’in işlevselliğini bir araya getirerek bir sentez yaratan Piet Zwart’da Yeni Tipografi’nin özgün tasarımcılarından biridir. Nasıl Picasso ve Matisse resmin malzemesine farklı bir anlayış getirmişlerse, Zwart’da geleneği yıkmış, grafik tasarım elemanlarına yeni bir görsel anlatım dili kazandırmıştır. Harf karakterlerinin metnin konusunu ve içeriğini görsel olarak desteklemesi gerektiğini savunan Zwart, “bu düşüncesini, geleneksel tipografinin statik uyuma dayanan yapısını kırıp, ritmik-dinamik bir kompozisyon anlayışı getirerek tasarımlarına uyarlamıştır. (Bektaş, 1992, s.251).

Rusya ve Hollanda’da başlayan Yeni Tipografi ilkeleri, Bauhaus’ta olgunluk kazanmış, en üst seviyesine ise Tschichold’la çıkmıştır. Yeni Tipografi, tasarımcıların yaratıcılığını kısıtlamamış tersine işlevsel ve sonuca etkili bir görsel iletişim dili geliştirmeye itmiştir.

1.2.6.10. Modernizm

I. Dünya Savaşı sonrasında toplumların makine ile teknolojiye duydukları güven, sanat ve tasarımı da etkilemiştir. Kübizm'in mekansal düzenlemeleri ile sentetik betimlemeleri ve Fütürizm'in görsel anlatıma getirdiği dinamizm resimlemede yeniliklere esin kaynağı olmuştur. "Modernizm'in ilke ve biçimlerini grafik tasarıma uyarlayan tasarımcılar arasında Rusya'dan Fransa'nın başkenti Paris'e göç etmiş olan Cassandre (Adolphe Jean-Marie Mouron) yaratıcılıkta gösterdiği olağanüstü başarısıyla özel bir konuma sahiptir. 1923-36 arasında ürettiği afişlerle modern sanat hareketlerinin biçimsel dilini Fransız reklam tasarımlarına uyarlayan Cassandre, iki boyutluluğun egemen olduğu tasarımlarını net ve sadeleştirilmiş renk planlarından oluşan gösterişli bir yalınlıkla gerçekleştirmiştir. Keskin gözlem gücüyle konuyu önce çözümleyip sonra, son derece yalınlaştırıp, aktarmak istediği düşünceyi genelde tek bir simgeye indirgemiş ve görsel imgeyi tipografiyle öylesine bütünleştirmiştir ki, ikisini birbirinden ayırmak olanaksız hale gelmiştir." (Rana, Beykan, 1997, s.707). Modernizm'i benimseyen bir başka Fransız sanatçı ise Jean Carlu'dur. Carlu tasarımlarında kısa slogan metinleri, geometrik biçimleri, strüktürel ve simgesel görüntüleri bir araya getirirken, doğal biçimleri de hemen hemen piktografik silüetlere dönüşecek kadar stilize etmiştir.



Şekil: 1.29, Afiş Tasarımları, Cassandre

1.2.6.11. İsviçre Stili

Kübizm ve sonrasında gelen sanat hareketleri, grafik tasarımı 1920'lerin refah ortamı ile 1930'ların ekonomik kriz yılları boyunca etkilemiş, II. Dünya Savaşı yıllarında gereksinim duyulan görsel iletişim tasarımlarına da katkı sağlayabilmişlerdir. Avrupa'da yükselen ırkçılık ve II. Dünya Savaşı ile birlikte, tasarımcılar savaşta tarafsız kalan İsviçre ile Nazizm'den uzak olan Amerika'ya sığınmışlardır. 1950'lerde İsviçre'de "Uluslararası Tipografik Stil" (International Typographic Style) ya da "İsviçre Stili" (Swiss Style) adıyla doğan tasarım hareketi dünya çapında benimsenmiş, grafik tasarıma yaklaşımıyla da yirmi yıldan uzun bir süre başlıca tasarım dili olarak kabul edilmiştir. (<http://www.moma.org/exhibitions>, 09.10.2007).



Şekil: 1.30, Tasarımlar, Josef Müller-Brockmann

Üslubun genel özellikleri; matematiksel hesaplarla çizilmiş grid (ızgara) üzerine tasarım elemanlarının yer yer asimetrik olarak düzenlenmesi ile elde edilen bütünlük, sanserif (tırnaksız) harf karakterleri (Özellikle Helvetica ve Univers), metin ve fotoğrafın direk ve net bir mesaj iletmesi, soldan hizalanmış sağdan serbest bırakılmış dar sütunlar olarak sıralanabilir. İsviçre'nin savaşta tarafsız kalması bu özelliklerin gelişmesini, sürekliliğini, uluslararası tasarım çevrelerinde 50, 60 ve 70'li yıllarda gittikçe benimsenmesini sağlamıştır. Hareketin öncüleri, tasarımı topluma yararlı bir etkinlik olarak tanımlarken, tasarım

sorunlarına daha evrensel ve bilimsel bir yaklaşım getirmek için kişisel yorum ve abartılardan kaçınmış; açıklık, yalınlık ve düzeni benimsemişlerdir. Stilin etkilerinin yayılmasında, editörlüğünü Josef Müller -Brockmann, Hans Neuburg, Carlos Vivarelli ve Richard Lohse'nin yaptığı İsviçre kaynaklı "New Graphic Design" (Yeni Grafik Tasarım) dergisi oldukça etkili olmuştur.

Stilin öncü tasarımcıları; Ernst Keller, Théo Ballmer, Max Bill, Anton Stankowsky, Armin Hofmann, Müller-Brockmann'dır. Tasarımları, yazıları ve eğitimciliği ile Müller-Brockmann, İsviçre Stili'nin İsviçre sınırlarını aşmasını sağlayan en etkin sanatçı sayılır (Şekil: 1.30).

II. Dünya Savaşı sonrası dönemde gelişmeye başlayan Enternasyonalizm ruhu ve artan ticaret kapasitesi, ulusal ticaret kuruluşlarının yerine, aynı anda birçok ülkede etkin olan çokuluslu şirketlerin doğmasına yol açmıştır. İletişim olanaklarının baş döndürücü bir hızla artması, dünyayı "küresel bir köy"e dönüştürmüştür. Bu yeni koşullar farklı diller konuşan çeşitli ulusların anlaşabilmesi için ortak iletişim dilini zorunlu kılmıştır. İsviçre'de ortaya çıkan yeni grafik tasarım, işte bu gereksinime cevap vermiş, bütün dünyaya yayılan temel kavramlar ve yaklaşımlar geliştirmiştir. (Bektaş, 1992, s.135).

1.2.6.12. New York Okulu

II. Dünya Savaşı öncesi Avrupa'dan göç eden sanatçılar sayesinde modern sanatla tanışan ABD, Paris'in sahip olduğu kültür başkenti olma özelliğinin New York'a kaymasıyla birlikte grafik tasarımda da öncü bir niteliğe sahip olmaya başlamıştır. 1940'larda başlayan özgün Amerikan tasarımı oluşturma çabaları, 1950'lerde olgunlaşmış ve uluslararası bir nitelik kazanmıştır.

Modernizm'i Amerikan Grafik Tasarımında uygulayan öncü grafik tasarımcılar; kübistlerin yapıtlarını inceleyen, Klee ve Kandinsky'den etkilenen Paul Rand (Şekil: 1.31), New York Okulu'nun sistemini Los Angeles'a taşıyan özgün ve yalın tasarımları ile tanınan Saul Bass (Şekil: 1.32) ve "zamanının tipografi dehası" olarak anılan Herb Lubalin'dir. Lubalin tipografiyi katı kurallarıyla uygulamamış, alfabetik karakterleri görsel imge ve mesaj olarak iki açıdan ele almıştır. Lubalin bazen harfleri nesnel imgelere dönüştürmüş, bazen de imgeleri harfsel biçimlere dönüştürmüş bu yolla sözcüğün anlamını direk sözcüğün imgesi

aracılığıyla ifade etmeyi denemiştir. Bu denemelerinde zaman zaman tipografiyi kazıyarak, yırtarak, çarpıtarak hatta titreterek kavram ya da şaşırtıcı bir etki yaratmayı amaçlamıştır. Lubalin ayrıca dergi tasarımına getirdiği yeniliklerle de 20. yüzyıl grafik tasarımında önemli bir yer edinmiştir.

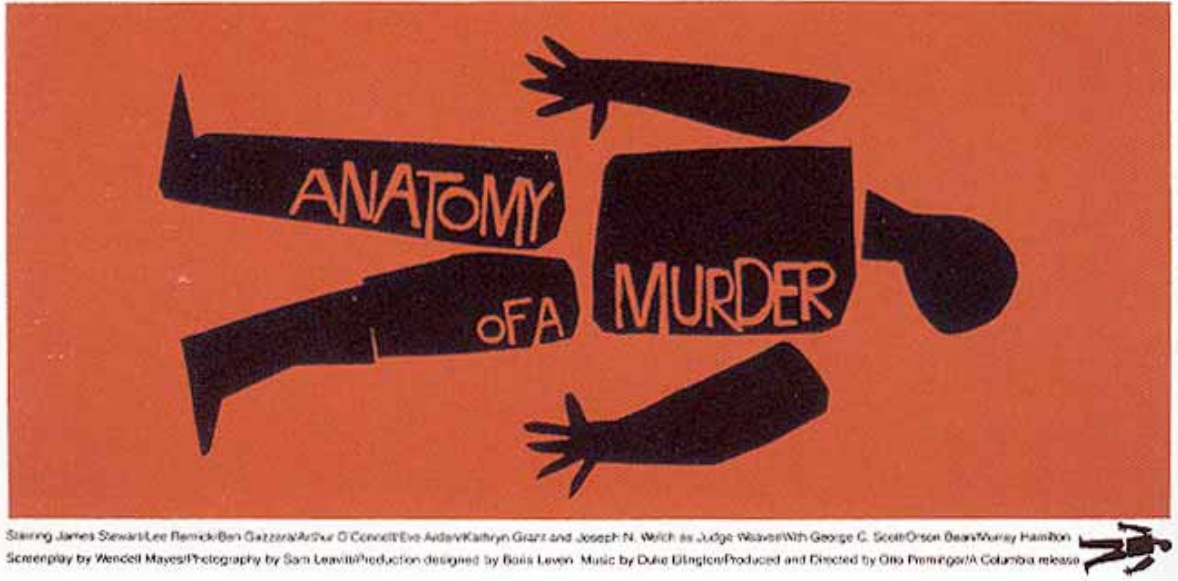


Şekil: 1.31, Tasarımlar, Paul Rand

II. Dünya Savaşı sonrasında grafik tasarım topluma yalnız bilginin değil düşünce ve kavramların da aktarıldığı bir dil halini almıştır. Bu gelişmeye modern sanat hareketleri de katkı ve düşünsel kaynak sağlamıştır. Yeni kavramsal yaklaşımı benimseyen başlıca ülkeler ise Polonya, ABD, Küba, Almanya ve Fransa olmuştur.

II. Dünya Savaşı'nın ardından Polonya özellikle afiş tasarımında büyük bir aşama göstermiştir. "Komünist ülkede elektronik kitle iletişim araçlarının Batı uluslarına oranla yaygın olmaması ve rejim gereği ekonomik rekabet unsurunun bulunmaması nedeniyle afiş, kitle iletişim konusunda en önemli araçlardan biri olmuş; konular da kültür, politika, film ve sirk gibi iletişim alanları üzerinde yoğunlaşmıştır." (Rana, Beykan, 1997, s.709). Polonya'nın bu dönemde yetiştirdiği önemli tasarımcılar; Henryk Tomaszewski, Jan Lenica, Franciszek Starowieyski, Waldemar Swierzy ve Roman Cieslewicz'tir.

Amerika’da fotoğraf konusunda sağlanan ilerlemelerin sonucu olarak; grafik tasarımda fotoğraf, illüstrasyonun yerini almaya başlamıştır. Öncülüğünü Milton Glaser ve Seymour Chvost’ın yaptığı bir grup New York’lu genç grafik tasarımcı illüstrasyonda kavramsal gelişmeler sağlamış, eki kaynakları yeni, farklı ve şaşırtıcı biçimlerde kullanarak yeni anlatım biçimleri oluşturmuşlardır.



Şekil: 1.32, Film Afişi (Anatomy of A Murder), Saul Bass

Bu dönemin kavramsal tasarım anlayışına önem veren bir diğer ülke ise, Fidel Castro’nun Küba’sı olmuştur. Küba; komünist rejimi benimsemesinin ardından, ulusun bilinçlenmesi ve yeni bir yaşam biçimini oluşturmak için, başta afiş olmak üzere grafik tasarım ürünlerine başvurmuştur. Küba’da bu çalışmalar sırasında başlıca ürünleri New York’ta eğitim görmüş olan Raul Martinez vermiştir.

Almanya’da başını Günther Kieser, Holger Matthies, “Grafik ve Foto” grubundan Günter Rambow, Gerhard Leienemeyer ile Michael Van De Sand’ın çektiği bir grup tasarımcı, kavramsal anlatımı; fotografik görüntülerin kolaj-fotomontaj tekniklerle düzenlenmesine ve aykırı öğeleri bir araya getirerek, seyircide şok etkisi yaratılması üzerine kurgulamışlardır.

Kavramsal anlatım Fransa’da, “Grapus” adlı grafik tasarım grubuyla birlikte, var olan değerleri sorgulayan ve yeni bir toplum düzeni isteyen gençlik hareketleri arasında doğmuştur. Bu tasarım grubu özellikle kültürel, toplumsal ve siyasal alanda gerçekleştirdikleri tasarım çalışmalarıyla özgün yapıtlar yaratmışlardır.

II. Dünya Savaşı sonrasında hızlı bir endüstrileşme süreci yaşayan Japonya, Batı Toplumunun yaşam biçimini ve toplum modelini kendi toplumuna uyarlamaya çalışmıştır. Geleneklerine bağlılığıyla bilinen Japon toplumu bu süreçte kendi geleneklerini de korumayı başarmıştır. Bu ortamda Japon grafik tasarımcılar da ulusal tasarım ile Batı grafik tasarımını birleştirerek, ulusal öğeleri olabildiğince zedeledikten, uluslararası bir biçim yaratmayı başarmışlardır. Özellikle Konstrüktivizm’den etkilenen Japon tasarımcılar, hareketin sistematik ve geometrik yapısını geleneksel tasarım anlayışlarıyla yumuşatmışlardır. Konstrüktivizm’in asimetrik yapısı yerine kompozisyonu genellikle ortalamışlar ve bir orta eksen etrafında kurmuşlardır. Yeni Japon grafik tasarım dilinin öncüleri, Yusaku Kamekura, Masuda Tadashi, Kazumasa Nagai, Shiego Fukuda ve Tadanori Yokoo’dur.

Grafik tasarım dünyasında öne çıkan bir başka ülke ise İngiltere’dir. 1962’de merkezinde Alan Fletcher ve Colin Forbes’in olduğu “Pentagram” adlı grup, tasarımda özgün ve uluslararası bir biçim yaratmıştır. Dünya’nın önemli merkezlerinde şubeler açarak, tam anlamıyla uluslararası bir tasarım kuruluşu olmuş, aynı zamanda özgün, başarılı ve örnek ürünler ortaya koymuştur. “Pentagram” tasarım grubu 2006 yılında Alan Fletcher’i kaybetmiş olsa da günümüzde hala başarısını sürdürmektedir.

1960’ların sonrasında Dünya’nın girdiği küreselleşme süreci, gelişen iletişim ağı, buluşların yıldırım hızıyla yayılması ulusal özelliklerin yok olup yalın ve geometriye dayalı İsviçre Stili ile sınırsız özgürlüğü savunan Amerikan Ekolü’nün bir arada var olduğu uluslararası nitelikli bir biçim yaratmıştır. Bu değişim yalnız grafik tasarımda değil tüm görsel ve gösteri sanatlarında görülmüş, ulusal sınırların kalktığı yeni bir dünya görüntüsü oluşmaya başlamıştır.

1.2.6.13. Post-Modernizm

1970'lerde mimariyle başlayıp, daha sonra tüm sanat dallarını kapsayan ve Modernizm'in geleneği reddeden anlayışına karşı çıkarak, geçmişe yönelme eğilimiyle ortaya çıkan Post-Modernizm eski biçem ve akımların kullandığı malzemeleri kullanarak yeni anlatım biçimleri oluşturmuştur. Grafik tasarımda İsviçre Stili'nden yola çıkan ve bu stilin özelliklerini geliştirmeye çalışan kişilerin çalışmalarıyla ortaya çıkan bu akım tam anlamıyla ortak bir çizgiye sahip olamamış, genellikle kişisel nitelikler taşımıştır. Özgür ve biçim çeşitliliği içindeki bu süreç, sonraları Dışavurumcu bir anlayışı getirmiştir.

Post-Modernist yaklaşımda tasarımcılar, grafik tasarımın akılcı tasarım ve iletişim boyutunu bir kenara bırakmış, kendi kişisel tercihlerini ön plana çıkarmışlardır. Bu durumda Grafik tasarımcı iletişim sorunlarını çözmekten çok, kendini ifade etmeyi yeğleyen bir sanatçı konumuna gelmiştir. Bu yeni yaklaşımı geliştiren başlıca tasarımcı Wolfgang Weingart olmuştur. Weingart, İsviçre Tasarımı'nın tipografik anlayışını sorgulamış ve klasik tipografi kurallarının aşılması gerekliliği üzerine çalışmalar yapmıştır.

Grafik tasarımda İsviçre'de başlayan Post-Modernizm, İsviçre'de eğitim gören Amerika'lı öğrencilerin ülkelerine dönmesiyle Amerika'da da benimsenmiş ve gelişimini sürdürmüştür. Bu akımın Amerika'daki öncüleri; İsviçre'de Weingart'la çalışmalar yaptıktan sonra Los Angeles'ta stüdyo kuran April Greiman, post-modern mimarlığın biçimlerinden yola çıkan Michael Vanderbyl, Paula Sher ve Dafi Tasarım Grubu olmuştur.

Tüm sanat dallarıyla birlikte grafik tasarımı da etkileyen Post-Modernizm 20. yüzyılda Dünya'nın geçirdiği büyük değişikliklere paralel olarak gelişmiş, "dünya çapındaki iletişim ağı ortamının da katkısıyla, tasarımda ulusal kimlik özelliklerini yıkarak uluslararası bir üslup yaratmıştır." (Rana, Beykan, 1997, s.710).

1.2.7. Bilgisayar Çağında Grafik Tasarım ve Tipografi

II. Dünya Savaşı yıllarında kod deşifre etmek için tasarlanan bir aletin 2000'li yıllarda insan yaşamını bu kadar değiştirebileceğini herhalde o yıllarda hiç kimse tahmin edemezdi. Önceleri bir bina boyutunda olan gürtlü alet, önce küçülüp masaya sığacak boyutlara gelmiş; ancak bir mühendisin kullanabileceği kadar karmaşık sistemi basitleşmiş ve günlük

yaşama girmeye başlamıştır. Bilgisayarın grafik tasarımda kullanılmaya başlanması 80’li yılların başında dijital dizgi sistemlerinin gelişmesi ile olmuştur. Grafik tasarımcılar, litografinin olanakları ile dizgi kalıbından daha önce kurtulmuşlardır. Ancak düz metinler yine de kurşun harflerle dizilmektedir. Dijital dizgi sayesinde, yazı tamamen tasarımcının kontrolüne girmiş ve eğilip bükülebilen bir malzeme haline gelmiştir. Daha önceleri yalnızca renk ayırmacıların ve Hollywood yapımcılarının kullanabileceği kadar maliyetli olan tasarım ve renk işlem programları ucuzlayarak tasarımcıların masalarına kadar ulaşmıştır. Önce “Adobe” firması “Post Script” yazılım dilini geliştirmiş, bilgisayar ortamındaki bilgi kağıda aktarılmış, sonraları ise mucize yazılımlar olarak adlandırılan, “Aldus Page Maker”, “Aldus Freehand”, “Adobe Photoshop” tasarımda yerlerini almaya başlamıştır. Eskiden pozlama yöntemleriyle günlerce çalışılarak oluşturulabilen işlenmiş görüntüler dakikalar içerisinde oluşturulabilir hale gelmiştir.



Şekil: 1.33, FUSE İçin Grafik Tasarımlar, Neville Brody

Bilgisayarın tasarım dünyasına girmesi Post-Modernizm’in ortalarında olmuş ve Post-Modernist tasarımlara yeni çığır ve uygulama olanakları getirmiştir. Önceleri tipografik kalıplarda ve letrasetlerde olan yazı karakterleri dijital ortama aktarılmış, eski karakterler de yeniden elden geçirilerek, ideal formlarını almışlardır. Uygulamayı bu kadar kolay hale getiren bilgisayar yazı karakteri sayısının artmasına ve kişisel tasarım şekillerinin doğmasına da önayak olmuştur.

Bilgisayar çağında grafik tasarımın yünü belirleyen en önemli grafik tasarımcılardan biri Neville Brody'dir. Çalışmalarında deneysel yöntemler izleyen, kökleri özellikle Dadaizm ve Konstrüktivizm'e dayanan Post-Modernist bir biçim benimseyen Neville Brody, çalışmaları ile uluslararası alanda büyük yankılar uyandırmıştır (Şekil: 1.33). "Yüzyılın son büyük grafik tasarımcısı" olarak anılan Brody; çalışmaları ile yazının ikonografik özelliklerini asıl işlevi olan okunurluğunun üzerine çıkartmıştır. Bir başka deyişle artık yazının önemini nasıl okunduğu değil; ne gibi bir duygu uyandırdığı belirlemektedir.

Bilgisayar çağının bir diğer önemli ismi ise David Carson'dur. İsviçre'de Hans-Rudolph Lutz'dan dersler alan Carson, Amerika'ya döndüğünde Post-Modernist çalışmalar yapmış özellikle sörf ve plaj kültürüyle ilgili tasarımlar ve dergiler çıkarmış (Şekil: 1.34), "Raygun" için kapak ve sayfalar tasarlamıştır. Carson'un yenilikçi tasarım anlayışı tüm Dünya'da etki yaratmış ve benimsenmiştir.



Şekil: 1.34, Beach Culture Dergi Tasarımları, David Carson

Bilgisayarın Grafik tasarıma katkısı yalnız araç olarak kalmamıştır. İnternet ve bilişim teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte, geçmişte basılı mecralar için çalışmalar yapan grafik tasarımcılar, günümüzde web tasarımı, etkileşimli medya tasarımı, tv arayüz tasarımı vb. gibi birçok alanda ürünler vermeye başlamışlardır. Bilgisayarın grafik tasarıma katkılarını, Ragıp İstek Görsel İletişimde Tipografi ve Sayfa Düzeni adlı kitabında şu şekilde özetlemektedir,

“Grafik tasarım interaktivite ile hareket kazandı. Artık dünün grafikeri bugün multimedya ile uğraşmaktadır. Eskinin dahi grafikerleri, bugün yaşasalardı kim bilir neler yaparlardı? Ama onların çağdaşları bilekleri olmayıp zekaları olan binlercesi de bugün yaşamak istemez miydi?” (İstek, 2004, s.78).

BÖLÜM 2. GRAFİK TASARIM ELEMANLARI

“Grafik tasarım karma bir disiplindir. İşaretler, semboller, sözcük ve resimleri içeren değişik öğeler mesajın bütünü içerisinde birleşip bütünleşmişlerdir. Tasarımı oluşturan bütün bu grafik öğelerin iletişimsel bir işaret ve görsel bir form olmak üzere çift yönlü bir yapısı vardır. Cümle sonuna konan küçük bir noktadan renkli bir fotoğrafa, seçilen yazı karakterinin ağırlığından ölçüsüne kadar grafik tasarımda kullanılan her öğe, bir taraftan görsel bir düzenleme oluştururken diğer yandan bir iletişim mesajını biçimlendirir.” (Selamet, 1995, s.1).

İletişim problemi çözümü olarak da algılayabileceğimiz grafik tasarım, bir mesajı doğru şekilde iletebilmek için, kompozisyonun kurulacağı dört kenarı olan bir alan içerisinde tipografi, fotoğraf, illüstrasyon, logotype vb. elemanların doğru şekilde planlanması ve yerleştirilmesidir. “Tasarlamak planlamak demektir. Tasarım süreci karışıklığa ve aynılığa düzen getirmek demektir.” (İstek, 2004, s.55).

Philip Meggs, Type and Image adlı kitabında, grafik tasarımın zaman zaman anlaşılması güç bir meslek olduğundan bahsederken, bir grafik tasarımcının büyükannesine işini anlatmaya çalışması ile ilgili hikayeyi anlatmıştır:

Tasarımcı büyükannesine yaptığı bir işi göstererek; “Büyükanne, bana ne iş yaptığımı soruyordun, ben bir grafik tasarımcıyım ve bunu tasarladım.”

Büyükanne tasarımdaki fotoğrafı göstererek, “Bu resmi sen mi çizdin?”

“Hayır büyükanne, o bir fotoğraf. Onu ben çizmedim, ama ben planladım, fotoğrafçıyı seçtim, modellerin seçimine yardımcı oldum, çekim aşamasında sanat yönetmenliği yaptım, hangi fotoğrafın kullanılacağına karar verdim ve fotoğrafları kadrajladım.”

“Peki o anlatılanları sen mi yazdın?”

“Tabi ki hayır!” der torun, “Ancak reklam yazarıyla beyin fırtınası yaptım, konsepti geliştirdim.”

Büyükanne başlığı göstererek, “Hmm, anladım! Sen şu büyük sözcükleri yazdın” der.

“Hayır, metin yazarının metni makinede dizildi, fakat kullanılacak harf ölçüsünü ve karakterini ben belirledim.”

“Peki, şu aşağıda köşedeki küçük resmi mi sen çizdin?”

“Hayır, ancak illüstratörü ben seçtim, ona ne çizmesi gerektiğini anlattım, illüstrasyonun nereye koyulacağına ve boyutunun ne olacağına karar verdim.”

“Peki, şu küçük şeyi, ‘marka’ mı diyordunuz ona! Sen mi çizdin?”

“O, hayır! Onu müşteri için kurumsal kimlik projelerinde uzman bir tasarım firması hazırladı.”

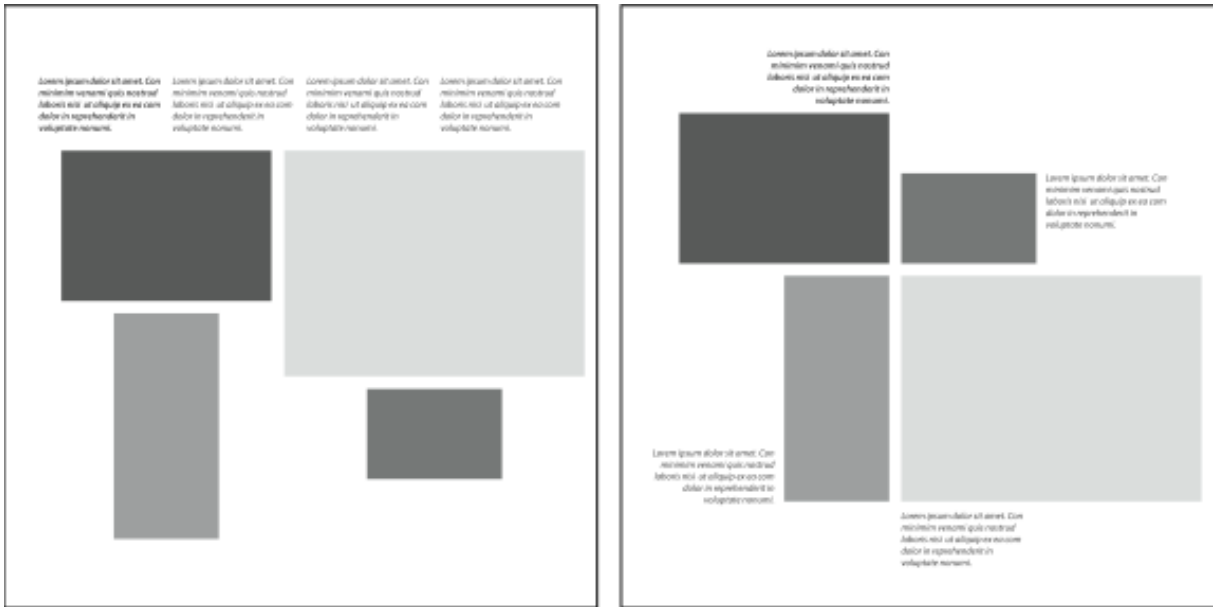
Torununun yaptığı işin ne olduğu ve diğer insanların işleri üzerinde hak iddia etmenin niçin ona itibar kazandırdığı konusunda büyükannenin biraz kafası karışmıştı. (Meggs, 1989, s. 1).

2.1. Bütünlük

Tasarımda olması gereken en önemli özelliklerin başında bütünlük gelmektedir. Bütünlüğü olmayan tasarımlar genellikle okunamayan ve kafa karıştırıcı tasarımlar olarak nitelendirilirler (Şekil: 2.1). Bütünlüğü oluşturabilmek için görsel ya da algısal olarak ortak noktası olan öğeler kullanılması gerekir ancak “çeşitliliği olmayan bir tasarım da hareketsiz, cansız ve ilgisiz hale gelir.” (İstek, 2004, s.89). Bu ince çizginin doğru ayarlanması iyi bir tasarımın oluşturulabilmesi için vazgeçilmezdir.

Grafik tasarımcının görevi; elindeki yazıları, fotoğrafları, ve diğer grafik tasarım elemanlarını doğru şekilde birleştirerek görsel iletişim mesajını inşa etmektir. Tüm grafik tasarım elemanları (tek başlarına farklı mesajlar iletse de) bir bütünde birleşir, o bütünün parçası olurlar ve sonuçta hepsi tek bir mesajı iletme için kullanılırlar. Çoğu zaman, grafik tasarımcının elinde çok sayıda eleman ve bir iletişim problemi bulunur. Tasarımcı elindeki malzemeleri belli bir düzenle kullanır, kimilerini öne çıkarır, kimilerini kullanmamayı tercih edebilir. Tasarımcının kullandığı tüm elemanların birlikteliğinden çıkması gereken sonuç ise

doğru mesajdır. Tasarımda kullanılan malzemeler farklı anlamlar taşıyabilir; fotoğraf başka bir mesaj veriyor olabilir, illüstrasyon bir başka, hatta metinlerde bir başka ancak tüm bu elemanların doğru şekilde birleşiminden çıkacak olan sonuç hepsinden farklı bir mesajı iletebilecektir. “Bütünlük; tasarımın tümünün, bir alt gruptaki ya da tek başına olan bir objeden daha önemli olması durumudur. Bütünlük bu nedenle her tasarımın hedefi-amacıdır, grafik tasarımın en önemli durumudur.” (White, 2002, s.57). Leon Battista Alberti (1406-1472) matbaanın ilk bulunduğu yıllarda bu durumun farkına varmış “Ben güzelliği tüm elemanların uyumunda bulurum... Bağlantıların ve oranların birlikte oluşturulduğu, hiçbir şeyin eklenemeyeceği, değiştirilemeyeceği ya da çıkarılamayacağı; çıkarılsa da daha kötü olacağı bir uyumda” (White, 2002, s.69) sözleriyle açıklamıştır.



Şekil: 2.1, Bütünlüğün Sağlanmadığı ve Sağlandığı Sayfa Tasarımları

2.2. Gestalt

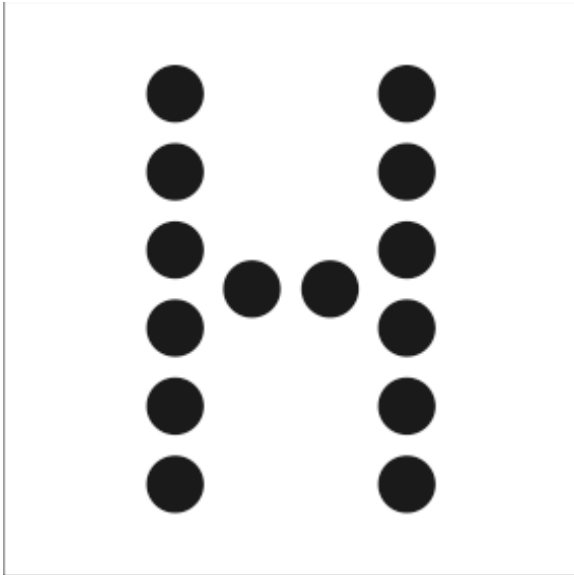
“1900’lerde Alman ve Avusturyalı psikologların ortaya attıkları “Gestalt” kavramı, temelde insanın gözünün görsel deneyimleri nasıl organize edip algıladığını araştırır.” (Uçar, 2004, s.64). Bir psikoloji kavramı olan Gestalt, göz ile beynimiz arasındaki bağlantıyı incelese de, bir grafik tasarımcının Gestalt’ı iyi kavraması oldukça önemlidir. Gestalt, grafik tasarımcının iletişim problemlerini çözümedeki en önemli yardımcısıdır. Gestalt kuramını anlayabilmek tasarımcıya, hedef kitlenin algı boyutu ve bu boyuta göre tasarım üretmek

açısından önemli veriler sunar. Sonuç olarak Gestalt, görsel öğelerin bir bütün halinde ne gibi bir mesaj iletebileceğini araştırmaktadır ve tasarımcının görevi mesajın doğru şekilde iletilmesini sağlamaktır. Gestalt'a göre "organize bütünler, birbirleriyle ilgisiz parçalardan çok daha kolay öğrenilip akılda tutulurlar." (Uçar, 2004, s.64). Örneğin birbirinden bağımsız noktalar herhangi bir bütünlük içerisinde değilse insan gözü bunu görür, bir anlam çıkartamaz ve aklında tutamaz (Şekil: 2.3). Ancak bu noktalar bir düzen içinde birleşerek birliktelikleri ile bir anlama kavuşturulursa daha çabuk ve kolay kavranarak, akılda tutulabilir (Şekil: 2.2).

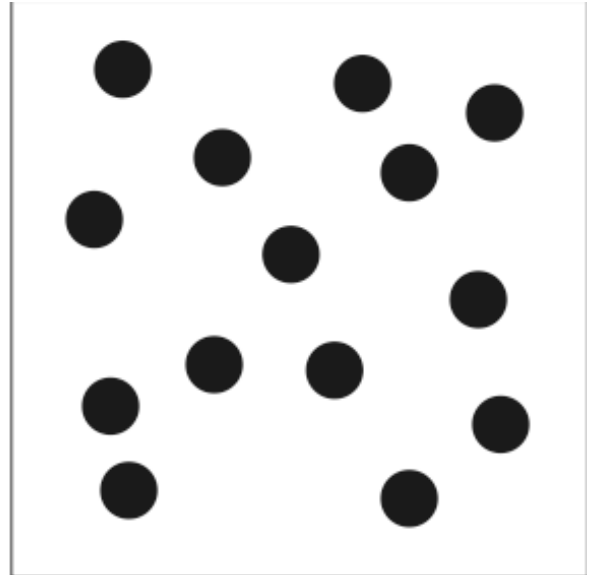
"Bir binaya, resme, dergi sayfasına ya da gazeteye ilk bakışımızda onu bir bütün olarak algılarız çünkü gözümüz otomatik olarak bir bütünü görür." (White, 2002, s.59).

Gestalt kuramının iki temel düşüncesi bulunmaktadır:

- 1- Görsel bir imgenin parçaları, farklı birimler (elemanlar) olarak çözümlenebilir ve araştırılabilir.
- 2- Görsel bir imgenin bütünü, onun birimlerinden (elemanlarından) farklı ve daha kapsamlıdır.



Şekil: 2.2, Birimlerden Oluşan Organize Bütün



Şekil: 2.3, Düzensiz Birimler

Bir psikolog ve sanat teorisyeni olan Rudolf Arnheim, Görsel Düşünme (Visual Thinking) adlı kitabında Gestalt'ı şu şekilde açıklamıştır: "Biz çeşitli elemanları görürüz,

şekiller, renkler ve bunların birbirleri ile ilişkilerini... İzleyici ise; elemanların arasındaki etkileşimin sonucu oluşan, toplam imgeyi algılar.” (White, 2002, s. 61).

Gestalt ve algılama ile ilgili araştırmalar sırasında ortaya çıkan belli başlı algılama sistemleri vardır. Gestalt ilkeleri olarak ta bilinen bu ilkelerin grafik tasarımda sıkça kullanılan başlıcaları; Figür-Arka Plan İlişkisi, Denge, Eşbiçimlilik, Algısal Gruplama, Benzeşme-Ayrışma'dır.

2.2.1 Figür-Arka Plan İlişkisi

Görsel tasarımın temel prensiplerinden olan figür arka plan ilişkisi; tasarımda zemin ile figürün zıtlığı ile meydana gelir. Tasarımda çabuk ve net algılanmasını istediğimiz figürlerin arka plan ile ilişkisini düzenleyerek öne çıkarabiliriz (Şekil:2.4). Örneğin, “trafik işaretleri zıtlık etmeninin algıyı kolaylaştırması amacıyla beyaz zemin üzerine siyah, kırmızı zemin üzerine beyaz veya sarı zemin üzerine siyah şeklinde düzenlenmiştir.” (Uçar, 2004, s.66)



Şekil: 2.4, Figür Arka Plan İlişkisi

2.2.2. Denge-Simetri

Denge insanın doğasında bulunan bir durumdur. Doğada ve insan bedeninin birçok yerinde matematiksel olmasa da simetrik bir denge vardır. Vücudumuz denge içerisinde, kollarımız iki tarafa simetrik şekilde uzanırlar, hatta denge kurmak için zaman zaman kollarımızı kullanırız, ellerimiz orta parmandan iki yana doğru dengeli biçimde küçülerek dağılır. Denge her zaman mutlak simetri anlamına gelmez. Zaten doğada da mutlak simetrik bir dengeden söz etmek olası değildir. Birçok ağaç dengeli ve simetrik gibi görünürler buna karşın ağaçlarda aynadan yansımışçasına bir simetriden kesinlikle söz edemeyiz. Yüzümüzde bize simetrik gibi görünür ancak yüzümüzün bir yarısının fotoğrafını alıp aynadan yansımışçasına diğer yarısını oluşturduğumuzda yapay ve donuk bir görüntü elde ederiz. Zaman zaman simetrik ve asimetric denge olarak açıklanan bu durum, grafik tasarım için de geçerlidir. Grafik tasarım içerisinde de doku, küçüklük-büyükük, renk, yoğunluk gibi elemanlarla denge oluşturulabilir. Özellikle günümüz grafik tasarımında genellikle simetrik bir yapıdan kaçınılır. Uçar bu konuda; “simetrik denge sıradan ve sıkıcılık yaratabilir. Özgün ve yaratıcı çalışmalar oluşturabilmek için pek çok grafik tasarımcı simetrik denge yaratma kolaycılığından uzak durmaya çalışır” (Uçar, 2004, s.67) saptamasında bulunmuştur.

2.2.3. Eşbiçimlilik

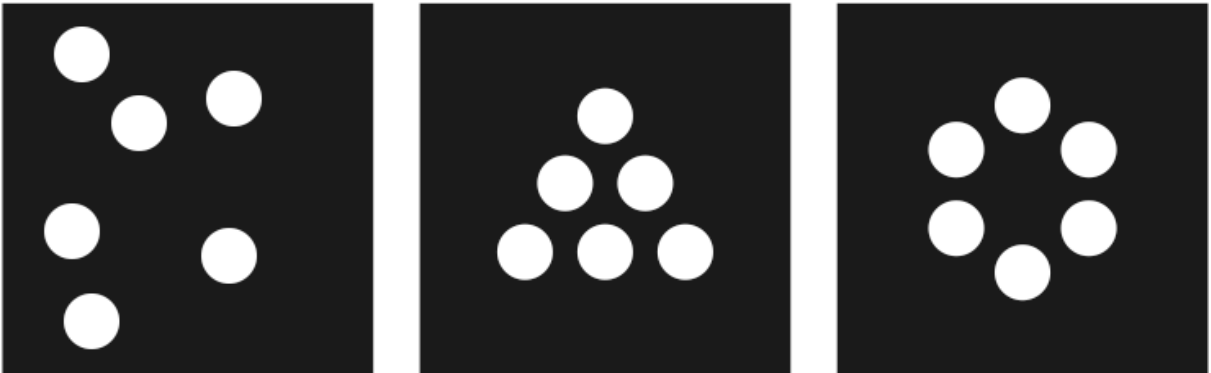
Eşbiçimlilik genellikle simge oluşturmak için kullanılan bir yöntemdir. Eşbiçimlilik, imgelerin görsel karakterlerinin simgeledikleri biçimlerle anlamlarının uyumluluğudur. Bir bıçak; kesme eylemini, kanlı bir bıçak; cinayeti anlatır. Şekil 2.5’deki kanlı bıçak, elin açısı ve gece karanlığı bize cinayet ya da ölüm gibi kavramları anımsatır.



Şekil: 2.5, Eşbiçimlilik
(Uçar, 2004, s.26)

2.2.4. Algısal Graplama

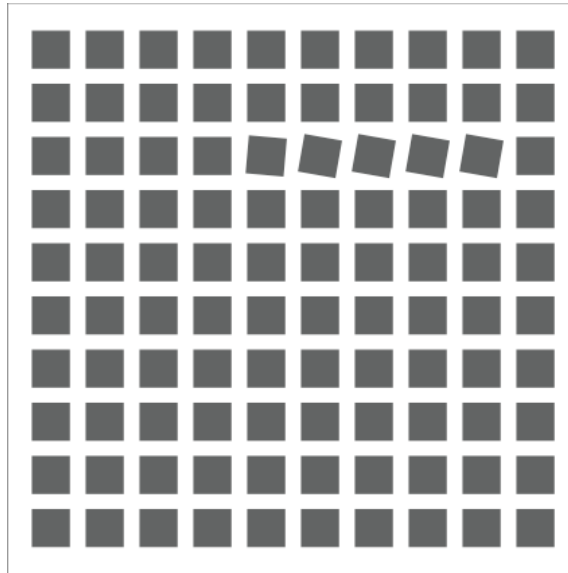
Algısal graplama, birbirine yakın ve düzenli birimlerin, uzak ve düzensiz olanlara göre daha kolay algılanmasıdır. Havada uçan kuş sürüsüne baktığımızda grup halinde olanları daha kolay ve çabuk algılarız. Bu ilkeyi iyi anlamak bir grafik tasarımcının iletişim problemlerini çok daha kolay ve doğru şekilde çözmesine yardımcı olacaktır. Düzensiz altı adet noktayı görsel olarak düzenlenmiş noktalara göre daha uzun sürede sayabilir ve algılarız (Şekil: 2.6).



Şekil: 2.6, Algısal Graplama

2.2.5. Benzeşme-Ayrışma

Benzer biçimlerin grup içinde birlikte ve aynı gibi algılanmalarına karşın, aslında birbirlerinden farklı olmalarıdır. Düzenli şekilde yerleştirilmiş kareler arasında eğik olanlar hemen algılanamayabilecek ancak sonradan fark edilecektir (Şekil: 2.7). Bu duruma örnek olarak; grafik tasarımda düz bir metin içerisinde yazıların farklılaşmasının ya da öne çıkmasının istendiği durumlarda, italik ya da kalın karakterler kullanılması gösterilebilir. Ancak bu ayrışma sırasında yazı boyutunu büyütme görsel hiyerarşik düzeni farklılaştırıp benzeşme yapısını tamamen ortadan kalkmasına neden olabilir.



Şekil: 2.7, Benzeşme-Ayrışma

2.3. Boşluk-Negatif Alan

Grafik tasarımın en önemli elemanlarından biri de boşluktur. Boşluk doğru şekilde kullanıldığında tasarıma nefes aldırır, izleyicinin mesajı daha hızlı ve kolay almasına yardımcı olur. Negatif alan ya da boşluk denildiğinde akla genellikle beyaz alan gelir. Ancak negatif alan ya da boşluk her zaman beyaz olmak durumunda değildir. Negatif ve pozitif alanları tasarımdaki pasif ve aktif alanlar olarak algılamak, daha doğru bir sonuca ulaşmamıza yardımcı olacaktır. Siyah bir sayfada yazılar ve başlıklar beyaz ya da kırmızı olarak

kullanılmış olabilir, bu gibi durumlarda aktif obje yani kırmızı ve beyaz yazılar pozitif; siyah zemin ise negatiftir. Tasarımda boşluk kullanmak aynı zamanda ilgiyi, tasarımda mesajı iletmek istediğimiz objelere yönlendirir ve mesajı güçlendirir. Özellikle sayfa tasarımında boşluk kullanımı gerekli bir durumdur; okuyucuda daha rahat ve ferah bir etki bırakır ve okuyucunun dikkatini daha kolay toplar. Boşluk bulunmayan sayfalarda ise okuyucu sıkılır, aradığı mesajı bulmakta zorlanır, zaman zaman da hiç bulamayacağını düşünerek okumaktan vazgeçer. Sıkışık ve boşluksuz sayfaları okumak, dar ve kalabalık sokaklarda yürümeye benzer, insanlar genellikle geniş kaldırımlarda yürümeyi tercih ederler.



Şekil: 2.8, Negatif Alan Kullanımı

(İstek, 2004, s.67)

2.4. Hiyerarşi

“Çevremizdeki dünyayı gerek görsel, gerek işitsel ortamda belli bir öncelik sistemine göre algılarız. Bir müzik eserinde önce ve sonra algılayacağımız temalar bir düzen içinde tasarlanmış ve kurgulanmıştır. Bir şarkının sözlerini diğer tüm enstrümanlar örterse, tam bir işitsel (fonetik) kargaşa oluşur. Görsel tasarımda da durum pek farklı değildir.” (Uçar, 2004, s.153). Grafik tasarımda hiyerarşi; tasarımda elemanların verilmek istenen mesaja göre sıralanması ve düzenlenmesidir. Bu düzen büyüklük küçüklük ilişkisiyle olabileceği gibi (Şekil: 2.9) renk, etkin boşluk kullanımı ve doğru kurgulanmış sayfa yapısı ile de oluşturulabilir. Tasarım içerisinde bir objenin büyük olması her zaman hiyerarşik sırada önde olmasını gerektirmez. Tüm zeminde kullanılan gri tonda bir imgenin üzerindeki çok daha küçük kırmızı bir nokta tasarımda daha öne çıkabilir. Ayrıca tasarımda kullanılan diğer tüm elemanların belli bir odakta birleşmesi ve tek bir objeyi işaret etmesi de tasarımda yine küçük bir objeyi öne çıkarabilir. Tasarım içinde bir objeye baskınlık (dominant) kazandırmak için genellikle kontrastlıktan faydalanılır. Kontrastlık objelerin boyutlarıyla elde edilebileceği gibi, yeri, rengi, biçimi ve büyüklüğüyle de oluşturulabilir. Özellikle çok sayfalı çalışmalarda hiyerarşiyi genellikle en kolay, içindikiler bölümlerinde görürüz. Örneğin; bu tez çalışmasının içindikiler bölümü de belirli bir hiyerarşik düzen içinde oluşturulmuştur. Ana başlıklar kalın karakterlerle ve başlarında tek numara ile; alt başlıklar bir paragraf içeriden, normal kalınlıkta karakterler ile ve iki rakamlı olarak; daha alt başlıklar ise iki paragraf içeriden ve üç rakamlı olarak oluşturulmuştur. İçindikiler bölümüne baktığımızda konunun ne olduğunu, hangi başlıkların altında nelerin hangi şekilde incelendiğini ve araştırıldığını rahatlıkla görebilmek olasıdır.



Şekil: 2.9, Görsel Hiyerarşi

2.5. Renk

Fiziksel bir oluşum olan renk ışık ile birlikte var olur. Renk gözümüzün ve beynimizin algılayabildiği kadar çeşitliliğe sahiptir. Bir objenin kimyasal yapısının ışık karşısında emdiği ve yansıttığı ışık boylarından oluşan rengin “önemli bir tasarım ögesi olduğu gibi, aynı zamanda sembolik bir değeri de vardır. Tek başına renk mesaj verebilir, davranışları yönlendirebilir, insan fizyolojisi üzerinde etkiye sahiptir.” (Uçar, 2004, s.45) (Şekil: 2.10). Renk kullanımı bir bölümü sanatsal ve sezgisel olsa da daha çok bilimsel bir durumdur. Anlaşılır ve net bir tasarımda belirli renk kombinasyonları temel alınarak ve yorumlanarak kompozisyonlar oluşturulabilir. Grafik tasarımda en çok kullanılan renk kombinasyonlarından biri olan kontrast renk kullanımı, görsel hiyerarşi oluştururken, yazı karakteri kontrastlıkları ve boyut kontrastlıkları kadar etkilidir. Grafik tasarımcı tipografi, imge, mesaj, kompozisyon gibi öğelerle bir bütünlük oluşturmaya çalışırken, rengi de bütünün bir parçası olarak düşünmek durumundadır. Tasarımcı renk ve ton değerleri yardımıyla tasarımdaki objeleri ön plana çıkarır ya da geriye itebilir. Renkleri müzikte kullanılan notalara benzetmek olasıdır. Her renk tek başına güzeldir. Ancak yan yana geldiklerinde diğer renklerle belirli bir uyum sağlaması gereklidir.



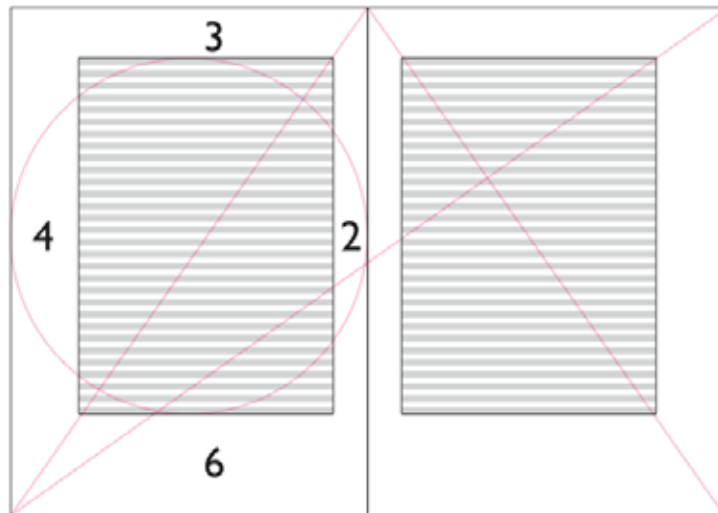
Şekil: 2.10, Renk ve Tipografi

2.6. Sayfa Yapısı

Grafik tasarımda sayfa yapısı denildiğinde akla gelen ilk konu grid (ızgara) sistemidir. Grid tasarımlarda (özellikle de sayfa tasarımında) izleyicinin göremediği ancak görsel olarak bir birlik ve bütünlük sağlayan; tasarımcıya ise tasarım aşamasında kılavuzluk eden sayfa planlarıdır. Grid yalnız sayfa tasarımında değil; mimaride, şehir planlamacılığında, vb. zaman zaman kullanılmaktadır. Özellikle çok sayfalı ürünlerde ya da çalışmalar arasında görsel bütünlük kurulması gereken durumlarda kullanılan grid sistemi, temelde oran ve oransallığa dayanır. Birçok matematikçi ve bilim adamı oran ve oransallık konusunda araştırmalar yapmışlardır. “MÖ 600’de Pythagoras evrenin tüm sayısal ilişkilerinin tanrısal bir düzen ve oransallık içinde olduğunu öne sürmüştü, sonraları bu fikir pek çok sanatçıya ilham teşkil etmiştir.” (Uçar, 2004, s.145).

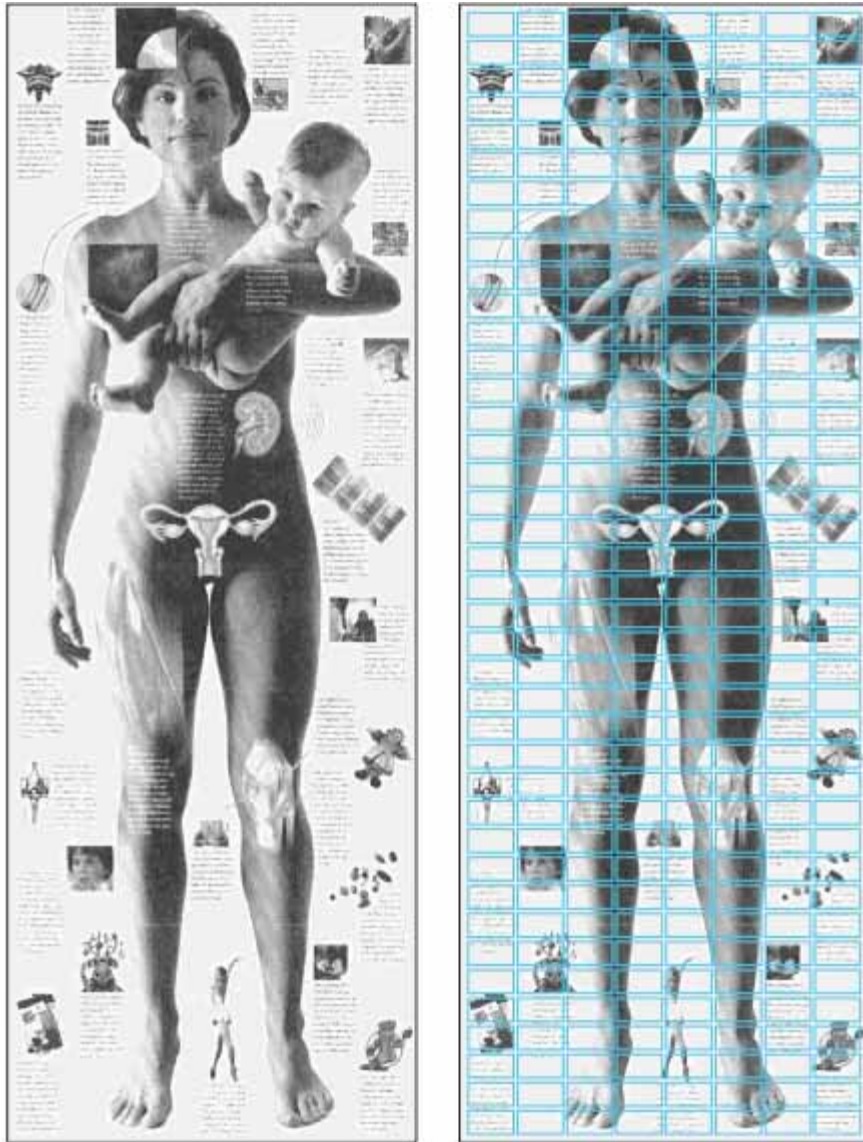
Oran ve oransallığa dayalı tasarım biçimi özellikle mimarlıkla bağlantılı bir şekilde ele alınmış, Fransız mimar Le Corbusier’de Modüler adlı yapıtında insan için yapılan tüm tasarımların insan ile ilgili oransallıklar içermesi gerektiğini savunmuştur. Rönesans’ın ünlü bilim adamı ve ressamı Leonardo Da Vinci’de ‘Altın Oran’ adıyla insan bedeninin anatomik oransallığını incelemiş ve bu konu üzerinde çalışmalar yapmıştır.

Avrupa’da sayfa yapısı ve grid sistemi olarak yıllarca kullanılan sistem 2-3-4-6 sistemidir (Şekil: 2.11). Bu sayfa yapısı güçlü bir oransallığa sahiptir ve geniş kenar boşlukları sayesinde el yazmaları, sayfa kenarları yıpransa da uzun yıllar saklanabilmektedir.



Şekil: 2.11, 2-3-4-6 Grid Sistemi

Sayfa tasarımı kitap, dergi, gazete, katalog, broşür, vb. medyalar için mesajın iletiminde önemli bir role sahiptir. Günümüzde gelişen bilişim medyaları, web sayfaları, televizyon arayüzleri ve interaktif medya tasarımında da aynı ilkeler geçerlidir. Sayfa tasarımında grid sistemi genellikle Gestalt ilkelerinin yardımıyla uygulanır. Sayfa tasarımı sürecinde genellikle büyüklük, şekil, yüzey-alan ve renk-ton olarak dört aşamadan söz edebiliriz. Tüm tasarım elemanları sayfa içerisinde, belirli bir düzen ve hiyerarşi içerisinde konumlandırılırlar. Gridin tasarımcıya getirdiği bir başka avantaj ise, çok sayfalı işlerde belirli bir yapı ve görsel birliği sağlamaya yardımcı olmasıdır. Sayfalarda farklı elemanlar kullanılsa da farklı elemanlar belirli bir düzen ve sistem içinde kullanılırlar ve görsel kimliği takip ettirirler (Şekil: 2.12).



Şekil: 2.12, Grid Sistemi

2.7. Grafik Sembol

Türk Dil Kurumunca “Duyularla ifade edilemeyen bir şeyi belirten somut nesne veya işaret, remiz, rumuz, timsal, simge” (www.tdk.org.tr, 04.11.2007) olarak tanımlanan sembolü grafik tasarım için; bir kavramı temsil eden somut bir şekil, nesne, işaret, söz ya da hareket şeklinde açıklayabiliriz. Günümüzde çevremizi anlamamız, nesnelerin kullanım amacını öğrenmemiz, toplumsal ilişkileri düzenlememiz, vb. için birçok işaret ve sembol kullanılmaktadır. “İşaretler bir durumu, eylemi ya da bir olayı işaret eden görsel elemanlardır. Sembollerden en belirgin ve ayırt edici farkı; işaretlerin anlamının doğrudan ve tanımlanmış bir boyutta olmasına karşın, sembollerin ardında bir öykü ya da bir olayı barındırıyor olmasıdır.” (Uçar, 1994, s.23). İşaretler doğrudan ve kesin çözümler sunarken, semboller derin ve kapsamlı içerikler sunabilirler. Bu iki kavram zaman zaman birbirlerinden ayırt edilemeyecek şekilde iç içe geçer. Bir işaret bir sembole dönüşebilir. Sembollerle kurulan iletişimin, diğer birçok iletişim yöntemine göre farklı, derin ve insanların algılama seviyelerine göre şekillenen bir yapısı vardır. Bu yapısı sayesinde semboller resim, edebiyat, din gibi alanlarda sıklıkla kullanılmışlardır.



Şekil: 2.13, Barış Sembolü ve Semafor Alfabesinde N ve D Harfleri

(Uçar, 2004, s.69)

Sembol olarak gösterebileceğimiz birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalardan bir kısmı çıkış şekli ve hikayesiyle ilginç rastlantılar barındırır. Dünya'nın en çok bilinen sembollerinden olan barış sembolü de böyle bir hikayeye sahiptir. İnsan yüzünü

temsil ettiği, barışı ve özgürlüğü simgeleyen güvercinin ayak izinden çıktığı hikayeleri anlatılmaktadır. Ancak barış sembolü çok daha değişik bir hikayeye sahiptir. Semboller: “Kullanıldıkları toplumlar ve kültürlerde bir birlikte karar verilmişlik ve anlamı konusunda hemfikir olma temeline dayanır.” (Uçar, 2004, s.69). Bu sebeple sembollerin hikayesini, kökenini bilmeden de anlamını bilebiliriz. Barış sembolü 1958 yılında İngiliz tasarımcı Gerald Holton tarafından, İngiltere’deki nükleer silahlanmayı protesto gösterilerinde kullanılmak üzere tasarlanmıştır. Holton, bu sembolü tasarlarken denizcilikte kullanılan semafor alfabesinin N ve D harflerinden (Şekil: 2.13) yola çıkmıştır. N ve D protestonun da sloganı olan “Nuclear Disarmament” (Nükleer Silahsızlanma) sözcüklerinin baş harfleridir. Sembolün etrafındaki daire ise dünyayı simgelemekte ve “dünyada nükleer silahsızlanma” anlamı taşımaktadır.

Sembol için bir diğer örnek ise rakamlardır. Matematiksel işaretler olan rakamlar, her dönemde sembolik kavramları da ifade etmişlerdir. 0 (sıfır); sonsuzluğu, var olmamayı, yokluğu ifade ederken, 1 (bir); var olmayı ifade eder. Bilgisayar ve elektronik eşyalarda 1 açık, 0 ise kapalı anlamındadır. 3 (üç); pek çok din için kutsal bir sayıdır. Hıristiyanlıkta Baba, Oğul, Kutsal Ruh’u simgeler. Hindistan’da, Brahma, Vishnu ve Shiva adlı üç tanrının, üç temel gücünü temsil eder. 13 (onüç); uğursuz sayı olarak bilinir. İsa’nın Son Akşam Yemeği’ne de 13 kişi katılmıştır. 9/11; önceleri hiçbir anlamı yokken, 11 Eylül 2001’deki saldırılardan sonra, o günü ve olayı simgeleyen bir anlama bürünmüştür.

2.8. Yazı-Tipografi

“Tarih Sümerlerle Başlar” sözü, yazının insanlık tarihi için önemini vurgular. Sümerler’den günümüze, yazının heyecanlı bir serüveni olmuştur. Geleneksel tanımında tipografiden; Gutenberg’in bulduğu tipo baskı yöntemi olarak değerlendirilir. Ancak günümüzde, özellikle de ofset baskı tekniğinin gelişerek yazı tasarımı ve çoğaltımında yeni ufuklar açılması sonrasında, tipografi çok daha geniş anlamlara kavuşmuştur. Uçar, Görsel İletişim ve Grafik Tasarım adlı kitabında, tipografinin tanımı ve günümüz tipografisi hakkında şunları söylemiştir: “Yazının temel işlevini, işaretler yardımıyla düşünce ve bilgi aktarımı olarak tanımlayabiliriz. Ancak tipografi bu tanımın bir adım ötesidir, bir anlamda “yazı ile sanat yapma” boyutudur. Klasik tipografi anlayışı, okunabilirlik ve estetik ekseninde odaklanmış olsa da, çağdaş anlamda tipografi, özellikle Post Modern yaklaşım artık kendine bundan farklı

hedefler belirlemiştir.” (Uçar, 2004, s.106). Amerikalı sanatçı, tasarımcı ve eğitimci Kay Rosen’in çalışmaları (Şekil: 2.14-2.15) bu anlamda iyi örneklerdir.



Şekil: 2.14, Hi (Selam) Geffen Contemporary, Los Angeles, Kay Rosen
(Uçar, 2004, s.107)



Şekil: 2.15, “Go Miami/Amigo Miami”, Banner, Art Basel, Miami Beach, 2002, Kay Rosen
(Uçar, 2004, s.107)

2.8.1. Harf

“Harf tipografik düzenlemenin en temel ögesidir ve abecenin her bir harfini belirtir. Bir abece içerisindeki öznel harflerin, sayıların ve noktalama işaretlerinin her biri ise karakter olarak adlandırılır.” (Sarıkavak, 1997, s.3). Alfabe içindeki büyük harfler; majiskül, kapital ya da uppercase olarak, küçük harfler ise; miniskül ve lowercase olarak anılırlar.

2.8.1.1 Harfin Anatomisi

Harfler tarihsel süreç içinde resim yazıdan evrimleşerek temel yapılarına kavuşmuşlardır. Bu tarihsel değişim sürecinde, yazı karakterlerinin üç grupta incelendiği görülmüştür. Bunlar eski biçem (old style), eşit en (even with) ve herhangi bir geometrik yapısı bulunmayan, düzensiz olarak adlandırılan serbest sistemdir.

Eski biçem sistemi, her harfin anatomisinin belirli geometrik şekillerden oluşmasına dayanır. Kare, daire ve üçgenlerin birleşmesinden oluşan karakterler geometrik yapı olarak son derece tutarlıdır (Şekil: 2.16). Bu harf yapısı temellerini MS. 113 yılında dikilen Trajan Sütunu'ndan almıştır (Şekil: 1.13).



Şekil: 2.16, Eski Biçem Sistemi



Şekil: 2.17, Eşit En Sistemi

Eşit en sistemi ise dikdörtgen, elips ve yamuklar üzerinde temellendirilmiştir. Bu yazı karakterlerinin temel yaklaşımı görsel açıdan tüm harflerin aynı genişliğe sahip olmasıdır. Bu eşitlik hiçbir zaman matematiksel bir eşitlik değildir (Şekil: 2.17).

Harflerin temel yapıları dışında, karakter tasarımları sırasında karşımıza çıkan bazı temel kavramlar bulunmaktadır. Harflerin anatomik bölgelerini tanımlayan bu kavramlar şekil: 2.18 de gösterilmiştir.



Şekil: 2.18, Harfin Anatomisi

(Uçar, 2004, s.123)

2.8.1.2. Harfin Biçemi

Yazı karakterleri tasarlanırken tek bir karakter olarak tasarlanmazlar. Hemen her karakterin farklı vurgu ve tonlamalar için kullanılan değişik biçimleri vardır. Yazı ailesi içinde; medium ya da regular olarak adlandırılan biçemi temel kabul edilir ve italik (eğik), bold (kalın), light (ince), condensed (sıkıştırılmış), extended (genişletilmiş) karakterleri içerir. Yazı ailesi bunların dışında ultra bold, condensed light, vb. gibi bu ölçülerin farklı tonlarını ve kombinasyonlarını da barındırır. Bu yapılar genellikle bir metin içinde vurgulamak istediğimiz alanların, farklı şekil ve etkilerde öne çıkarılmasında kullanılmaktadır.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
10									
20									
30									m
40					m	m	m	m	m
50				m	m	m	m	m	m
60			m	m	m	m	m	m	
70			m	m	m	m			
80				m	m				
90				m	m				

Şekil: 2.19, Univers Yazı Karakteri ve Harf Biçimleri Tablosu
(Uçar, 2004, s.117)

2.8.1.3. Yazı Karakterlerinin Sınıflandırılması

Harfler genel anatomik özelliklerine göre gruplanabileceği gibi, tarihsel ve yapısal özelliklerine göre de gruplanabilir. Bu tür gruplamada yazı karakterleri; gotik, roman (tırnaklı-serifli), sanserif (tırnaksız-serifsiz), kaligrafik ve serbest olarak ayrılmıştır.

Text or Black Letter ve Old English olarak da bilinen Gotik yazı karakterleri, özellikle Ortaçağ'da Orta Avrupa'da el yazmalarında kullanılan ve kesik uç ile yazılan karakterlerdir

(Şekil: 2.19). Bu yazı türü günümüzde kaligrafi çalışmalarında halen öğretilmekte ve uygulanmaktadır.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Şekil: 2.20, Old English Yazı Karakteri

Roman olarak anılan karakterler 15. ve 16. yüzyıllarda İtalyan'ların gotik yazıyı kaba bularak, Roma yazıtlarından esinlenip geliştirdikleri, tırnaklı yazılardır (Şekil: 2.20). Günümüzde halen sıkça kullanılan Roman karakterler tırnaklı-serifli olarak da anılırlar.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Şekil: 2.21, Garamond Yazı Karakteri

20. yüzyıl başlarında Süprematizm, Konstrüktivizm ve De Stijl hareketlerinin de etkisiyle, grafik tasarımda görülmeye başlayan sanserif yazı karakterleri; anatomik olarak roman karakterlere benzeseler de, harf hatlarında kalınlık farkı olmaması ve harf uçlarında serif bulunmaması ile belirgin bir biçimde roman karakterlerden ayrılırlar. Günümüz grafik tasarımında en çok kullanılan harf gruplarından olan sanserifler, özellikle 1957'de Helvetica yazı karakterinin tasarlanmasıyla zirve noktasına ulaşmışlardır (Şekil: 2.21).

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Şekil: 2.22, Helvetica Yazı Karakteri

2.9. İmge

Türk Dil Kurumu sözlüğünde imge; “Duyu organlarının dıştan algıladığı bir nesnenin bilince yansıyan benzeri, imaj” (www.tdk.org.tr, 04.11.2007) olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımlamaya göre gözümüzün beynimize aktardığı her görüntü bir imgedir. Ancak grafik tasarım kavramı olarak imge ya da imaj, (İngilizce image) tasarımda kullanılan bir objeyi, durumu, nesneyi, vb. betimleyen tüm görsel malzemeler (fotoğraf, illüstrasyon, vb.) olarak tanımlanabilir.

Erken dönem grafik tasarım ürünlerinde imge; ya çizgisel siyah renkte basılmış bir gravür ya da bir ağaç baskı olarak karşımıza çıkmaktadır. Çoğaltım sistemlerinin tip baskının kısıtlamalarından kurtulmasının ardından, önce litografi baskı ile illüstrasyonlar, daha sonraları ise fotoğraflar grafik tasarımda kullanılmaya başlanmıştır. Günümüz grafik tasarımının temellerinin atıldığı bu dönemin ardından, bilgisayar teknolojilerinin grafik tasarımda kullanılmaya başlaması ile birlikte fotoğraf ve illüstrasyonlar üzerinde çok daha kısa sürede işlemler yapma olanağına kavuşulmuştur. Fotoğraf ve illüstrasyonlar üzerinde işlem yapma olanağına bilgisayar çağı öncesinde de sahip olan grafik tasarımcılar; bilgisayarın olanakları ile bu işlemleri çok daha kısa sürelerde ve daha kaliteli şekilde yapabilmektedirler.

2.9.1. İllüstrasyon

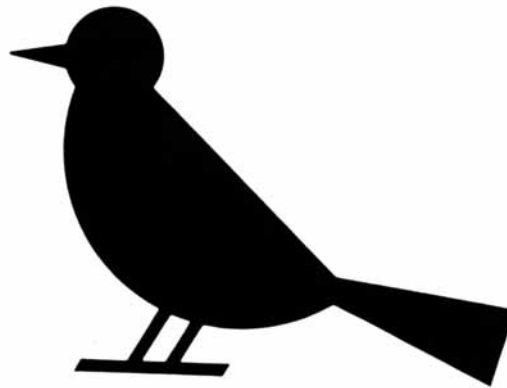
İllüstrasyonlar el yazmaları ve tip baskı dönemlerinde önemli bir görsel malzeme kaynağıdır. Fotoğrafın bulunuşu ve baskı olanaklarının gelişmesiyle birlikte kullanımı azalmış olsa da grafik tasarım açısından önemini yitirmemiştir. “Gerçeküstü imajların oluşturulması, mizah duygusunun, doğallığın ve samimi bir atmosferin yaratılması aşamalarında illüstrasyonlar önemli rol oynamaktadırlar.” (Uçar, 2004, s.163).

Basit piktograflardan gerçekçi illüstrasyonlara kadar tüm çizilmiş imgeler, görsel bir çeşitlilik içerirler. Bu çeşitlilik bu illüstrasyonların çizilirken kullanılan teknik, biçem ya da yöntemlerden kaynaklanır. En basit çizimden, karmaşık çok tonlu ya da renkli illüstrasyonlara kadar, tüm çalışmalarda kullanılan bu temel teknik, biçem ve yöntemler; nokta, çizgi, form, kararlılık, keskinliktir.



Şekil: 2.23, İllüstrasyon

Şekil: 2.23'te görülen illüstrasyon çizgisel, yalın bir çizimdir. Sadeliği simgeler ve minimal bir anlatım yoludur. Bu illüstrasyona bakıldığında kuş olduğunu hemen anlaşılabilir. İmge çok yalın da olsa, anlatım gücü oldukça yüksektir.



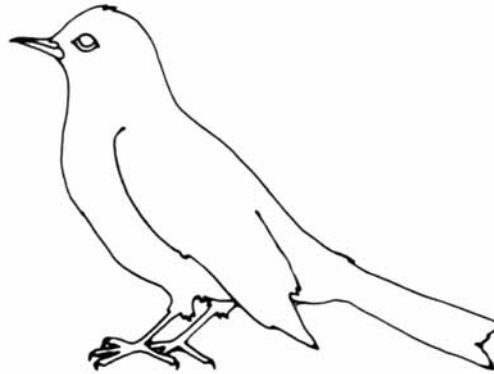
Şekil: 2.24, İllüstrasyon
(Meggs, 1992, s.19)

Şekil: 2.24'de görülen piktograf ise katı ve baskın bir form içerir. Objenin temel parçaları geometrik bir düzen içindedir. İmgeye bakınca kuş olduğu hemen anlaşılır. Ancak hangi türde bir kuş olduğunu algılayamayız, genel bir kuş imgesidir.



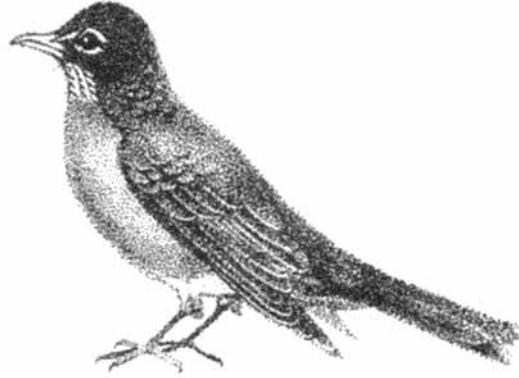
Şekil: 2.25, İllüstrasyon
(Meggs, 1992, s.19)

Şekil 2.25'te görülen siluet çizimi piktograftan farklıdır. Piktograf herhangi bir kuşu simgelerken, siluet çizimi belirli bir tür kuşu simgelemektedir.



Şekil: 2.26, İllüstrasyon
(Meggs, 1992, s.19)

Şekil: 2.26'da görülen kontür çizimi doğrudan ve kavramsal bir imgedir. Objenin uzayda kapladığı alanı dış hatlarından keserek bir form oluşturulmuştur. İmge gerçekçi çizim özellikleri ile birlikte hala yalın ve karakteristik özellikler de barındırmaktadır.



Şekil: 2.27, İllüstrasyon
(Meggs, 1992, s.19)

Şekil: 2.27’de görülen noktasal çizim, Gestalt kuramı “beynin parçaları birleştirerek algılaması” ilkesine dayanmaktadır. Gözümüzün nokta olarak gördüğünü beynimiz bir bütün olarak algılayarak, tek bir imge haline dönüştürmektedir.



Şekil: 2.28, İllüstrasyon
(Meggs, 1992, s.19)

Şekil: 2.28’de görülen illüstrasyon ise ortalama ışık koşullarında belirli bir objenin gerçekçi tonlarla resmedilmiş halidir.

Bu illüstrasyonların tümü kuş imgeleridir. Ancak hangi kuşun hangi durumda kullanılacağına karar vermesi gereken kişi tasarımcıdır. Tamamen tasarımcının yaratıcılığına ve vizyonuna bağlı olan bu seçimdeki temel etkenler; tasarımda verilmesi gereken mesaj, kullanılan diğer elemanlarla uyum ve bütünlük ile tasarımın genel biçimidir.

2.9.2. Fotoğraf

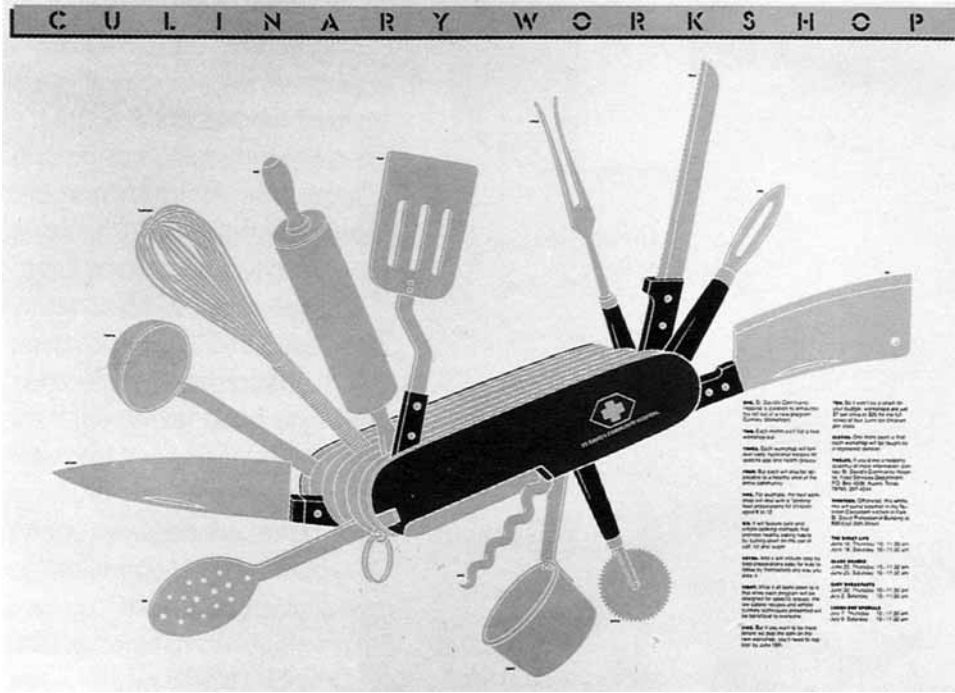
“Fotoğrafın ikna edici gücü, fotoğrafın güçlü bir ifade aracı olduğu önyargısına dayanmaktadır. Sonuç olarak fotoğraf bir makine tarafından kaydedilmiş, gerçeğin yansımasıdır.” (Meggs, 1992, s.20). Ancak fotoğraf ışığın objeler üzerinde yansıttığı ışık ya da renklerin film üzerindeki kimyasalları etkilemesi sonucu oluşur ve her zaman gerçeği yansıtmaz. Gözümüz tarafından algılanan gerçek görüntü ile fotoğraf arasında; bakış açısı, kurgu, ışık, boyut, objektif, lens, alan derinliği gibi farklılıklar bulunmaktadır.

2.9.3. İmge Dönüştürme

Grafik tasarımcılar imgeyi dönüştürerek dışavurumsal ve iletişimsel bir güç oluşturabilirler. İmgeleri çakıştırarak, benzeştirerek ya da birleştirerek kavramsal bir gerçeklik yaratırlar. Günümüz teknolojileri bu alanda grafik tasarımcıya eskiden hayal bile edilemeyecek olanaklar sunmaktadır. İmgeleri dönüştürme özellikle reklam grafikleri için bulunamayacak fırsatlar ve düşünceler sunmaktadır. İmgeyi dönüştürerek elde edilen etki, izleyiciyi şaşırtmakta ve ilgi toplamaya yardımcı olmaktadır.

2.9.4. İmge Değiştirme

İmge değiştirme genellikle beynimizde yerleşmiş bir görselin olması gereken yerine başka bir görseli koyarak oluşturulmaktadır. Sıradanlığı yok eden bu anlayış, izleyiciyi şaşırtmakta ve farklı bir algı boyutu oluşturmaktadır. Şekil: 2.29'daki Tom Poth tarafından tasarlanan, Larry MacIntire tarafından ilüstre edilen, bir hastanenin düzenlediği açılış çalışmayı afişinde; İsviçre çakısının aletlerinin yerine mutfak aletleri kullanılmıştır.



Şekil: 2.29, İmge Değiştirme
(Meggs, 1992, s.22)

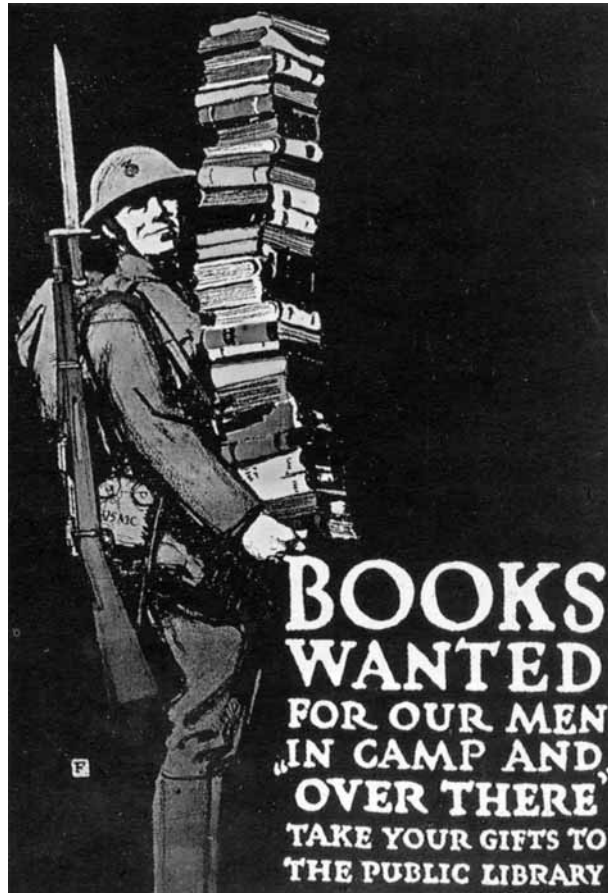
Yves Loffredo'nun Sosyalist Fransız Gazetesi "L'Humanite" için tasarladığı ilanda bir askerın elindeki silah, bir müzik enstrümanıyla değiştirilmiştir (Şekil: 2.30). Sloganda "ideal bir dünyada L'Humanite olamazdı" denilmiştir.



Şekil: 2.30, İmge Değiştirme
(Archive, 2003, s.102)

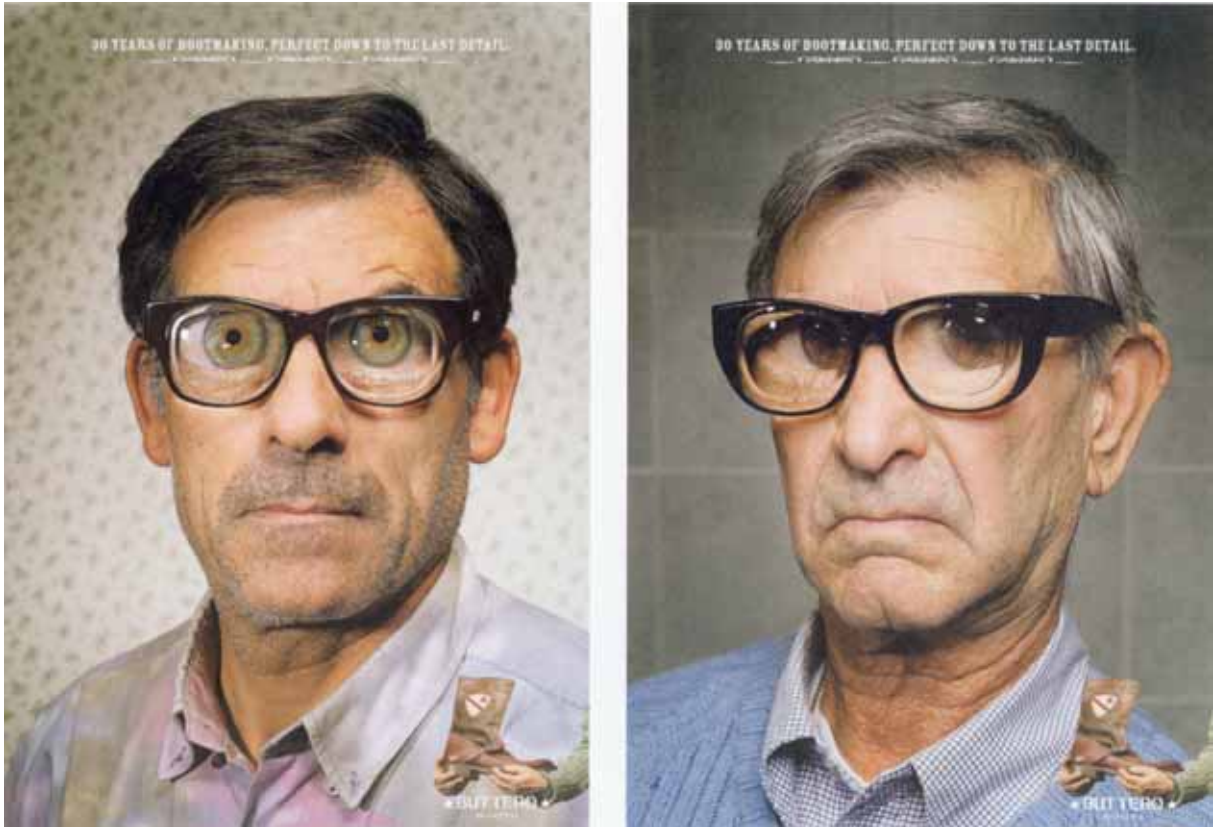
2.9.5. İmge Abartma

Tasarım içinde bir imgeyi abartmak genellikle hiyerarşi oluşturmak ve dikkati belirli bir noktaya çekmek için kullanılmaktadır. Bir kompozisyon içindeki objelerin, olduğundan daha büyük ya da daha öne çıkarılarak kullanılması ile oluşturulur. Bir imgenin olması gerektiğinden daha küçük ya da daha büyük olması, belirli boyutlarda beynimizde daha önceden algılanmış olan bu objelerin hemen dikkat çekmesini sağlar. Şekil: 2.31'deki Charles B. tarafından ilüstre edilmiş poster, kitap bağış kampanyası için tasarlanmıştır. I. Dünya Savaşı sırasında tasarlanan afiş kitapların savaşta askerler için gerekli olduğunu anlatmaktadır. Ancak normal şartlarda bir askerin taşıyamayacağı kadar çok olan kitaplar askerden daha öne çıkmaktadır. Bu abartma sayesinde afiş, savaşın içinde olan halkı oldukça etkilemiş ve kampanya büyük başarıya ulaşmıştır.



Şekil: 2.31, İmge Abartma
(Meggs, 1992, s.22)

Giovanni Settesoldi ve Luisandro Del Gobbo tarafından tasarlanan, Riccardo Bagnoli'nin fotoğrafladığı “Buttero” çizmeleri ilanlarında (Şekil: 2.32), çizmelerin her detayının 30 yıllık ustalıklı, en ince ayrıntısına kadar mükemmel olduğu vurgulanmaktadır. İronik biçimde abartılmış gözler hemen dikkati çekmekte ve mesajı güçlendirmektedir.



Şekil: 2.32, İmge Abartma
(Archive, 2005, s.55)

2.9.6. İmge Birleştirme

Birleştirilen imgeler genellikle birbirlerine katkısız bir fayda sağlarlar. Şekil: 2.33'deki posterde “İngiltere'nin öncesi ve bugünü” betimlenmektedir. Bu betimleme için Sibley/Peteet tasarım ofisi geleneksel gravür baskı, bir hükümdar portresi ile çağdaş sanat akımlarından esinlenerek çizilmiş bir resmi birleştirmiştir. Birleştirilmiş imge; eski-yeni, dün-bugün, geçmiş-şimdi kavramlarını oldukça etkili biçimde vurgulamaktadır.



Şekil: 2.33, İmge Birleştirme
(Meggs, 1992, s.23)

BÖLÜM 3. GRAFİK TASARIMDA YAZI ve İMGE KULLANIMI

Yazı ve imge beklenmedik görsel kombinasyonlar oluşturarak, mesajın etkisini arttırabilirler. Zaman zaman tek başlarına asla veremeyecekleri mesajları, birbirlerini etkileyerek verebilirler. Meggs bu durumu şu şekilde açıklamıştır: “Yazı ve imge iletişimin tamamen farklı alanlarıdır. Grafik tasarımcılar, harfleri, yazıları ve imgeleri dönüştürerek ve kaynaştırarak bizim dil olanaklarımızı büyütür ve genişletirler.” (Meggs, 1989, s.67).

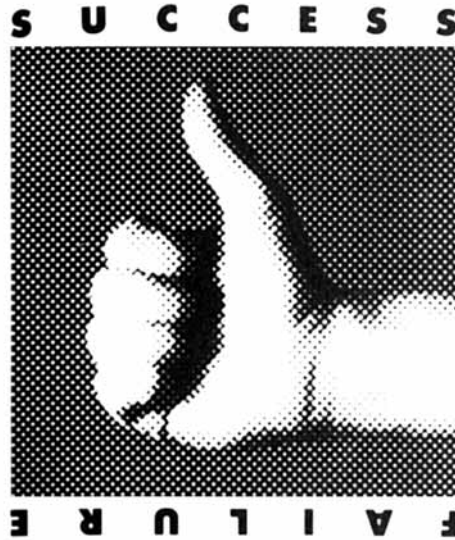
Tasarımcılar yazı ve imgenin birlikte kullanıldığında yarattığı etkiyi çok önceleri fark etmişlerdir. Rönesans’ın önemli düşünür, mimar ve sanatçısı Leon Battista Alberti (1404-1472) 1467 yılında yazdığı “Hypnerotomachia Poliphili” adlı yapıtında, yazı ve imgenin kitap tasarımındaki önemini şu şekilde ifade etmiştir: “Büyük ustalar, kitabın en önemli sanatsal özelliği olarak; yazı ve ağaç baskıların ayrı ayrı değil, bir armoni içindeki beraber kompozisyonu olduğunu keşfetmişlerdir.” (<http://mitpress.mit.edu/e-books/HP/hyptext1.htm#Text%20and%20image>, 8.09.2007). Venedikli basımcı ve harf tasarımcısı Aldus Manitius tarafından basılan bu önemli yapıt, dönemdeki incunabulalara ve daha sonra hareketli harflerle basılan kitaplara esin kaynağı olmuştur. Günümüzde bile kitap koleksiyoncularının en önemli yapıtlarından biri olarak değerlendirdikleri “Hypnerotomachia Poliphili” yaklaşık 500 yıl kitap tasarımcıları ve basımcılarına yol göstermiştir. 15. yüzyılda kitap basımcılığında keşfedilen bu etkileşim, zaman içerisinde ortaya çıkan diğer grafik tasarım alanlarında da değerini arttırarak korumuştur.

Günümüz grafik tasarımında yazı ve imgenin birlikte kullanımını tasarımcılara, özellikle de afiş ve reklam grafiği tasarımında yaratıcı düşünceler sunmaktadır. Meggs “Type and Image” adlı kitabında yazı ve imgenin birlikte kullanıldığı durumlarda tasarımcının karşılaştığı sorunları şu şekilde ifade etmiştir: “Grafik tasarımcılar, görsel ve sözsöz mesaj yaratmak için yazı ve imgeyi bir araya getirdikleri zaman, iki sorunu çözmeleri gerekir. Birinci sorun görsel düzenlemedir; birbirinden tamamen farklı iki iletişim sistemi olan dil işaretleri ve imgelerin uyumlu bir görsel bütünde birleştirmektir. İkinci sorun mesaj oluşturma ile ilgilidir; bu iki farklı iletişim sistemi nasıl birbirini destekleyerek ve diğerinin anlamını genişleterek birleşebilir.” (Meggs, 1992, s.41).

Geleneksel tasarım anlayışında genellikle mesajı yazı taşır. İmge ise mesajı daha da açık hale getirir ya da genişletir. İmgeler çoğunlukla sözler kadar anlam taşıyamazlar. Kolayca algı oluşturamazlar; bu nedenle imgeler, yazının tutarlı bir anlam oluşturabilmesi

için, dikkatlice seçilmelidirler. Eğer tasarımda açık bir hiyerarşi bulunmazsa, her elemanın göreceli önemi öznel hale gelir ve izleyicinin yorumuna açılır. Bu durum mesajda bir belirsizlik yaratır, karmaşık hatta muhtemelen okunamaz hale getirir. (Resnick, 2003, s.121).

Geleneksel anlayışta yazı ön plandadır ve imge yazıyı destekler ya da yorumlar. Ancak 20. yüzyıldaki gelişmeler ve bilgi ortamı bu kuralı radikal şekilde değiştirmiştir. Tarihsel dönüşüm içinde yazı imgeyi ifade etmek ya da etkisini şiddetlendirmek amacıyla kullanılmaya başlanmıştır. Roland Barthes bu konudaki gözlemlerini şu şekilde ifade etmiştir: “Eskiden, imge yazıyı ilüstre ederdi; bugün, yazı imgeyi destekliyor, bir gelişme sağlıyor, manevi bir güç, bir imgelem...” (Meggs, 1994, s.41).



Şekil: 3.1, Başarı ve Başarısızlık, Michael Bierut
(Meggs, 1992, s.41)

Michael Bierut tarafından tasarlanan “Success & Failure” afişi, yazı ile imgenin birlikte etkin şekilde kullanıldığı bir çalışmadır (Şekil: 3.1). Afiş iki yönlüdür ve “success” (başarı) kelimesi okunacak şekilde tutulduğunda, el işareti olumlu anlamında yukarı doğru bakar; “failure” (başarısızlık) kelimesi okunacak şekilde tutulduğunda ise el olumsuz bir işaret olarak aşağıya bakar. Aynı el işaret Ortaçağ’da, gladyatör dövüşlerinde yaşam ve ölüm anlamında da kullanılmıştır.

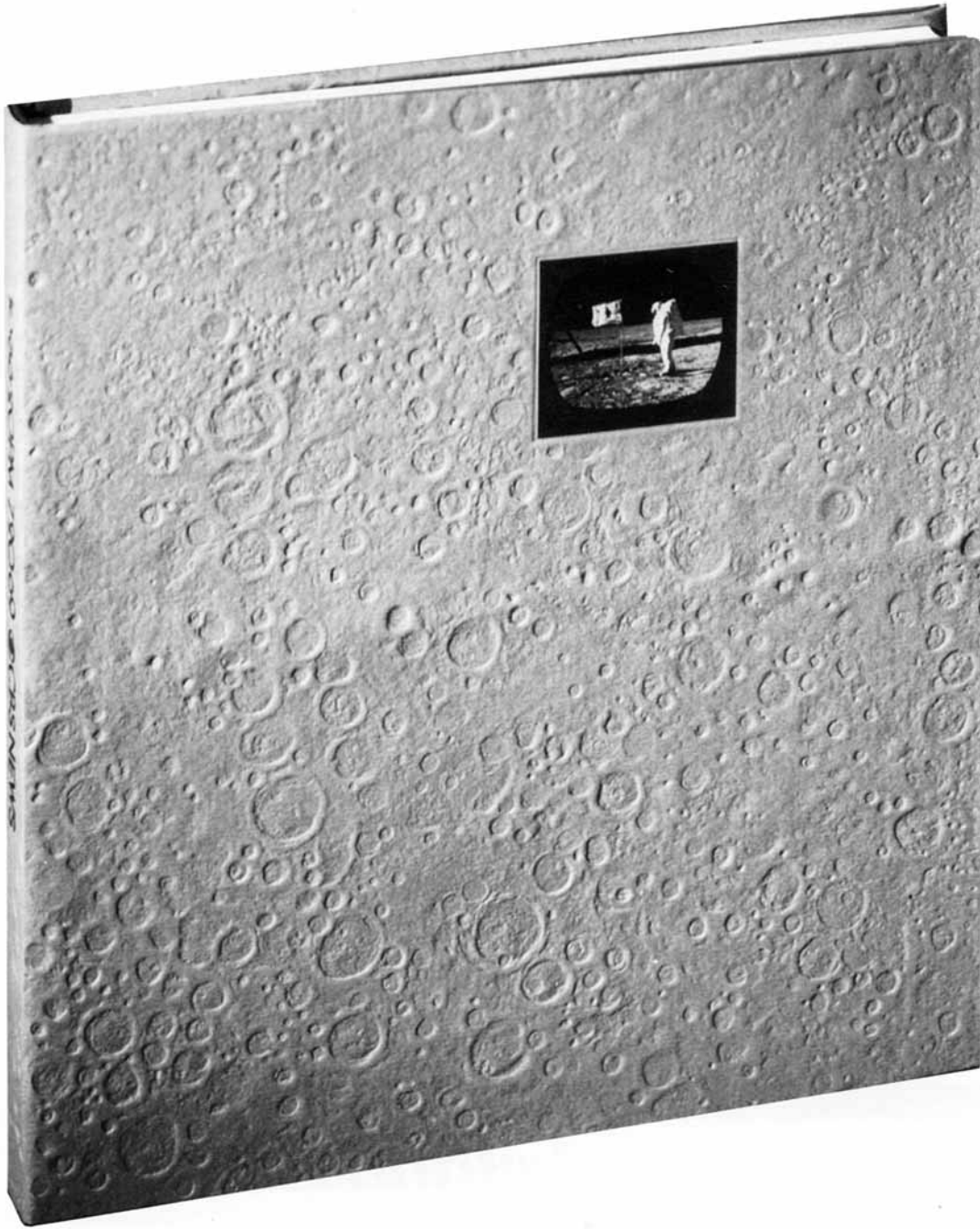
3.1. Yalnızca Yazı ya da İmge

Yazı ve imgeyi birlikte kullanarak bir güç oluşturmak mümkündür. Ancak bu güç yalnızca yazı ve imgenin birlikteliğinde oluşmak durumunda değildir. Yazı başka bir yazıyı ya da imge başka bir imgeyi destekleyebilir. Hatta tek başına yazı ya da tek başına imge ile de etkili tasarımlar yaratılabilir. Şekil: 3.2'deki "65th Art Directors Annual" (65. Sanat Yönetmenleri Yıllığı) kapağını tasarlayan Bob Gill, bu yılda yapıtları toplanan sanat yönetmenlerinin, aslında çalışma yaşamlarında birbirleri ile ne kadar amansız ve kıyasıya hatta içten pazarlıklı bir yarış içinde olduklarını vurgulamıştır. Gill'in tasarladığı kapak aynı zamanda, Amerikan reklam ve tasarım endüstrisine bir eleştiri niteliği de taşımaktadır. Marty Jacobs tarafından fotoğrafları çekilen kapak imge birleştirme yöntemi kullanılarak basit bir anlatım oluşturmayı başarmıştır. Mesaj nettir, ayrıca yazı ile bir açıklamaya da ihtiyaç duyulmamaktadır.



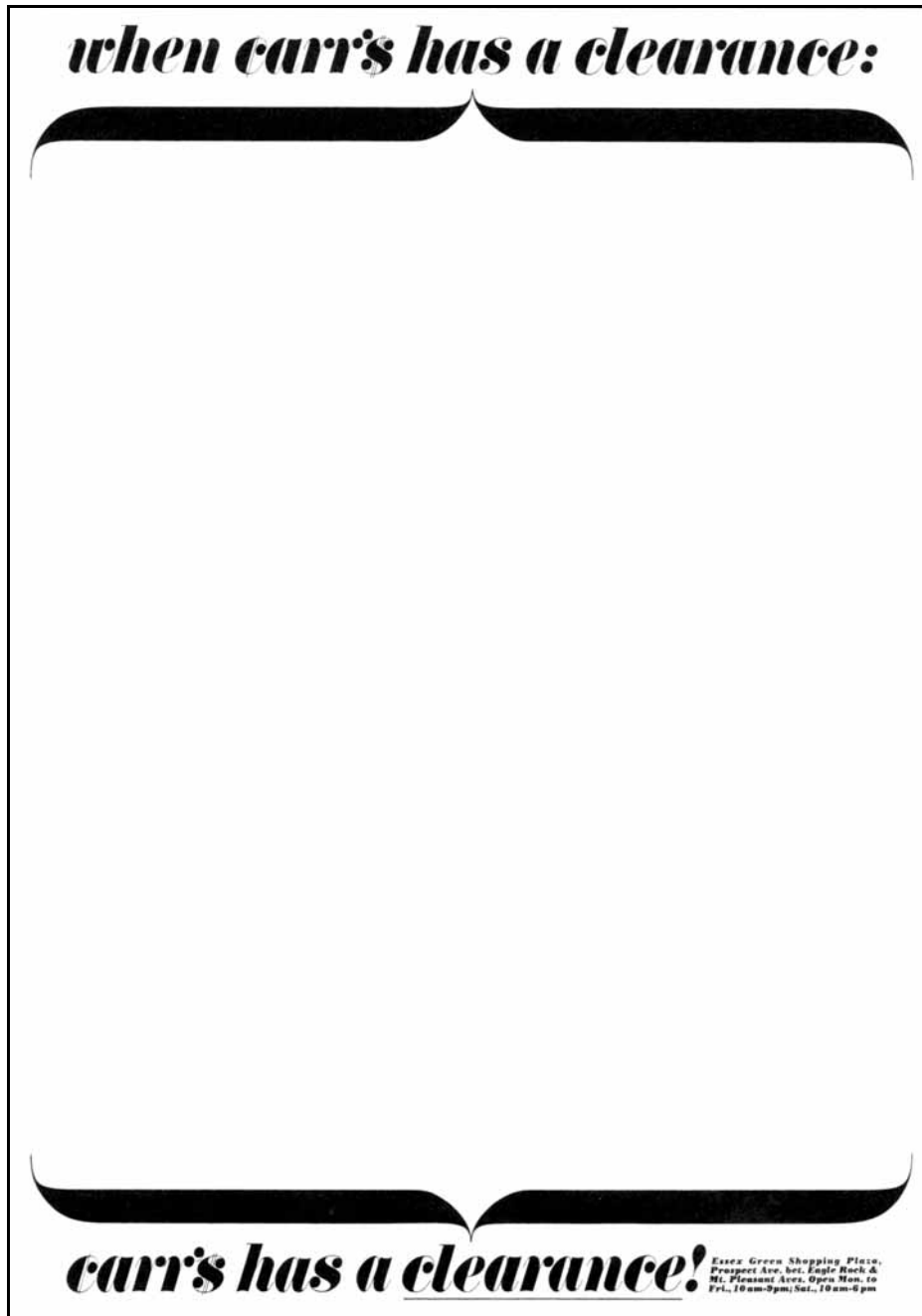
Şekil: 3.2, 65. Sanat Yönetmenleri Yıllığı Kapağı, Bob Gill
(Meggs, 1992, s.42)

İmgenin etkili şekilde kullanıldığı ve yazıya ihtiyaç duyulmayan bir başka tasarım da Lou Dorfsman'ın tasarladığı, Ay'a ilk ayak basma ile ilgili kitap kapağıdır. Zeminde gri kağıt gofre (emboss) ile kabartılarak ay yüzeyinin kraterli yapısı oluşturulmuştur. Üzerine ilk Ay yürüyüşünden bir fotoğraf eklenmiş, herhangi bir tipografik öge kullanılmamıştır. Tipografik bir öge kullanılmış olsaydı verilen mesajta fazla katkısı olmazdı.



Şekil: 3.3, İlk Ay Yürüyüşü Kitap Kapağı, Lou Dorfsman
(Meggs, 1992, s.67)

Yalnız imge ile mesaj oluşturmaya karşıt bir durumu, Herb Lubalin tarafından indirimli satışlar için tasarlanan bir gazete ilanında görebiliriz. Lubalin indirimli satışlardan geriye kalacakları, gazetenin sıkışık yüzeyine kontrast, parantezler içinde büyük bir boşluk kullanarak göstermiştir. İndirimden geriye ne kalacaktır? Kesinlikle hiç bir şey. Aktif boşluk kullanımına da önemli bir örnek olan çalışma, yalnızca tipografik elemanları kullanarak etkili tasarımların yaratılabileceğinin adeta kanıtıdır.



Şekil: 3.4, Gazete İlanı, Herb Lubalin

(Meggs, 1992, s.68)

Michael Johnson “There is not much difference between advertising and design” (reklamla tasarım arasında çok farklılık yok) söyleşi için kendisinin hazırladığı afişte, yalnız tipografi ve renk kullanılmıştır. Parlak renkler ve condensed (sıkıştırılmış) yazı karakteri kullanılan afişte; “advertising” yazısı iki renkle oluşturulmuştur. Görsel hiyerarşinin ince şekilde kurgulandığı bu afişte, önce mavi (Cyan) renkli “design”ı daha sonra yazının tümü olan “advertising”i algılamaktayız. Bu algıyı, mavi ve kırmızı (Magenta) renklerin kesişme noktalarının beyaz bırakılması kolaylaştırmaktadır. En sonunda ise alttaki başlık, konuşmanın konusunu tam olarak açıklamaktadır.



Şekil: 3.5, Reklamla Tasarım Arasında Çok Fark Yok, Michael Johnson

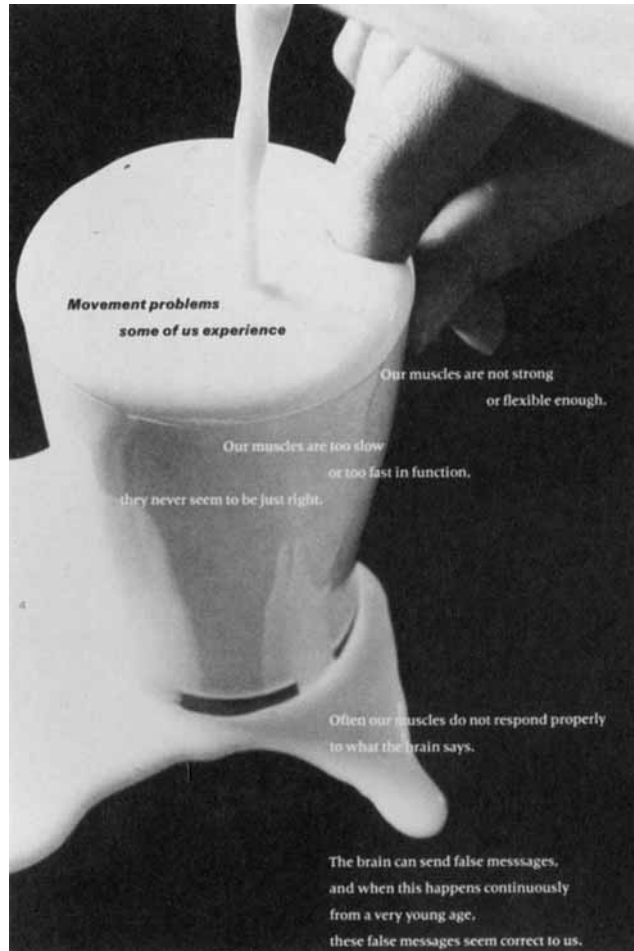
(Knight-Glaser, 2007, s.19)

Yazı ve imge birleşiminin bilinçli ve etkili kullanıldıkları zaman çok büyük mesaj potansiyeli olmasına karşın bu örnekler, iki ayrı görsel iletişim sisteminin, tek başlarına da mesajı oldukça etkili şekilde iletebildiklerini göstermektedir.

3.2. Yazı ve İmgenin Birlikte Kullanılması

Ortaçağdan günümüze kadar grafik tasarımcılar yazıyı imge ile birleştirme konusunda büyük yenilik ve gelişmeler göstermişlerdir. Günümüz grafik tasarımında “tasarımcılar çoğu kez, yazı ve imajı, onların iletim ve bildirim güçlerini arttıracak, şiddetlendirip yoğunlaştıracak yeni ve beklenmedik yollar içerisinde yan yana getirir ve birleştirirler.” (Selamet, 1995, s.115).

Yazı ve imge çok değişik şekillerde birlikte kullanılabilir. Sayfa tasarımında çoğu zaman görülen sıradan düzenleme, yazı ve imgenin birbirini etkilemeyecek şekilde ayrı kullanılmalarıdır. Bu tür düzenlemelerde yazı ve imge birbirleri ile etkileşim içinde ve birbirlerinin ayrılmaz parçaları değildirler. Yalnız birbirlerinin iletimlerine olanak sağlarlar ve birbirleri hakkında açıklama yaparlar. Sıradan düzenlemelere çevremizde birçok kitap, gazete, dergi sayfalarında sıkça rastlayabiliriz.



Şekil: 3.6, Hareket Problemlerimiz Kitapçığı, Frank Armstrong
(Meggs, 1992, s.44)

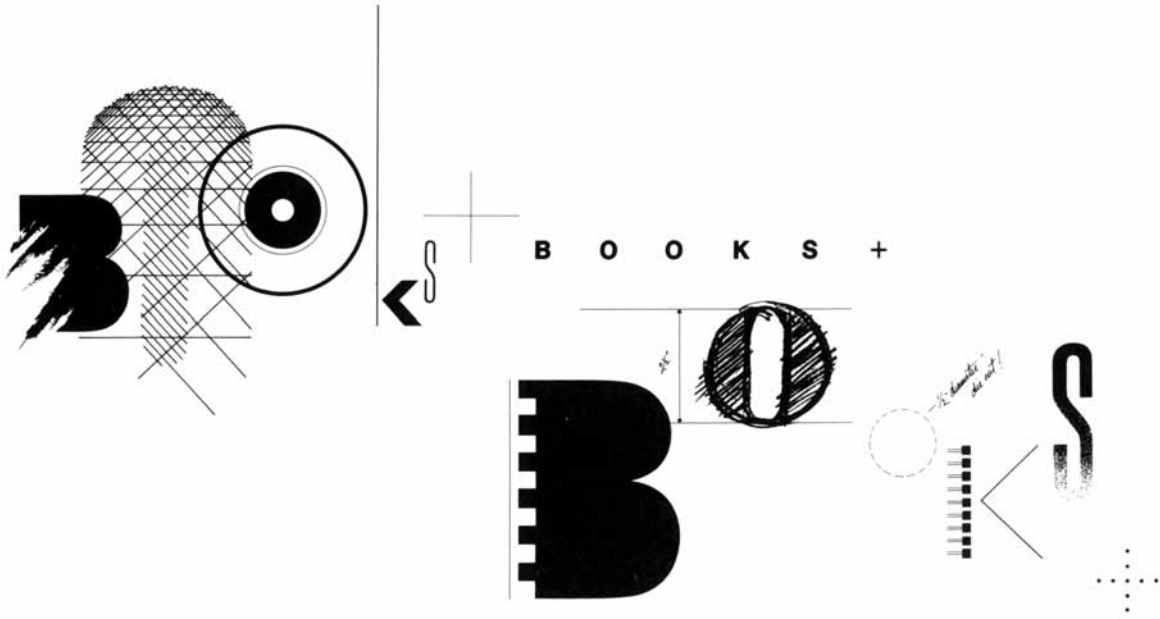
Sıkça görülen bir diğer uygulama ise yazının imgenin üzerine basılması ya da imgeden negatif olarak çıkarılmasıdır. imge üzerinde yazı kullanımında, yazının zemindeki imgeden ayırt edilebilmesi; çalışmadaki açık, koyu ve renkli alanların doğru kullanılmasına bağlıdır. Bu ayırım ve görsel hiyerarşi, Frank Armstrong tarafından tasarlanan, Thomas Wedell'in fotoğrafını çektiği "movement problems" (hareket problemleri) kitapçığında dengeli biçimde oluşturulmuştur. Çalışmada tek siyah yazı olan başlık çabukça algılanır, sütün döküldüğü nokta ve elin açısı da bu başlığı işaret etmektedir. Armstrong metni negatif olarak imgenin üzerine özenli şekilde yerleştirmiştir. Tasarımda negatif yazı kullanımı, oldukça kritik bir konudur; çünkü zemin ile yazı arasındaki kontrast az ise okuma güçlüğü doğabilir ya da zeminin çok karmaşık olduğu durumlarda zemin yazı ile karışabilir. Zeminde kullanılan imgede, hareket problemleri olan kişinin sütü taşıması ise mesajı daha da yoğunlaştırmıştır.



Şekil: 3.7, The Studio'dan Harf Formları
(Meggs, 1992, s.45)

İngiliz süreli yayını "The Studio" da 1890'larda yer alan illüstrasyonlar, harf formlarının imgeler içerebileceği, imgelerin etrafında şekillenebileceği ya da harf şeklini alan bir imge ile tasarlanabileceğini göstermektedir (Şekil: 3.7). Villiam Longhauser tarafından "kitap tasarımı sergisi" için tasarlanan logolardaki harfler; silindir pres, spiral cilt, tel cilt, bir

taslak, özel kesim bıçağı izi, vb. imgeleri içermektedir. Longhauser'in tasarımı da harflerin imgeler ile yaratılabileceğine örnektir (Şekil: 3.8). Dietmar Winkler tarafından tasarlanan "Giacometti'ye Saygı Gösterisi" adlı çalışma ise bir kelimenin harflerinin bir imgeye benzetmek için farklı şekillerde düzenlenebileceğini göstermektedir (Şekil: 3.9).

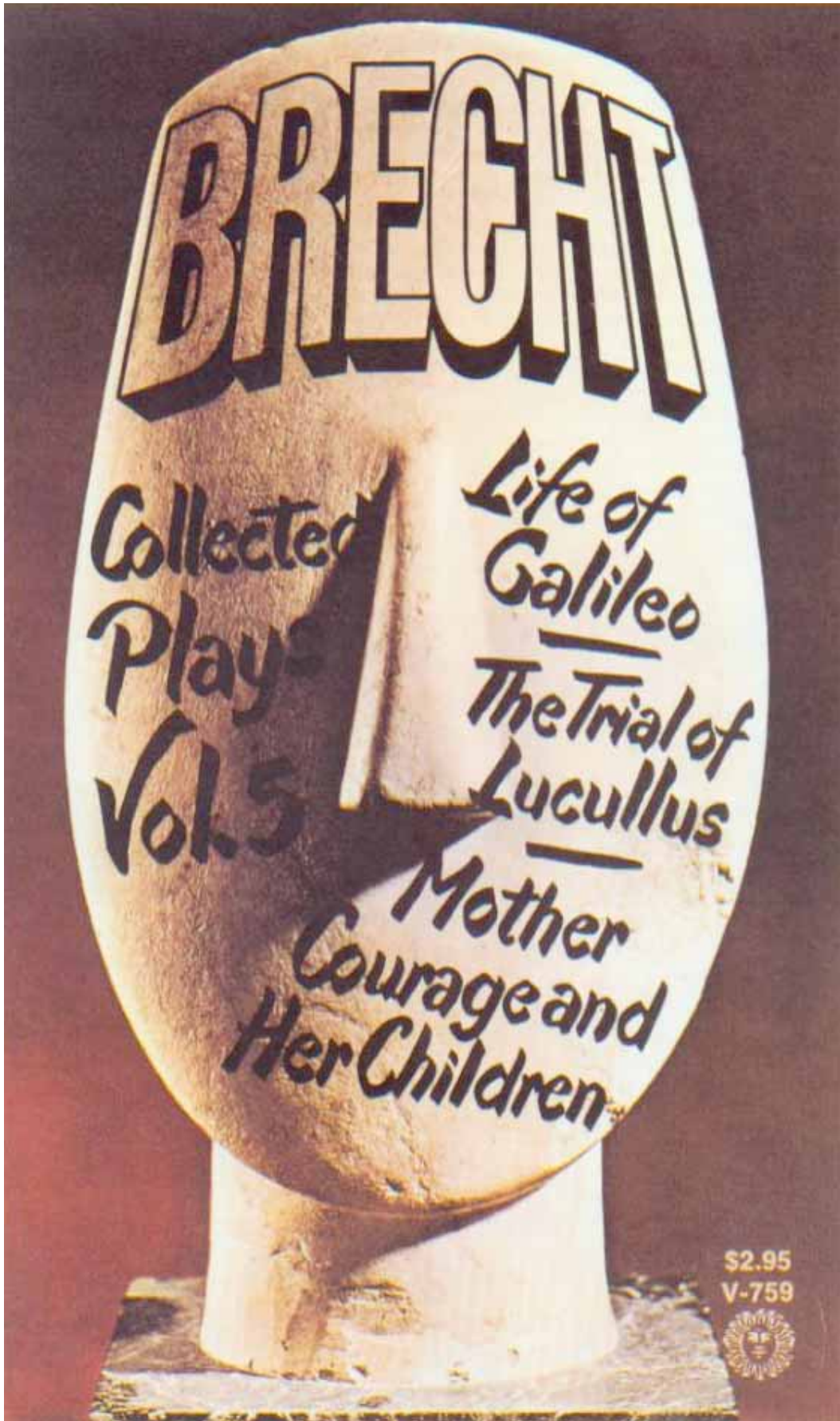


Şekil: 3.8, Kitap Tasarımı Sergisi için Logo, Villiam Longhauser
(Meggs, 1992, s.45)

Yazı ve imgenin farklı şekilde birleştiği bir başka durum ise birbirleri için arka plan oluşturmalarıdır. Scudellari tarafından tasarlanan "The Collected Plays of Brecht, Volume 5" in kapağında olduğu gibi bir imge ya da obje yazının zemini olarak kullanılabilir (Şekil: 3.10). Bunun tam tersi bir uygulama ise Bradburry Thompson tarafından tasarlanan dergi kapağında görülür. Thompson derginin logosunu (Mademoisella) bir modelin arkasında dokusal tipografik bir zemin elde etmek için kullanmıştır (Şekil: 3.11).



Şekil: 3.9, Giacometti'ye Saygı Gösterisi, Dietmar Winkler
(Meggs, 1992, s.30)



Şekil: 3.10, The Collected Plays of Brecht, Scudellari

(Meggs, 1992, s.46)



Şekil: 3.11, Mademoiselle, Bradburry Thompson

(Meggs, 1992, s.47)

BROTHERS OF PASSAMAQUODIA:

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

Şekil: 3.12, Ramparts Dergisi Başyazı Tasarımı

(Meggs, 1992, s.48)

Dugalt Stermer'in tasarladığı "Ramparts" dergisi başyazı tasarımı, yazı ve imgenin aynı değerlerde daha karmaşık şekilde bütünleşmesi için iyi bir örnektir. Yazı Amerika ile Kızılderili kabileleri arasındaki ilişkiler ile ilgilidir ve George Washington'un Passamaquodia Kızılderilileri'ne mesajını içerir. Zeminde George Washington'un illüstrasyonu bulunmaktadır. Yazı imgenin üzerine Times New Roman yazı karakteriyle dizilmiş ve illüstrasyonla çakışan yerleri negatif şekilde imgeden çıkartılmıştır (Şekil: 3.12).

Legname Bermann film üretim şirketi için Craig Fraiser tarafından tasarlanan logoda; firma sahiplerinin adları, film perforelerine dönüştürmüştür. Filme arkadan gelen ışık, ön tarafına gölge düşürmüş, serifsiz condensed harf karakterlerinin boşluklarından ise ışık geçmiştir. Bu filmin geçirgenliğini de göstermektedir (Şekil: 3.13).



Şekil: 3.13, Legname Bermann Logo Tasarımı, Craig Fraiser
(Meggs, 1992, s.49)

Stravinsky albüm kapağında, tasarımcı Richard Mentel tipografiyi bir mimari öge gibi kullanarak, baskın bir role büründürmüştür. Kapaktaki yazıların alt çizgisini gösteri yapılan tiyatro sahnesinin katları gibi kurgulayan Mentel; “U” harfini bir kapı aralığı, “Y” ve “O” yu pencereye dönüştürmüştür. Bazı imgelerin yazının önüne, bazılarının ise arkasına yerleştirilmesi çalışmaya boyut kazandırmış, daha canlı bir mekan görüntüsü oluşmasına yardımcı olmuştur (Şekil: 3.14).

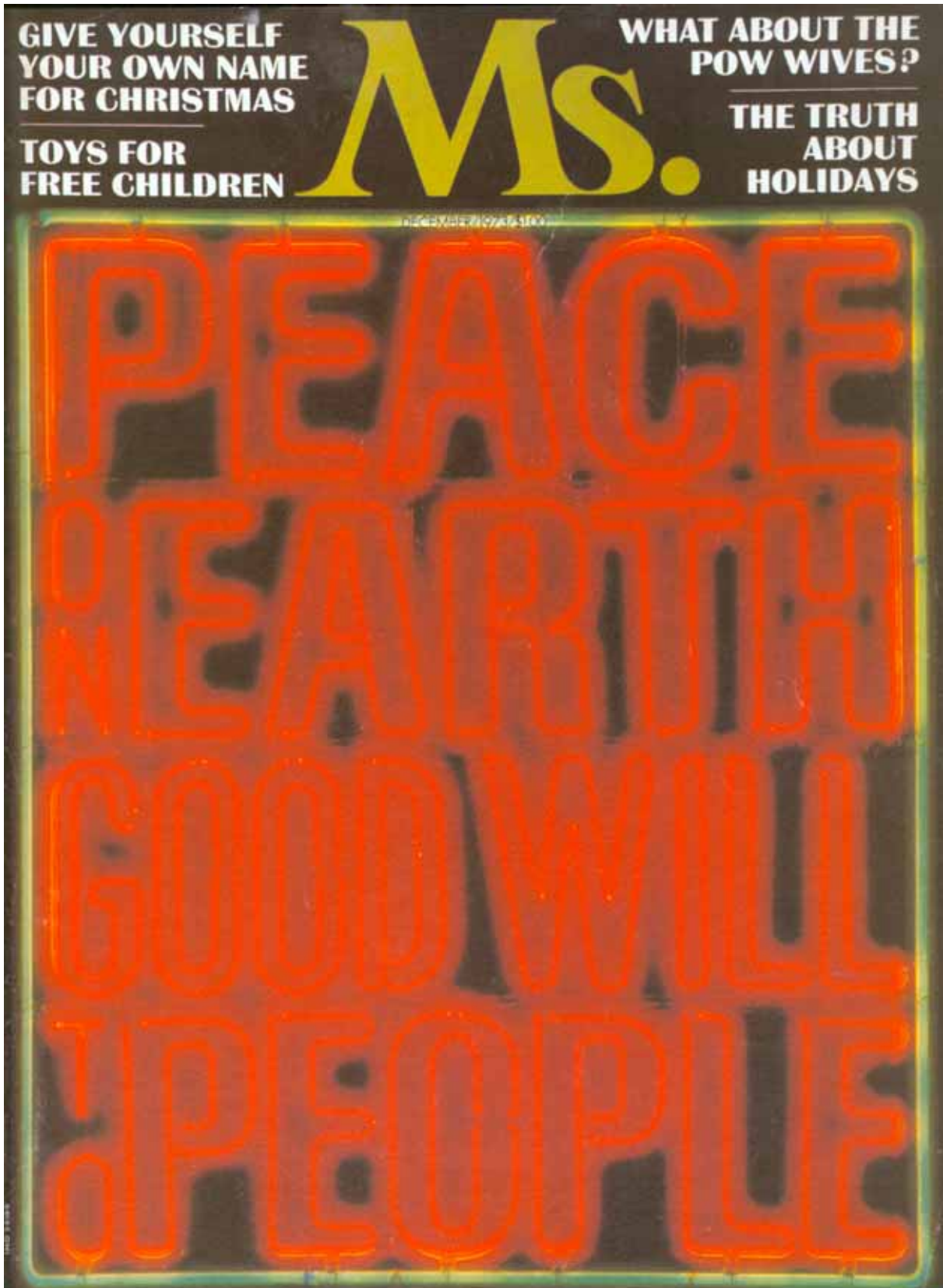


Şekil: 3.14, Stravinsky Albüm Kapağı, Richard Mentel

(Meggs, 1992, s.50)

3.3. İmge İçinde Yazı

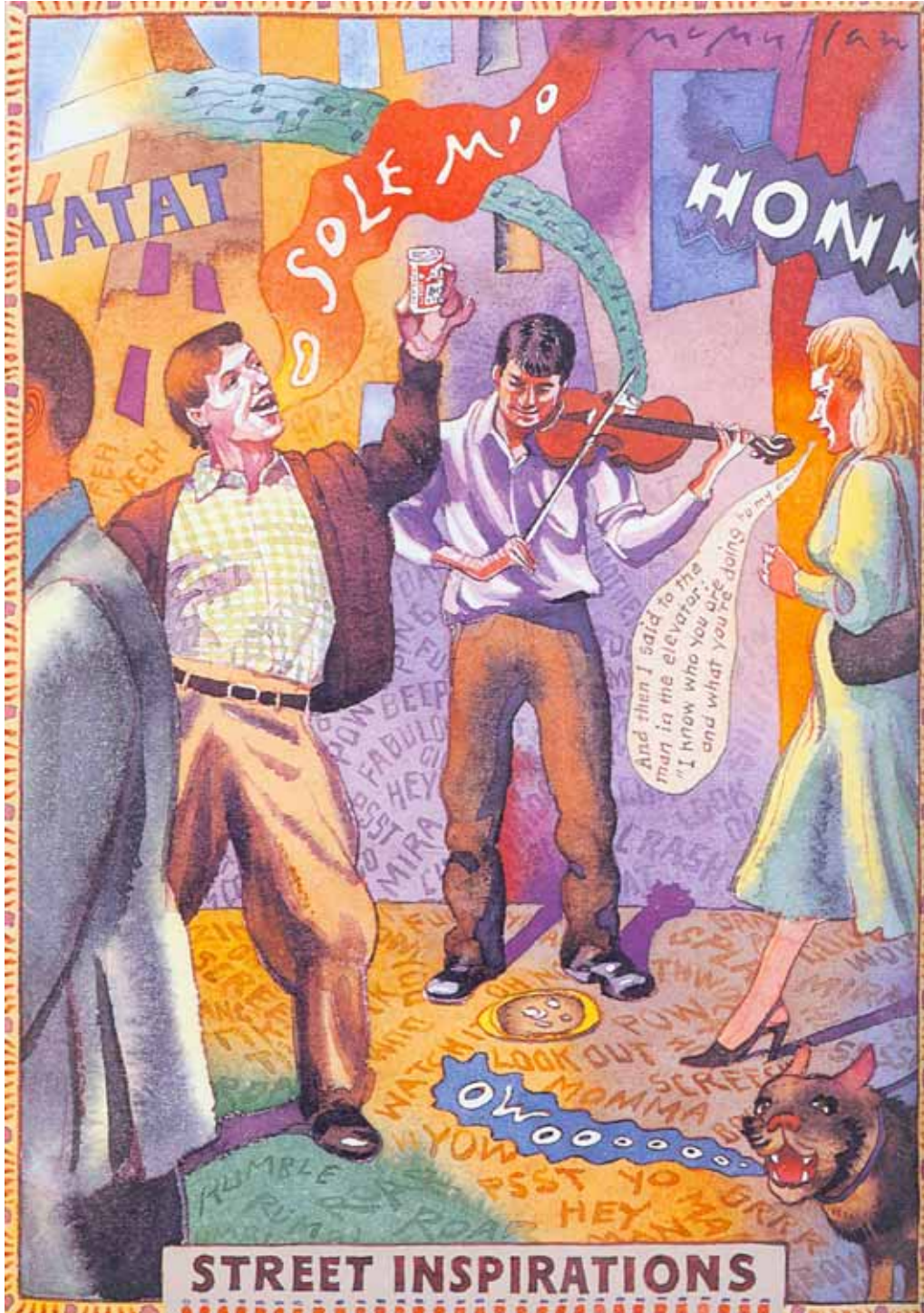
İmgeler, harfleri ve kelimeleri birer eleman olarak içlerinde barındırabilirler. Örnekte; tasarımı Bea Feitler'a, fotoğrafı Mel Dixon' ait "Ms" dergisinin kapağındaki yazılar imgeye dönüşmüştür. "Peace on earth good will to people" (Dünyada barış insanlar için iyi olacak) yazısı kırmızı neon ışıklarla yazılmış, daha sonra kontrast olarak öne çıkabilmesi için siyah zemin üzerinde fotoğraflanmıştır (Şekil: 3.15).



Şekil: 3.15, Ms. Dergi Kapağı, Bea Feitler

(Meggs, 1992, s.51)

James McMullan, yaptığı “Street Inspirations” (Sokak Esintileri) adlı illüstrasyonda, resimsel alanlarla şehrin gürültüsünü ifade eden sözcükleri bütünleştirmiştir. Otomobil kornası, işçilerin gürültüsü, sokak müzisyenlerinin sesleri, bir kadının konuşmaları, köpek havlaması resmin içinde yazı ile ifade edilmiştir. Kaldırımlar ve sokak duvarları ise şehrin gürültüsü ve sokağın argosu ile yankılanmaktadır (Şekil: 3.16).



Şekil: 3.16, Street Inspirations, James Mc Mullan

(Meggs, 1992, s.54)

Sanat yönetmenliğini Goetz Ulmer ve Philip Borchardt'ın yaptığı sosyal kampanyada, nesli tükenmekte olan hayvanların oyuncakları görülmektedir. Oyuncakların etiketleri rahatça görülebilecek şekilde fotoğraflanmıştır ve etiketlerde kampanyanın sloganı olan “The original is dying out” (Gerçeği ölmek -nesli tükenmek- üzere) bulunmaktadır (Şekil: 3.17).



Şekil: 3.17, Sosyal Afişler, Goetz Ulmer, Philip Borchardt
(Archive, 2003, s.132-133)

3.4. Yazı ve İmgenin Bütünleşmesi

İtalya'daki 20. yüzyıl çağdaş ressamaları, imgenin farklı yönlerini, eşzamanlı birleşim yöntemiyle yansıtabileceklerini düşünmüşlerdir. Selamet bu konuyu şöyle ifade etmiştir: “Eş zamanlılık aynı zamanda var olan, mevcut bulunan birbirinden farklı formların eriyip birbirine karışması anlamındadır. Onların çağdaşları Paris'teki Kübist ressamlardan görsel bir teknik ödünç alarak, Gelecekçi sanatçılar onu bir imaj içerisinde bir objenin birden fazla görünüşü anlamında da kullandılar” (Selamet, 1995 s.128). Resim sanatındaki bu yaklaşım, grafik tasarımcılara görsel mesajları oluşturmada yeni yöntemler sunmuştur.

3.4.1. İmge Olarak Harf

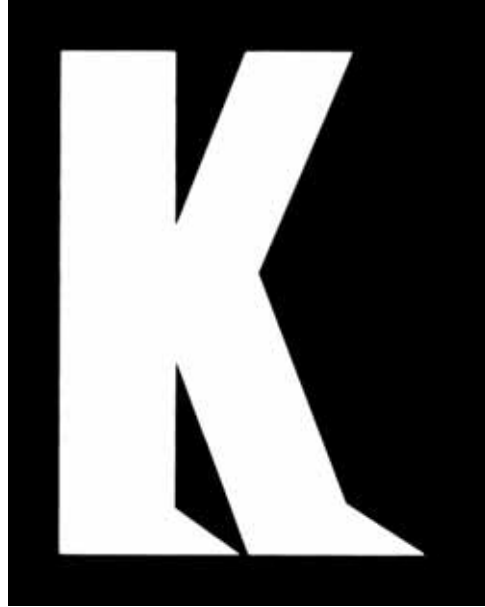
Yazı içinde kullandığımız harf formları zaman zaman bir imgeyle eşzamanlı olarak ustalıkla kullanılabilirler. Diana Graham tarafından tasarlanan, “Eastside Tennis Club” logosunda “S” harfleri, tenis toplarının dokusundaki çizgiler gibi kurgulanmış ve dairelerin içinde yer almışlardır. Geometrik yapıya serifsiz yazı karakterindeki formların tam daire olması, “S” harfi ve tenis topunun birbirleriyle kaynaşmasında önemli bir etken oluşturmuştur (Şekil: 3.18).



Şekil: 3.18, Eastside Logo Tasarımı, Diana Graham

(Meggs, 1992, s.57)

Tom Geismar tarafından tasarlanan “Knapp” ayakkabıları ambleminde de benzer bir eşzamanlılık kullanılmıştır. “K” harfinin alt-uç kısımlarından ürünü de ifade eden ayaklar çıkmıştır. Harfin formu bu çıkıntılar yardımıyla kişiselleştirilmiş ve yürüyen insan imgesi oluşturulmuştur (Şekil: 3.19).



Şekil: 3.19, Knapp Ayakkabıları Logosu, Tom Geismar
(Meggs, 1992, s.57)

Gene Federico'nun "Woman's Day" (Kadınlar Günü) için hazırladığı çalışma harflerin imgeye dönüştürülmesine bir diğer örnektir. Federico, "go out" (dışarı çık) kelimelerindeki yan yana gelen "O" harflerini bisiklet tekerleğine dönüştürmüştü, aynı zamanda bisikletle gezen bir anne kız imgesiyle afişin mesajını güçlendirmiştir (Şekil: 3.20).



Şekil: 3.20, Woman's Day, Gene Federico
(Weill, 2003, s.88)



Şekil: 3.21, Plessey Logosu
(McLean, 1980, s.44)

İngiliz elektronik markası Plessey'in logosunda harfler öylesine imgeye yaklaştırılmıştır ki neredeyse okunamaz. Ampulün tungsten telini anımsatan logonun, okunması zor olsa da akılda kalıcılığı ve firmayı temsil gücü oldukça yüksektir (Şekil:3.21).

3.4.2. Harf Olarak İmge

Yerine koyma yöntemiyle bir imge zaman zaman kelime içinde bir harf rolü oynayabilir. "Once Upon a Treasure Hunt" (Eski Bir Define Avı) öyküsü için Herb Lubalin tarafından hazırlanan tasarımda, kumsal fotoğrafı üzerine başlık büyük puntolarda yerleştirilmiştir. Define aramak için kullanılan kürekler ise "treasure" ve "hunt" kelimelerindeki "U" harflerinin yerinde kullanılmıştır. Başlık ise defineyi temsil eden metalik altın sarısı renginde basılmış, renkle, nesneyi anımsatan sembolik bir anlam oluşturulmuştur (Şekil: 3.22).



Şekil: 3.22, Once Upon A Treasure Hunt, Herb Lubalin
(Meggs, 1992, s.55)

Harf formları tek başlarına da imgelerden inşa edilebilir. Bir “Neiman Marcus” mağazasındaki “Yeni Üçüncü Katın Muhteşem Açılışı”nı duyuran bir posta reklamında Sibley/Petcot Tasarım Ofisi, “third” kelimesinin harf-harf okunuşu için siluet illüstrasyonlar tasarlanmıştır: T, yeni restoranda bir garsonu; H, düğün salonunu belirten bir gelin ve damadı; I, kadın iç giyimini temsil eden bir figürü; R, çocuk giysileri, ayakkabıları ve oyuncakları bölümünü ve D, yeni galeride bir müşteriye betimlemektedir (Şekil: 3.23).



Şekil: 3.23, Neiman Marcus İçin Posta Reklamı, Sibley/Petcot Tasarım Ofisi
(Meggs, 1992, s.54)

3.4.3. İmge Olarak Kelime

Görsel iletişimde yazının en küçük formu olan harfleri, atomlar olarak kabul edersek, kelimeleri de, sesleri ifade etmenin yanında, konuşma ve yazılı iletişimde bir anlam ifade edebilen birimler, moleküller olarak adlandırabiliriz. Grafik tasarımcılar bir kelimenin görsel formu ya da onun altyapısını değiştirerek kelimenin mesajını güçlendirebilirler.

Diana Graham tarafından tasarlanan “Backdoor Art Gallery” logosunda, kelimenin ön kısmı olan “back” (Arka) kelimesini geriye doğru okutarak anlama biçimsel bir katkı sağlanmıştır. Graham “K” ve “R” harflerinin uzantılarını abartarak, logoyu bir simetrik yapıya sokmuş ve görsel bütünlüğü sağlamıştır (Şekil: 3.24).



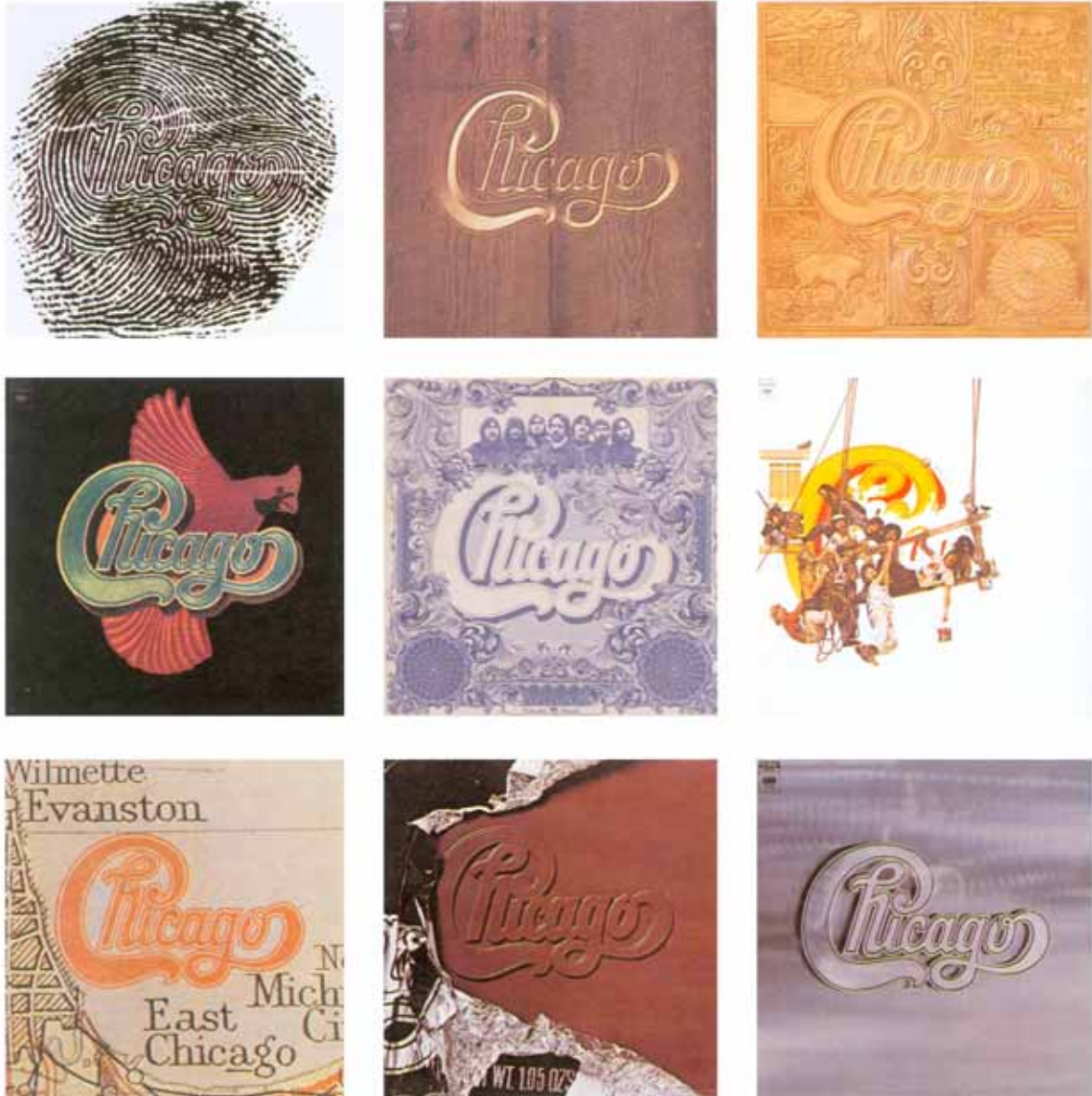
Şekil: 3.24, Backdoor Logo Tasarımı, Diana Graham
(Meggs, 1992, s.57)

Ivan Chermayeff’in tohum ve bitki yetiştiriciliği şirketi George J. Ball Inc. için tasarladığı “Ball” logosu da imgeye dönüşen kelime için önemli bir örnektir. Bu logo müşterinin işini üç boyutta ifade eder: Yeşil renkle basılı “Ball” kelimesi firmanın adıdır. “L” harflerinin üzerlerindeki kırmızı daireler şirketin en önemli ürünleri olan tohum ve çiçeği temsil etmektedir. Şekilleri daire olarak tasarlanması ise firmanın adına bir göndermedir (Şekil: 3.25).



Şekil: 3.25, Ball Logo Tasarımı, Ivan Chermayeff
(Meggs, 1992, s.57)

Tasarımını John Berg'in yaptığı Rock Grubu "Chicago"ya ait albüm kapakları; Victorian kıvrımlara sahip, el yazısıyla oluşturulmuş, yörenin sıcaklığını anımsatan detaylara sahiptir. Berg'in tasarladığı seri albüm kapaklarında logo değişik zeminler üzerinde, farklı teknikler uygulanarak oluşturulmuştur. "Chicago" kelimesi, grubun logosu olarak, fiziksel bir yaşam üstlenir, bir imge, ikon haline gelir (Şekil: 3.26).



Şekil: 3.26, Chicago Albüm Kapakları, John Berg
(Meggs, 1992, s.56)

Parmak izi görsel benzetme için temel oluşturmuştur. Logo parmak izinin içinden ayırt edilebilir. (İlüstrasyon: Nick Fasciano).

Kurumuş tahtanın kaba dokusu zemini oluşturmuş, üzerine logo ahşap oyma ile uygulanmıştır. Sonuç; güçlü bir boyutsal ve dokusal kalitedir. (İlüstrasyon: Nick Fasciano).

Manda derisi üzerine işlenmiş albüm kapağı, arka planda büyük Chicago yangını gibi imgeler içerir. Kapak krem rengi zemin üzerine kahverengi renklerle basılmıştır ve orjinal deri işi ile benzerlik yaratabilmek için gofre (kabartma) kullanılmıştır. (İlüstrasyon: Nick Fasciano).

Nakış tekniğiyle oluşturulmuş olan kapakta atletizm takımının üniforması havası vardır. Fondaki imge ve logonun karakteri bu benzerliği güçlendirmektedir. (İlüstrasyon: Nick Fasciano).

Gri zemin üzerine mavi mürekkeple basılmış olan kapak; oyma süslemelerinin de katkısıyla sanki bir hisse senedi havasındadır. (İlüstrasyon: Nick Fasciano).

Grubun kendi logolarını bir duvara boya ile uygularken çekilmiş fotoğrafları albüm kapağını süslemektedir. (Fotoğraf: Reid Miles).

Bu albüm kapağında logo Eski bir Chicago haritası üzerine uygulanmıştır. (İlüstrasyon: Nick Fasciano).

Çikolatanın jelatini çikolatanın üzerindeki logo görülecek şekilde yırtılıp açılmıştır. (İlüstrasyon: Nick Fasciano).

Son albümde logo elle tutulabilir bir obje haline gelmiştir. Alüminyumdan kesilen logo yine bir tabaka parlatılmış alüminyum levhanın üzeride gösterilmiştir. (İlüstrasyon: Nick Fasciano).

İmge haline dönüşmüş yazıya benzer bir örnek ise ‘‘Coca Cola’’ logosudur. Coca cola logosu görsel açıdan herhangi bir imgesel öge taşımamaktadır ancak gerek logonun özgünlüğü, gerek popülerliği nedeniyle günümüzde tek başına bir imge halini almıştır. Bu duruma örnek olabilecek pek çok marka ya da logo bulunmaktadır, ancak çağımızın en değerli

markalarından biri olan* Coca Cola logosu ve şişesiyle çok önemli bir ikon halini almıştır. Pop Sanat'ın en önemli sanatçılarından olan Andy Warhol bu durumu resimlerine taşımış ve bu durumu şu şekilde açıklamıştır: “Amerika'nın, en zenginle en yoksulun aynı şeyi satın alma geleneğini başlatmış olması çok önemli bir şey. TV seyrediyorsanız, Coca-Cola'yı görürsünüz, Başkanın Coke içtiğini, Liz Taylor'ın Coke içtiğini... Bir düşünün siz de Coke içiyorsunuz. Coke Coke'tur ve ne öderseniz ödeyin köşe başındaki aylak herifin içtiğinden daha iyi bir Coke satın alamazsınız. Bütün Coke'lar iyidir. Liz Taylor bunu bilir, Başkan bunu bilir ve siz de bunu bilirsiniz” (Aliçavuşoğlu, 2001, s.66). Warhol, imgeye dönüşmüş bir yazı ve şişe olan Coca Cola'yı sanatı için bir imgeye dönüştürerek yeniden anlamlandırmıştır (Şekil: 3.27).



Şekil: 3.27, Üç Coca-Cola Şişesi, Andy Warhol

(Aliçavuşoğlu, 2001, s.67)

* 2002, Interbrand, En değerli global marka : Coca Cola, (Borça, 2002, s.23)

Yazının imgeye dönüştüğü bir diğer sanat biçimi ise graffittidir. Graffiti bir alan ya da mülk üzerine resmederek, yazarak, kazıyarak ya da karalayarak bir tavrı anlatmak için kullanılmaktadır. Birçok kişi tarafından istenmeyen bir vandalizm olarak görülen graffiti, antik zamanlardan beri var olan, bir çeşit kendini anlatma biçimidir. Günümüzde graffiti, hip hop kültürün rapping, break dans ile birlikte bir parçasıdır. Bir hip hop kültürü olarak modern graffitinin ilk örnekleri Amerika’da siyahların yaşadıkları arka mahallelerde ve Philadelphia’da, Londra metrosunda, 2. Dünya Savaşı yıllarında ve sonrasında Almanya’da özellikle de Berlin Duvarı’nda görülmektedir. Zaman zaman kişisel mesajlar taşıyan graffitiler zaman zaman da politik, sosyal mesajları iletmek içinde kullanılmaktadır. Günümüzde stensil gibi farklı yöntem ve isimlerin kullanıldığı graffiti biçimleri bulunmaktadır ve birçok ülkede duvarlarda metro ve tren istasyonlarında, trenlerin üzerlerinde graffitiler görmek mümkündür. İlk dönemlerde yalnızca duvarlara takma adlarını yazmakla yetinen graffiti sanatçıları sonraki dönemlerde “Wild Style” adı verilen okunaklılığı oldukça az ancak estetik açıdan daha dikkat çekici çalışmalar yapmışlardır. Bu biçim graffitinin daha geniş kitlelere yayılmasını da sağlamıştır. “Graffiti eylemi, doğası itibarıyla sanatçıya ait olmayan bir mülkiyetin boyanması anlamına geldiğinden, izne tabi olmadığı sürece yasal değildi ve graffiti bu tarafıyla net bir biçimde otorite karşıtı bir sanattı. Sanatı icra etmek için gerekli olan araçlar, suç unsurunun ta kendisiydi; araç olmadan ise sanattan bahsetmek mümkün değildi. Bir çok graffiti sanatçısı, emniyet görevlilerine yakalanmamak için geceleri çalışıyordu. Takma isim kullanmalarının ardındaki sebep, alternatif bir kimlik yaratma ve onunla ünlenme olduğu kadar, kendilerine dayatılan resmi kimliği saklama eğilimiydi. Eser yaratılırken salgılanan adrenalin dozunu, yer yer çizgilerin keskinliğinden ya da eserin içeriğinden kestirmek mümkün olabiliyordu.” (<http://mehmetatilgan.blogspot.com>, 20.02.2008).



Şekil: 3.28, Tren Vagonu Üzerinde Graffiti Örneği

Kelimenin imgeye dönüştüğü örneklerin yanında, kelimenin imgesel yollarla ifadesi için görsel iletişimde karşımıza en çok çıkan durum resimyazı ve kavramyazıdır. Tarihi ilkel insanın kayalar ve mağaralara yaptığı örneklerle kadar uzanan, işaretlerle iletişimin en önemli örnekleri, görsel iletişimin tarihsel boyutunu incelerken bahsettiğimiz; Sümer yazısı, Mısır hiyeroglifleri ve Çin kavramyazılarıdır. Yazının gelişmesi bu toplumlarda sosyal ve yaşamsal alanda da gelişmeleri beraberinde getirmiştir. Kate Clair, *A Typographic Workbook* adlı kitabında bu konuyu şu şekilde açıklamıştır: “Çok açık şekilde gözlenmektedir ki, yazma ve kayıt tutma bilincinin gelişimi, bu kültürleri hızlı bir şekilde geliştirmiş, güçlü ve organize topluluklar haline gelmelerini sağlamıştır. Bu sayede farklı topraklarda olsalar da, aynı gelişimi sağlayan toplumlar adalet, devlet yönetimi, tarih, edebiyat, felsefe, tıp, eczacılık ve din konularında büyük ilerleme kaydetmişlerdir.” (Clair, 1999, s.6).

Tarihteki bu resimyazı ve kavramyazı örneklerinden, günümüze kadar gelebilen tek yazı Çin alfabesidir. Çin yazıları sembolik karakterini her ne kadar kaybetmiş olsa da halen bazı sembollerle benzerlikler kurulabilmektedir. Günümüzde en eski yolun en doğru yol olduğu düşüncesi zaman zaman seslendirilmektedir. Özellikle sembol ve kavramyazının uluslararası anlaşılabilir bir iletişim sistemi olması ve kolay akılda tutulması grafik tasarımcıları bu konu üzerinde çalışmaya itmiştir.

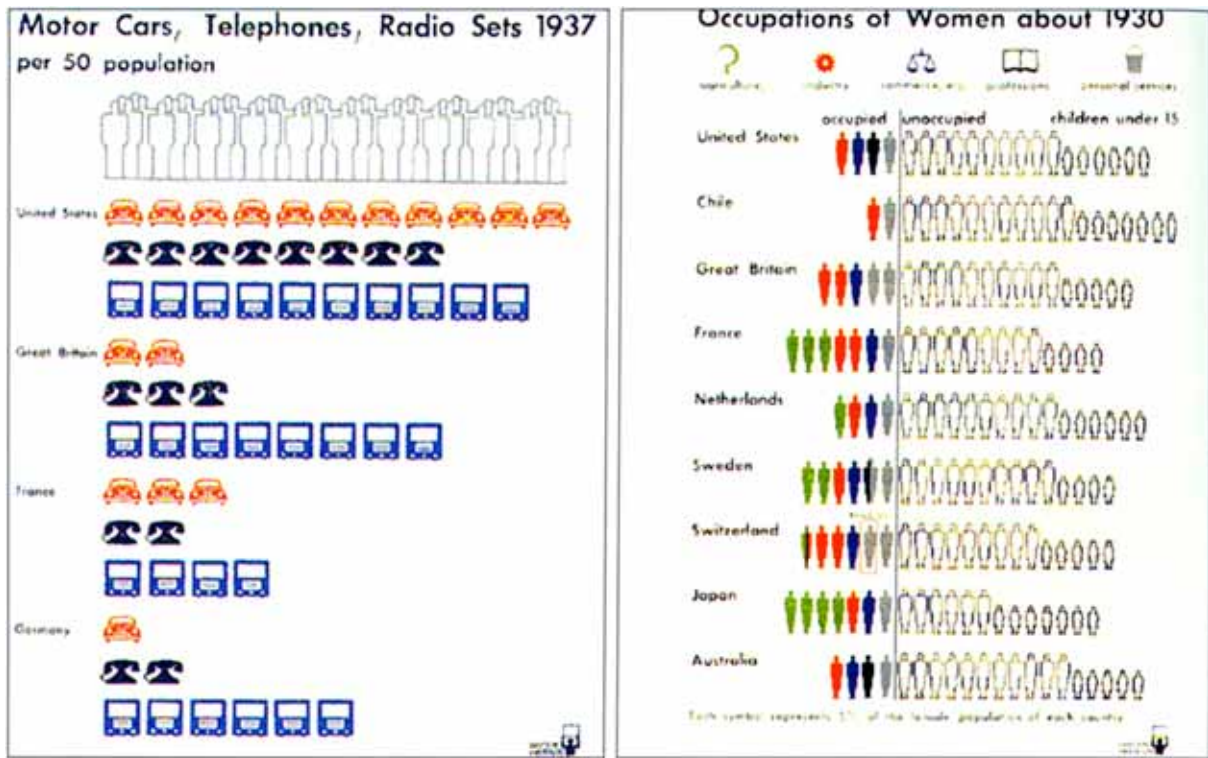
3.4.3.1. Isotype

Tasarımcı Otto Neurath ve ekibi tarafından Avusturya’da tasarlanan isotype sistemi; basit ve detaydan arınmış imgeler aracılığıyla durum ve mekanlara açıklamalar getirmek, yönlendirmeyi sağlamak ve istatistikleri basitçe anlatabilmeyi amaçlamaktadır. Isotype sistemi piktogram sistemi olarak da anılmaktadır. “Neurath resimlerin yeni bilgiler edinmek ve iletişim için kelimeler kullanmaktan daha iyi bir sistem olduğuna kesin olarak inandı” (Uçar, 2004, s.75). 1. Dünya Savaşı sonrası tasarlanan isotype; o dönemde hiç okuma bilmeyen halkın bile, toplumun sağlık, ekonomi ve sosyal konularda karmaşık istatistik bilgilerini anlayabileceği şekilde sunmak amacıyla kullanılmıştır. Bu kullanım şekli günümüzde de sıkça ilköğretim sınıf duvarlarında sınıfın sayısı, boyu, kilosu gibi istatistiklerin basitçe tutulabildiği bu sistemler görülebilmektedir (Şekil: 3.28).

Neurath istatistik bilgilerini vermek amacıyla tasarladığı basit imgeleri uluslararası ulaşım araçlarının gelişmesiyle birlikte, bu araçların terminallerinde uluslararası bir dil

geliştirilmesi için kullanmıştır. Isotype yöntemi yönlendirme sistemi olarak ilk kez, Amsterdam Total Design tarafından Schipol Havaalanı için uygulanmıştır. Daha sonra Düsseldorf Havaalanı için tasarlanan (Şekil: 3.29*) piktogram serisinin ardından, bu görsel iletişim dili tüm dünyayı sarmıştır.

Günümüz global dünyasında uluslararası anlamlandırmanın gerekli olduğu her alanda isotype yönteminden yararlanılmaktadır. Tekstil ürünlerinin kullanım ve yıkama kılavuzlarında, ürün kolilerinin üzerinde, havaalanı, terminal, hastane, otobüs gibi toplu ve uluslararası kullanımı olan araç, eşya ve mekanlarda yapmamız gerekenleri piktogramlar yoluyla anlayabilmekteyiz.



Şekil: 3.29, Isotype Örnekleri, Otto Neutath

(Uçar, 2004, s.76)

* Şekil: 3.29'daki piktogram serisi daha sonra "Integral Rudi Baur ve Ortakları" tasarım şirketi tarafından güncellenmiştir.

i Informations- und Leitsystem Flughafen Düsseldorf

Piktogramme sind ein wichtiger Bestandteil des Informations- und Leitsystems. Wer den Deutschen oder englischen Text nicht verstehen kann, weiß er die Sprache nicht spricht, orientiert sich an den Symbolen.

Unterwegs werden die Zeichen von allen benutzt, weil sie eine viel schnellere Orientierung erlauben als der erklärende Text. Die meisten Piktogramme sind international gleich und von vielen Menschen bereits gelernt.

Wenn die roten Symbole, die Ihnen hier gar nicht ein und sitzen von anderen Umgebungen bekannt sind?

In einem gut funktionierenden und geschulten System beschränken sich alle Elemente auch formal aufeinander. Das gilt für wie Leber- und Leitsystem genauso wie für Architektur oder Kleidung. Deshalb werden die Piktogramme ebenfalls mit der Farbe in eine Beziehung gebracht, die den Betrachter zugleich einer emotionalen Ein-druck vermittelt.

Bereits bekannte Zeichen erleichtern die Benutzung dabei erheblich.

Somit Vermeidung von Farben als Codierung für Inhalte bekommen die Piktogramme im Informations- und Leitsystem eher „20% Dimension“. Die Betrachter bemerkt die Unterschiede und interpretiert die Bedeutung der Farben anhand. Die Symbole stehen auf unterschiedlichen Ebenen, jeder dieser Ebenen beschreibt eine Hierarchie im System, das steht für Sprache, grau für Sprache und gelb als Signalformen für besondere Aufmerksamkeit.

Durch die quadratischen Flächen einer der Piktogramme bekommt der Betrachter eine zusätzliche Information. Es sind entweder weiß oder gelb, mit Ausnahme von Signalformen, wie z.B. Polizei oder Stop. Selbst wenn für das Ziel, entweder als Bestätigung oder bei Gefahr für die Besorgungsrichtung. Ein weißes Piktogramm ist meist dazu liegt immer mit einem gelben Hintergrund.

Şekil: 3.30, Düsseldorf Havaalanı Yönlendirme Sistemi, Integral Rudi Baur ve Ortakları

3.4.3.2. Semantografi

Semantografi, Avusturyalı tasarımcı Charles Bliss tarafından tasarlanmış olan bir görsel iletişim dilidir. Blissymbolics adı ile de bilinen semantografi bir çeşit uluslararası dil (esperanto) yaratmak ve uluslararası barışa katkı sağlamak amacıyla tasarlanmıştır. Semantografi işitme ve konuşma engelli kişilerin eğitiminde, yardımcı unsur olarak kullanılmaktadır. İlk tasarımından sonra bu iletişim sistemi Peter Reich tarafından bir grid sistemine yerleştirilmiş ve bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Günümüzde bilgisayar klavyesinde yazılabilen bu dilde fiiller ile tanımlar arasında geçiş “^” ekleyerek oluşturulmaktadır. Bu şekilde “kalem”i simgeleyen işaret kolayca “yazmak” eylemini anlatabilmektedir. Uçar yöntem hakkında şu yorumu yapmıştır: “Bliss’in ulaşmayı amaçladığı hedef yaklaşık 300 yıl önce Leibnitz’inde hayal ettiği evrensel sembol dili sistemi ile oldukça yakındı. Bliss tüm dillerde aynı anlama gelen $1+2=3$ sistemindeki kadar basit bir yapının peşindeydi.” (Uçar, 2004, s.80) (Şekil: 3.30).

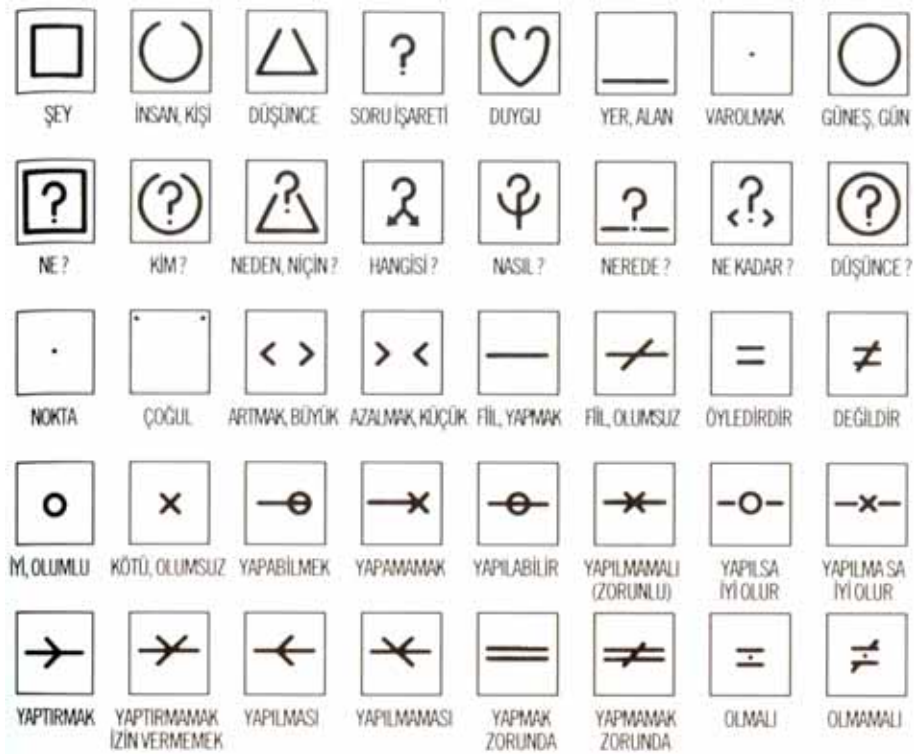


Şekil: 3.31, Semantografi Karakterleri, Charles Bliss

(Uçar, 2004, s.79)

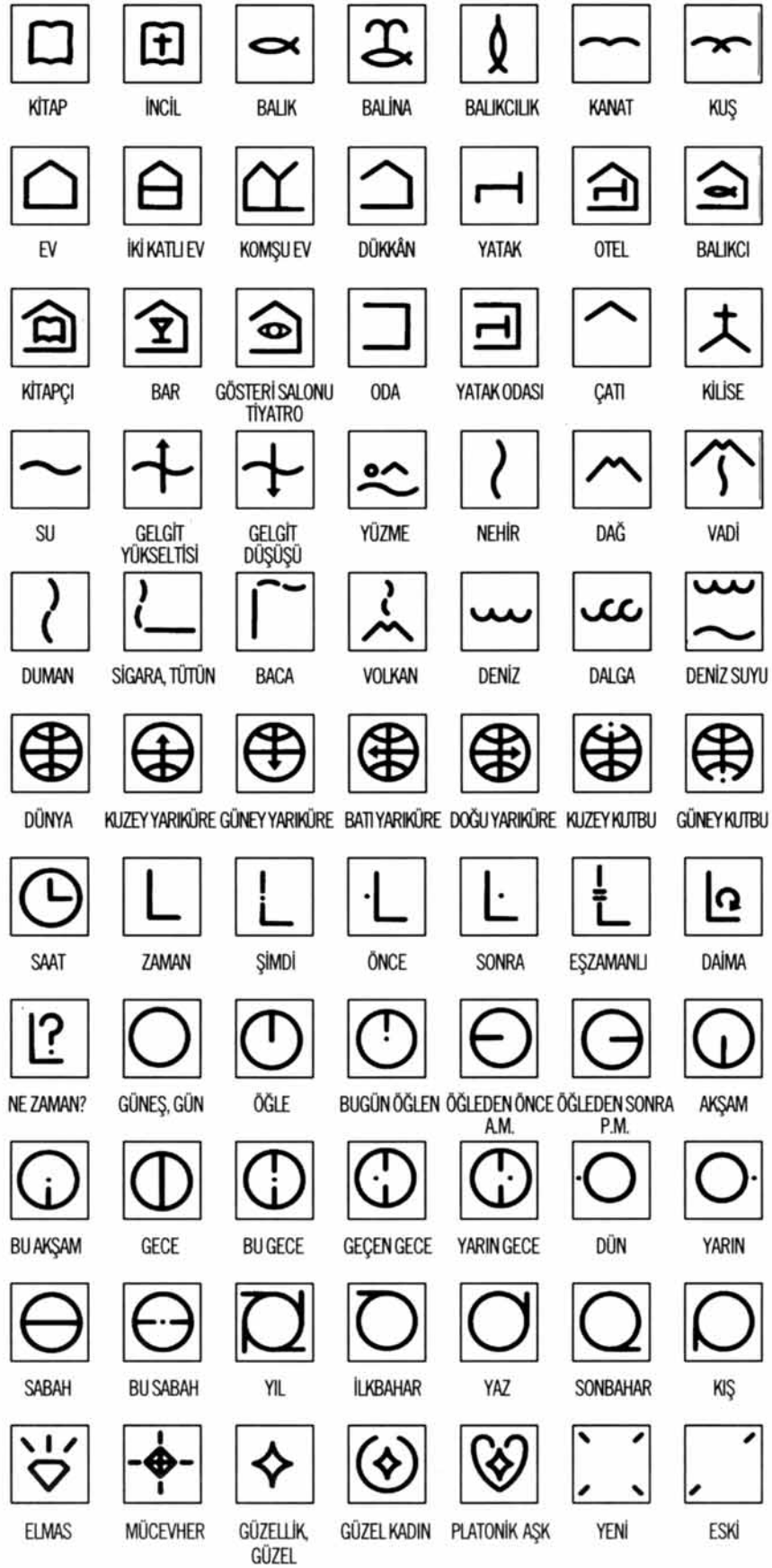
3.4.3.3. LoCoS

Locos, Isotype ve semantografi sistemlerinin birleşimi olarak nitelendirilebilecek, Japon grafik tasarımcı Yukio Ota tarafından tasarlanan bir görsel iletişim dilidir. Ota Locos'u ilk kez 1972 yılında, Almanya'da düzenlenen Japon grafik tasarımcılar konferansında sunmuştur. Ota, Locos kelimesini, "Lovers Communication System" sözcüklerinin baş harflerinden türetmiş, ilk harfler olan "L,C,S" yi büyük harf olarak kullanmıştır. Locos 18 temel işareten oluşsa da, bu işaretlerin birbirleriyle birleştirilmesi sonucu oldukça fazla seçenek sunmaktadır (Şekil: 3.31).



Şekil: 3.32, LoCoS Karakterleri, Yukio Ota

(Uçar, 2004, s.81)



Şekil: 3.32, LoCoS Karakterleri, Yukio Ota

(Uçar, 2004, s.82)

Locos, işaretlerin çoğunun ilk bakışta anlaşılabilmesi, kolay öğrenilebilmesi ve kolay akılda kalabilmesi açısından evrensel iletişim projelerinin en önemlilerinden bir tanesidir. Oto Locos'un tasarımında Kanji adı verilen Çince kökenli Japon kavramyazısından (ideogram) faydalanmıştır. Ota ilk etapta 364 Locos karakteri geliştirmiştir. Ancak bunlar, birbirleriyle birleştirilerek daha da arttırılabilir.

“Ota’ya göre Romen yazısının günümüz iletişimindeki en önemli araç haline gelmesi sadece tarihsel bir kazadır. Modern iletişim araçlarının artmasıyla var olan alfabeyi kaydetmek için yeni sistemler icat etmenin uygun olduğuna inanma yolundayız. Belki de ilerde dili yeniden düzenlemek ya da tamamen yeni düzenlemeler oluşturmak zorunda kalacağız.” (Uçar, 2004, s.84).

3.4.4. İmge Olarak Metin

Yazı metninin bir şekil etrafında ya da şekil içinde çizilmesi yüzyıllardır tasarımcıları ve basımcıları büyülemiştir. Son yıllarda bilgisayar teknolojisinin bu tür uygulamalar için sağladığı kolaylıklar, bu tür çalışmalarla çok daha yaratıcı sonuçlar elde edilebilmesine olanak sağlamaktadır.

Fransız gazetesi “Le Charivari”nin 27 Şubat 1834 tarihli kapağı, Kral Louis Philippe’in armuda benzeyen kafasını, meyvenin şekli yardımıyla, alaya alacak şekilde tasarlanmıştır. Tasarımın diğer mesaj yönü de etkilidir. Fransızca armut kelimesi olan “la paire” aynı zamanda “budala”, “mankafa” anlamına da gelen, argo bir terim olarak da kullanılmaktadır (Şekil: 3.32).



Le Charivari,

JOURNAL PUBLIANT CHAQUE JOUR UN NOUVEAU DESSIN.

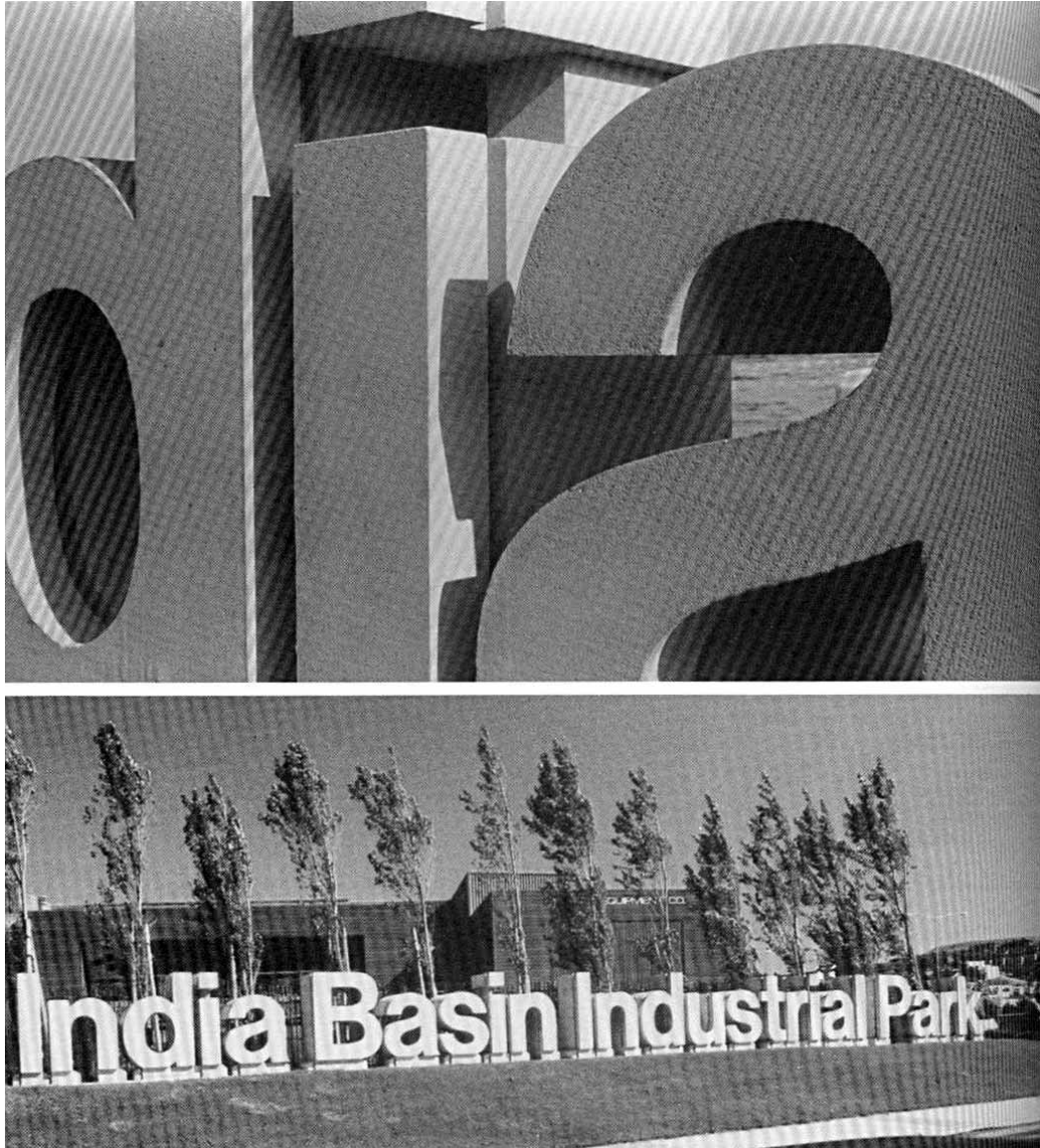
Nous donnons ci-dessous, conformément à la volonté de nos juges, le dispositif et l'arrêt du jugement en dernier ressort qui a frappé le *Charivari*. Le jugement de nos derniers juges est absolument pareil à celui de nos seconds juges, lequel était lui-même la reproduction de celui de nos premiers juges. Tant il est vrai que les beaux esprits se rencontrent. Comme ce jugement, tout spirituel qu'il soit, risquerait d'offrir peu d'agrément à nos lecteurs, nous avons tâché de compenser du moins par la forme, ce qu'il pourrait y avoir d'un peu absurde au fond.

Louis-Philippe, roi des Français, à tous présents et à venir salut. La cour d'assises du département de Seine-et-Oise, séant à Versailles, a rendu l'arrêt suivant. — La cour, etc. — Considérant que l'opposition est régulière, — Reçoit Cruchet opposant à l'arrêt par défaut du 20 mars dernier. — Faisant droit sur son opposition, et statuant par arrêt nouveau. — Considérant que la question de compte rendu ne pourrait être examinée par la cour sans remettre en question la compétence irrévocablement fixée par l'arrêt de la cour d'assises de Seine-et-Oise du dix août dernier et celui de la cour de cassation le 19 octobre suivant. — Considérant d'ailleurs, que les articles incriminés relatant les interrogatoires des prévenus et les dépositions des témoins entendus dans les audiences de la cour d'assises de la Seine, des onze et douze mars dernier, renfermant ainsi, un véritable compte-rendu de ces audiences. — Considérant que de la comparaison des deux articles incriminés avec le procès-verbal dressé par les membres de la cour d'assises de la Seine le dix-neuf mars dernier, il résulte que le compte qu'ils contiennent, des audiences de ladite cour des onze et douze mars dernier, dans le procès, concernant Bergeron et Benoist est infidèle, qu'en effet les interrogatoires des accusés, les dépositions des témoins, les paroles prononcées par le président et par le procureur-général y sont pour la plupart tronquées et dénaturées, qu'en même on y prête au président, au procureur-général et à plusieurs des témoins des paroles qui n'ont pas réellement été proférées. — Considérant que ces infidélités ont pour motif de jeter le ridicule soit sur l'accusation, soit sur le président, et que d'ailleurs les deux articles dont il s'agit sont remplies de réflexions et de qualifications offensantes pour le président et le procureur-général; d'où il suit que le compte-rendu l'a été de mauvaise foi, et qu'il est injurieux pour le président et le procureur-général. — Considérant que Cruchet a de son aveu signé lesdits articles comme gérant responsable. — Déclare Cruchet coupable d'avoir, dans le journal le *Charivari*, dont il est gérant, imprimé, vendu et distribué, rendu de mauvaise foi un compte non seulement infidèle des audiences de la cour d'assises de la Seine des 11 et 12 mars dernier, mais encore injurieux pour le président et le procureur-général, ce qui constitue le délit prévu par les articles 7, 10, 11 de la loi du 9 juin 1819, et 14 de la loi du 18 juillet 1828, lus à l'audience par le président. — Faisant application de ces dispositions de lois. — Condamne Isidore Mathias Cruchet, en un mois d'emprisonnement et en 5,000 fr. d'amende. — Interdit pendant un an aux éditeurs du journal dit le *Charivari* de rendre compte des débats judiciaires. — Condamne ledit Cruchet aux frais du procès. — Ordonne en exécution dudit article 26 de la loi du 26 mai 1819 la destruction desdits numéros du journal le *Charivari*, qui pourraient être ultérieurement saisis. — Ordonne que dans le mois, à partir de ce jour, le gérant du journal le *Charivari*, sera tenu d'insérer dans l'une des feuilles dudit journal qui paraîtront, un extrait contenant les motifs et le dispositif du présent arrêt. — Ordonne que le présent arrêt sera exécuté à la diligence du procureur du roi, conformément à la loi. — Fait et jugé à Versailles en audience publique au Palais-de-Justice le lundi 9 décembre 1833 en présence de M. Saterai, procureur du roi, par MM. Antoine Aimé Marie Lefebvre, conseiller à la cour royale de Paris, président de la cour d'assises, Louis Claude Miroffe, vice-président du tribunal de première instance de l'arrondissement de Versailles, et Arnould Tessier, juge au même tribunal composant la cour d'assises du département de Seine-et-Oise, qui ont signé avec Jean Marie Fontaine, commis greffier assistant. — En foi de quoi la minute du présent arrêt a été signée par le président et le commis greffier ainsi signés Lefebvre Miroffe, Tessier et Fontaine.

3.5. Somut İmge Olarak Yazı

Chicago'nun son albüm kapağında da görüldüğü gibi tipografik formlar zaman zaman elle tutulur, fiziksel formlar ya da objeler haline gelebilirler. Harfler ve sözcükler iki boyutlu bilgi çerçevesinden sıyrılıp üç boyutlu Dünya'ya katılabilirler.

Michael Manwaring tarafından "India Basin Industrial Park" için tasarlanmış yazı; işaret, ölçü ve kütlesiyle, bir simge, bir heykel, bir sanat yapıtı haline gelerek anıtsallık kazanmıştır (Şekil: 3.33).



Şekil: 3.34, India Basin Industrial Park Yazısı, Michael Manwaring
(Meggs, 1992, s.60)

Michael Bierut tarafından iç mimarlara mesleki konularda bir dizi seminer için hazırlanan afişte; iki boyutlu bir çizim üç boyutlu ilüzyonu yaratmaktadır. Afişte bir tipografik öge (Dolar işareti) konuyla ilişkilendirmek için bir kat planı ile birleştirilmiştir (Şekil: 3.34).

IDCNY

Third Thursdays: The Business of Design

How do you design a successful business?

For inland new businesses and young executives that want to go further, The International Design Center, New York presents Third Thursdays, a series of monthly seminars to build up your business skills. A new hour program will be followed by lunch and a free scheduling questions-and-answer session. You can't afford to miss a single Thursday! Mark your calendar now.

Richard H. Korman, president of Design Communications International, with 20 years of sales management experience in the interior design and publishing fields, will lead the seminars.

Sign up for Third Thursdays seminars in limited Call Lunch Hours at IDCNY 709/622-2314 to receive your seat. Special fee for 6 seats. IDCNY's Rapid Life schedule fee \$30.00. Order lunch when you call.

Lectures begin at 2:00, questions-and-answer session and lunch at 1:00. Plan to come early or stay late. There are 30-minute new seminars to watch. Make sure you see what's happening at IDCNY. Register free advance to and book the Department Lounge, 350 Third Avenue at 34th Street available every full hour throughout the day.

The International Design Center, New York
25 33 Thomson Avenue
Long Island City, New York 11101

Thursday, February 29 Planning Means Business	Do your business have a plan? Launch and maximize the results of careful planning. How do I make realistic projections and plans? How do I keep my line on track?
Thursday, March 01 Advertising Promotion and Marketing Strategies	Information on the benefits of and differences between these two critical areas. How do I find new clients? That's marketing. How do new clients find me? That's advertising promotion. I
Thursday, April 06 Money: Making It and Keeping It	If you've ever felt "I'm making a lot of money, but I don't see any of it." This is the seminar for you. A lecture on budgeting, financial strategies and cash flow management.
Thursday, May 21 "Busting the Boss": Office Management	How do I do it alone? How to find and keep a loyal and productive staff. Learn how to write job descriptions, how to hire (and, when necessary, how to manage and motivate your employees.
Thursday, June 10 Loyal Fans	The first goal in all important paper—creating and writing persuasive letters, proposals and contracts. Everything you need to know about insurance. How do I know if I need it? Do I need an attorney?
Thursday, July 06 Selling	The sales process, from contract to contract. Getting your foot in the door is just the beginning. How to sell yourself and your business. How to close the deal?

Design: Michael Bierut, Signpost, London

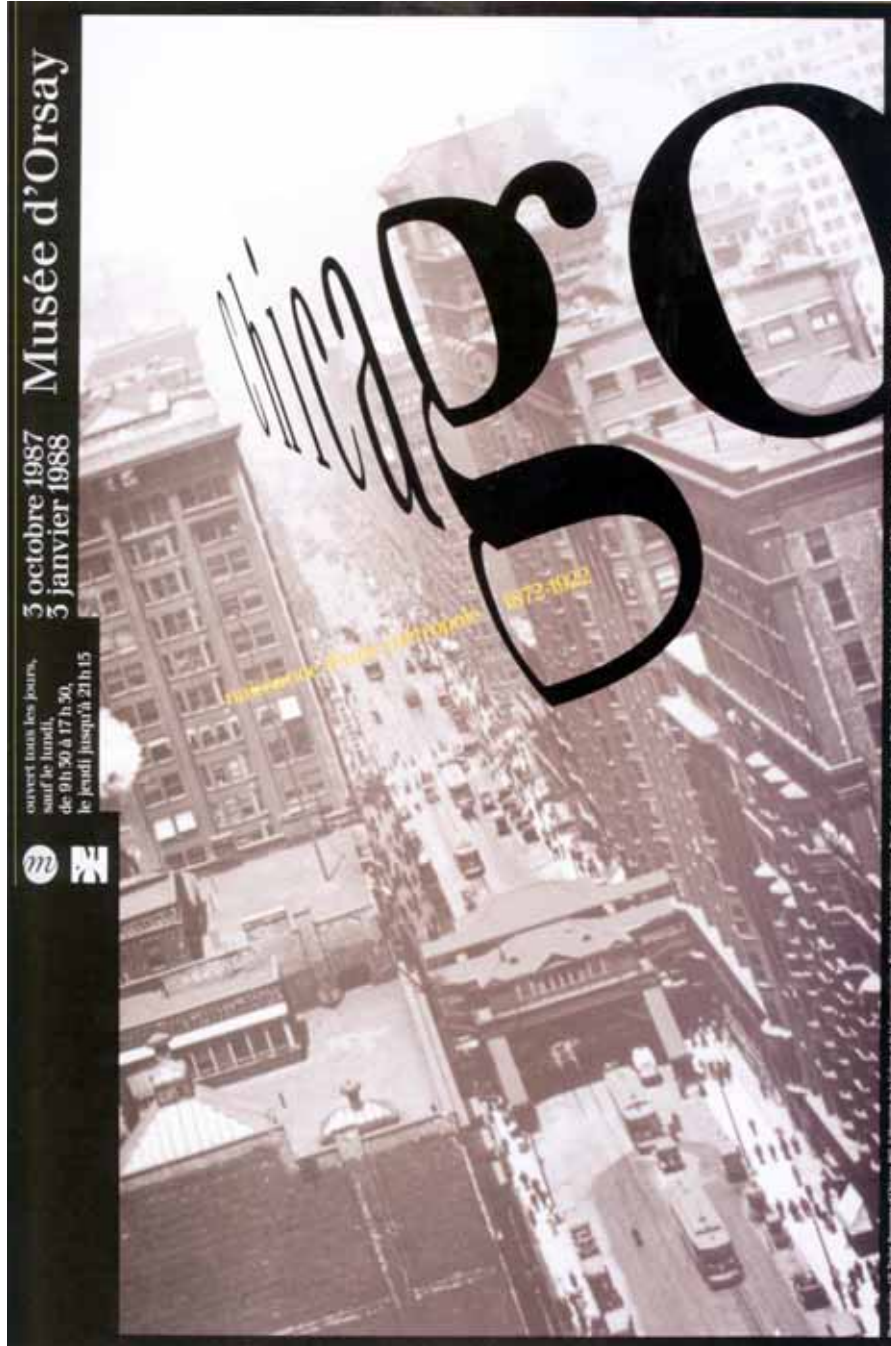
Şekil: 3.35, İç Mimarlar İçin Mesleki Seminer Afişi, Michael Bierut
(Meggs, 1992, s.61)

Farklı bir üç boyutlu yaklaşım ise Virginia Team ve Nick Fasciano tarafından Charles Ives için hazırlanan plak kapağında görülmektedir. Harf formları aşağıya doğru alçalmış boşluklar haline gelmiştir. Boşlukların kenar yüzeylerinde Amerikan motifleri, simgeler ve renkli biçimler bulunmaktadır (Şekil: 3.35).



Şekil: 3.36, Charles Ives Albüm Kapağı, Virginia Team & Nick Fasciano
(Meggs, 1992, s.62)

Philippe Apeloig tarafından tasarlanan, “Birth of a Metropolis” (Bir Metropolün Doğuşu) adlı, Chicago mimarisiyle ilgili sergi afişinde, yazının şehir mimarisi içinde, sanki mimari bir öğeymiş gibi kullanıldığını görmekteyiz. Sepia tondaki eski şehir fotoğrafının üzerinde bulunan çerçeveden içeri şehre doğru giden yazı boyut algısını güçlendirmekte ve afişe üç boyutluluk kazandırmaktadır (Şekil: 3.36).



Şekil: 3.37, Chicago, Bir Metropolün Doğuşu, Philippe Apeloig
(Skolos, Wedell, 2006, s.67)

3.6. Yazı ve İmge

Yazı ve imge nesnel olarak kullanıldıkları zaman, güçlü belirleyici yeteneklere sahiptirler ve kişisel peşin hükümlerden bağımsızdırlar ya da çok güçlü çağrışım meydana getirme özellikleri vardır. Tasarımcılar iletişimin temel elemanlarını anlam ifade etmek için kullanırlar. Basit bir toplamsal yöntem, bu iletişimsel işaretlerin, birbirlerine bir yakınlık içerisinde yerleştirildiklerini akla getirir (Selamet, 1995, s.136).

3.6.1. Harf + İmge

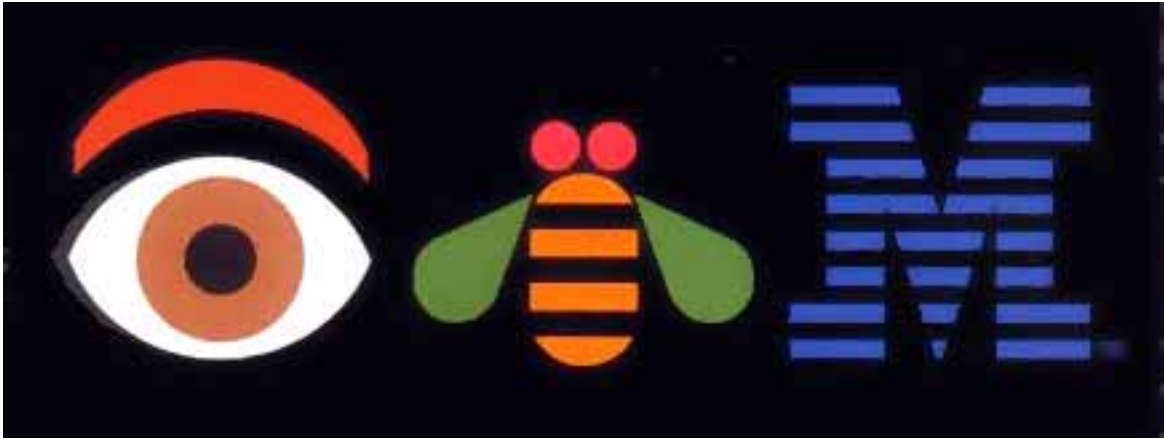
“America Association of Artificial Intelligence” (AAAI) “Yapay Zeka, Düşünce ve Makine” isimli yıllık konferansı için Craig Frazier’ın tasarımını yaptığı afişte; tasarımcı, gravür tekniğiyle yapılmış bir göz imgesinin yanına metalik gümüş mürekkeple basılmış ve eşit aralıklarda tekrarlanan dairelerle kabartılmış büyük bir “A” harfi yerleştirmiştir. Bütün içinde bu formlar yapay zekayı dolaysız biçimde ifade etmektedirler. “A” Harfi ile göz imgesi kontrast bir görsellik içindedir. Bu afişte geometrik-organiğe, makine formu-insan formuna, sembol-resme, ilk harf (initial)-rebusa kontrasttır (Şekil: 3.37).



Şekil: 3.38, Yapay Zeka, Düşünce ve Makine Konferansı için Afiş, Craig Frazier
(Meggs, 1992, s.62)

3.6.1.1. Rebus

Sözlük anlamı olarak Rebus resimli bilmece anlamındadır. Grafik tasarımda kullanılan Rebus ise, kelimeler ya da heceler, ses olarak ismi kastedilen kelime ya da heceye benzeyen objelerin, imgeleri yoluyla temsilidir. Örneğin bir göz resmi, (İngilizce olarak) “I” harfinin okunuşudur. Paul Rand’ın 1981 yılında IBM bilgisayar şirketine, firmaya daha sıcak ve samimi bir imaj yaratmak için tasarladığı çalışma, günümüze kadar kullanılmış olan en popüler Rebus’tır (Şekil: 3.38). Görsel imgelerin harflere göre daha akılda kalıcı olduğunu düşünen Rand birçok farklı çalışmasında bu tür görsel bulmacalar ve oyunlar kullanmıştır.



Şekil: 3.39, IBM Logosu, Paul Rand

(http://www.citrinitas.com/history_of_viscom/index.html, 12.11.2007)

3.6.2. Kelime + İmge

İmgenin bir kelimenin anlamını güçlendirmede ve şiddetlendirmedeki başarısını, İsviçreli tasarımcı Siegfried Odermatt’ın “Neuenburger Versicherungen” sigorta için hazırladığı afiş serisinde görebiliriz. Odermatt metinde “Felaketle aranızda Neuenburger Sigortayı koyun” demektedir.



Şekil: 3.40, Wasser, Siegfried Odermatt
(Meggs, 1992, s.63)

Wasser (Su): Su baskını ile ilgili afişte, kelimenin suyun içinde kalan kısmı, ışığın görsel kırılması sonucu büyütülerek oluşturulmuştur (Şekil: 3.39).



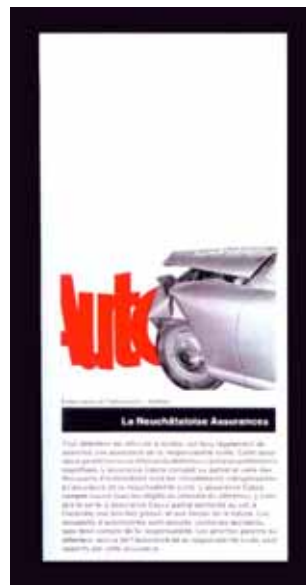
Şekil: 3.41, Unfall, Siegfried Odermatt
(Meggs, 1992, s.63)

Unfall (Kaza): Kırılmış bir kemiğin röntgen filmindeki kayma, tipografide de aynen uygulanmış, yazıda da kırılma etkisi oluşturulmuştur (Şekil: 3.40).



Şekil: 3.42, Feuer, Siegfried Odematt
(Meggs, 1992, s.63)

Feuer (Yangın): Yanmış odun kalıntılarının yüksek kontrastlı fotoğrafı, yangının bıraktığı hasara dikkat çekmektedir. Ateş etkisi yazının kırmızı rengiyle vurgulanmıştır (Şekil: 3.41).



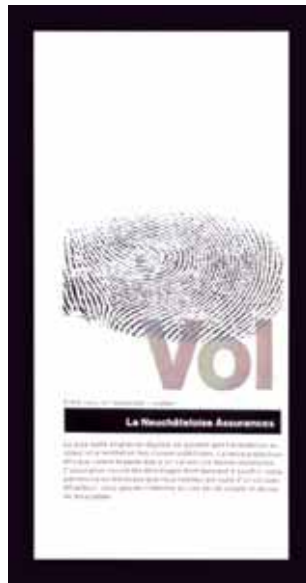
Şekil: 3.43, Auto, Siegfried Odematt
(Meggs, 1992, s.63)

Auto (Otomobil): Afişte bir otomobil ile tipografinin çarpışması gösterilmiştir (Şekil: 3.42). Çarpışma sonrası yazı da otomobil gibi hasar görmüştür.



Şekil: 3.44, Glas, Siegfried Odematt
(Meggs, 1992, s.63)

Glas (Cam): Zeminde kırılan cam ile birlikte üzerindeki tipografi de kırılmıştır. Ancak Odematt, her harften doğru şekilde okunabilecek kadar parçayı dikkatle tasarlamış ve geride bırakılmıştır. Keskin kırık kenarlar tehlike ve hasarı ifade etmektedir (Şekil: 3.43).



Şekil: 3.45, Vol, Siegfried Odematt
(Meggs, 1992, s.63)

Vol (Hırsızlık): Bu afiş serisindeki diğer imgelerden farklı olarak, parmak izi hırsızın ele veren bir kayıttır (Şekil: 3.44).

BÖLÜM 4. GRAFİK REZONANS

Bir müzik terimi olan rezonans Müzik Ansiklopedisinde; “sesin tınlaması” (Say, 1985, s.123), Reklam Terimleri Sözlüğü’nde ise; “titreşim, sesin gırtlak, ağız, göğüs, karın boşluğu, ve benzer boşluklarla büyümesi” (Gülsoy, 1999, s. 261) olarak tanımlanmaktadır. Type and Image adlı kitabında Meggs; “yankılanma ya da eko, bir ton ya da titreşimin çok ince ayarlanmış kalitesi” (Meggs, 1992, s. 117) olarak tanımlamıştır. Rezonansın grafik tasarım ile ilişkisi konuşma ile sesin bağlantısından kaynaklanmaktadır. Sesli bir mesajı iletirken insanların vücut dili, ses tonu ve mimikleri mesajla iç içe geçmektedir. Ayrıca konuşmanın gücü, tınısı ve gerilimi de verdiğimiz mesajı etkileyen öğelerdir.

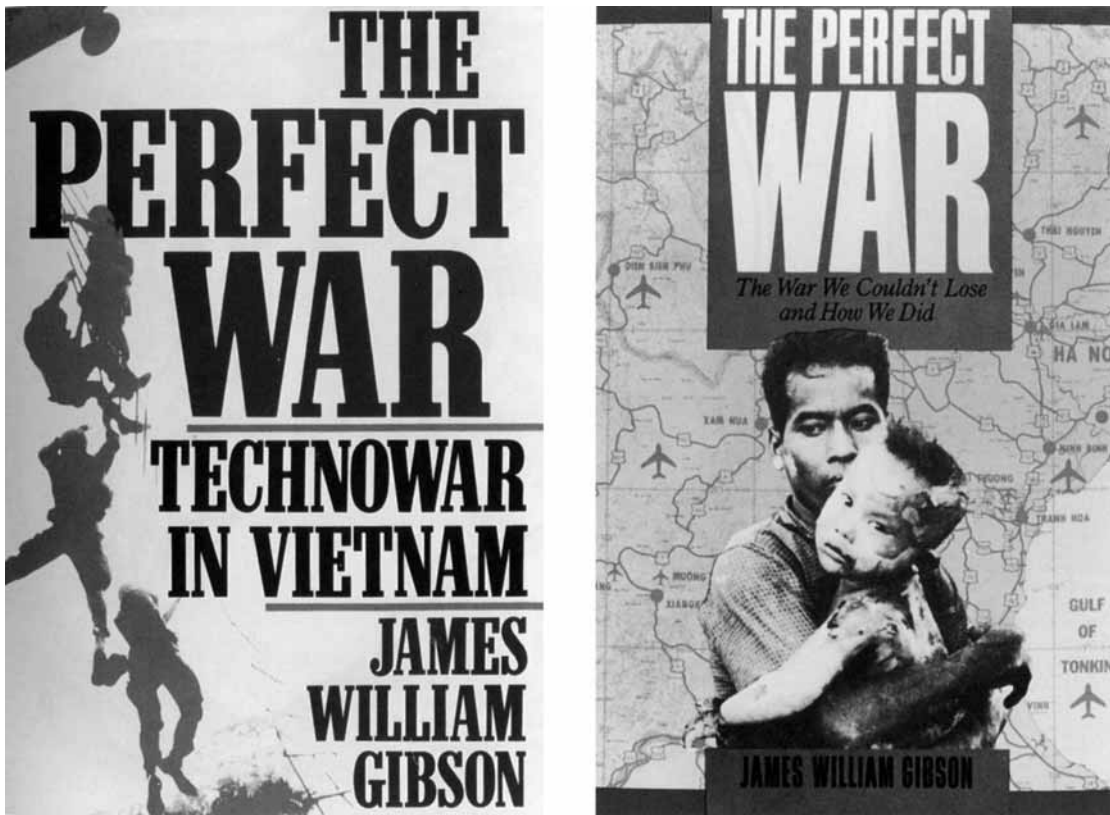
Zaman zaman “yazıyı dinlemek” olarak da adlandırılan bu görsel iletişim yöntemi, özellikle dışavurumcu sanat ve tasarım akımlarıyla birlikte tasarım alanında daha çok kabul görmüştür. Bir dinleme kitabını dinlerken, okuyucunun ses tonunun ve vurgularının hikayenin farklı yerlerinde değiştiğini tahmin edebiliriz. Bu vurgu ve tonlamaları düz bir sayfa ya da ekran üzerindeki metinde, yazı elemanlarını farklı şekillerde kullanarak yakalamak mümkün olabilir. Vurgulanmak istenen kelimelerin bold (kalın) karakterlerle yazılması bunun en basit örneğidir. Tipografide oluşturulan bu etkiyi imge üzerinde oluşturmak da mümkündür. Kontrastı arttırılmış siyah beyaz bir fotoğraf mesajda gerilimi arttıracakken, pastel renklere sahip bir imge daha yumuşak bir his uyandıracaktır.

4.1. Grafik Rezonansın Doğası

Konuşmada tonlamanın önemine ilişkin en belirgin örnek 1980 yılında Amerika’da geçen başkanlık yarışında yaşanmıştır. Jimmy Carter ve Ronald Reagan’ın tartıştığı televizyon programında, Reagan’ın kullandığı ses tonu ve vurgu tartışma sırasında Jimmy Carter’ı bile etkilemiş ve seçimlerden reagan’ın zaferle çıkmasında önemli rol oynamıştır. (Meggs, 1992, s.117).

James William Gibson’ın Vietnam savaşında, Amerika’nın ilgisini analiz ettiği kitabı “The Perfect War” için tasarlanan, karton ve cilt kapaklar için farklı zamanlarda, ayrı ayrı hazırlanan tasarımların karşılaştırması, bu konuyu daha iyi anlayabilmemize yardımcı olacaktır. Cilt kapaklı baskı için Andy Carpenter tarafından hazırlanan kapakta “Technowar in

Vietnam” (Vietnam’da Teknolojik Savaş) alt başlığı ve yüksek teknolojik donanımlı askerleri helikopterden inerken gösteren bir imge kullanılmıştır. Adriane Stark tarafından tasarımı yapılan karton kapakta ise, alt başlık “The War We Couldn’t Lose and How We Did” (Kaybedemeyeceğimiz Bir Savaştı ve Nasıl Kaybettik) şeklinde değiştirilmiştir. Karton kapağın zemininde uçak piktografı olan bir Vietnam haritası ile kucağında yaralı bir çocuk olan genç bir Vietnamlı’nın birleştirildiği imge kullanılmıştır. Birinci kapağın etkisi, kitabın Amerika’nın Vietnam’da kullandığı teknolojik donanımla ilgili olduğudur. İkinci kapak ise Birleşik Devletler’in olağanüstü teknik gücüne karşın niçin zafer kazanamadığını akla getirerek, tamamen farklı bir algı sağlamaktadır (Şekil: 4.1).



Şekil: 4.1, The Perfect War Kapak Tasarımları, Andy Carpenter, Adriana Stark
(Meggs, 1992, s.43)

Bu iki kitap bir okuyucuya gösterilip yorumlaması istendiğinde, okuyucu ciltli versiyonunun savaşta kullanılan teknolojik silahlar ile ilgili olduğunu, karton kapaklı tasarım gösterildiğinde ise düşüncesini, kitabın adını ironik şekilde anlamlandırarak; “Nasıl mükemmel bir savaş olabilir ki? Hiç kimse kazanmıyor. Bana hayatı mahvetmek için neler yapabileceğimizi düşündürdü” şeklinde dile getirmiştir. (Meggs, 1992, s.43).

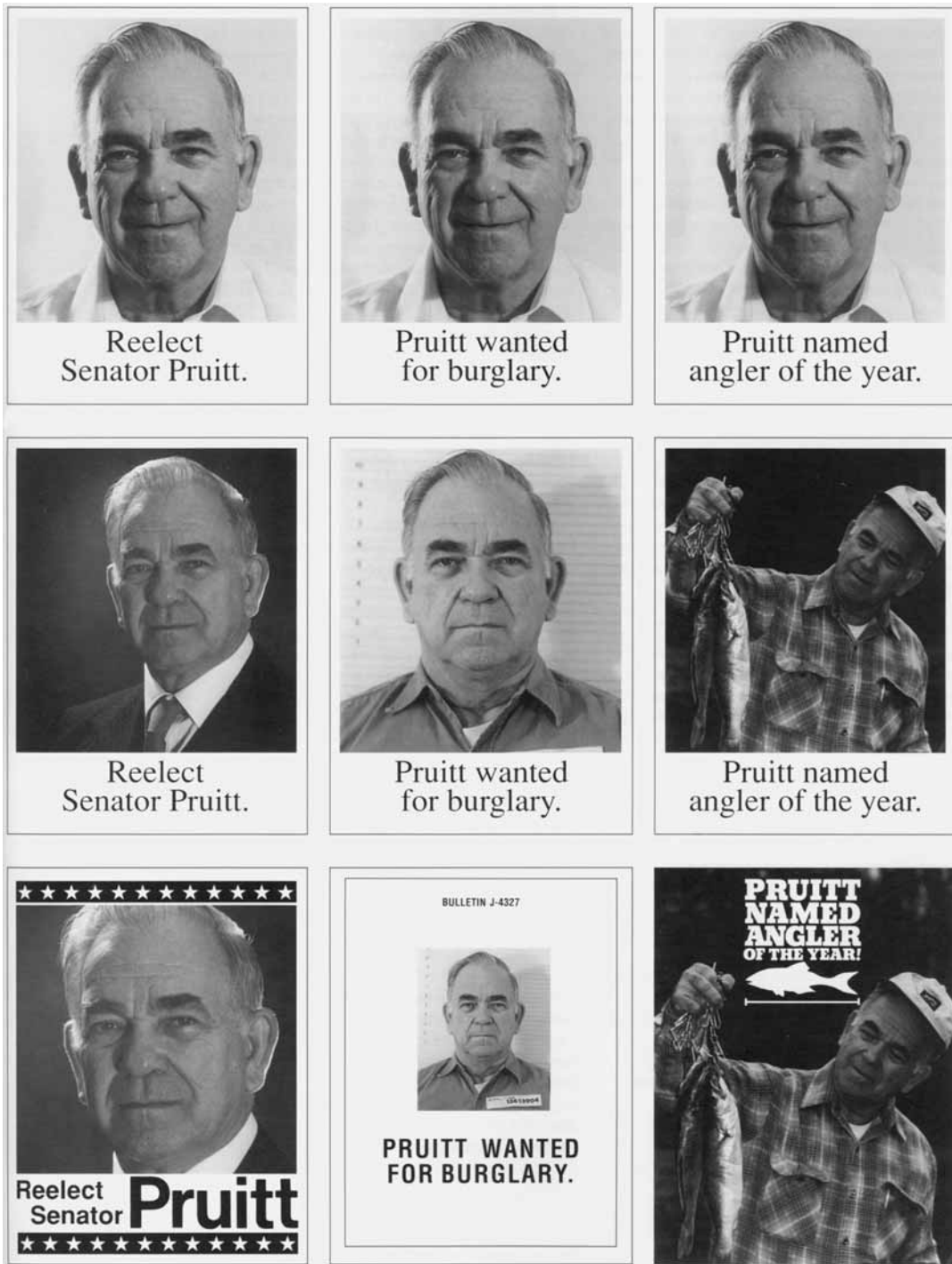
Tasarımcı tarafından tasarlanan her görsel ayrıntı ve karar, görsel bir rezonans yaratmaya yardımcı olmaktadır. Yazı karakterinin, imgelerin seçimi ve kullanıldıkları boyutlar, ifade, biçem, renk ve tüm elemanların görsel düzenlemesi mesaja direkt etki etmektedir.

Şekil: 4.2'deki afiş örnekleri, grafik tasarım elemanlarının doğru kullanılmasının, mesaja ne kadar etki edebileceğinin görülmesi açısından önemlidir. Örnekte Pruitt adlı kişi için tasarlanan üç ayrı afiş örneği yan yana görülmektedir. Birincisi, mesajı “Reelect Senator Pruitt” (Senatör Pruitt’i yeniden seç) olan, bir senator adayının afişidir. İkincisi, “Pruitt Wanted For Burglary” (Pruitt Soygundan Aranıyor) mesajlı suçlu arama afişidir. Üçüncüsü ise, “Pruitt Named Angler Of The Year” (Yılın Balık Avcısı Pruitt) mesajlı afiştir. Üstteki örnekler, büyük olasılıkla bir tasarımcı tarafından tasarlanmamıştır. Standart bir vesikalık fotoğraf ile belki de insanların en çok karşılaştıkları yazı karakteri olan, Times New Roman kullanılarak yapılmış, afiş örnekleri bulunmaktadır. Konu ve mesaj açısından bu denli farklı olan üç afiş arasındaki tek fark yazının içeriğidir. Afişlerde anlamla bağlantılı hiçbir görsel fark bulunmamaktadır.

Ortadaki örneklerde ise yazı aynı kalmış, imgeler her afişin mesajına yönelik olarak yeniden kurgulanmıştır. Senatör adayını Pruitt, takım elbiseli ve kendine güvenen bir kişi olarak; soygundan aranan Pruitt, donuk bakışlı ve mahkum gömleği içinde; balık avcısı Pruitt ise elinde balıklarla, muhtemelen bir nehir ya da göl kenarında fotoğraflanmıştır. Bu sıradaki afiş örneklerinde imgeler anlama uygun olarak kurgulanmış ve mesaja katkı sağlamaya başlamışlardır.

Alt sıradaki afişlerde ise mesaja uygun olarak çekilen fotoğrafların kadrajları ustaca ayarlanmış, yazılar ise anlama katkı sağlayacak şekilde kompoze edilmiştir. Ayrıca her afişe mesajla ilişkili bir simge eklenmiştir. Örnekte; senator adayını Pruitt fotoğrafı, daha yakın şekilde kadrajlanmış ve gözlere odaklanılmıştır. Fotoğrafta olduğu gibi tipografide de öne çıkarma (dominance) görülmektedir. Bold sanserif yazı karakteri net bir biçem oluşturmuştur. İsim ile diğer kelimeler arasında hiyerarşik bir fark bulunmaktadır ve diğer kelimelerin küçük kullanılması ismi daha da öne çıkarmıştır. Afişin alt ve üstünde kullanılan yıldızlar Birleşik Devletleri simgelemektedir ve Amerika’daki bir senator adayını mesajını desteklemektedir. Soygundan aranan Pruitt afişinde, fotoğraf küçültülmüş ancak kadrajı genişletilmiştir. Fotoğrafın yakasındaki numara ve afişin üzerindeki ilan numarası hapishaneyi çağrıştırmaktadır. Tipografi geniş espasla yazılmış, kolay algılanabilecek şekilde

tasarlanmıştır. Sokaklara ve duvarlara asılabilecek sade, anlaşılır tam bir dış mekan afiştir. Balık avcısı Pruitt afişinde ise fotoğraf tüm zemini kaplamıştır. Üstte oluşan koyu zemin üzerine yazı özenli şekilde yerleştirilmiştir. Slabserif (kare tırnaklı) yazı karakteri, afişte daha içten bir algı yaratmaktadır. Yazının hemen altındaki balık simgesi ve altındaki çizgi aynı zamanda, bu ödülün avlanan balığın boyutuyla ilgili olduğunu da açıklamaktadır.



Şekil: 4.2, Grafik Rezonans İçin Afiş Örnekleri

(Meggs, 1992, s.119)

4.2. Tipografik Rezonans

“Tipografik rezonans, yazı karakterlerinin, alfabe karakteri olarak fonksiyonlarına ilaveten ellerinde bulundurdukları kültürel, stilistik ve çağrışım meydana getiren özellikleri tarafından yaratılır. Yazı karakterleri bu rezonant özellikleri, tarihsel gelenekleri, tipik kullanımları ve görsel özelliklerini nakleden çağrışımlar yoluyla elde ederler.” (Selamet, 1995, s.7).

Tipografi çağdaş sanat akımlarıyla birlikte daha da gelişen, kimi sanat eleştirmenlerince “mesaj sanatı” olarak adlandırılan bir çalışma alanı haline gelmiştir. “Yazı karakteri*” olarak adlandırılan harf şekil ve sistemlerinin gerçekten de bir karakteri var mıdır? Yazı karakterleri yazıdaki mesajın dışında izleyicide farklı bir his ve duygu uyandırır mı? Bu konuda ünlü yazı tasarımcısı ve yazar Eric Spiekermann; “Tipografi dili (sesi) görünür yapar: Tipografi fısıldayabilir, bağırabilir, şarkı söyleyebilir, inleyebilir, gülebilir hatta kıkırdayabilir ve kahkaha atabilir.” (Pedersen, 1994, s.64) demiştir.

Fotodizgi yönteminin yaygın olarak kullanılmaya başlandığı 1960’lı yıllara kadar, yazı karakteri tasarımının yüksek fiyatlara malolması, aynı karakterin kurşundan, pek çok boyutta ve ayrı ayrı üretilmesi gerekliliği, yeni yazı karakteri üretimini yavaşlatmıştır. Ancak son elli yıl içinde önce fotodizgi yöntemi, daha sonra bilgisayar teknolojileri ile gelişen ve üretimi kolaylaşan yazı karakterlerinin sayısında bir patlama yaşanmıştır. Bu sayısal artışta, “grafik tasarımcıların yazı karakteri seçimiyle rezonans meydana getirmeye olan ilgileri de güçlü etkindir.” (Selamet, 1995, s.8). Bu tipografik çeşitlilik iki yönlü bir etkiye sahiptir. İlki, grafik tasarımcılara bu denli zengin bir yelpaze içinden seçim yapma özgürlüğü tanımasıdır. İkinci etkisi ise, bu büyük yazı karakteri kütüphanesi, klasik harf formlarının rafine ve kötü versiyonlarını aynı anda içinde bulundurmaktadır. Pek çok yeni yazı karakteri, ya orjinal yapıda değil ya da belirli bir düzenden yoksundur. Grafik tasarımcılar zaman zaman pek çok yazı karakteri arasında kaliteli ve tutarlı karakterleri bulmakta zorlanmaktadırlar.

Örneklere (Şekil: 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.8) yazı karakterinin görsel formu ile anlamı arasındaki bağlantılar gösterilmektedir. Sözcüklerin yazı karakterleri, anlamlarını çağrıştıracak görsellikte seçilmiştir.

* İngilizce typeface (yazı yüzü) olarak adlandırılmaktadır.

fısıltı

MIRILTI

ÇIĞLIK

KEKEME

Şekil: 4.3, Tipografik Rezonans Örnekleri*

Şekil: 4.4, Tipografik Rezonans Örnekleri*

İlk örnekte (Şekil: 4.3) yazı karakterlerinin kalınlıkları “fısıltı” ve “çığlık” kelimelerinin anlamlarına göre seçilmiştir. Yazı karakterleri arasındaki kontrastlık alt alta duran kelimelerin anlamlandırılmasında önemli bir rol oynamaktadır.

Sağdaki kelimelerde (Şekil: 4.4) ise “mırıldı” düşük vurgulu belli belirsiz bir karakterle yazılmıştır. Altındaki “kekeme” ise yazıların belirli kısımlarının tekrar edilmesi sonucu oluşturulmuştur. Seslerin taklit edilebildiği gibi aynı taklit kelimenin yazılış şekliyle de yaratılabilmektedir.

eleştirî

tatlı söz

ÖVGÜ

açık söz

Şekil: 4.5, Tipografik Rezonans Örnekleri*

Şekil: 4.6, Tipografik Rezonans Örnekleri*

* Şekil : 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.8, Meggs, 1992, s.121'den uyarlanmıştır.

Şekil: 4.5’deki örneklerde ise “eleştiri” kelimesinde, keskin köşeli harflerden dikensi girintiler çıkartılarak oluşturulmuş bir yazı karakteri kullanılmıştır. “övgü” ise ağırbaşlı, ölçülü, seçkin bir yazı karakteriyle yazılmıştır. Şekil: 4.6’da “tatlı söz”, zarif, süslü kaligrafik bir karakter ile yazılmıştır. “açık söz” ise, sade gösterişten uzak normal ağırlıkta bir slabserif karakterle oluşturulmuştur.

açıklamak

Öğretmek

Şekil: 4.7, Tipografik Rezonans Örnekleri*

Övünme

Abartma

Şekil: 4.8, Tipografik Rezonans Örnekleri*

Şekil: 4.7’deki “açıklamak” kelimesi, açık, kolay anlaşılır, net bir yazı karakteri olan Helvetica Bold ile yazılmıştır. “öğretmek” kelimesi ise, belirgin karakteriyle temel okul kitaplarında sıkça kullanılan bir yazı karakteriyle uygulanmıştır.

Şekil: 4.8’de “övünme” kelimesi anlamı içinde; caka, süs, çalım ve gösterişi içerir. Bu özelliklerin hepsi kelimedeki kullanılan yazı karakteri tarafından çağrıştırılmaktadır. “abartma” kelimesi ise, harflerin parçası değil sanki eklenmiş gibi duran garip uzantılara sahip bir yazı karakteriyle ve “A” harfleri gereksiz şekilde büyütülerek tasarlanmıştır.

Bir harf alelade kullanımında yalnızca karşılığı olan sesi ifade etmektedir. Ne zaman bir tasarımcı tarafından çağrışım yaratma gücü geliştirilir ve şiddetlendirilirse, harf kendi ses karşılığında daha farklı ve geniş çağrışımlar yapabilir. Bu çağrışımlar karşındaki kişinin eğitim, kültür, bilgi, vb. seviyesine göre de şekillenmektedir. Selamet bu konuda; “Tasarımcı,

tipografik bilgiyi birimlerle tespit edilmiş roller vererek kurar ve okuyucu tipografiye bu fonksiyonların sezgisel olarak öğrenilmiş anlamları ile yaklaşır.” (Selamet, 1995, s.3) saptamasını yapmıştır.

Yazının anlamla örtüşmesine başka bir örnek, şekil: 4.9’da görülmektedir. Örnekte bir şiirin tek mısrasının farklı yazı karakterleriyle yazılmış hali bulunmaktadır. “Nasıl her şiir okuyan veya aynı şarkıyı yorumlayan farklı sanatçılar esere değişik yorumlar verebiliyorsa, grafik tasarımcısı da tipografi yardımı ile sözünü şekillendirir. Aynı sözü fısıldayarak ya da bağırarak söylemek, içerikle örtüşen ya da örtüşmeyen bir dille yorumlamak onun işidir artık. Bu sayede çoğu kez sayfalar dolusu metinle anlatılmaya çalışılan bir anlayış, tarz, kavram, sade bir tipografik çözüm yardımıyla oluşur.” (Uçar, 2004,s.106-107).

Zarif bir goncanın solgun ve içten titreyişi gibiydi sesi

Zarif bir goncanın solgun ve içten titreyişi gibiydi sesi

ZARIF BİR GONCANIN SOLGUN VE İÇTEN TİTREYİŞİ GİBİYDİ SESİ

Zarif bir goncanın solgun ve içten titreyişi gibiydi sesi

Zarif bir goncanın solgun ve içten titreyişi gibiydi sesi

Zarif bir goncanın solgun ve içten titreyişi gibiydi sesi

ZARIF BİR GONCANIN SOLGUN VE İÇTEN TİTREYİŞİ GİBİYDİ SESİ

Zarif bir goncanın solgun ve içten titreyişi gibiydi sesi

Şekil: 4.9, Tipografik Rezonans Örnekleri

(Uçar, 2004, s.106)

Yazının görsel nitelikleriyle mesajın oluşturulduğu çalışmalardan birisi de Cumhuriyet Gazetesi'ne ait ilanda görülmektedir. Dönemin siyasi ortamına tepki olarak tasarlanan ilanın sloganı; “Tehlikenin farkında mısınız?”dır. Bu metin herhangi bir yazı karakteriyle, sıradan biçimde dizilmiş olsaydı, muhtemelen hiçbir anlam çıkartılamazdı ya da akla “Hangi tehlikenin?” gibi bir soru gelebilirdi. İlanda kullanılan yazı karakteri, yazının, Arapçaya bir gönderme olarak, sağdan sola doğru yazılmış olması, zeminin ve tipografinin rengi, bu sorunun cevabını verecek şekilde kurgulanmıştır.



Şekil: 4.10, Cumhuriyet Gazetesi İlanı

(<http://aypa.net/Cumhuriyet/BOMBA/Cumhuriyet-09042006>, 9.04.2007)

Tipografik rezonanstan faydalanılan bir başka çalışma ise Bob Gill tarafından tasarlanan, bir televizyon dizisinin jenerik logosunda görülmektedir (Şekil: 4.11). Gill “Private Secretary” (özel sekreter) adlı, aptal bir sekreteri konu alan komedi dizisinin logosu için, aptal sekreterin en basit şekilde nasıl anlatılabileceğini düşünmüştür. “Bir yazı bir şey söylerken nasıl başka bir şey daha anımsatır?” sorusunun yanıtını arayan tasarımcı, bunun en iyi yolunun ismi, aynı zamanda sekreteri çağrıştıran, daktilo ile yazmak olduğunu düşünmüş ve sekreterin aptal olduğu hissini bu yazı içinde belirgin hatalar yaparak oluşturmuştur.



Şekil: 4.11, Private Secretary, Bob Gill

(Meggs, 1992, s.124)

4.3. Görsel - Sözel Sinerji

Sinerji kelimesi, Türk Dil Kurumu sözlüğünde “Artı güç. Bir işi yapmak ve sonuçlandırmak için varılan ortak istek, güç” (<http://www.tdk.org.tr/TR/SozBul.aspx>, 16.11.2007) olarak tanımlanmaktadır. Görsel sözel sinerjiyi Meggs “Parçaların bireysel anlamlarından çok daha güçlü anlamlar yaratmak için birlikte kullanılan yazıların ve imgelerin, işbirliği hareketidir.” (Meggs, 1991, s.64) olarak tanımlamıştır.

Bu tasarım yaklaşımının, ilk örneklerini “Doyle Dane Bernbach” reklam şirketi metin yazarlarından Bill Bernbach vermiştir. Şirketin Volkswagen ilanı yaklaşımın klasik bir örneğidir (Şekil: 4.12). Sanat yönetmenliği Helmut Krone, metin yazarlığı Rita Seldon, fotoğrafçılığı ise Wingate Pinge tarafından yapılan ilanda, slogan mesajı vermek için yeterli değildir. “It was only thing to do after the mule died” (Katırın ölümünden sonra yapılacak tek şey buydu) sloganı ardından başka bir açıklama gerektirmektedir. Katırın ölümünün ardından yapılacak şey nedir? Fotoğraf gereken yanıtı vermektedir. Katırın ölümünün ardından yapılacak tek şey; satın alınacak bir Volkswagen’dir. İlandaki yazı ve fotoğrafı ayrı ayrı düşündüğümüzde konu hakkında herhangi bir mesaj barındırmamaktadırlar. Fotoğrafta kırsal bir çiftçi ailesi, arabaları ile birlikte poz vermişlerdir. Sloganda ise, yalnız katırın öldüğünü anlayabiliriz, bahsedilen “yapılacak şey” tamamen belirsizdir.



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

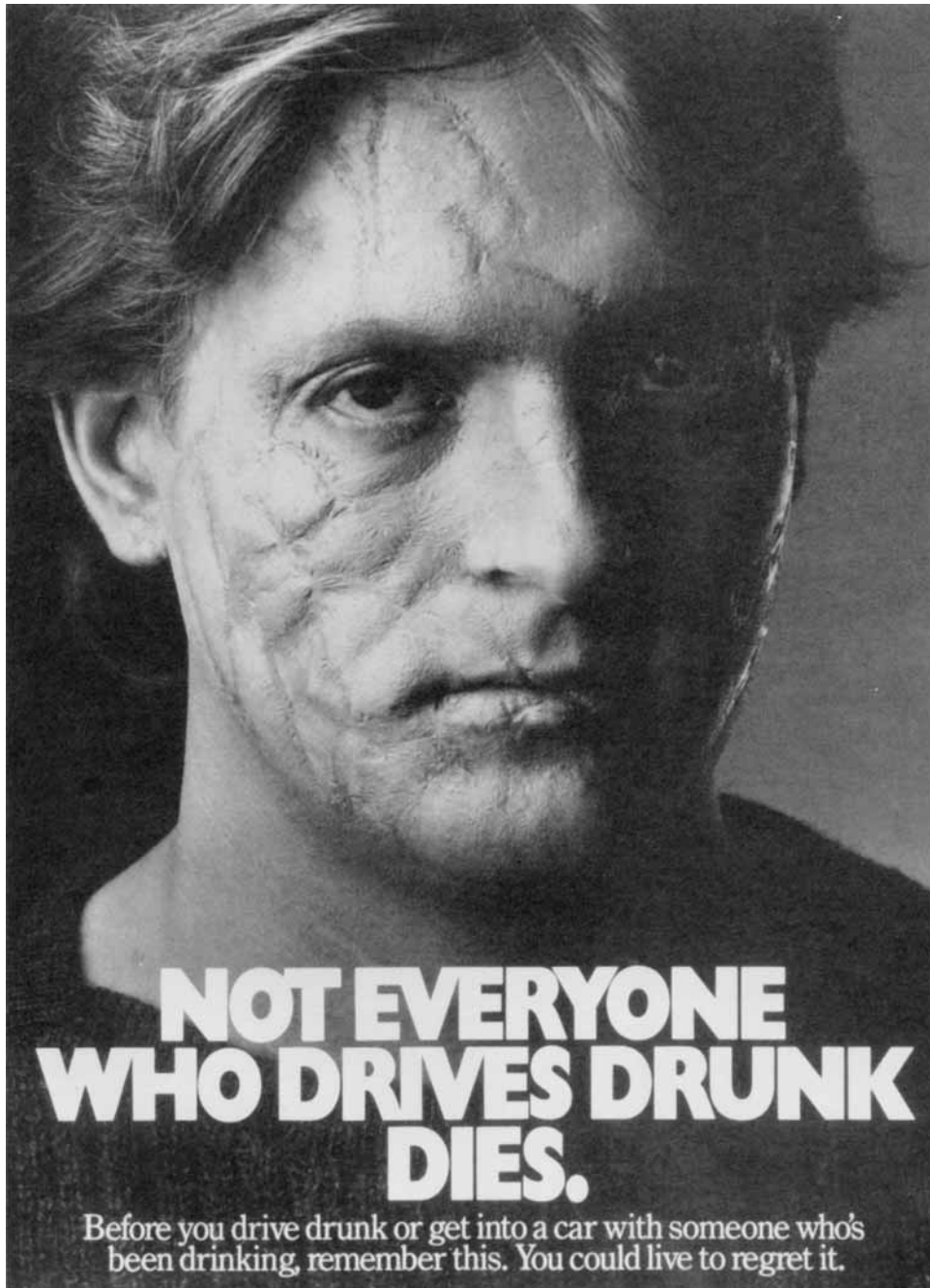
Three years back, the Hinkleys of Elm, Missouri, had a tough decision to make. To buy a new mule or a new Volkswagen? They weighed the two possibilities. For there was the problem of the latter. Creaky mules. Tough on a worn-out mule. Not so tough on an equipped VW. Then, what about the eating habits of the two contenders? Hay vs. gasoline. At the Hinkley's, it's "I get over eighty miles out of a dollar's worth of gas and I get where I want to go in 10 minutes!" Then there's the road leading to the cabin. Many a mule pulled a wagon and many a conventional automobile has spun many a four wheels in the mud. As for shelter, a mule needs a barn. A Volkswagen? "It just sets out there all day and the paint job looks new as good as the day we got it." Finally, there was maintenance to think about. When a mule breaks down, there's only one thing to do. Stoop in. But if and when their land breaks down, the Hinkleys have a Volkswagen dealer only two gallons away.



Şekil: 4.12, Volkswagen İlanı, Helmut Krone, Rita Seldon, Wingate Pinge

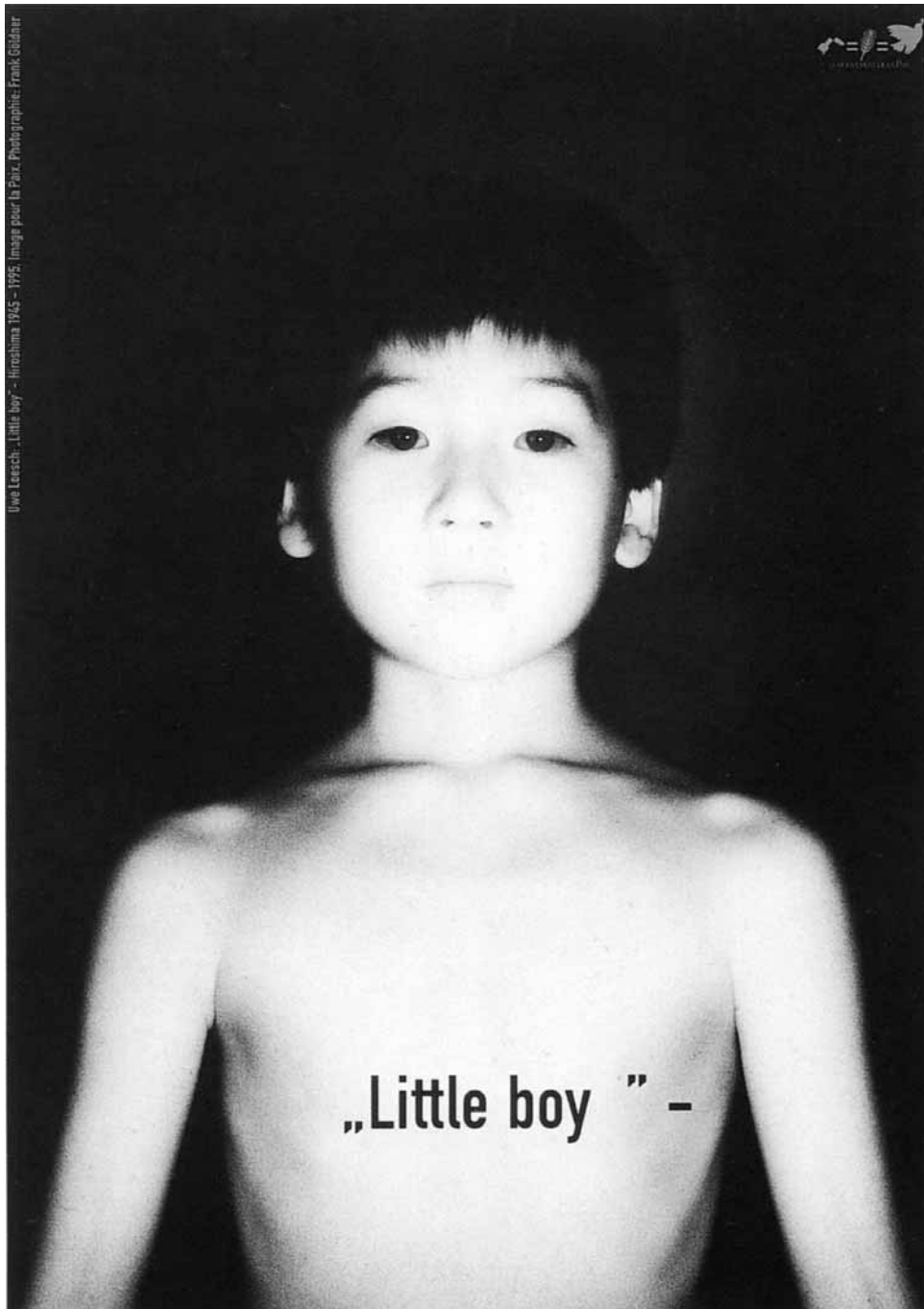
(Meggs, 1992, s.64)

Görsel sözel sinerji, zaman zaman çok güçlü mesaj potansiyeline sahip olabilir. Sal De Vito'nun sanat yönetmenliğini, Jamie Seltzer'in metin yazarlığını yaptığı, lise öğrencileri için alkollü araç kullanmanın zararları hakkındaki afiş, bu mesaj potansiyelinin gücünü göstermektedir (Şekil: 4.13). "Not everyone who drives drunk dies" (Alkollü araç kullanan herkez ölmez) sloganı tek başına düşünüldüğünde, mesaja katkısı olmayan, hatta alkollü araç kullanmanın çok da zararlı olmadığını ima eden bir anlama sahiptir. Ancak bir gencin, yaralanmış korkunç yüzünün fotoğrafı ile sloganın yarattığı kontrastlık, mesajı bir başka boyuta taşımaktadır.



Şekil: 4.13, Alkollü Araç Kullanımı ile İlgili Afiş, Sal De Vito, Jamie Seltzer
(Meggs, 1992, s.65)

Uwe Loesch tarafından “Hiroşima’nın Atom Bombası İle Tahribatının 50. Yılı” için tasarlanan afişte (Şekil: 4.14), uzak doğulu bir çocuk imgesi ile tırnak içinde “little boy” (küçük oğlan) yazısı görülmektedir. Afişte ne Hiroşima ile ilgili, ne de atom bombasıyla ilgili herhangi bir mesaj bulunmamaktadır. Bu afiş görsel sözel sinerjinin kişilerin kültür ve bilgi birikimlerine göre de şekillendiğinin bir göstergesidir. 1945 yılında Hiroşima’ya atılan atom bombasının adı da “little boy”dur.



Şekil: 4.14, Little Boy Afişi, Uwe Loesch

(Unan, 2000, s.15)

Doyle Dane Bernbach reklam şirketinin ilk Volkswagen örneğinden yıllar sonra tasarladığı bir başka Volkswagen ilanında benzer bir sinerji kullanılmıştır. Sanat yönetmenliğini Charles Piccinito, metin yazarlığını Robert Levensen'in yaptığı ilanda, imge bu kez fotoğraf değil, karikatür özelliği taşıyan bir illüstrasyon olarak karşımıza çıkmaktadır (Şekil: 4.15). Slogan tek başına düşünüldüğünde net bir şey anlamak olanaksızdır. "Or buy a Volkswagen" (ya da bir Volkswagen al) sloganı yarım ve muhtemelen başında başka bir mesaj olması gereklidir. Bu mesaj illüstrasyonda mevcuttur. Benzin pompasını bir silah gibi başına dayamış adam, neden Volkswagen alınması gerektiğinin cevabını vermektedir. Bu ilanda asıl mesaj Volkswagen'in az yakıt tükettiğidir. Ancak ne slogan ne de imge tek başına böyle bir mesaj taşımamaktadır. Mesajı oluşturan, grafik tasarımın bu iki önemli elemanın birleşiminden doğan sinerjidir.



Şekil: 4.15, Volkswagen İlanı, Charles Piccinito, Robert Levensen
(<http://books.google.com/books?id=CbvLF7bfQD4c&PG>, 24.10.2007)

BÖLÜM 5. SONUÇ

Araştırma sonucunda elde edilen veriler doğrultusunda, yazı ve imgenin grafik tasarımın en önemli elemanlarından ikisi olduğu görülmüştür. İnsanoğlu; nokta, çizgi, form, doku, renk gibi birçok ögeyi içlerinde barındıran bu iki elemanı, tarihsel süreç içinde farklı şekillerde ve farklı amaçlar için yan yana ya da birbirlerinin yerine kullanmışlardır. Tarihsel gelişimine bakıldığında da yazının imgeden doğduğu görülebilmektedir. Resimsel ifadeler taşıyan alfabe bu özelliğinden zaman içinde uzaklaşmış; kolay yazılır, kolay okunur bir biçime kavuşmuştur. Ortaçağ el yazmaları döneminde imgeler yazıyı süsleyen, açıklayan ve betimleyen bir öge olarak kullanılmıştır. Bu anlayış yazım ve çoğaltım yöntemlerinin değişmesine karşın, matbaa makinesinin bulunması sonrasında da devam etmiştir.

20. yüzyıl çağdaş sanat ve tasarım hareketleri, makineleşme ve reklam sektörünün doğması, grafik tasarımın bu iki elemanını klasik ve sıradan kullanımdan kurtarmış, tasarımcıların yeni ve yaratıcı mesajlar sunabilmek için kullandıkları temel öğeler olmalarını sağlamıştır. Günümüzde imgenin yazıyı açıklamak ve betimlemek için kullanıldığı klasik anlayışla, özellikle süreli yayınlarda ve kitaplarda sık sık karşılaştığımız da, tam tersi durumları da görmekteyiz. Pozlama tekniklerinin ardından bilgisayar teknolojilerinin tasarımcılara sunduğu; yazıyı ve imgeyi dönüştürme, değiştirme, abartma, birleştirme, deforme etme gibi imkanlar sonucunda bu elemanlar daha yaratıcı biçimlerde kullanılmaya başlanmıştır.

Bu araştırma sonucunda; tek başlarına bile oldukça güçlü mesaj potansiyeli olan yazı ve imgenin pek çok şekilde birbirleriyle yan yana geldikleri ve etkileşim içinde oldukları gözlemlenmiştir. Bu iki eleman; yan yana, birbirlerinin içinde, birbirlerinin yerine kullanılarak farklı etkileşimler yaratabilmektedirler. imgelerin mesajın algılanmasındaki gücü ile yazının mesajı net biçimde iletebilme gücü birleştiğinde, yaratıcı ve şaşırtıcı sonuçlar elde etmek olasıdır.

Yazı ve imge doğru ve etkili kullanıldıklarında rezonans oluşturma potansiyeline de sahiptirler. Rezonans özelliği elemanların tarihsel kullanım alışkanlıkları, karakteristik kullanımları, görsel özellikleri, duygusal ve tinsel çağrışımları ile oluşmaktadır. Bu rezonans etkisini kullanabilmek, tasarımcının yaratıcılığıyla, bilgisiyle ve birikimiyle bağlantılıdır.

Yazı ve imgenin etkileşiminden doğan önemli bir sonuç da sinerjidir. Artı güç, görevdaşlık olarak tanımlanan sinerji, imgesel ve yazısal öğelerin birleşiminden doğduğunda, görsel sözel sinerji olarak anılmaktadır. Sinerji yaratmadaki asıl amaç; mesaja, yazı ve imgenin etkileşiminden doğan yeni bir anlam katmanı eklemektir. Bir başka deyişle $1+1=3$ sonucuna ulaşmaktır.

Günümüzün yoğun iletişim bombardımanı altındaki toplumlarda, kendi mesajlarını bir adım öne çıkarmak isteyen tasarımcıların, zaman zaman bu sinerjiden yararlandıkları görülmektedir. Özellikle reklam grafiklerinde daha da önemli olan; mesajı doğru, etkili ve farklı şekilde iletebilme imkanı sağlaması bu sinerjiyi daha önemli hale getirmektedir.

Her tasarım kendi içinde farklı özellikler taşıdığından, tek başına değerlendirilmelidir. Ancak verilen örnekler ışığında yazı ve imgenin hangi biçimlerde kullanıldığında mesaj potansiyelinin arttığını görebilmek olasıdır. Bir grafik tasarımcının, yazı ve imge etkileşimi sonucu oluşan mesaj katmanını doğru şekilde kavrayabilmesi, mesajı iletirken oluşturmak istediği gücü arttırmasına olanak sağlayacaktır.

Mimar Ludwig Mies van der Rohe, “Tanrı ayrıntılardadır” demiştir. Bu söz; mesaj, form, biçim ve iletişimin sanatı olan grafik tasarım için de geçerlidir.

K A Y N A K Ç A

- Aliçavuşoğlu E., **Sanatı ve Yaşamıyla Andy Worhol**, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2001
- Becer E., **İletişim ve Grafik Tasarım**, Dost Yayınevi, Ankara, 2002
- Bektaş D., **Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi**, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1992
- Borça G., **Bu Topraklardan Dünya Markası Çıkar mı? Marka Olmanın ABC'si**, MediaCat Kitapları, İstanbul, 2002
- Clair K., **A Typographic Workbook**, John Wiley & Sons Inc, New York, 1999
- Faulmann C., **Yazı Kitabı**, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul, 2001
- Ganiz S., **Yazı & Tasarımcıları**, Kastaş Yayınevi, İstanbul, 2004
- Gombrich E. H., **Sanatın Öyküsü**, Remzi Kitabevi, Ankara, 1986
- Gülsoy T., **Reklam Terimleri ve Kavramları Sözlüğü**, Adam Yayınları, İstanbul, 1999
- Hollis R., **History of Graphic Design: A Concise History**, Thames Hudson, London, 1994
- İstek R., **Görsel İletişimde Tipografi ve Sayfa Düzeni**, Pusula Yayınları, İstanbul, 2004
- Jean G., **Yazı İnsanlığın Belleđi**, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2006
- Ketenci H. F., Bilgili C., **Yongaların 10.000 Yıllık Gizemli Dansı Görsel İletişim ve Grafik Tasarım**, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 2006
- Knight C., Glaser J., **Create Impact with Type, Image & Color**, Rotavision Sa, Switzerland, 2007

Meggs P. B., **Type and Image The Language of Graphic Design**, A VNR Book, New York, 1992

Moles A., **Informationstheori und Astetisce Wahrnehmung**, M. Du Mont Schauberg, Köln, 1971

Okur Ç., **Deneyisel Tipografinin Görsel İletişime Etkisi**, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir, 2003

Pedersen B. M., **Graphis Typography 1**, Watson&Guptill Publications, USA, 1994

Recnick E., **Design for Communication: Conceptual Graphic Design Basics**, John Wiley & Sons Inc, USA, 2003

Sarıkavak N. K., **Tipografinin Temelleri**, Doruk Yayıncılık, Ankara, 1997

Say A., **Müzik Ansiklopedisi**, Ankara, 1985

Schramm W., **The Process and Effects of Mass Communication**, University of Illinois, USA, 1977

Selamet S., **Grafik Tasarım Ögesi Olarak Tipografi**, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir, 1995

Selamet S., **Tarihsel Gelişim Süreçleri, Anatomik Yapıları, Stilistik Özellikleri, Kullanım Amaçları ve Taşıdıkları İmajlar Göz Önünde Bulundurularak Yazı Karakterlerinin Sınıflandırılması**, Sanatta Yeterlik Tezi, Eskişehir, 1998

Skolos N., Wedell Thomas, **Type Image Message: A Graphic Design Layout Workshop**, Rockport Publishers Inc, China, 2006

Tunalı İ., **Tasarım Felsefesine Giriş**, Yapı Yayın, İstanbul, 2004

Uçar T. F., **Görsel İletişim ve Grafik Tasarım**, İnkılap Yayınları, İstanbul, 2004

Unan T., **The Place, The Time and The Point, Posters by Uwe Loesch**, Mimar Sinan Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Bölümü, İstanbul, 2000

Weill A., **Graphic Design a History**, Harry N. Abrams INC., New York, 2004

White A. W., **The Elements of Graphic Design: Space, Unity, Page Architecture and Type**, Allworth Communications, Canada, 2002

Zeynep R., Müren B., **Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi**, Yapı Endüstri Merkezi Yayınları, İstanbul, 1997

S Ü R E L İ Y A Y I N K A Y N A K Ç A S I

Lürzer W., **Archive**, Vol. 5-2003

Lürzer W., **Archive**, Vol. 4-2005

İ N T E R N E T K A Y N A K Ç A S I

www.tdk.org.tr (2006-2007)

http://www.citrinitas.com/history_of_viscom/index.html (2006-2007)

<http://mitpress.mit.edu/e-books/HP/hyptext1.htm#Text%20and%20image> (8.09.2007)

<http://www.moma.org/exhibitions> (9.10.2007)

<http://books.google.com/books?id=CbvLF7bfQD4c&PG> (24.10.2007)

<http://mehmetatilgan.blogspot.com/2006/05/graffiti-baskdan-doan-sanat.html> (20.02.2008)

Ö Z G E Ç M İ Ş

Adı ve Soyadı : Bekir KİRİŞCAN
 Doğum Tarihi ve Yeri : 20.02.1980, YEŞİLOVA
 Medeni Durumu : Evli

Eğitim Durumu

Mezun Olduğu Lise : Bursa Anadolu Güzel Sanatlar Lisesi, Resim Bölümü (1994)
 Lisans Diploması : Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi,
 Grafik Tasarım Bölümü (2002)
 Yabancı Dil / Diller : İngilizce

Sanatsal / Bilimsel Faaliyetler

Ödüller : IAA Uluslararası Reklamcılar Derneği, Üniversiteler Arası
 Reklam Yarışması, Birincilik ödülü (2002)

Katıldığı Sergiler : Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi
 Cumhuriyet Etkinlikleri Karma Sergisi (2007)

Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü
 Karma Sergisi, Antalya Müzesi (2003)

Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü
 Karma Sergisi, Doğu Akdeniz Üniversitesi, Kıbrıs (2003)

Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Öğretim
 Elemanları Karma Sergisi (2003)
 Karma Sergisi, Antalya Müzesi (2003)

Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Karma Öğrenci

Sergileri, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Galerisi
(1998-1999-2000-2001-2002)

Bursa Anadolu Güzel Sanatlar Lisesi Karma Öğrenci Sergileri
(1995-1996-1997-1998)

İş Deneyimi

Çalıştığı Kurumlar

: Araştırma Görevlisi, Akdeniz Üniversitesi
Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü (2003 -)

Grafik Tasarımcı, Orkun Ozan Medya Hizmetleri A.Ş. (2002)

Adres

: Akdeniz Üniversitesi
Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Bölümü
Dumlupınar Bulvarı, 07058 Kampus, Antalya

Telefon

: 0 242 310 62 16