



**ÜÇ BOYUTLU TİPOGRAFİDE
MALZEME KULLANIMININ
GÖRSEL ANLATIMA ETKİSİ**

Sanatta Yeterlik Tezi

Melike ATILKAN

Eskişehir 2021

**ÜÇ BOYUTLU TİPOGRAFİDE MALZEME KULLANIMININ
GÖRSEL ANLATIMA ETKİSİ**

Melike ATILKAN

SANATTA YETERLİK TEZİ

Grafik Anasanat Dalı

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Mehtap UYGUNGÖZ

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi

Güzel Sanatlar Enstitüsü

Haziran 2021

ÖZET

ÜÇ BOYUTLU TİPOGRAFİDE MALZEME KULLANIMININ GÖRSEL ANLATIMA ETKİSİ

Melike ATILKAN

Grafik Sanatlar Anasanat Dalı

Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Haziran 2021

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Mehtap UYGUNGÖZ

Bir grafik tasarım çalışmasını oluşturmada pek çok farklı yöntem vardır. Tipografik yöntemleri mesajı kullanmak ve onları doğru ifade edecek şekilde boyutlandırmak, bunlardan bir tanesidir. Bu araştırma, tipografinin alışlagelmiş yüzey tasarımlarından farklı bir şekilde, üç boyutlu düşünmenin tasarımda ne gibi etkilere sahip olacağını ve katkı sağlayacağını anlamak adına yapılmıştır. Tipografinin, ihtiyaç duyulduğunda mesajı doğru iletme amacını gerçekleştirmek için farklı malzemelerden ya da mekânın sunduğu olanaklardan yararlanarak boyutlandırılması ile alternatifli tasarımlar yapılabileceğinin üzerinde durulması gerekliliğini hedeflemiştir. Çalışmada tarihsel anlamdan çok, sözel-görsel anlam bütünlüğü üzerinde durularak değerlendirmeler yapılmıştır.

Bu araştırma, üç boyutlu tipografi konusunda okuyucusuna ve tasarımcıya genel bir bakış ortaya koymaktadır. Araştırma boyunca, konuya ait önemli tasarımcı ve öğrencilere ait boyutlandırılmış tipografik tasarım örneklerine yer verilen görseller aracılığıyla, yine tasarımcı-öğrenci kitlesine tasarım alanına dair farklı bir anlayış gösterilmeye çalışılmıştır. Araştırma aynı zamanda lisans eğitim düzeyindeki öğrencilerle, konu ile ilgili derste yapılan çalışmaları da içermektedir. Amacı, herhangi bir grafik tasarım öğrencisine tipografiye farklı bir boyuttan bakılabileceğine dair bir başlangıç sağlayabilmek aynı zamanda tasarım derslerinde ve mezuniyet sonrası tasarımcı olarak çalışılacak ortamlarda gerekli olan farklı bakış açısı ihtiyacını karşılayabilmektir.

Anahtar Sözcükler: Tipografi, Üç boyutlu tipografi, Sözel-görsel eşitlik, Sözel-görsel zıtlık

ABSTRACT

THE VISUAL EXPRESSION EFFECT OF MATERIAL USE IN THREE-DIMENSIONAL TYPOGRAPHY

Melike ATILKAN

Department of Graphic Arts

Anadolu University, Institute of Fine Arts, June 2021

Advisor: Dr. Instructor Member Mehtap UYGUNGÖZ

There are many different ways to create a graphic design work. Using typographic methods to use the message and sizing them to express them correctly is one of them. This research was carried out in order to understand what kind of effects and contribution three dimensional thinking will have on design, in a way different from the conventional surface designs of typography. It is aimed to emphasize that alternative designs can be made by dimensioning the typography by using different materials or the opportunities offered by the space in order to realize the purpose of conveying the message correctly when needed. In the study, evaluations were made by emphasizing the integrity of verbal-visual meaning rather than the historical meaning.

This research provides an overview of three dimensional typography to the reader and the designer. Throughout the research, it has been tried to show a different understanding of the design field to the designer-student audience through the visuals that include sized typographic design examples of important designers and students. The research also includes the studies carried out in the course related to the subject with undergraduate students. Its aim is to give any graphic design student a head start on how typography can be viewed from a different perspective, and at the same time meet the need for a different perspective required in design courses and in environments to work as a designer after graduation.

Keywords: Typography, 3D typography, Verbal-visual equality, Verbal-visual contrast

ÖNSÖZ

Öncelikle beni dünyaya getiren annem Hatice Atılgan ve babam Mehmet Atılgan’a, bu süreçlere gelmemde her türlü desteğini gösteren ve bu araştırma sürecinin son ayında kaybettiğim rahmetli anneannem Nimet Cıngıllı’ya, ablam Sevgi Eğinkaya, eşi Fatih Eğinkaya ve çocukları Furkan Eğinkaya, Mustafa Eğinkaya ve Şevval Eğinkaya’ya, ağabeyim Şaban Atılgan ve eşi Chichy Atılgan’a teşekkürü bir borç bilirim. Ayrıca bu tezin konusunu seçmemde etkili olan ve Sanatta Yeterlik ders dönemindeki yönlendirmeleri konusunda ufkumu aydınlatan danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Mehtap Uygungöz’e, Prof. Sevim Selamet’e ve Prof. F. Gonca İlbeyi Demir’e sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Lisansüstü eğitim süreci boyunca beni sabırla dinleyen ve bilgilerini, deneyimlerini ve desteklerini esirgemeyen grafik bölüm başkanı Prof. Melike Taşcıoğlu’na, Prof. Tevfik Fikret Uçar’a, Prof. Hüseyin Eryılmaz’a, Doç. Çağlar Okur’a, Yrd. Doç. Ebru Baranseli’ne, Öğr. Gör. Cemalettin Yıldız’a, Öğr. Gör. Mehtap Aşıcıoğlu’na, Okt. Bengisu Keleşoğlu’na ve sevgili Dilek Gürbüz’e teşekkürü bir borç bilirim. Son olarak ise bu süreci en yakından takip eden ve her konuda yardımcı olan arkadaşlarım Elif Gören’e, Arş. Gör. Duygu Kızıldemir’e, Arş. Gör. Aydan Erarslan Turhan’a, Arş. Gör. Emel Kuru’ya, Arş. Gör. Pembe Şen’e, Arş. Gör. Pınar Gültürk’e, Gülçin Arda’ya, Ünal Özyurt’a, Ercan Makreş’e, Sanem Özkan’a, Deniz Atasü’ya ve Serap Kınay’a değerli yardımlarından dolayı sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Melike Atılgan

29.06.2021

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

Melike Atıkan

İÇİNDEKİLER

Sayfa

BAŞLIK SAYFASI	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	Error! Bookmark not defined.
ÖZET	iii
ABSTRACT.....	iv
ÖNSÖZ	v
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
GÖRSELLER DİZİNİ	ix
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1.ÜÇ BOYUTLU TİPOGRAFI	5
1.1. Bir Mesaj İletme Sanatı Olarak Tipografi.....	5
1.2. Tipografide Farklı Bir Boyut: Üç Boyutlu Tipografi.....	19
1.3. Üç Boyutlu Tipografide Görsel Anlatımın Önemi.....	34

İKİNCİ BÖLÜM

2. ÜÇ BOYUTLU TİPOGRAFİDE MEKÂN	49
2.1. Üç Boyutlu Tipografi’de Anamorfoz Tekniği.....	50
2.2. İç Mekânda Tasarlanmış Üç Boyutlu Tipografiler	52
2.3. Dış Mekânda Tasarlanmış Üç Boyutlu Tipografiler	59

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ÜÇ BOYUTLU TİPOGRAFİDE MALZEME	66
3.1. Malzemelerin Bir Araya Getirilmesiyle Tasarlanmış Üç Boyutlu Tipografiler.....	67
3.2. Malzemelerin Şekillenmesiyle Tasarlanmış Üç Boyutlu Tipografiler	74

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. TİPOGRAFİ III DERSİ KAPSAMINDA MALZEMELERLE TASARLANMIŞ ÜÇ BOYUTLU TİPOGRAFİ PROJESİNİN ÖĞRENCİLERLE UYGULAMA SÜRECİ.....	82
4.1. Çalışma Takvimi ve Tasarlama Süreci.....	82
4.2. Teslimler ve Değerlendirmeler	87

BEŞİNCİ BÖLÜM

5. ARAŞTIRMACI TARAFINDAN SANATTA YETERLİK DÖNEMİNDE MALZEMELERLE TASARLANAN ÜÇ BOYUTLU TİPOGRAFİLER	99
5.1. (A) Sanatta Yeterlik Ders Döneminde Tasarlanan Üç Boyutlu Tipografler.....	100
5.2. (B) Sanatta Yeterlik Tez Döneminde Tasarlanan Üç Boyutlu Tipografler.....	108
SONUÇ	116
KAYNAKÇA.....	120
ÖZGEÇMİŞ.....	125

GÖRSELLER DİZİNİ

Sayfa

Görsel 1.1. Tipografik Tasarım Örneği (Selamet, 1995, s.76).....	8
Görsel 1.2. Kay Rosen Tipografik Tasarım Örnekleri, “Spoke, 2013-2014”, “Halfull, 2004”, “Skeleton Key, 2006”, “LOL, 2013, “Angered and Deranged, 2017-2018 (http://kayrosen.com/work.html , Erişim Tarihi:01.07.2020)	10
Görsel 1.3. Tipogram Örnekleri “Arrow” Cleos, “Drop” Lboi, “Freedom” Jens Wickelgren https://www.boredpanda.com/creative-logos-with-hidden-symbolism-part3/?utm_source=tr.pinterest&utm_medium=referral&utm_campaign=organic Erişim Tarihi: 24.08.20.....	11
Görsel 1.4. “Human” isimli logo tasarımı, Paul Driver, 2009 (http://ginva.com/2012/03/negative-space-logo-design/ Erişim Tarihi: 02.07.2020)	12
Görsel 1.5. “Depression”, Makani, 2009 (https://www.adsoftheworld.com/media/print/aasra_depression Erişim Tarihi: 03.07.2020)	14
Görsel 1.6. “Language is not transparent” Mel Bochner, 1969 (https://visual-poetry.tumblr.com/post/2154121929/language-is-not-transparent-by-mel-bochner Erişim Tarihi: 03.07.2020)	16
Görsel 1.7. “Good Typography is Invisible, Bad Typography is Everywhere” Craig Ward, Mart 2008. (https://www.swiss-miss.com/2008/08/typography-is-e.html , Erişim Tarihi:2.07.20)	17
Görsel 1.8. Crawley Kütüphanesi Tipografik Ağaçlar, Gordon Young ve Why Not Associates, 2018 (https://www.pennyrepsad.com/project/crawley-library-2/ Erişim Tarihi: 09.07.2020).....	23
Görsel 1.9. “We Look Deeper”, Wook Web, 2019 (https://www.picuki.com/profile/wookweb Erişim Tarihi:10.07.2020)	25
Görsel 1.10. “We Look Deeper”, Bianca Chang, 2013	25
Görsel 1.11. “A Flock of Words” Morecambe, 2003 Tasarım: Gordon Young ve Why Not Associate (https://gordonyoung.info/aflockofwords , Erişim Tarihi:11.07.2020)	30
Görsel 1.12. Anamorfik Üç Boyutlu Tipografi Örnekleri, Tasarım: Lex Wilson, 2015 (https://lexwilson.co.uk/two-faced-type Erişim Tarihi: 17.07.2020)	32
Görsel 1.13. Tipografi Örneği (Uçar, 2004, s.106).....	35

Görsel 1.14. “Families” Logo Tasarımı Herb Lubalin,1980 “Marriage” Logo Tasarımı Herb Lubalin,1965 “Mother & Child” Logo Tasarımları Herb Lubalin 1966 (http://www.worksdesigngroup.com/creative-titans-herb-lubalin-father-conceptual-typography/ Erişim Tarihi: 25.08.2020)	36
Görsel 1.15. “The Backdoor Studio” Logo Tasarımı (https://as.sdsu.edu/thebackdoorstudio/faq Erişim Tarihi:22.08.2020)	36
Görsel 1.16. “Ego”, Anatol Klotek, 2012 (http://www.anatol.cc/textobjects/ego.html#.X0Un1xP7RPM Erişim Tarihi: 25.08.2020)	37
Görsel 1.17. Ogilvy tarafından tasarlanan reklam kampanyası (Keleşoğlu, 2008, s.62)37	
Görsel 1.18. “La Trahison Des Images/İmgelerin İhaneti” Rene Magritte, 1928-1929 (https://www.renemagritte.org/the-treachery-of-images.jsp Erişim Tarihi: 22.08.2020).....	39
Görsel 1.19. Boyutlandırılmış Tipografide Düz Anlam Örnekleri (https://theinspirationgrid.com/creative-food-lettering-by-side-by-side/ Erişim Tarihi: 22.08.2020).....	41
Görsel 1.20. Clea Lala, “Relax” 2015 ve “Summer Vibes” 2019 (Kaynak: https://www.clealala.fr/ Erişim Tarihi: 22.08.2020)	44
Görsel 1.21. “Danger” ve “Love”, Boyutlu Tipografi Örnekleri (https://www.thejealouscurator.com/blog/2014/02/14/pei-san-ng/ Erişim Tarihi: 22.08.2020)	44
Görsel 1.22. “It’ s Not What You Look At That Matters, It’ s What You See/ Neye Baktığın Değil Neyi Gördüğün Önemlidir”, Charlotte Knibbs, 2011 (Keleşoğlu ve Uygungöz, 2014, s.11).....	45
Görsel 1.23. “Melted Butter” https://every-tuesday.com/get-inspired-food-typography/ Erişim Tarihi:23.11.2020)	48
Görsel 2.1. “Sokak Sanatı Örnekleri” (https://gonnabe40.wordpress.com/2020/02/09/%D7%98%D7%95.%D7%91%D7%A9%D7%91%D7%98%D7%94%D7%92%D7%99%D7%A2-2/ , http://sanatlibiblog.com/sokak-sanati/cizgifilm karakterlerini-sokaklara-isleyen-sanatcidan-20-calisma/ Erişim Tarihi: 22.11.2020).....	49
Görsel 2.2. “Seen Things Differently”, Apple, 2014 (https://scene360.com/video/67244/apples-perspective-illusion-video/ Erişim Tarihi: 08.11.2020	50

- Görsel 2.3.** “Follow a Vision”, Apple, 2014 <https://scene360.com/video/67244/.apples-perspective-illusion-video/> Erişim Tarihi: 08.11.2020..... 51
- Görsel 2.4.** “Having”, Stefan Sagmeister, (https://tr.pinterest.com/pin/101471797830862646/http://www.typ3d.com/2011/12/stefan-sagmeister-happy-film-sneak.html Erişim Tarihi: 06.11.2020) 51
- Görsel 2.5.** “Fold Yard”, Benoit Challand, 2014 (https://www.designboom.com/design/benoit-challand-fold-yard-letter-desks-06-28-2014 Erişim Tarihi:13.11.2020)..... 53
- Görsel 2.6.** “Kikki.K Londra Mağazası İç Mekan Tasarımı”, Dalziel & Pow, 2018 (https://retaildesignblog.net/2016/01/18/kikki-k-pop-up-store-by-dalziel-pow-london-uk/ Erişim Tarihi:08.11.2020)..... 53
- Görsel 2.7.** “Locally Made”, The Design Office, 2013 <http://thedesigndesignoffice.org/project/locallymade> Erişim Tarihi: 09.11.2020..... 54
- Görsel 2.8.** “Hotel Central Park İç Mekan Tasarımı”, Fotoğraf:Karen Rosalie 2015 (https://thechrisellefactor.com/2015/09/a-second-chance-at-life-1-hotel-central-park/ Erişim Tarihi:08.11.2020)..... 55
- Görsel 2.9.** “Agency Sign” Oscar & Ewan, Fotoğraf: Pelle Crépin, 2008, <http://www.oscarandewan.se/Agency-Sign.php> Erişim Tarihi: 13.11.2020..... 55
- Görsel 2.10.** “Discovery”, Oscar & Ewan, Fotoğraf: Pelle Crépin, 2009 <http://www.oscarandewan.se/Metropolitan-Works-Discovery.php> Erişim Tarihi:13.11.2020 56
- Görsel 2.11.** “Surplus”, Tasarım: Angelo Luigi Tartaglia, Fotoğraf: Gianni Franchellucci, 2016 (https://www.contemporist.com/drink-bottles-create-giant-logo-for-shop/ Erişim Tarihi: 23.10.20) 57
- Görsel 2.12.** “Actually Doing the Things I Set Out to Do Increases My Overall Level of Satisfaction” Stefan Sagmeister, 2012, (https://www.dezeen.com/2015/11/19/stefan-sagmeister-the-happy-show-exhibition-museum-of-applied-arts-mak-vienna/ Erişim Tarihi: 06.11.2020) 58
- Görsel 2.13.** “Too Much Night, Again”, Tasarım:Pae White, Fotoğraf:Andy Keate, South London Gallery, 2013 (https://www.southlondongallery.org/exhibitions/pae-white-too-much-night-again/ Erişim Tarihi:13.11.2020) 58

- Görsel 2.14.** “Moss Graffiti, Anna Garforth, 2013. (<https://mimuu.com/yeni-dogal-boyama-teknigi/> <https://www.designboom.com/art/moss-graffiti-grows-on-walls-by-anna-garforth-09-30-2013/> Erişim Tarihi: 25.10.2020) 60
- Görsel 2.15.** “Semilla Pero No Se Toca”, Lo Siento Studio, 2008. (<http://www.losiento.net/entry/semilla-pero-no-se-toca> Erişim Tarihi: 18.10.2020) 61
- Görsel 2.16.** “Bus Station”, Emilio Alarcón, Alberto Alarcón, Ciro Márquez ve. Eva Salmeró, 2014. (<https://www.thisiscolossal.com/tags/typography/page/6/> Erişim Tarihi: 25.10.20) 61
- Görsel 2.17.** “Rethink”, Anna Garforth, Londra, 2010. (<https://www.designboom.com/design/anna-garforth/> Erişim Tarihi: 13.11.2020) 62
- Görsel 2.18.** “Coin Street”, Stefan Sagmeister, 2011. (<https://mymodernmet.com/spectacular-250000-coin-street-mural/> Erişim Tarihi: 13.11.2020) 62
- Görsel 2.19.** “Tipografik Anıt”, Ruedi Baur, Denis Coueignoux, Vera Kockot ve Karim Sabano, 2009. (<http://www.nrhz.de/flyer/beitrag.php?id=14191> Erişim Tarihi: 20.11.2020) 63
- Görsel 2.20.** “Vietnam Şehitleri Anıtı”, Maya Ying Lin, 1982 <https://www.archdaily.com/774717/spotlight-maya-lin> Erişim Tarihi: 21.11.2020 63
- Görsel 2.21.** “Time Changes Everything”, Daku, 2016. (<https://www.archdaily.com/795640/daku-mounts-typography-on-building-facade-to-create-dynamic-mural-powered-by-the-sun> Erişim Tarihi: 27.11.2020) 64
- Görsel 3.1.** “Adobe Tasarım Başarı Ödülleri Afişi”, Stefan Sagmeister, 2003. (<https://www.artstthread.com/news/stefan-sagmeister-exhibit-promotion-sales-material-paris/> Erişim Tarihi: 13.11.2020) 66
- Görsel 3.2.** “Eye Candy”, Patrick Simons, 2014. (<https://www.behance.net/gallery/15206089/Eye-Candy> Erişim Tarihi: 18.10.2020) 67
- Görsel 3.3.** “Narcissus”, “Rotten Apples”, “I Need Help Please”, Vladimir Koncar, 2008. <https://www.behance.net/gallery/133391/Diary-Type-01> Erişim Tarihi: 19.10.2020 68

- Görsel 3.4.** “Diary Type Örnekleri”, Vladimir Koncar, 2008
(http://coulsdoncollegevisualarts.blogspot.com/2011/09/inspiration-vladimir-koncar_30.html, <https://barbourdesign.wordpress.com/tag/vladimir-koncar/> Erişim Tarihi: 23.10.2020)..... 69
- Görsel 3.5.** “Someone’s Boring”, Martin Pyper, 2011.
(<http://balladora.blogspot.com/2011/05/strings-and-nails-typography-by-martin.html> Erişim Tarihi: 18.10.2020) 69
- Görsel 3.6.** “No Regrets”, W + K Reklam Ajansı, 2012. (<https://bitrebels.com/wp-content/uploads/2012/04/No-Regrets-Eraser-Shavings-1.jpg> Erişim Tarihi: 18.10.2020)..... 70
- Görsel 3.7.** “Next Creativity”, Lo Siento Studio, Gerard Miro, 2011
<http://www.losiento.net/entry/81-magazine> Erişim Tarihi: 23.10.2020 70
- Görsel 3.8.** “Art” ve “War” Gyongy Laky, 1989 ve 2005
<https://gyongylaky.com/portfolio/26/> Erişim Tarihi 01.11.2020..... 71
- Görsel 3.9.** “Kibritlerle Oluşturulmuş Boyutlu Tipografi Tasarımları, Pei San Ng, 2010 <http://peisanng.com/portfolio/matches-creation/> Erişim Tarihi: 25.10.2020..... 71
- Görsel 3.10.** “Banana Wall”, Stefan Sagmeister, 2008. (Jacquillat ve Vollauschek, 2011, s.197)..... 72
- Görsel 3.11.** “Step Up To It” Enstalasyonu, Stefan Sagmeister A.Ş., 2012.
<https://www.behance.net/gallery/4060493/Step-Up-To-It> Erişim Tarihi: 06.11.2020..... 73
- Görsel 3.12.** “BCN LIP Language School Logo”, Isabel Cañas Montes, 2013
<http://www.catartsis.com/bcn-lip-logotipo-a-lapices/> Erişim Tarihi: 26.01.2021..... 74
- Görsel 3.13.** “My Sister Loves Cheese” ve “Juicy”, Allison Supron,
(<http://www.allisonsupron.com/play-1> Erişim Tarihi: 30.08.2020) 74
- Görsel 3.14.** “Imagine”, “Power of the Imagination” ve “How Creativity Work Kitap Kapağı Tasarımı”, Yulia Brodskaya
(<https://dreamfleur.com/2011/06/paper-art-inspiration-from-yulia-brodskaya/> Erişim Tarihi:24.10.2020 75
- Görsel 3.15.** “Craft Design”, Amalina Ahmad, 2013
<https://www.behance.net/gallery/8866303/HEXAGONS> Erişim Tarihi: 31.10.20..... 76

- Görsel 3.16.** “Light Wall”, Jeremy Kennedy, 2011 <https://www.kenedik.com/summit-light-wall/> Erişim Tarihi 03.11.2020 77
- Görsel 3.17.** “String Art Örnekleri” (<https://www.pinterest.fr/pin/55591376630.552424/> <https://www.blogduwebdesign.com/typographie-objets-creatifs> https://www.behance.net/gallery/3376983/Ministry-of-sound-_D-AD- Brief Erişim Tarihi: 03.12.2020) 77
- Görsel 3.18.** “Bite”, Anna Garforth, 2011.
<http://www.gastronomista.com/2011/04/edible-bites-anna-garforth.html#.X5W58UL7RPM>..... 78
- Görsel 3.19.** “SpaceNK Magazine Kapak Tasarımı”, Sabeena Karnik, 2019.
<https://www.behance.net/gallery/89134199/SpaceNK-magazine-Cover-AW19>..... 78
- Görsel 3.20.** “Shredding”, David Aspinall, 2007.
(<https://www.behance.net/gallery/43969/Shredding-is-all-about-the-details> Erişim Tarihi: 25.10.2020) 79
- Görsel 3.21.** “Pixel It”, Jessica Nebel, 2009 <https://www.jessicanebel.com/#/>.
fashion/ Erişim Tarihi: 06.11.2020 79
- Görsel 3.22.** “Tiefschwarz Konseri Afiş Tasarımı”, Karina Peteraen, 2007
<http://workwithhelena.com/cms/tiefschwarzii.html> Erişim Tarihi: 03.11.2020 80
- Görsel 3.23.** “La Sombra Es Una Luz Que Se Esconde” (Gölgede Saklanan Bir Işık), ve “Be” Ivan Capote, 2017,
<https://www.invaluable.com/artist/capote-ivan-lxc7y8j2su/>
<https://www.cubartours.com/artists/ivan-capote> Erişim Tarihi: 29.01.2021 81
- Görsel 4.1.** Tip 206 kodlu, Tipografi III isimli Dersin Yönbilgisi, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi 2018-2019 Öğrenim Yılı Bahar Dönemi, Hazırlayan: Dr. Öğr. Üyesi Mehtap Uygungöz ve Arş. Gör. Melike Atıkan, 2019 82
- Görsel 4.2.** a. Busenur Beyaz isimli öğrenci eskizi. b. Alperen Kızılsu isimli öğrencilerin eskizi, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Şubat, 2019. 84
- Görsel 4.3.** “Eye-Opening Knife Typography” Tasarımcı: Farhad Moshiri, 2009. Yer: Palazzo Grassi, İtalya. (<https://mymodernmet.com/eye-opening-knife-typography/>) Erişim Tarihi: 14.02.2019) 85

Görsel 4.4. Özge İnce isimli öğreninin eskizi, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Mart, 2019.	86
Görsel 4.5. Nelin Nehir Bayraktar ve Özge İnce isimli öğrencilerin yazı karakteri arayışları, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Mart,2019.	87
Görsel 4.6. Ural Levent isimli öğrencinin eskiz çalışması ve üç boyutlu tipografi tasarımı, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Mayıs, 2019. ...	88
Görsel 4.7. Alperen Kızılsu isimli öğrencinin yazı karakteri denemeleri ve üç boyutlu tipografi tasarımı, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Mayıs, 2019.....	89
Görsel 4.8. Aylin Mutlu isimli öğrencinin eskiz çalışmaları ve üç boyutlu tipografi tasarımı, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Mayıs, 2019	90
Görsel 4.9. Berivan Yıldız isimli öğrencinin eskiz çalışmaları ve üç boyutlu tipografi tasarımı, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Mayıs, 2019	91
Görsel 4.10. Muhammed Mert Sarıoğlu isimli öğrencinin üç boyutlu tipografi tasarımı, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Mayıs, 2019.	92
Görsel 4.11. Busenur Beyaz isimli öğrencinin üç boyutlu tipografi tasarımı, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Mayıs, 2019.	93
Görsel 4.12. Esra Çiftlikoğlu isimli öğrencinin üç boutlu tipografi tasarımı, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Mayıs 2019.....	94
Görsel 4.13. Ezgi Çavuşoğlu isimli öğrencinin üç boyutlu tipografi tasarımı, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Mayıs, 2019.	96
Görsel 4.14. Nurullah Kızılkaya isimli öğrencinin üç boyutlu tipografi tasarımı, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Mayıs, 2019.	92
Görsel 4.15. Nelin Nehir Bayraktar isimli öğrencinin üç boyutlu tipografi tasarımı, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Mayıs, 2019.	96
Görsel 5.1. “Gel Gör Beni”, Melike Atıkan, 2015.....	100
Görsel 5.2. “Peace and Nuclear Disarmament”, Melike Atıkan, 2016.....	101
Görsel 5.3. “Redhouse1”, Melike Atıkan, 2016	103
Görsel 5.4. “Wikipedia”, Melike Atıkan, 2016-2017	104
Görsel 5.5. “RGB”, Melike Atıkan, 2017-2018.....	106
Görsel 5.6. “Look and See”, Melike Atıkan, 2017-2018.....	107

Görsel 5.7. “Cat Lover”, Melike Atıkan, 2019	108
Görsel 5.8. “Straw Tower”, Melike Atıkan, 2020	109
Görsel 5.9. “Söz Acıtır”, Melike Atıkan, 2021	110
Görsel 5.10. “Hamdım, Piştım, Yandım”, Melike Atıkan, 2021	111
Görsel 5.11. "Kaizen", Melike Atıkan, 2021.....	112
Görsel 5.12. "meetoo" isimli kampanya görseli https://www.wssociety.co.uk/features/2018/8/28/the-metoo-movement-and-its-impact-on-employment-law Erişim Tarihi: 26.07.2021.....	113
Görsel 5.13. "metoo", Melike Atıkan, 2021.....	113
Görsel 5.14. "saveralph" isimli kampanya görseli, https://thescopeinc.com/the-success-of-save-ralph-and-reason-for-its-influence/ Erişim Tarihi: 26.07.2021.....	114
Görsel 5.15. "saveralph", Melike Atıkan, 2021	114
Görsel 5.16. "toooyoungtowed" isimli kampanya görseli, https://www.informationng.com/tag/too-young-to-wed Erişim Tarihi: 26.07.2021	115
Görsel 5.17. "tooyoungtowed", Melike Atıkan, 2021.....	115

GİRİŞ

Doğru ve etkili bir iletişim kurmak için iletişimin birçok türünden yararlanılır. Sözlü iletişimle birlikte iletişimin en önemli türlerinde biri de yazılı iletişimidir. Tarih boyu insanlar mağara duvarlarına çizdikleri resimlerden, matbaanın bulunmasına ve uzaysal boyuttaki ekran yazılarına, hareketli afişlere kadar yazılı iletişimin gelişimine katkıda bulunmuşlardır. Yaşanan ve gelişen bu iletişim sürecinde grafik tasarım da etkin bir rol oynayarak etkilenmiştir. Sürekli görsel bombardımana maruz kalan bunalmış izleyiciyi yakalamanın zorluğu açısından farklı tarzda arayışlar oldukça önem kazanmıştır. Bu nedenle grafik tasarımcılar kendilerini geliştirmekte, güncellemekte, grafik tasarımın gelenekselleşmiş yöntemleriyle birlikte bu yöntemlerin dışında da farklı arayışlara yönelmektedirler. Bir görsel iletişim biçimi olan grafik tasarım, çok farklı dallara ayrılmaktadır fakat araştırmanın konusu gereği tipografi boyutlandırma fikri ile birlikte ele alınıp incelenmiştir.

Grafik tasarımın en önemli malzemelerinden biri olan tipografi, düzenlenmiş yazılar yoluyla, iletişim kurma sanatıdır ve bu düzenleme içindeki günümüz alternatiflerinden biri de tipografiyi boyutlandırma seçeneğidir. Konu ile ilgili olarak Becer “Grafik tasarım, günümüzün yorgun ve dalgın izleyicisinin mesaja ilgisini çekebilecek, yeni ve denenmemiş yollar araştırma ve bulma sürecidir” diyerek gelişmenin zorluğunu belirtmektedir (Becer, 2013, s.49). Becer’in bahsettiği hedef kitlenin dikkatini çekmek için farklı yollar araştırma ve bulma süreçlerinden birine de tipografiyi boyutlandırma fikrini eklemek, bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkar. Dikilitaşlara oyulan harflerin derinlikle birlikte okunur hale gelmesi, Gutenberg’in baskı için tasarladığı boyutlu harflerden oluşan hurufatların kâğıda bıraktığı izle çoklu basım sistemine geçilmesi, tipografinin varoluşundan bugüne her zaman boyutla iç içe olduğunu göstermektedir. Tasarım ögesi olarak harfler günümüz kalıplarının dışına taşarak yeniden, eskisi gibi, ama bu sefer farklı malzemeler yardımıyla biçimlenmekte ve tasarım/sanat dünyasında yerini almaktadır. Bu boyutlandırma sürecinin oluşumunda yararlanılan malzemeler içinde kimi zaman kalem ve bilgisayar gibi artık gelenekselleşmiş araçlar yer alsa da genel hatlarıyla farklı bir süreç gerektirmektedir.

Yazım diline dokunsallığı yeniden kazandırmak, mesajı daha etkili hale getirmek ya da içinde bulunduğumuz hız çağında dikkat çekiciliği arttırmak adına tipografi tasarımcıları/sanatçıları, gerektiğinde tipografiyi boyutlandırma yönteminden

yararlanmaktadırlar. Londra merkezli bir çizer olan Anna Garforth'un duvara canlı yosunlardan yazılar yazması, Avustralyalı grafik tasarımcı Stefan Segmaesiter'in Amsterdam'daki bir meydana 250.000 Centlik madeni paralarla oluşturduğu bir mesaj, New York merkezli bir grafik tasarımcı olan Allison Supron'un şeker, peynir, düğme gibi farklı nesneler kullanarak tasarladığı "Play" adlı boyutlu tipografi projesi, bu yöntem için etkili örnekler olarak gösterilmektedir. Araştırma boyunca, boyutlandırılmış tipografik tasarımlar incelenerek, tasarımcıların belirlediği hedeflere uygun yaratıcı çözümlere ulaşmak için nasıl fikirler ürettiklerini, bu fikirler doğrultusunda nasıl kararlar verdiklerini ve bu kararların sözel-görsel eşitlik ve/veya zıtlık açısından değerlendirilerek ne derece etkili olduğu gözlemlenmiştir.

Bir mesajı tipografik tasarımlarla iletmenin sayısız şekli ve yöntemi vardır. Bu çalışmada tasarlama eylemindeki boyutlu tipografinin mesajı iletmesindeki etkileri ve tipografiyi boyutlandırırken tasarımcıların kullanabileceği malzemeler ve tekniklerin çeşitleri incelenmiştir. Özellikle günümüz rekabet ortamında hedef kitleye ulaşmak için mesajların, bilinen yolların dışında, farklı yöntemlerle de anlatılabileceğinin önemine dikkat çekilmiştir. Yeni değerlerin ve tarzların nasıl geliştirebileceğinin ve tasarımın sözel-görsel eşitlik ve/veya zıtlık açısından nasıl ele alınabileceğinin önemine dikkat çekilmeye çalışılmıştır.

Bu araştırma ile tasarım sürecinin her aşamasının önemine vurgu yapılmış, tasarıma yönelik alternatif bakış açısıyla düşünmeye dikkat çekilerek genel bir bakış açısı sunmak amaçlanmıştır. Bu çalışma, tipografide geçirilen değişimin, sınırları zorlayan ve yer yer zanaatla birleşerek heyecan veren bir sanatın, bazen oluşan heykelsi formların, bazen deneysel ev ortamında ortaya çıkan boyutlu tasarımların ilhamından yararlanılarak oluşturulmuştur.

Araştırma, geleneksel iki boyutlu tipografiden yola çıkılarak asıl araştırmanın konusu olan üç boyutlu, zaman faktörünün de yer aldığı durumlarda dört boyutlu tipografiler üzerine yapılan araştırmalarla aynı zamanda boyutlandırılmıştır; Tipografi tasarımcılarının ya da sanatçıların yaratıcı fikirlerini şekillendirmeye yardımcı olan ve bu tasarımların üretilmesinde ve geliştirilmesinde etki eden malzeme, ortam, yöntem gibi faktörlerin incelenmesinden oluşmaktadır. Öncelikli olarak bir mesaj iletme sanatı olarak incelenen tipografi, ilk bölümde detaylı olarak araştırılmıştır. Aynı zamanda boyutlu tipografi ve sözel-görsel eşitlik ve zıtlık konuları başlıkları altında incelenip örnekler üzerinden değerlendirilmiştir.

Sonraki bölümlerde ise tasarımcıların tasarımlarının mekânın sağladığı olanaklar ya da malzemeler yardımıyla belirlenen hedeflere uygun yaratıcı çözümlerin sözel-görsel eşitlik ve zıtlık ışığında nasıl geliştiği gözlenmiştir. Bir fikri, yazıyı, ifadeyi geliştirme ve etkisini güçlendirmede malzemelerin, renklerin, ortamın ve yüzeylerin nasıl kullanıldığı incelenmiştir. Bu nedenle ikinci bölümde özellikle mekânın sunduğu olanaklar üzerinde durulmuştur. Üçüncü bölümde ise malzemelerle oluşturulmuş örnekler incelenmiş ve görsel anlatıma etkisi açısından değerlendirilmiştir. Bu araştırmada dünyanın dört bir yanından çağdaş tasarım stüdyolarının, dünyaca ünlü tipografi tasarımcılarının/sanatçıların üç boyutlu tipografi tasarımlarına yer verilmiş, bu tasarımların nasıl yorumlanabileceği araştırılmıştır.

Araştırmanın dördüncü bölümünde ise Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi 2018-2019 Öğretim Yılı Bahar Dönemi'nde Tip 206 kodlu, Tipografi III isimli dersi alan grafik bölümü öğrencilerinin boyutlu tipografik çalışmalarına yer verilmiştir. Tipografinin okunurluk, okuturluk, renk, font seçimi gibi birçok özelliğinin yanı sıra bu özelliklerle birlikte bu çalışmada tipografik kurgunun anlamı destekleyip desteklemediği önem taşımaktadır. Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü eğitiminde birinci sınıfta iki dönem boyunca ve ikinci sınıfın güz döneminde alınan tipografi eğitiminin ardından bahar döneminde dördüncü kez karşılaştıkları tipografi dersinde bu bilgi birikiminden faydalanmakla birlikte ek olarak malzeme ve boyutu da kullanan öğrencilerle yapılan çalışmalar da bu araştırmanın önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Teslim edilen öğrenci işlerinin içinden teslim kısmında, daha ilham verici işler seçilerek değerlendirmeye uygun bulunmuştur. Yapılan tasarımlarda bazı eksiklikler ya da uygulama hataları olsa da genel olarak çıkış noktaları, kavramın ele alınış biçimleri, önemsenen estetik kaygılarla sonuca ulaşma kriterleri üzerinden değerlendirmeler yapılmıştır. Öğrencilerin kullandığı malzemeye birlikte boyutlandığı tipografik tasarımlar, sözel-görsel eşitlik ve/veya zıtlık açısından irdelenmiş olup farklı bakış açılarıyla birlikte bir mesajın nasıl daha doğru ve etkili iletilebilir fikrinden hareketle hangi yolların izlenebileceği tespit edilmiştir.

Üç boyutlu tipografi; malzeme, mekân, sözel-görsel eşitlik ve/veya zıtlık, uygulama şekli ve alanı gibi birçok parametre ve süreç gerektirmektedir. Beşinci bölümde ise araştırmacı tarafından sanatta yeterli ders ve tez süreci boyunca tasarlanan boyutlu tipografi tasarım örnekleri yer almaktadır.

Bu araştırmanın amaçlarından biri de tipografik bir mesajın malzemeler yardımıyla boyutlandırılmasıyla ya da mekânın sağladığı olanaklarından yararlanılmasıyla,

kavramsal derinliğe olan etkisinin tasarımcılara, sanatçılara ya da öğrencilere bilinçli tasarım kararlarının verilmesi konusunda hizmet etmeyi amaçlamaktadır. Bununla birlikte, dünyadan derlenen etkili örneklerle yaratıcı ve ilham kaynağı olabilecek tasarımlara yer verilmektedir.

Tasarımın en temel öğelerinden biri olan tipografinin, amaçlanan doğrultuda iletişim kurmasını sağlamak için özellikle malzemelerle yapılabilecek boyutlu tipografiler, anlam bütünlüğü açısından incelenmiştir. Boyutun nasıl oluşturulduğu, malzemenin seçimi gibi faktörlerin, iletişimi nasıl güçlendirilebileceği konusunda değerlendirmeler yapılarak sunulmuştur. Bu araştırmada malzemelerle ve boyutlandırma teknikleriyle tipografiye farklılık ve anlam katacak bazı teknikler titizlikle incelenmiştir. El yapımı ya da hazır malzemeler, bazen oldukça yaratıcı, bazen tuhaf, bazen ilham verici şekillerde yansıyan formlar incelenerek, boyutlu tipografik projelere yer verilmiştir.

Yapılan çalışmada, alan yazın ve yararlanılan kaynakların, araştırma ve içeriği bakımından yeterli olduğu varsayımlarından hareket edilmiştir. Bu araştırma tipografi, üç boyutlu tipografi ve üç boyutlu tipografiyle yapılmış tasarımların sözel-görsel eşitlik ve/veya zıtlık açısından değerlendirmeleriyle sınırlandırılmıştır. Araştırma konusuyla ilgili dolaylı ve doğrudan tez, makale, bildiri, kitap ve her türlü yazılı görsel kaynaklar ile sınırlıdır. Bu araştırmada boyutlandırılmış tipografi kavramı tamamen en, boy ve derinliği olan, gerçek üç boyutlu işleri kapsayacak şekilde araştırılmış olup dijital olarak boyutlandırılmış tipografik tasarımlar kapsama alanı dışında bırakılmıştır.

Bu araştırma; tipografi, üç boyutlu tipografi, sözel-görsel eşitlik ve/veya zıtlık ve sanatçı, tasarımcı ve öğrenci çalışmalarını tanıtmaktadır. İlk bölümde daha teorik anlatım üzerinden konu anlatılmaya çalışılmakta iken, diğer bölümlerde ise yaratıcı boyutlandırılmış tipografiye uygun çeşitli örnekler sunulmaktadır. Bu örneklerle, yapılan tasarım seçimlerinin ardındaki nedenler açıklamalarıyla birlikte ele alınmıştır.

Çalışmada nitel-betimsel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Betimsel yöntem, bütün bilim kollarında ilk aşamayı oluşturur; amacı araştırma konusu olguları ve bu olgular arasındaki ilişkileri saptama, sınıflama ve kaydetmedir (Yıldırım, 2000, s.56). Bu kapsamda tipografi ve üç boyutlu tipografi ile ilgili yazılı ve görsel kaynaklar titizlikle taranıp incelenerek konu kapsamında betimsel değerlendirmeler yapılmıştır. Çalışmanın araştırma bölümünde konu ile ilgili literatür taramasında ulaşılabilen önemli kaynaklardan elde edilen bilgilerle çalışmanın ana hatları oluşturulmuş; ele alınan konu, kişisel görüş ve değerlendirmelerle açıklanmaya çalışılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. ÜÇ BOYUTLU TİPOGRAFI

1.1. Bir Mesaj İletme Sanatı Olarak Tipografi

İletişim, İngilizcede ve Fransızcada communication, Latince de communicare yani “paylaşmak, bildirmek, birleştirmek” kelimesinden gelmektedir (Erdal, 2015, s.15). Türk Dil Kurumu’nda iletişim; “Duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme ve iletişim” olarak geçmektedir (http-1). Becer’e (2013, s.11) göre ise iletişim; gönderici ve alıcı olarak adlandırılan iki insan ya da insan grubu/kitleleri arasında gerçekleşen bir duygu, düşünce, davranış ve bilgi alışverişi olarak tanımlanmaktadır. Erdal (2015, s.15)’a göre de “İletişim, insanların toplu halde yaşamaya başlamalarından itibaren, toplumsal etkileşimlerde rol oynayan, sembolik mesajların karşılıklı ulaştırılmasıyla bazı anlamları aralarında paylaşmaları sürecidir”. Oskay (2015, s.23) ise iletişim sözcüğünü daha geniş bir şekilde;

“Birbirlerine ortamlarındaki nesneler, olaylar, olgularla ilgili değişimleri haber veren, bunlara ilişkin bilgilerini birbirine aktaran; aynı olgular, nesneler, sorunlar karşısında benzer yaşam deneyimlerinden kaynaklanan, benzer duygular taşıyıp bunları birbirine ifade eden insanların oluşturduğu topluluk ya da toplum yaşamı içinde gerçekleştirilen tutum, yargı, düşünce ve duygu bildirişimleri”.

olarak tanımlanmaktadır. Özetle iletişim kavramı, bir mesajın hedeflenen kişi veya kişilere ulaşması olarak tanımlanabilir. İletişim sürecinin gerçekleşmesi için, en basit şekliyle mesajın en az bir göndericisinin (kaynak) ve en az bir alıcısının olmasını gerektirmektedir. Bazen bir mesaj alan konumundayken bazen de bir mesaj veren konumunda olan insan, bütün yaşamı boyunca iletişim halindedir. İletişim sadece konuşma yoluyla gerçekleşen bir eylem değildir. Sözel, görsel ve/veya işitsel olabileceği gibi dokunma, koklama veya tat alma gibi farklı şekillerde de iletişim kurulmaktadır. Birçok mesaj alışverişinin söz konusu olduğu iletişim sürecinde, bu mesajlar, kimi zaman duygu ve düşünceleri ifade ederken, kimi zaman da tanıtmaya, bilgilendirme veya yönlendirme gibi farklı şekillerde gerçekleşmektedir.

Mesaj kavramı, salt söylenenin ne olduğu ile değil; nasıl, hangi kanal ve kodla söylendiği ile de ilgilidir. Bilgi, davranış, iletişim yeteneği ve kültürel altyapı; kurulan iletişimin niteliğini belirleyen unsurlardır. İletişim, üzerlerine belirli anlamlar yüklenen simgelerin veya ifadelerin alışverişini konu alır. Başlı evet-hayır anlamında sallamak,

kaşları kaldırarak hayır, dudakları büzerek belki demek ya da omuzları kaldırarak umursamazlık belirtmek, niyet edilen ifadelerdir. Bu ifadeler için kültürel yönden değişiklik gösterebilmesi ve farklı ülkelerde farklı anlamlara gelmesi olarak örneklendirilebilir. Türkiye’de “hayır” demek için baş önden arkaya kaşlar ile birlikte kaldırılır veya sağa sola sallanır. Ancak Bulgaristan’da ve Hindistan’da başın sağa sola sallanması “evet” anlamına gelir. Her konuşma sırasında birçok simge veya ifade üretilir. Konuşmanın yöneltildiği kişi ya da kişiler bu simgelerin veya ifadelerin anlamlarını bildikleri zaman, onları çözebilirler ve mesajlar bu şekilde hedeflerine ulaşmış olur. Örneğin, göz kırpması sözlü olmayan bir iletişim türüdür ve iki kişi arasındaki gizli bir mesaj alışverişidir (Erdal, 2015, s.16-17 ve Becer, 2013, s.23).

Görsel bir mesaj oluşturmaya çalışan her öge anlamlı bir yapıda hayat bulur ve her öge mesajı iletmek için işlevsel biçimde hareket eder. Kaynak ve alıcısındaki algılama farklılıkları mesajın algılanma sürecini yavaşlatabilir veya engelleyebilir. Bu nedenle doğrudan kişilerarası iletişimde en etkili iletişim için mesajı anlaşılır bir şekilde sunmak önemlidir. Yanlış şekilde sunulan mesajlar alıcının algısını engelleyerek, hatalı bir iletişime neden olur.

Tarih öncesi dönemlerden bu yana iletişim halinde olmak isteyen insanoğlu, mağara duvarlarına çizdiği resimlerden ve sembollerden başlayarak günümüze kadar görsel iletişimin oluşumuna katkıda bulunmuştur. Lascaux Mağarasındaki ilk resimsel çizimlerden çok uzun bir süre sonra ancak yazı ancak keşfedilmiştir. İletişim türleri arasında en gelişmiş biçimlerden biri olan ve seslerle oluşan insan dili, işaretler dizgisi haline geldiğinde “yazı” diye adlandırılan bambaşka bir boyut kazanır. “Yazı, kullanıcıların düşündükleri ve hissettikleri ya da ifade edebildikleri her şeyi somutlaştırıp açıkça belirleyebilecekleri düzenli bir gösterge ya da simgeler bütünü oluşturduktan sonra ortaya çıkmıştır (Jean, 2015, s.12)”. Günümüze kadar evrilerek gelen yazının tarihi ise uzun ve karmaşık bir süreci kapsamaktadır. Nesnelerin ya da seslerin şekillerinden oluşan piktogramlarla gelişen yazı, karmaşık bir dönemden geçtikten sonra belli sınıflandırmalarla daha iyi anlaşılır düzeye gelmiştir. İnsanlığın kültür tarihinin başladığı yazıyla birlikte dil ve düşünceler korunabilmiş ve sonraki nesillere aktarılabilmektedir. “Her ne kadar yazı öncesi zamanlarda insanlığın gerçek anlamda bilinmeyen, ama kazıbilimin bulguları ve insanbilimin yöntemleri sayesinde yorumlanabilen bir uygarlık tarihi mevcut ise de, bir bilim olarak belgelere dayanan çağdaş tarih yazının bulunuşuyla başlatılır (Sarıkavak, 2014, s.2)”.

“Sese dayalı yazıların evriminden sonra alfabetik yazı gelir. Alfabetik yazı, sese dayalı ve ses birimlerini temsil eden, sesin en basit birimini karşılayan yazı sistemleridir (Uygungöz: 1996: 10)”. Zamanla, iletişim kurma ihtiyacımızın ateşlendiği, kavramsal işaretlere ve karmaşık ses sembollerine dönüşen ifadelerin resimleri, alfabetik yazı sistemlerinin temelini atmıştır. Alfabe günümüzde kullandığımız harf formları, tarih öncesi mağara resimleri ve erken yazı sistemleri, özellikle Sümer çivi yazısı ve Mısır hiyeroglifleri ile bir miras olarak gelişerek günümüze kadar gelmiştir. Fenikeliler, Yunanlılar ve Romalılar gibi eski kültürler tarafından tasarlanıp uyarlanan yazı, alfabe rafine hale getirmiştir. İnsan uygarlığının en önemli gelişmelerinden biri de dilimizin temeli olan, “alfabe” adını verdiğimiz bu işaret sistemleridir. Bu işaret sistemleri sayesinde insanlar arası yazılı iletişim için ortak bir görsel kod oluşmuştur. “Tipografi terimi, yazı karakterleri ve onların sistematik sınıflandırmasını inceleyen alandan gelir. Her bir yazı karakteri alfabedeki her bir harfe karşılık gelen harf aileleridir ve bunlar genellikle rakamlar ile noktalama işaretlerini de içerirler (Ambrose, G. ve Aono-Billson, 2013, s.117)”. Dolayısıyla tipografi üzerinde çalışmak için, işin ABC’sini öğrenmekle başlar.

Yazı artık not almak, bir gazete veya kitap okumak, telefon ya da mail aracılığıyla haberleşmek, altıyazılı bir film izlemek, yön bulmak gibi günlük hayatta her an her yerde kullanılan iletişimin vazgeçilmez bir öğesidir. “Bir yazı, grafik tasarım içerisinde, bir düşünceyi, eylemi ya da mesajı iletmesiyle yazıdır; aynı zamanda tasarım üzerinde kapladığı yer, aldığı renk, bulunduğu konum, ölçüsü, ağırlığı ve diğer elemanlarla olan ilişkisiyle bir tasarım elemanıdır (Selamet, 1995, s.79)”. “Yazmak, tasarımcılara işlerini açıklayacak ve tanıtabilecek bir yol sağlamanın yanı sıra, sorunların anlaşılmasına ve çözümler için bilgilerin oluşturulmasına yardımcı olan bir araçtır. Yazıyla düşünmek, nitelik açısından tasarımla düşünmekten çok daha farklıdır (Twemlow, 2011, s.120)”. Bir tasarım elemanı olarak yazı, mesaj iletme rolüyle var olmaktadır. Cümle sonuna konan bir nokta cümlenin bittiğini ifade ederken, cümle sonuna konan bir ünlem yine cümlenin bittiğini ifade eder ama aynı zamanda farklı bir mesaj iletmektedir. Ya da satır aralığı, beyaz alanlar, majüskül harfler, kâğıt seçimi, font seçimi gibi birçok etken tasarımda farklı mesajlar içermektedir. Bir grafik tasarım elemanı olarak yazı, daktiloyla yazılmış düz bir metinden farklı olarak, tasarlanmış ve bütünüyle düşünülmüş bir yazı olarak

karşımıza çıkmaktadır. Yazıya dair her bir seçim, o yazının nasıl ifade edileceğine dair bir mesaj kaygısı taşıırken izleyicisinde rezonans¹ etkisi oluşturur.

Selamet’e göre (1995, s.75) etkili bir mesaj eğer okunabilirse öncelikle dikkat çekmelidir. Bu gazetelerin neden manşetleri kullandığını açıklamaktadır. Yazı potansiyel okuyucunun dikkatini çekebilecek şekilde seçilip düzenlenmelidir. Uygun seçim ve düzenleme bir yayını diğer yayınlardan daha çarpıcı ve ilginç hale getirir. “Kelimeleri yazmaya ek olarak, yazı aynı

zamanda içerdiği harflerin anlamlarından çok, görsel temsilleri üzerinden iletişim kuran bir grafik araç olarak kullanılır (Ambrose ve Harris, 2012, s.164)”. Seçilen yazı mesaja uygun olmalıdır. İletişimci yazıyı konuşturmalı ve sesini okuyucuya duyurabilmelidir. Eğer iletişimci bağıryorsa, yazı buna yardımcı olmalıdır. Eğer iletişimci okuyucu ile bir anlaşma ilişkisi içindeyse yazı bunu yansıtmalıdır (Selamet, 1995, s.75,76). Aşağıdaki örnekten de anlaşılacağı gibi, “ağır” kelimesini yazmak için kelimenin kavramsal ifadesinin görsel karşılığını sağlayacak ağırlıkta bir yazı karakteri seçilirken, zayıf kelimesi için sözel-görsel yönden onu temsil edecek bir yazı karakteri tercih edilmiştir (Görsel 1.1).

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

Görsel 1.1. Tipografik Tasarım Örneği (Selamet, 1995, s.76)

¹ rezonans: Aynı frekanstaki cisimlerden bir tanesinin harekete geçmesiyle güçlü bir titreşim oluşturma hali.

Yazının temel işleyişi, işaretler yardımıyla düşünce ve bilgi aktarımı olarak tanımlanabilir. Ancak tipografi bu tanımın bir ad ötesidir, bir anlamda “yazı ile sanat yapma” boyutudur (Uçar, 2004, s.106). Artık günümüzde yazı, bir iletişim ya da bir mesajı aktarımı amacıyla kullanılmasının yanı sıra sanat nesnesi olarak da sanatın içinde var olmaktadır. Birçok sanat dalının içerisinde yazıyı görebilmek mümkündür.

Yazı dile dayalı iletişimin görsel bir dışavurumudur. İnsanın toplumsal gelişiminin en temel göstergesi ve sonucudur. Onun evrimi dilin, düşüncenin, sanat ve kültürün değişimi ve/veya gelişimi ile paralellik içindedir (Sarıkavak, 2014, s.2). Tipografinin en büyük malzemesi olan yazı, okunmak amacıyla bilinçli bir şekilde tasarlanmış sembollerdir. Selamet’e (1995, s.3) göre alışlagelmiş anlamda tipografi kelimesi matbaanın icadından sonra aslında mürekkep alabilen ve basılabilen yükseltilmiş harf formları ile dizilmiş metal yazıların kullanım yoluyla baskı yazıların oluşturulmasının teknik yöntemidir. Taşcıoğlu (2013, s.95) tipografi kavramını, “yazının sanatsal ve tasarıma dayalı özellikleri aracılığıyla görsel iletişimine yönelik çalışan, yazının alan içerisinde yerleşimi, karakter seçimi, satır ve harf arası boşluklarına ait seçimlerle verilmek istenen mesajı görsel olarak pekiştiren tasarım alanıdır” şeklinde tanımlamıştır. Genel bir tanım olarak tipografi, baskı tekniğinin yanı sıra tasarımcıların ilgi alanı olan yazı düzenleme sanatıdır şeklinde özetlenebilir.

Yazdığımız yazı için seçilen karakter, bunun düzenlenmesi, bölümlendirilmesi, rengi ve tasarımın konusu çok önemlidir. Erdal’ın (2015, s.9) tanımıyla tipografi, yazıyla ilgilenen ve yazının okunurluğunu arttırmaya yönelik araştırmalar yapan bir disiplindir. “Tipografi sanatı, inceden kalına, kısıdan uzuna doğru giden sayısız biçimsel oyun arasında yapılan doğru bir seçimin yardımıyla metnin yorumlanıp düzenlenmesine dayanır (Jean, 2015, s.141)”. Grafik tasarımın en önemli dallarından biri olan tipografi düzenlenmiş yazı yoluyla iletişim kurma sanatıdır şeklinde de tanımlanabilir. Bringhurst’e (1999, s.11) göre tipografi; insan dilini kalıcı bir görsel formla ve dolayısıyla bağımsız bir varoluşla donatır. Tipografi, uyanık saatlerimizin her anında bizi çevreler, ödeyeceğimiz faturalardaki sıradan satırlara ve yiyeceklerimizin üzerindeki etiketlerden posterlere, internet ve televizyona kadar birçok mecrada hayat bulur. Cullen’e (2012, s.12) göre tanımsal ve işlevsel olarak tipografi; dili görünür kılan rafine bir zanaattır. Tasarımcılar dili yazı tipiyle şekillendirirken metinleri akıcı bir şekilde konuşmak için kelimelere hayat ve güç verir. Anlamsal ve estetik rollerle, metni en iyi şekilde ifade eden yazı, her iki role de aynı anda hizmet eder. Kelimeler, çizgiler ve paragraflar, harf

formları ile mesaj taşır. “Tipografik tasarım, konuşmacının sesi ve hareketleriyle ortaya koyduğu düşüncelerini optik olarak yansıtmalıdır. El Lissitsky (Ambrose ve Harris, 2012, s.126)”.

Günümüze kadar sadece tipografi alanında uzmanlaşarak “tipografi tasarımcısı” olarak adlandırılan tasarımcılar, grafik tasarım dünyasında önemli bir yere sahiptir. Tipografi, çağdaş sanat akımları içerisinde, kimi eleştirmenlerin “mesaj sanatı” şeklinde adlandırdığı bir tarzda önemli bir malzeme olarak yer alır. Amerikalı sanatçı ve sanat eğitmeni Kay Rosen’ın eserleri buna çok iyi bir örneklerdendir (Görsel 1.2) (Uçar, 2004, s.107).



Görsel 1.2. Kay Rosen'a ait Tipografik Tasarım Örnekleri, (<http://kayrosen.com>)

Tipografiyi doğrudan ve yalın bir eleman olarak mesaj vermek için kullanan Rosen, bu malzeme ile mesajın minimalist, ancak etkin bir sanat alıcısına ulaşmasına çalışmaktadır (Görsel 1.2). “Önceleri kaligrafi, sonra baskı tekniklerinin gelişimi ile tipografi olarak gelişen bu anlatım biçimi, çağdaş dünyada grafik tasarımcıların yanı sıra sanatçıların da kullandığı bir iletişim aracıdır (Uçar, 2004, s.107)”. Artık harflerin estetik kaygılarla düzenlenmesi ve bir fonksiyonunun olmasıyla tipografi hayatın her alanında karşılaşılan nesneler durumuna gelmektedir.

“Yazı/sanat arasındaki ilişkinin tarihsel süreci, yazının görsel bir dil olarak kullanılma biçimi ve değişik sanat disiplinlerinde kendisini göstermiştir (Çeliker, 2017, s.2543)”. On sekizinci yüzyılda İngiliz yazar Samuel Johnson’ın belirttiği gibi ‘Dil, düşüncenin giysisidir’ (Ambrose ve Harris, 2012, s.6). Grafik tasarım da bir tür dildir ve iletişim kurmak içindir; tipografi ise bu iletişimin en önemli öğelerinden biridir. Bu durumda tipografiyi, düşünceyi görünür kılan giysinin kumaş parçalarıdır şeklinde yorumlamak doğru olur. Bir başka deyişle Robert Bringhurst’ün de dediği gibi “Tipografi en iyi biçimde kullanıldığında dilin sonsuzluğunu ve zamanını birleştiren görsel bir dildir

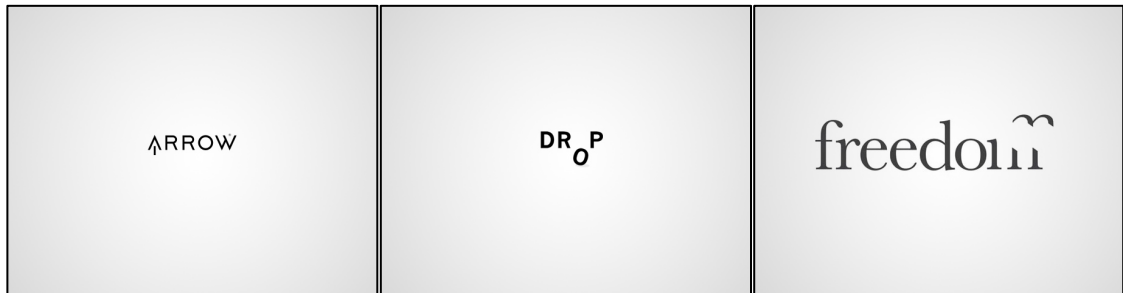
(Ambrose ve Harris, 2012, s.8)”. Yaratıcı tipografik çözümler çoğu zaman sade ve anlaşılır şekilde mesaj vermeyi amaçlar. Görsel tasarım dünyasında kavramsal olarak çözümlenmiş birçok yaratıcı tipografik uygulamaya sıkça rastlanmaktadır.

Bugün yaşamımızın temel parçalarından biri olan tipografi, yazılı kelimeyi oluşturan harfler evrimleştikçe ve mükemmelleşerek yaygın kullanımlı alfabelere dönüştükçe ortaya çıkan, yüzyıllarca sürmüş bir gelişimin sonucudur. Teknoloji, bu gelişmede iz ve lekeleri karakter olarak tanıyışımızı etkileyerek ve değiştirerek merkezi bir rol oynamıştır. Baskı endüstrisinin gelişimiyle, teknoloji aynı karakter dizisinin pek çok farklı sunumu olan tipografi kavramının doğmasını sağlamıştır (Ambrose ve Harris, 2012, s.6).

Grafik tasarımın temel çalışma alanı içinde yer alan bu evren, insanların yazının farklı nitelikleriyle iletişim kurmalarına yardımcı olur. İşte bu yüzden grafik tasarımcı eline düz bir biçimde gelen yazının içeriğini yeni bir biçimle birleştirir. Kavramsal problemi görsel bir dille çözer ve bir grafik tasarım eseriyle neticelendirir. Artık sıradan bir metin bir tasarım elemanına dönüşmüş ve görsel kültürün bir parçası olmuştur (Uçar, 2004, s.94). Tipografik ürün, bir metnin anlamını açıklığa kavuşturabileceği gibi tam tersi bir bakış açısıyla gizleyebilecek güce de sahip bir alandır.

Selamet’e (1995, s.130)’e göre insan iletişiminde, harfler atomlardır ve kelimeler, sadece bir sesi ifade etmekten başka anlam ile konuşma ve yazılı iletişimin en küçük birimleri olan moleküllerdir. Grafik tasarımcılar bir kelimenin görsel formu ya da onun alt yapısını değiştirip üzerinde ustaca oynayarak kelimelerin anlamını geliştirip güçlendirebilirler.

Bir düşünceyi imgesel olarak ifade etmek için sözcüğü oluşturan harflerden daha fazlası olan yazı kullanımı tipogram olarak adlandırılmaktadır (Ambrose ve Harris, 2013, s.170). Böyle yaratıcı görsel etkiler yüklenen tipografi akılda kalıcılığı kolaylaştırır. Biçim ve anlam arasındaki kurulan bağlantının böyle yaratıcı ve minimal bir şekilde görselleştirilmesi okunurluğu güçlendirir (Görsel 1.3).



Görsel 1.3. Tipogram Örnekleri: “Arrow” Tasarım: Cleos, “Drop” Tasarım: Lboi, “Freedom” Tasarım: Jens Wickelgren (<https://www.boredpanda.com>)

Örneğin, tipografik oyunlarla yaratıcı bir şekilde oluşturulmuş görseldeki “human” logosu, müzik ve ses tasarım firması için tasarlanmıştır (Görsel 1.4). Küçük bir müdahaleyle “a” harfinin boşluğundan oluşturulan sperm şeklinin kuyruğu yandaki “n” harfinin dik kenarını ikiye bölerken “Human” yani “insan” kelimesinin içine yerleştirilen sperm şekli, her canlının hayatının başlangıcına gönderme yapmaktadır. Aynı zamanda müşterileri için ses çözümleri sunan firmanın son derece insani bir yaklaşımı olduğunu ima etmektedir (Ambrose ve Harris, 2013b, s.103).



Görsel 1.4. “Human” isimli logo tasarımı, Tasarım: Paul Driver, 2009 (<http://ginva.com>)

Yaşamımızı tüketen günlük faaliyetler düşünüldüğünde, tipografinin her yerde ve kaçınılmaz olduğu hemen fark edilir. Çünkü tipografi bizi sarmalar: Geçtiğimiz sokakları ve binaları süsler, dergilerden televizyon ve internete kadar tüketimi giderek genişleyen medya çeşitliliğinin ve markalaşma ve sembolik mesajlar bağlamında giyimimizin ayrılmaz parçasıdır (Ambrose ve Harris, 2012, s.6). Hayatın içerisinde haritalar ve yönlendirmeler sayesinde amaçlanan konuma ulaşılabilir, ambalajlar sayesinde süt ile meyve suyu ayırt edilebilir, posterler sayesinde etkinliklerden haberdar olunur. Hangi tuvaletin hangi cinsiyete ait olduğu ayrıştırılır, hangi kapıdan girilip hangi kapıdan çıkılacağı bilinir, kaç kilometre hızla araç sürülmesi gerektiği kontrol edilir. Günümüz dünyasında bu tarz grafik tasarımlar ya da tipografik çözümler sayesinde günlük faaliyetler yerine getirilir. Bu tür görsel araçlarla iletişim halinde olunan günümüz dünyasında hayatın kolaylaştırıcı etkisi yadsınamaz bir boyuttadır. Birçok modern insan faaliyeti bu tarz görsel araçlarla iletişim kurma yeteneğine dayanmaktadır (Baird, Turnbull ve McDonald, 1987, s. 1-2).

Yazılı iletişimin görsel yönleri olan grafik tasarımlar, gündelik sorunların çözümü için teknolojiye ve iletişime daha fazla bağımlı hale gelen bir toplumda etkili iletişim için

temel yapıtaşları olarak ortaya çıkmaktadır. Basılı iletişim olmadan modern dünyayı hayal etmeye çalışmak, kumsuz bir çölü veya susuz bir okyanusu hayal etmeye çalışmak gibidir. Neredeyse yapılan her hamle basılı iletişime yöneliktir. Bilimsel keşifler basılı dergilerde kaydedilir ve diğerlerine aktarılır. Dini inançlar nesilden nesile baskı yoluyla beslenir ve taşınır. Demokratik bir toplumda ihtiyaç duyulan bilgiler, hedef kitleye broşürler, reklam panoları ve diğer medyaların yanı sıra mevcut gazeteler, dergiler ve kitaplar aracılığıyla dağıtılır. Basılı formlar, birçok karmaşık bilgiyi net bir şekilde iletmek için, rekabet ortamında önemli görevleri üstlenir. Çok miktarda basılı malzeme ile her taraftan bombardımana tutulan okuyucular, bu tür materyalleri kayıtsızlık, hatta alay ve saygısızlık şeklinde görmektedirler (Baird, Turnbull ve McDonald, 1987, s. 1-5). Çünkü bu kadar bilgi bombardımanı ile dolup taşan broşürler, el ilanları gibi birçok basılı malzeme bazen yolda yürürken ele tutuşturulmakta bazen marketten çıkarken çantalara iliştilmekte ya da evin kapısına asılmış bir şekilde boy göstermektedir. Birçok insan bu ilanların çoğunu okumadan atmaktadırlar. Özellikle firmalar tarafından reklam kampanyaları şeklinde gönderildiği varsayılan bazı maillerin ayrışıp *spam* yani önemsiz posta olarak geçmesi bile bu tür mesajların önemsizliğine gönderme yapan hoş olmayan bir tutumun simgesidir.

Selamet'e (1995, s.110) göre "yirminci yüzyıl, hızlı ilerleyişi ve olağanüstü bilgi ortamı ile sözün hâkim olduğu uygulamayı kökten değiştirmiştir. Önemli bir tarihsel ters yönde gelişim içerisinde metin çoğu kez görüntüyü ifade etmek ve şiddetlendirmek için kullanılan destekleyici bir mesaj haline gelmiştir". "Sözlü iletişimde fikir ve düşünce alışverişini olanaklı kılacak herhangi bir kayıt söz konusu değildir. Bir düşünce ya da kavramın kaydedilmesi için bir grafik iletişim sisteminin kurulmuş olması gerekir (Becer, 2013, s.28)". Bir grafik iletişimin söz konusu olabilmesi için, bilgilerin görsel olarak hedef kitleye sunulması gerekmektedir. Dolayısıyla birçok görsel bombardımana maruz kalınan bu iletişim toplumunda günlük iletişimin içinde yer almak ve fark edilir olmak için akılcı ve dikkat çekici tasarımlar yapma zorunluluğu kaçınılmazdır.



Görsel 1.5. “Depression” isimli reklam kampanyası, Tasarım: Makani, 2009, Avustralya (<https://www.adsoftheworld.com>)

Yukardaki örnekte Avustralya merkezli AASRA intiharı önleme yardım hattı tarafından, intihar düşünceleri veya eylemleri olan depresyon kurbanları için tasarlanmış bir reklam kampanyası yer almaktadır (Görsel 1.5). Bu görselde temsil edilen bir telefon ve bu telefonun spiral kablosuyla yazılmış bir etkiyle yer alan 'depresyon' kelimesi görülmektedir. Kampanyanın alt kısmında ise firma logosu, bir yardım hattı numarası ile birlikte “Dinliyoruz. Önemsiyoruz.” yazıları yer almaktadır. Avustralya İstatistik Bürosu’nun yaptığı araştırmalar sonucunda sadece Avustralya’da her yıl 2000’den fazla intiharla, depresyon mağdurlarına ciddi yardım verilmesi gerektiği belirlenmiştir. Ayrıca, Lifeline kriz desteği ve intiharı önleme örgütü tarafından da Avustralya’da gerçekleşen her bir intihar için 30 girişim olduğu tahmin edilmektedir. Bu duruma dikkat çekmek, farkındalık yaratmak ve daha derine inmek, bu reklamla neyin ifade edildiğini ve sahip olduğu çağrışımları daha fazla anlamlı kılmaktadır. Görüntüdeki sadece bir telefonun kablosunun bir tipografik tasarımı oluşturması değildir. Depresyonun kelime anlamı olarak tasarımda karışık bir siyah telefon kablosu tercih edilmiştir. Ancak projenin amacı doğrultusunda sonunda bir telefon olmasıyla, hala bir umut olduğuna işaret edilmek istenmiştir. Telefon, depresyon hastaları için çok önemli olan bir başka kişiyle iletişimi ve bağlantıyı sembolize eder. AASRA organizasyonu, intihar düşüncelerine sahip depresyonla mücadele etmeye çalışan insanlara ulaşmak istemekte ve bu yardım hattında her zaman dinleme ve şefkatli bir kulağın bulunmasını garanti etmektedir (Burke, 2016).

Antonio Silveria Gomes’in de belirttiği gibi: “Grafik Tasarım, günlük hayatımızdaki karmaşaları ve karışıklıkları görünür kılmak ve bunlara dikkat çekmek için bir yoldur (Twemlow, 2011, s.186)”. Çünkü bir noktada tasarım; tasarlayan ya da mesajı gönderenin aklındaki düşüncelerin hedef kitleye ne kadar doğru aktarıldığıyla alakalıdır. Charles Eames benzer bir görüş belirterek tasarımı şu şekilde açıklamıştır: “Tasarım,

belirli bir amaca en iyi şekilde ulaşmak için öğelerin düzenlenmesine dair yapılan plandır (Ambrose, G. ve Aono-Billson, 2013, s.158)”. “Gelişmiş ya da gelişmekte olan toplumlarda grafik imgeler önemli ve sürekli bir yere sahiptirler. Yazılar, resimler ve fotoğraflar başlıca grafik iletişim araçlarıdır. Bir mesajın açık, ekonomik ve estetik bir yolla iletilmesi, grafik iletişimin başlıca amacı ve başarı kriteridir (Becer, 2013, s.28)”. Çünkü bir tasarımın hem estetik hem de ticari sonuçları vardır. Bu düşünce Rhode Island Tasarım Okulu’ndan mezun bir tasarımcının Florida’daki günlük bir gazeteye, sanat yönetmeni olarak işe başlaması güzel bir örnek olarak verilebilir. Çalışmaya başladıktan sonra bütün gazetenin “sanat estetiğinin pratik uygulaması” düşüncesiyle yeniden tasarlanmasıyla sonuçta satışlarda %15’lik bir artış gözlemlenmiştir. Bu durum, bir ürünü görünür kılmamanın ne kadar önemli olduğunun kanıtıdır (Baird, Turnbull ve McDonald, 1987, s. 21).

Becer (2013, s.28), temel bilgi kuramının iletişim yöntemlerini incelediğini ama iletişimin amacının ya da içeriği üzerinde durmadığını vurgular. Bu işlevi grafik tasarım, sinema, televizyon, video ve müzik gibi iletişim sanatlarının üstlendiğini belirtir. Temel bilgi kuramı daha soğuk bir mantık üzerine kurulmuşken, insanlar arası iletişim daha sıcaktır. Ambrose, G. ve Aono-Billson (2013, s.26) ise “Kendini ifadedeki artış, tasarımcıların “daha üstün” bir göreve sahip olma arzularından ileri gelir. Sonuçta ister yazar ister baş oyuncu ya da sadece iletişim çözümleri sunan basit bir sağlayıcı olsunlar, tasarımcının rolüyle iletişimcinin rolü aynıdır der.

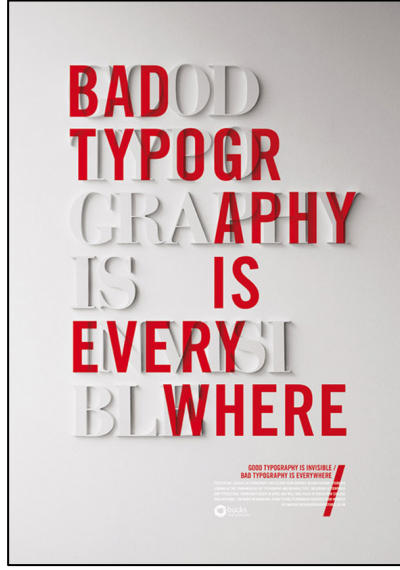
Tipografi geleneksel olarak tasarım ve özellikle baskı endüstrisi ile ilişkilendirilmektedir. Bununla birlikte, dijital teknolojiye evrensel erişim sayesinde, “tipografi” sözcüğü giderek daha fazla yazılı materyalin düzenlenmesine atıfta bulunmak için kullanılmaktadır ve artık kesinlikle bir tipografi tasarımcısının çalışmasıyla sınırlı değildir. Matbaa, kısa mesaj, e-posta, mürekkep püskürtmeli yazıcı gibi teknolojileri kullanarak yazılı dili sunmanın artık birçok yolu vardır. Standart daktilo bile bu yollardan biri sayılabilir (Görsel 1.6). “Tipografi” kelimesi, anlam bakımından tüm bu iletişim yöntemlerini kullanır; mesajın içeriği ile, alıcı-okur arasında aracılık eden bir disiplin ve profesyonel yöntemdir. Bu nedenle, tipografinin dilbilgisini anlamak için, dil ve çeşitli sosyal bağlamlarda işlev görmeye nasıl adapte edileceği hakkında bilgi ve anlayış kazanılmalıdır.



Görsel 1.6. “*Language is not transparent*” isimli tipografi tasarımı, *Tasarım: Mel Bochner, 1969*
(<https://visual-poetry.tumblr.com>)

Makine çağını başlatan Sanayi Devrimiyle birlikte, elektronik devreler, mikroişlemciler, bilgisayar tarafından oluşturulan görüntüler, tasarım programları işin doğasının ve iletişim süreçlerinin değişimini gerekli kılmaktadır. Grafik tasarım da insan faaliyetinin diğer birçok alanı gibi, derin değişiklikler ve gelişimler yaşamaktadır. Grafik tasarım topluluğu, bu yeni çağa ve bilgisayar grafiklerine ve sürekli değişen araçlara ayak uydurmak zorunda kalmaktadır. Grafik tasarımcıların yeni teknolojilere adapte olma ve yeni formları ve fikirleri ifade etmenin yeni yollarını icat ederek zamanın ruhunu ifade etmek sorumluluğu vardır. Bu yeni çağda da ayakta kalacak şey yine eskiden olduğu gibi kültür tarihinin başlamasını sağlayan harf ve yazıdır.

Çağımızda net bir sayı vermenin mümkün olmayacağı kadar çok sayıda yazı karakteri tasarımı vardır ve artmaya da devam etmektedir. Çoğu kez tasarımcı baştan üretmek yerine tasarlanmış yazı karakterleri arasından doğru ve amaca uygun seçimler yapmaktadır. İyi bir tasarım ve etkili bir iletişim için, uygun yazı tiplerinin seçilmesi son derece önemli bir kriterdir. Yazı karakterleri bilgiyi iletir ve duyguları kışkırtır; hikayeleri paylaşır ve davranışı etkiler. Bir mesajda “Seni seviyorum” diyen bir aşkın sesi karşı tarafta Comic Sans, Verdana, Arial Bold veya Courier yazı karakteriyle görüntülenebilir ve hepsi de farklı etkiler yaratabilir (Uçar ve Kılıçkaya, 2010, s.9). Zaman zaman tipografik karakterler iletişim kurmak için metin içermeyen soyut yapılar veya görüntülerden oluşur ve estetikle görünürlük kazanır. Tipografi sadece bir el yazısı değildir. Metin aralıkları ile tekrarlanan kullanıma uygun sistematize karakter setleri, tipografiyi diğer harf yapım yöntemlerinden ayırır. Çünkü el yazısı, kaligrafi ve yazı, sınırlı sayıda ve özel işlerde özelleştirme için ayrılma eğilimindedir (Cullen, 2012, s. 12). Benzer biçimlerden sıyrılarak el ile tipografi yaratmak, kaligrafik arayışlara girmek, hatta organik biçimlerden faydalanarak hareketli, anlık harf formları yaratmak görsel çevremizi kuşatan ve bilgisayar kokan tasarımlardan sıyrılarak fark yaratan benzersiz tipografik alternatiflerdir (Uçar ve Kılıçkaya, 2010, s.9).



Görsel 1.7. “Good Typography is Invisible, Bad Typography is Everywhere” isimli afiş tasarımı, Tasarım: Craig Ward, 2008 (<https://www.swiss-miss.com>)

Yukardaki örnekte Craig Ward tarafından 2008 yılında oldukça dikkat çekici bir şekilde tasarlanmış bir workshop posterı görölmektedir (Görsel 1.7). Sadece tipografi kullanılarak etkili bir tasarım için oldukça etkili bir örnektir. Birçok poster arasında gezerken direkt göze çarpar nitelikte olan bu poster tasarımı, iki farklı yazı karakterinin ve rengin birleşiminden meydana gelmektedir. Sadece yazıyla yapılabilecek tasarımların sınırının olmadığını ispatlar niteliktedir. Görseldeki örnekte olduğu gibi aynı veya farklı yazı karakterlerini üst üste getirerek de başarılı bir tipografik tasarım oluşturulabilmektedir. Her tipografi tasarımcısının, sanat eserlerinde olduğu gibi bütün seçimlerinin arkasında derin anlamlar yatmaktadır. Tüm tipografik poster tasarımlarının kendini oldukça net bir şekilde ifade etme zorunluluğu vardır ve olması gereken de aslında tam olarak budur. Özellikle de araştırmanın başından beri anlatılan/savunulan tipografi ve tipografinin etkisini tek bir görselle oldukça başarılı bir şekilde özetlemektedir; “Good Typography is Invisible, Bad Typography is Everywhere” yani “İyi tasarım görünmez, kötü tasarım her yerde” ifadesi sözel ve görsel olarak eşit bir şekilde mesajı vermektedir. Uçar’ın da belirttiği gibi: “Çoğu kez sayfalar dolusu metinle anlatılmaya çalışılan bir anlayış, tarz, kavram, sade bir tipografik çözüm yardımıyla oluşur (Uçar, 2004, s.107)”. Tıpkı sayfalar dolusu tipografinin iletişimdeki yeri, önemi ve gücü anlatılmaya çalışılırken, bu tasarımla aslında durumun tamamen görsel olarak özetlenmiş hali vurgulanmaktadır.

Tipografik tasarımlar sayesinde, verilmek istenen mesaj alıcıya farklı şekillerde iletelebilmektedir. Genellikle tasarlanan yaratıcı tipografik tasarımlar, duyguları kışkırtıp

davranışları etkileyebilme gücüne sahiptirler. Düz bir yazıdan çok farklı olarak, tipografi sayesinde yazı görünür ve dikkat çekici hale gelmektedir. Harflerle tasarım yapmak, görsel mesajların kontrol edilebilmesini sağlar. Tasarımcı veya hedef kitle, doğru dizgi, doğru seçim ve doğru bir ifade şekliyle, kısaca doğru bir tasarımla, mesajı anlamının ne kadar kolaylaştığını görebilmektedir. İşte bu kurgulamayı yapan, seçim ve kararlarda etkin rol oynayan kişi tipografi tasarımcısıdır. “Bir bilgi, mesaj ve içeriğe yazıyla biçim konusunun uygulamacıları, içeriğe şekil verenlerdir (Uçar, 2004, s.107)”. Bu doğru seçimler kuşaklar/nesiller boyu tipografi adına araştırılmış, yazılmış ve öğretilmiştir. Bu konuda sayfa boşluğundan, majüskül harflere, font seçiminden negatif- pozitif alanın kullanımına kadar görsel dengeyi ve hiyerarşiyi etkileyecek birçok alternatif söz konusudur. Bir tipografi tasarımcısının doğru seçimleri yapabilmesi için gerekli bilgi düzeyine, donanımına ve estetik bakış açısına sahip olması beklenmektedir.

Basılı kelimeler, sözlü kelimelerin çoğu zaman eksik kaldığı yerde devreye girmektedir. Bu da “söz uçar, yazı kalır” sözünü hatırlatmaktadır. Grafiklerle çalışan herkes, her mesajı doğru bir şekilde iletme, doğru görsel bir biçimde sunma sorumluluğundadır. Hedef kitleye doğru şekilde ulaşmaya çalışmak aslında tasarımın en önemli unsurudur. Doğru anlaşılabilirliği sağlamak için doğru bir mesaj iletme yönteminin oluşturulması zorunludur. Görsel mesajın başarılı veya başarısız olması tamamen bir tasarım sorunudur. Tasarım sayesinde kitle iletişimindeki estetik bakış açısı gelişebilir.

Tipografi bir disiplindir ve mesajın içeriği ile alıcı/okuyucu arasında aracılık eder. Aynı zamanda grafik tasarımın ayrılmaz bir parçasıdır. Harflerin sanatsal ve anlamsal olarak düzenlenmesi olarak tanımlanabilecek tipografi, günlük yaşamın içinde güçlü bir iletişim kurma yöntemi olarak yer almaktadır. Özellikle günümüz medyasında ve yeni nesil kültür toplumunda görsel yoldan algılara seslenmesi bakımından önemi yadsınamaz boyuttadır. “Duvar resimleri ile başlayan görsel iletişim kurma süreci, zaman içinde yazıyı oluşturan şekillerin aynı zamanda birer göstergeye dönüşmesine ve sanatsal bir anlatım dili olarak da kullanılmasına yol açmaktadır (Çeliker, 2017, s.2543)”.

Tipografi, inceliklerini araştırırken size meydan okumaya devam etmekte ve sürekli olarak değişmektedir. Tipografi ile çalışan herkesin okumaya, öğrenmeye ve gelişmeye devam etmesi gerekmektedir. Bu nedenle, tipografinin dilbilgisini anlamak için, aynı zamanda bir dilbilgisi anlayışı kazanmak ve kavramsal olarak sosyal bağlamda nasıl bir işlevi olduğunu araştırmak ve sanat nesnesi olarak nasıl yer aldığına bakmak gerekmektedir. Başlı başına çok büyük bir alana sahip olan bu tasarım ögesini, basılı bir

araç olmanın dışında farklı şekillerde iletişime sağladığı katkısını, zaman içinde sınırlarını aşarak bu sanatsal anlatım dilini farklılaştırdığını incelemek ve araştırmanın asıl konusuna giriş yapmak için tipografinin boyutlu hallerini araştırmak ve detaylara ulaşmak gerekmektedir.

1. 2. Tipografide Farklı Bir Boyut: Üç Boyutlu Tipografi

TDK'ya göre boyut; “bir cismin herhangi bir yöndeki uzantısı” anlamına gelmektedir. (http-1). Araştırmanın konusu olan boyutlu tipografide de aslında tam olarak standart bir baskı için tasarlanmış iki boyutlu tipografiden daha farklı olarak, derinliği de olan üç boyutlu tipografiler incelenmektedir. Üç boyutlu tipografi daha çok hissedilmek ve kavramsal birliktelikle birlikte estetik bütünlük ve dikkat çekicilik oluşturmak için tercih edilen bir tasarım yöntemidir. Üç boyutlu tipografi, çoğunlukla grafik tasarımda yer almayan, fazladan bir boyut yani heykel sanatında olduğu gibi bir derinlik içermektedir.

Yazı yoluyla iletişim kurma süreci tipografi başlığında da konu edildiği üzere, seslerin harf adı verilen işaretlerin oluşmasıyla başlamaktadır. Bu harflerin bir araya gelmesiyle sözcükler, sözcüklerin bir araya gelmesiyle de cümleler oluşmaktadır. Tarih boyunca yaşanan gelişmelerle birlikte, yazının uygulanışında da teknik açıdan birçok gelişme yaşanmaktadır. Bu teknik ilerlemeler zamanla kültürden kültüre, bir uygarlıktan diğerine aktarıla gelmektedir. Yazının uygulanışında hem bölgesel coğrafyaların nesnel olanakları hem de çağlar içinde kültürel etkileşim ve alışveriş farklı tekniklerin geliştirilmesini sağlamaktadır. Bu tekniklerle birlikte gelişen yöntemler tipografi sanatının oluşumuna katkı vermektedir (Sarıkavak, 2014, s.2).

Hareketli harf, 1040'lı yıllarda Çin'de Bi Sheng tarafından icat edilerek, Kore'de kısa bir süre sonra aynı yöntem ile kullanılan basılı kitapları ortaya çıkarmıştır (Cullen, 2012, s. 11). Batı medeniyetlerinde ise mekanik dizgiye geçiş, 15. Yüzyıl ortalarında, Almanya doğumlu Johannes Gutenberg'in matbaada devrim yaratmasıyla gerçekleşmiştir. Gutenberg, tipografi tekniğini geliştirirken, ilk kez Çin'de tahta kalıplara yüksek rölyef olarak oyulan ve *xylotypography* adı verilen baskı tekniğinden esinlenmiştir. Gutenberg, her birinin üzerinde yüksek kabartma bir harfin yer aldığı, bağımsız, yer değiştirebilen ve tekrar kullanılabilen metal parçacıklarından yararlanmayı akıl etmiş ve hayata geçirmiştir (Becer, 2013, s.92). Böylelikle daha işlevsel bir baskı

çoğaltım tekniği oluşmuştur. Bu teknik, tipografinin üretilmesinin ilk yıllarından bugüne önemli bir tasarım aracıdır.

Gutenberg tarafından yeniden kullanılabilir kalıplara sahip kurşun alaşımdan oluşan bu hareketli harf bloklarına matbaacılıkta *hurufat* adı verilmektedir. Gutenberg'in bu boyutlu harf formları, ahşap preslerde kolayca yeniden monte edilir ve yeniden yazdırılır biçimdedir. Metal bazlı mürekkep formülü, su bazlı mürekkep formülüne göre daha iyi korunmaktadır (Cullen, 2012, s. 11). Tipo baskı tekniği, metnin verimli bir şekilde üretilmesine ve çoğaltılmasına imkân sağlar. Gutenberg'in bu baskı yöntemi, yüzyıllarca hüküm sürmüştür ve bu buluş çağdaş tipografi ve yazı karakteri tasarımcıları tarafından halen kullanılmaya devam etmektedir. Tipografi, bu heyecan verici maceraya bağlı bir şekilde günümüze kadar gelmiş olup her geçen gün de gelişmeye devam etmektedir. Çağdaş tipografi alanında boyutlu olarak tasarlanmış tipografik tasarımlar da bu gelişmenin örneklerindendir.

Yazının kullanılmaya başlandığı tarihsel dönemlerden bu yana, boyutla tipografi bir bütün olarak varlığını sürdürmektedir. Kil tabletlere kazınarak ya da mermer sütunlara oyularak meydana getirilen boyutlu harfler, çağlar öncesinden beri süregelmektedir. Sonraki yıllarda ise Gutenberg'in icadı, üç boyutlu harfler yardımıyla iki boyutlu yüzeylerde hayat bulacak mecralarda kullanılmıştır.

Klasik basımcılığın 500 yıllık serüveni (1448-1948) ya da Gutenberg Galaksisi sonunda, özellikle 20. Yüzyılın ikinci yarısında metal tipografisi yerini fotomekanik (foto-dizgi) ve daha sonra foto-elektronik (foto-düzenleme) dizgilerine bırakacak ve böylelikle tipografi terimi yalnız teknik süreci değil, insanlığın tarih boyunca ürettiği iletişim araçları olan abecelerin bütünüyle ele alınışını, onların iletişim ve sanat amaçlı kullanımını da betimleyecektir. Bu, 20. Yüzyılın teknolojik olanaklarının ve yeni modern anlayışının bir sonucudur. 1950'li yıllardan başlayan, 1980'lerden bu yana ise her büroya ve eve giren bilgisayar teknolojisinin gelişimi ve masaüstü yayıncılık, tipografinin yalnız uzmanlar tarafından kullanılması ayrıcalığına bir son vererek, iletişim araçlarının herkesin kullanımına sunulmasına yol açar. Bu, bir günümüz yorumuna göre – McLuhan'ın 1960'larda tanımladığı gibi – aynı zamanda Postmodern söylemin 'küresel köy'ünde "iletişimin demoktarikleşmesi"dir. Tipografi, bugün için de, yazının her türlü yöntem ve teknoloji sayesinde üretilen bir görsel düzenlemesidir. Tabletler ve yumuşak kil üzerine basılan silindir mühürler aracılığıyla başlayan çağlar öncesi erken gelişimi, papirüs ve parşömen üzerine yazılışı dışında, yüzyıllarca süren ipek, kumaş ve kâğıt üzerine ağaç kalıp basımcılığından sonra gerçek anlamda Gutenberg'in hareketli hurufat ile basım yöntemini geliştirmesi ve kâğıt üzerine aktarılması sayesinde olgun bir teknik aşamaya ulaşır. Bu nedenle Gutenberg'in geliştirdiği basımcılık yöntemine kadar, özellikle, miladi yıllardan XV.

Yüzyıla kadar geçen süre, aslında çeşitli ortamlarda uygulanan yazının ve elyazması eserlerin çağıdır. Gutenberg ile başlayan gelişmeler XVIII. Yüzyılın son çeyreğine kadar temel olarak sürdürülür. Ancak Endüstri Devrimi'yle birlikte, yeni teknik uygulamaların birbiri ardı sıra uygulamaya konduğu XIX. Yüzyıl gelişmeleri ayrı bir önem taşır. Hele, Modernizm'in yaşandığı XX. Yüzyıl her açıdan devrimler çağıdır. Bu zaman dilimleri boyunca süren Gutenberg'in basımcılık yöntemi günümüzde yerini sayısal bir teknolojiye bırakmıştır. Masaüstü yayıncılık devrimiyle birlikte artık Gutenberg çağı kapanmış, Post-Script çağı başlamıştır (Sarıkavak, 2005 ve 2014, s.2).

Dijital teknolojiyle birlikte insan yaşamı büyük bir değişime uğramıştır. Bilgisayarla kontrol edilebilen arabalardan evlere, telefonla ödenen faturalardan daha önce hiç gidilmemiş bir yerin konumunun kolaylıkla bulunmasına kadar, teknoloji hayatın her alanını kuşatmış durumdadır. Böylelikle iletişim teknolojilerindeki değişim ve gelişim de yadsınamaz bir boyut kazanmaktadır. Dünyanın bir ucunda yaşayan bir kişiyle istenilen zamanda görüntülü olarak konuşulabilmekte, başka ülkede yer alan bir müze sanal ortamda gezilebilmektedir. Bu araştırma devam ederken bile her an yeni şeyler icat edilmekte ve yayınlandıktan bir on sene sonrasını tahmin etmeyi oldukça zor hale getirmektedir. Yani bu araştırmayı 2030 yılında okuyan birisi için yukarıda yapılan araştırmadaki gelişmelerin sıradanlaşması ve 2020 yılında düşünüldüğünde imkânsız denilen birçok yeniliğin hayatın rutini haline gelmiş olma olasılığı oldukça yüksektir.

Görsel iletişim alanında da karşılaşılan yeni teknolojiler, algısal deneyimi değiştirmiş, kinetik ortamlardaki uzaysal hareketli görüntülerin artık kolaylıkla tasarlanabilir hale gelmesini sağlamıştır. Modern kültürümüzdeki bazı önemli değişiklikler, tipografide bir devrime neden olmuştur. Tipografiyi artık sadece konuşulan dile görsel form vermek için kullanılan bir zanaat olmaktan çıkarıp, çağdaş tasarımcılar tarafından hayal edilemeyen sembolik simgelere ve etkileyici görsel formlarla yeniden yazılan bir sanat alanına dönüşmesine neden olmuştur. Tıpkı standart mimariden sıyrılarak sembolik simgelerle mimarlık tarihinde ezberleri bozan yeni bir estetik yaklaşım getiren Goudy'nin eserleri gibi... Daha önceki zamanlarda, söz uçar yazı kalır sözü aslında günümüz teknolojisiyle birlikte genel-geçerliğini yitirmeye başlamıştır. Çünkü teknolojik gelişmelerden biri de konuşmanın rahatlıkla kaydedilebilir olmasıdır. Böylelikle konuşulan kelimenin basılı kelime gibi hayatta kalması olanaklı hale gelmiştir. Tipografi böylece insan düşüncesinin tek kalıcı belgesel kaydı olması zihniyetinden kurtulmuştur. Film, video ve animasyon kinetiği, yazının, video ekranı boyunca tam anlamıyla yürümesi, sonsuza kadar yakınlaştırılması veya bir küçük harfin noktasının

ekranı doldurana kadar ileriye doğru gidebilmesi gibi, statik baskı grafiklerini büyük ölçüde etkilemiş, bu da hareket ve enerjiye yeni bir vurgu getirmiştir (Carter, Meggs ve Wheeler, 2008, s.183).

Hazır çizim programlarından kolaylıkla ulaşılabilen yazı karakterlerine kadar birçok alanda artık tasarım yapmak teknolojiyle birlikte kolaylaşmış gibi görünse de aslında kaliteli tasarıma ulaşmak konusunda işleri zorlaştırmıştır. Uçar'a (2004, s.138) göre "Bilgisayar, genel inanın aksine sihirli bir tasarım makinesi değil, sadece bir araçtır. Kalem veya fırçadan basit anlamda işlev olarak bir farkı yoktur. Önünde oturan kişinin duyarlılığı, bilgisi ve eğitimi doğrultusunda eserler oluşturabilir". Gelişen teknolojiyle birlikte kontrol tasarımcıların eline bırakılmıştır. Birçok olasılık bir fare tıklamasıyla mümkün hale gelmişken artık dijital teknolojinin de sınırlarının aşılması gereken bir noktaya ulaşmıştır. Dolayısıyla rekabet ortamı gittikçe artmakta olan grafik tasarım dünyasında, diğer tasarımlardan sıyrılmak için çok çaba harcamak ve yaratıcı çözümler üretmek kaçınılmaz hale gelmiştir.

Özellikle grafik tasarımda hedef kitlenin dikkatini çekmek en önemli konulardan biridir. Sürekli bir görsel bombardımana tutulan hedef kitle için dikkat çekmek gün geçtikçe daha da zor hale gelmektedir. "Çünkü hiçbir izleyici, aynı anda bütün mesajları algılayabilme yetisine sahip değildir. Mesajların bir bölümü kabul edilirken, diğer bir bölümü ise reddedilmeye mahkumdur. Kötü yazılan ve kötü bir biçimde sunulan birçok mesaj, hedefine ulaşmadan kaybolup gider (Becer, 2013, s.12)". Bir mesajın grafik sunumu hedef kitlenin dikkatini çekmedikçe amacına ulaşmamış olarak kabul edilmektedir. Böylelikle birçok emek, zaman ve para boş yere harcanmış olur.

Yüzyıllardır yeni arayışlar içerisinde olan insanoğlu, kendini ifade etmek ve düşüncelerini dışa vurmak için çok çeşitli yollar denemiştir. İzleyicinin, eserin bir parçası haline dönüşerek, gözlemlemeye devam ederek, "keşif yolculuğunu" sürdürmesi ve beklenenin ötesine geçmesi günümüze ait bir buluş değildir. Sanatçı ve tasarımcı sadece bugün değil, çok daha öncesinde de görünen ve görünenin ötesindeki gerçeklik ile ilgilenmiştir. Bilimsel buluşların ve teknolojinin getirileri ile kendi sahasını genişleterek, yenilikleri deneyimleme imkânı bulan sanatçı, mesajını iletme kaygısını her dönemde yaşamıştır. Bakış açısını değiştirmek ve sürprizler yaratmak üzerine kurgulanmış hikayesi, seyirci ile buluştuğunda, ister kâğıt üzerinden hayata aksın, isterse mekan ya da ekran, çıkarılan sonuç o mesajın söylemek istediği kadardır. Yazıyı, görüntüyü bir yemeğe eklenen bir malzeme gibi yoğurarak, kendi tarzını bilimsel gelişmeler eşliğinde sunan sanatçı ve tasarımcı, Rönesans'tan itibaren farklı denemeler ile yepyeni lezzetler peşinde koşmaktadır. (Keleşoğlu ve Uygungöz, 2014, s.1)

“Harf biçimleri, bir tasarımla iletişime geçen, temel, alfabetik ve sayısal karakterlerdir ve pek çok farklı şekilde tasarlanabilirler (Ambrose ve Harris, 2012, s.67)”. Harfleri üç boyutlu olarak tasarlama fikri ise bunlardan yalnızca bir tanesidir. “Tipografi harikalarından biri tipografinin akışkanlığı, koşullara, teknolojik gelişmelere ve kültürel değişimlere uyum sağlama becerisidir (Ambrose ve Harris, 2012, s.10)”. Günümüzün yoğun iletişim bombardımanında grafik tasarıma yeni bir yaklaşım getirmek, yeni bir tipografi anlayışını doğurmaktadır. Dikkat çekmek adına farklı arayışlara giren sanatçı ve tasarımcılar tipografiyi boyutlandırma yollarını da denemektedirler. Çünkü, sözcükler bir mesajı aktarmada pek çok farklı şekilde kullanılabilmekte, mesajın kolayca anlaşılmasını veya birçok farklı olası anlama gelmesini sağlamaktadırlar. Boyutla birlikte fazladan bir uzantı kazanan tipografi, artık yeni formlarla birlikte sentezlenen görseller ortaya çıkarmaktadır. Bu boyutlu tipografik tasarımlar izleyiciye duyguları etkileyecek bir deneyim sunmaktadır. Böylelikle basılı tipografiden ayrılarak biraz daha hissedilebilir hali ile tercih nedeni sayılmaktadır.



Görsel 1.8. *Crawley Kütüphanesi Tipografik Ağaçlar, Tasarım: Gordon Young ve Why Not Associates, 2018, Crawley, İngiltere (<https://www.penyreprasad.com>)*

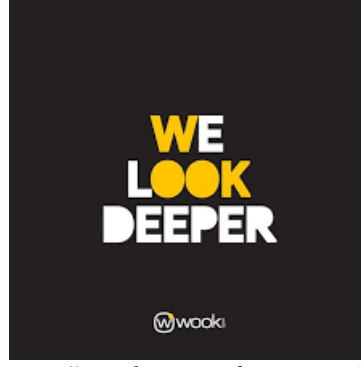
Yukardaki örnekte görülen tipografik ağaç heykeller, kamu sanatında uzmanlaşmış olan İngiliz sanatçı Gordon Young tarafından, Crawley kütüphanesi için tasarlanmıştır (Görsel 1.8). Bunun için Anna Sandberg isimli sanatçı tarafından en sevilen kitaplar, yerler ve anılar hakkında bilgi toplamak için kütüphane kullanıcılarıyla bir dizi atölye çalışması düzenlenmiştir. Daha sonra ise bu bilgiler doğrultusunda Why Not Associates ile birlikte çalışan Gordon Young, bu on dört adet tipografik meşe sütunu serisini oluşturmuştur (http-2). Tasarım, kütüphane binasının pek çok noktasına, döşemeden tavana kadar uzanan destek kolonları olarak yerleştirilmiş on dört adet ağacı sergilemektedir. Kütüphanede bulunan metinlerin konu çeşitliliğini yansıtmak amacıyla edebiyattan seçme alıntılar ağaç gövdelerine kumlama yöntemiyle uygulanmıştır

(Ambrose ve Harris, 2013b, s.55). Tipografi ile katkı sağlanmış bu dinamik bina, şehir merkezinde bir dönüm noktasıdır. Her sütunda farklı bir yazı tipi kullanılmakta olup her biri belirli bir konuya odaklanmaktadır. Bunlar bir Harry Potter romanının açılış cümlesinden, Bram Stoker'ın Drakula'sına kadar değişiklikler göstermektedir. Sütunlar daha sonra zanaatkar Russell Coleman tarafından kumlanarak ve işlenmeden bırakılan binanın modern tasarımıyla görsel bir kontrast yaratmaya çalışmaktadır (<http-2>).

Tipografi, yazılı bir düşüncenin görsel bir biçim almasıdır. Bu görsel biçimin bileşenlerinin seçimi, mevcut yazı karakterlerinin sayısı ve çeşitliği nedeniyle, düşüncenin okuturluğunu ve okuyucunun ona karşı duygularını dramatik bir şekilde etkileyebilir. Tipografi, bir tasarımın karakteri ve duygusal niteliği üzerindeki en etkili öğelerden biridir. Nötr bir etki oluşturabilir veya tutkuları harekete geçirebilir; sanatsal, politik veya felsefi hareketleri sembolize edebilir veya bir bireyin ve organizasyonun kişiliğini ifade edebilir (Ambrose ve Harris, 2014, s.6).

Fikir bulma sürecinde pek çok farklı yöntem söz konusudur. Bu aşamada tasarım probleminin detayları araştırılarak, bilgi elde edilir ve beyin fırtınasıyla birlikte kavramsal çözümler geliştirilir. Yaratıcılığın serbest bırakıldığı bu süreç ile sınırlar ve kurallar zorlanır. Tasarım fikirleri, yaratıcılığın filizlenmesine ve ekonomik etkinliğin tutarlı bir yolla ürün vermesine izin veren çeşitli yöntemler ve referans noktaları kullanarak geliştirilir. Sözlerin temsil ettiği hammadde, pek çok farklı şekilde ve pek çok farklı sonuca yönelik olarak kalıplandırılabilir ve şekillendirilebilir. Bu nedenle tipografik bir tasarım planlanırken farklı açılardan düşünmeyi, tasarıma ekstra bir boyut katarak anlamın pekiştirilmesini ve dikkat çekiciliğinin sağlanmasını göz önünde bulundurmaya gerektirir. Dilin yaratıcı kullanımı bir fikrin, bir kurumun veya bir ürünün, hedef kitlesinin zihinde eksiksiz biçimde konumlandırılmasına yardımcı olmaktır. Tasarımcılar, verilen çıkış noktasında bir kelime, bir cümle veya bir kavrama, hatta bir mekana var olandan farklı, yeni fikirler geliştirmek için belirli “yönler” doğrultusunda düşünürler (Ambrose ve Harris, 2013b, s.49-110).

Carter, Meggs ve Wheeler (2008, s.222)'a göre grafik tasarım sadece bir işaret değildir, görsel, sözel veya sözel olmayan karmaşık bir mesaj vermek için yapılandırılmış işaretler, görüntüler ve görsel öğelerin birleşimidir. Boyutlu tipografide de bir fikri veya kavramı görsel olarak ifade etmek için bilinçli bir kullanım gerekmektedir. Tipografinin anlamını pekiştirmek için örnekte görüldüğü gibi, aynı cümlenin düz bir zeminde hayat bulan tasarlanmış tipografi ile tasarımla oluşturulması söz konusuysa, diğer örnekte görüldüğü gibi malzeme kullanılarak ya da boyutun işleviyle tam bir anlam bütünlüğü sağlanarak ekstra bir değer ve etki yaratılabilmektedir (Görsel 1.9 ve Görsel 1.10).



Görsel 1.9. “We Look Deeper” isimli tipografi tasarımı, Tasarım: Wook Web, 2019
(<https://www.picuki.com>)

Örnekte Wook Web isimli bir reklam ajansının kendi ajansı için tasarladığı bir ilan tasarımı bulunmaktadır (Görsel 1.9). Standart bir grafik tasarım ürünü olan bu ilan tasarımında “we look deeper” yani “daha derine bakarız” yazan bir tipografik tasarım yer almaktadır. Ajans kendi ismini, yaptığı kelime oyunu ve renklerle ortaya çıkarmaktadır. Renk seçimleri, görsel düzenleme, yazı karakteri seçimi açısından oldukça başarılı bir iş sayılmakla birlikte, söylediği sözün karşılığını görsel olarak tam anlamıyla verememektedir. Diğer örnekte ise Avusturyalı heykeltıraş ve kâğıt sanatçısı olan Bianca Chang’un çalışması bulunmaktadır (Görsel 1.10). Kâğıt katmanlarının oyulmasıyla tasarlanan görselde, derinlik hissi gerektiği kadar verilebilmektedir. Özellikle de “deeper” yani “daha derin” yazısında gerçekten katmanlı olarak derinlik hissi tam olarak düşünülerek tasarlanmıştır. Herhangi bir renk olmadan, sadece bembeyaz katmanlı kağıtlara oyularak verilen derinlik sonucu oluşan gölgelerle “daha derine bakarız” iddiasında bulunurken, gerçekten izleyiciye de daha derine bakma olanağı sağlamaktadır. Özellikle de OPSM isimli bir göz merkezi için reklam kampanyasında kullanıldığında, etkisinin bir önceki örnekle kıyaslandığında çok başarılı bir çalışma olduğu söylenebilir. Her ne kadar sonuç itibarıyla iki tasarım da iki boyutlu bir yüzeyde hayat bulmuş olsa da yapılış itibarıyla aşağıdaki örneğin üç boyutlu şekilde tasarlandığına vurgu yapılabilir.



Görsel 1.10. “We Look Deeper” isimli boyutlu tipografi tasarımı, Tasarım: Bianca Chang, 2013, Avustralya (<https://darrenmartin.carbonmade.com>)

Tipografi de moda endüstrisi gibi sürekli değişkenlik ve farklılık göstermektedir. Erdal (2015, s.53)'a göre “Tipografi 20. Yüzyıl başlarında görsel sanatlar ve edebiyat alanında filizlenen düşünceler ışığında yaratıcı, dinamik, iletişime dayalı bir evrime uğramıştır”. Çeliker (2017, s.2555)'e göre de “Özellikle 20. Yüzyıl'dan itibaren sanat eserlerinin kapalı yapısı bozulmuş; yeni ve değişik biçim dilleri ile iş birliği içerisine girmiştir”. Art Nouveau, Psychedelic, Bitmapped gibi akımlar yenilikçi bakış açısı için örnek olarak gösterilebilir. Bu farklılık tipografiye zenginlik ve tarihsel bir canlılık getirirken, birçok tasarımcı da hem döneme özgü hem de dijital yazı karakterlerini keşfetmekten hoşlanırken, klasik yazı karakterlerinden de geniş çapta yararlanmaktadırlar. Gelişen dijital teknolojilerle birlikte tasarımcılar klasik yazı tiplerini canlandırmak için yenilikçi yollar aramaktadırlar (Carter, Meggs ve Wheeler, 2008, s.242).

Çağa ayak uyduran sanatçı ve tasarımcılar fikirlerini görselleştirmek için malzeme olarak sadece kağıtla sınırlı kalmamaktadırlar. Farklı yöntemlerle yeni malzeme ve sunuş biçimlerine yönelmektedirler; kelimelerin ve imgelerin yardımıyla, sanatçının beyninde oluşan görüntüleri, kullanılan özgün tarz ve yöntemlerle yansıtmak istemektedir (Keleşoğlu ve Uygungöz, 2014, s.4). Katmanlarla çalışmak, farklı malzemeler kullanmak, üç ya da dört boyutluluk ya da mekânsal olasılıklar bu geleneksel formları yeniden canlandırma yollarına farklı birer alternatiflerdir.

Tipografi karma bir disiplindir. Yazı sadece resim sanatı içinde değil birçok sanat alanı içinde var olmaktadır ve vitrin tasarımlarından, endüstriyel ürün tasarımlarına, seramik sanatından dekorasyon tasarımlarına kadar birçok alanda da var olma eğilimindedir. Uçar (2004, s.138)'a göre “Yazıyla iletişim kuran insanoğlu, kullandığı bu formları birer sanat eseri gibi ele almış ve geliştirmiştir. Kullanılan malzeme her ne olursa olsun, günümüzde tipografi sanatı görsel tasarımcı için vazgeçilmez bir tasarım elemanı olarak yeni boyutlara ulaşmıştır”. Çeliker (2017, s.2555)'e göre de “Günümüzde yazı, kendi kullanım alanından koparılıp resim sanatının bir elemanı durumuna getirilerek farklı biçimlerde karşımıza çıkmaya devam edecektir”.

Tasarımlar kâğıt üzerinde üretilmek zorunda değildir. Farklı bir şey kullanarak tasarıma veya mesajı ekstra anlam katabilir. Farklı malzemeler farklı dokunsal özelliklere sahiptir; bunlar tasarımcı tarafından kullanılabilir ve alıcı tarafından da hissedilebilirler. Alternatif malzemenin kullanımı tasarıma farklı özellikler katabilir belki de onu daha saklanmaya değer hatta lüks bir eşya haline getirebilir. Farklı malzemelerin kullanımı aynı zamanda tasarımın ömrünü de uzatabilir. Kâğıt olarak üretilmiş iletişimi çöpe atmak kolaydır ama farklı bir

malzemeyle üretilmiş bir tasarım saklanabilir hatta hep görülebilecek bir yere konabilir (Ambrose ve Harris, 2013b, s.158).

Sanatçılar ve tasarımcılar yüzyıllardır görsel alanı şekillendirmenin farklı yollarını denemişlerdir. Son 600 yılda baskı yöntemleri evrildikçe, tipografi de gelişmeye devam etmiştir. Genellikle baskı üzerinde hayat bulan grafik tasarım ürünleri, artık baskı yöntemlerinin de dışına çıkarak farklı alanlarda hayat bulmaktadır. Yaşanılan dünya en, boy ve derinliği olan üç boyutlu hatta zaman kavramı da düşünüldüğünde dört boyutludur denilebilir. İddia edilen bu teori ile boyutlandırılmış tipografi de tasarıma ekstra bir ağırlık ve etki kazandırmaktadır.

Bir sözcüğün anlamı, yaratıcı, iyi planlanmış bir uygulama yöntemi sayesinde ifade edilebilir. Grafik tasarımın çift yönlü yapısı gereği, tasarımcı belli elemanları bir araya getirirken, hem uyumlu bir görsel kompozisyon yaratmak, hem de, bir iletişim mesajını biçimlendirmek zorundadır. Söz ve imaj grafik tasarımın temel bileşenleridir (Selamet, 1995, s.109). Boyutlu tipografide ise imaj sözün kendisiyle birlikte oluşmalıdır. Dolayısıyla tipografinin boyutlandırılırken kullanıldığı malzeme veya mekân, sözü görsel olarak ya birebir ya da metaforik anlamda temsil etmelidir. “Klasik tipografi anlayışı, okunabilirlik ve estetik ekseninde odaklanmış olsa da çağdaş anlamda tipografi, özellikle postmodern yaklaşımla kendine bundan farklı hedefler belirlemiştir” (Uçar, 2004, s.106). Artık grafik tasarımda tipografi bir tarz, karakteristik bir öge, bir imge olarak anlam kazanmaktadır.

Mesajın gücünü artırmak için farklı arayışlarda olan tasarımcılar için boyutlu tipografi, bu farklılığı yaratmak adına oldukça etkili bir yöntem adına tercih edilen bir alternatiftir. “Tipografi çağlar boyunca bir değişim içindedir ve artık sıra nefes alan ve yaşayan tipografik tasarımlara gelmiştir” (Kılıçkaya Boğ, 2017, s.1). Helmut Schmid’in de belirttiği gibi “Tipografi duyulmalıdır. Tipografi hissedilmelidir. Tipografi deneyimlenmelidir (McCormick, 2013, s.128)”.

Tasarım süreci, olası birkaç çözüm üretmeyi amaçlar; yapıcı ve yenilikçi çözümler ararken çeşitli teknikler ve mekanizmalar kullanarak katılımcıları alışılmışın dışında düşünceleri için cesaretlendirir (Ambrose ve Harris, 2013b, s.11). Yaratıcı kişi, üzerinde çalıştığı kavramı görselleştirmek için yeni ve alışılmadık bir çözüme ulaşmayı hedefler. Bunun için algı ve sezgiye dayalı bilgi birikiminden yararlanır. Yeteneksiz kişi, bu süreçte karşılaştığı basmakalıp çözümleri, ilk akla geleni kabullenir ve alternatif üretmez. Böylelikle tasarım problemi daha da karmaşıklaşır (Becer, 2013, s.45,46).

Tasarım belirli bir probleme ilişkin pek çok çözüm geliştirebilen yaratıcı bir disiplindir; fakat tasarıma yönelik düşünme, fikir geliştirildiği an bitmez. Bir fikir veya konsept, nihai sonuca doğru ilerleyebilmesi adına iyileştirilmeli ve canlandırılmalıdır. Yazı ve görüntüyle uygulama bağlamında yaratıcı deneyler yapmak, alternatifli yaratıcı çözümlere götüren yeni sorgulamalar gerektirir (Ambrose ve Harris, 2013b, s.135 ve Ambrose ve Aono-Billson, 2013, s.143). Yetenekli bir sanatçı bu tür basmakalıp çözümleri ayıklama becerisine sahip olmalıdır. Bunu yaparken, bir probleme yüzlerce çözüm araştırmalı ve en özgün, en alışılmadık, ama buna karşın işlevini hala yitirmeyen bir çözümde karar kılmalıdır. Sürekli olarak daha fazla olasılık arasından seçim yapmaya kendini özendirmeli, tasarımın kalitesini olumlu yönde etkilemelidir. Çünkü olasılık sayısını artırma çabası, yaratıcı zekayı kalıplardan kurtararak harekete geçiren ve tasarım sürecine yaratıcılık ekleyen bir süreçtir.

Tasarım bir yön bilgiyi veya ihtiyacı, bitmiş bir ürüne veya bir tasarım çözümüne dönüştüren bir süreçtir. Süreç tarafından yönlendirilen ve kontrol edilen yaratıcılık, eldeki problemi yön bilginin belirlediği hedefleri karşılayan veya aşan, uygulanabilir, pratik bir çözüme doğru yönlendirmelidir. Tasarım kültürel, politik ve gerçeklere dayanan olaylar gibi girdilerle beslenen yönetilmiş bir düşünce aşamasının sonucudur ve tasarımcılar böylece bir fikri rafine etmek için farklı yöntemleri ve teknikleri test edebilirler (Ambrose ve Harris (2013b, s.11-135).

Önemli olan bir tasarımcı olarak yaratıcı tasarımların nasıl yapılabileceğini keşfederek doğru iletişimi sağlamaktır. Bu kadar yaygın yazılı iletişim bombardımanına tutulduğumuz günümüzde, tipografi yeterli dikkat çekiciliği sağlamadığı sürece okuyucunun ilgisizliği tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadır. Bu nedenle okuyucunun dikkatini çekmek için daha yaratıcı, daha iyi planlanmış doğru tipografik tasarımlar üretilmesi gerekmektedir. Algı psikologları, insan gözünün retinasına sadece iki boyutlu bilgilerin sunulduğunu ve üç boyutlu dünyanın beyinde oluştuğunu söylemektedir. Bu nedenle harflerin üç boyutlu fiziksel nesnelere dönüşmesi izleyicide maksimum düzeyde farkındalık sağlamaktadır. Boyutlu bir tasarıma bakıldığında arkasının neye benzediği her zaman merak uyandırır. Bu iddianın arkasında ne var? Mekânsal farkındalık bu tür okuryazarlıktaki temel okuma becerisi olarak nasıl çalışır? (Lanham, 2001, s.26,27). Sorularıyla izleyici düşünmeye sevk edilir. Fakat iki boyutta ve kâğıt üzerinde bu gibi sorulara yanıt bulmak mümkün değildir. Bu aşamada devreye giren üç boyutlu tipografi, insanla duygusal olarak daha yakın ve daha etkileşimli bir ilişkiye girmiş olur.

Tipografi sanatı, inceden kalına, kısıdan uzuna doğru giden sayısız biçimsel oyun arasında yapılan doğru bir seçimin yardımıyla metnin yorumlanıp düzenlenmesine dayanır. İşini yapması için tipografin elinde kusursuz bir uyum ve kesinlik içindeki karakter oyunları dizisi vardır; yapacağı Evren'i oluşturan ve kusursuz tek şey, bir tipografik birlik ve renk veren yirmi dizinin hayranlık uyandırıcı bütünlüğünü değerlendirmektir. Tipografinin, dünyamızı kuşatan, öyle ya da böyle karmaşık görünen yazı yığınının her geçen gün biraz daha egemen olup bunları düzenlemesini dileyebiliriz (Jean, 2015, s.141).

“Tipografi değerli bir sanattır, çünkü düşünceyi giydiren son ögeyi, onun maddesel güzelliğini yazının sistemi içinde biçimlendirir (Jean, 2015, s.144)”. Farklı bir söyleyişle tipografi, “harf ve yazınsal görsel iletişime ilişkin diğer elemanların hem görsel, fonksiyonel ve sanatsal düzenlemesi hem de bu elemanlarla oluşturulan bir tasarım dili anlayışıdır (Erdal, 2015, s.53)”. Twemlow (2006, s.146)’a göre “grafik tasarımcının rolü, bir problemin parametrelerini yeniden ifade etmenin değişik yollarını bulmak ve daha önce hayal edilmemiş ve yeni bir lisanı keşfetmektir”. Tasarımcı çalıştığı proje üzerinde o ana kadar bilinen bütün teori ve kurallarla birlikte bambaşka fikirler üretebilir ve her bir çalışma için sadece o çalışmaya özel uygulamalara gidebilir. Mesajı iki boyutlu yüzeyin dışında düşünmek de bu uygulamalardan sadece bir tanesidir.

“Yazının uygun kullanımı ve düzenlenmesi, hem bilim hem de sanattır. İletişimci, yazılı mesaja fiziksel bir çevre yaratmak için yazıyı oluştururken bir sanatçıdır (Selamet, 1995, s.77)”. Bu fiziksel çevrenin yaşayacağı ortam için oran-orantı, ölçü, görsel hiyerarşi gibi hesaplar yaparken bilim insanıdır. Philip Meggs, Ludwig Van Der Mies’in mimari ile ilgili gözlemini dile getirdiği “Tanrı detaylarda gizlidir.” sözünün tipografi için de geçerli olduğunu ve tipografinin ölçü ve oran ile mesaj ve formu oluşturmanın sanatı olduğunu belirtmiştir Torun, 2014, s.3). Tipografik bir çalışma pratik bir iletişime hizmet ederken diğer yandan biçime dayalı bir sanat dalı olarak karşımıza çıkar. Özellikle harf tasarımlarında sanatsal açıdan yansıtılmak istenilen tarza yönelik uygulamalar yapılırken bu biçimi oluşturmakta belli bilimsel hesaplamalardan yararlanılır.

Bir mesajın hangi yazı karakteriyle ve nasıl bir grafik üslupla daha iyi ifade edebileceğini grafik tasarımcı belirlemektedir. Bazı tasarımcılar, görsel unsurları çekici ve dikkati yöneltici bir biçimde düzenlemeye oldukça yetenekli olmalarına karşın, sözel unsurlarla yani tipografik yönden etkili bir iletişim kurmayı başaramazlar. Çünkü bir tasarımcının ele aldığı fikri yaratıcı bir şekilde ifade etme misyonu vardır. Bu nedenle tipografik bir tasarım için, yaratıcı bir çözüm aranırken bir sanatçı gibi düşünerek sınırların dışına çıkılması farklı alternatifler üretilmesi gerekmektedir. Farklılığı

yaratabilmek adına iki boyutlu yüzeyde düşünmek, bazen sınırlandırıcı olabilmektedir. Bir heykel yapar gibi tipografi tasarımında da yazının işlevini ve mesajın etkisini artırmak için pekâlâ harfler şekillendirilip boyutlandırılabilir.

Tipografinin hayat bulduğu beyaz kâğıt veya ekran ya da bambaşka bir mecra, tasarımcıya bu sanatın ele alındığı ortamı sunar. Oluşturulan kavramsal veya sanatsal ürün, bu ortamda hayat bulur. “Salt sanatta yüzyıllardır kendilerini sanatlarına adayan binlerce sanatçı arasından, bugün herkesin ismini bildiği birkaçı, var olan kurallara meydan okuyup kendi doğrularında direttikleri için tanınmaktadırlar ve sanat böyle sanatçılar sayesinde aşama kaydedebilmiştir (Selamet, 1995, s.79)”. Üç boyutlu tasarım yapan tipografi tasarımcıları/sanatçıları da günümüzde dikkat çekici hale gelmişlerdir. Son yıllarda basılan grafik tasarım ve tipografi kitaplarında sıklıkla üç boyutlu tipografi uygulamalarına rastlamak mümkündür. Dünya genelinde de bu konuya bir eğilim olduğu düşünülmektedir.

Çağın durdurulamaz gelişim anlayışında artık tipografik tasarımlar iki boyutlu kâğıt yüzeyiyle sınırlı kalmamaktadır. Binaların cephelerinde, kaldırımlarda, plazalarda ve benzeri kamu alanlarında, iç ve dış mekanlarda üç boyutlu ifadeler sıklıkla yer bulmaktadır. Aşağıdaki görselde yer alan A Flock of Words” yani “Bir Sürü Kelime” isimli çalışma boyutlu tipografinin hayat bulduğu etkili örneklerden biridir. Bu çalışma İngiltere Morecambe’de ziyaretçileri tren istasyonundan deniz kenarına kadar, İncil’deki Yaratılış metninden, Spike Milligan’a değin kuş bilimine ilişkin lirik göndermeler içeren 300 metre uzunluğundaki boyutlu tipografik bir kaldırımdan oluşmaktadır. (Twemlow, 2011, s. 86).



Görsel 1.11. “A Flock of Words” isimli boyutlu tipografi tasarımı, Tasarım: Gordon Young ve Why Not Associate, 2003, Lancaster, İngiltere (<https://gordonyoung.info/aflockofwords>)

Bu kaldırım İngiltere’de yer alan Lancaster Belediyesi tarafından yaptırılmıştır ve bir tren istasyonunu deniz cephesine 300 metrelik boyutlu tipografik bir tasarımla bağlamaktadır (Görsel 1.11). Why Not Associates çalışanları bu eserle uğraşırken, malzemelerin fiziksel özelliklerini tamamen anlamaları ve tipografiyle sadece zihinsel olarak değil bedensel olarak da etkileşime girmenin kişiye özgü davranış özelliklerini düşünmelerini sağlamaktadır. İçerik Genesis kitabından Shakespeare’e, Spike Milligan’dan Burns ve Milton’a kadar uzanmaktadır (Young, 2003). Gill Sans ve Perpetua ile yazılmış kelimeler granit, beton, çelik, pirinç, bronz ve cam gibi çeşitli malzemelerden oluşmaktadır. Bazı malzemeler yağmur yağdığında suyun etkisiyle renk değiştirerek, gri iken koyu siyaha dönüşmektedir. İnsanların etrafında dolaşacakları ve üzerinde yürüyecekleri bir yazı ile çalışan tasarımcılar, kamusal sorunların ve eserlerin nasıl tüketileceğini grafik tasarımcıların alışa geldiği yöntemlere rağmen çok daha derinlemesine düşünmüşlerdir. Bu tarz farklı deneyimlerle, biçim ve içeriği daha da pekiştirmektedir. Çünkü bir kelimenin ne söylediği ile bunu nasıl söylediği birbirinden ayrılamaz bir bütündür. Diğer türlü yazı karakterinin biçimiyle ilgilenmemek, anlamı zenginleştirmemek veya farklı yaratıcılıklara yönelmemek önemli bir olanağı kaçırmak demektir. Bu nedenle tipografinin amacına uygunluğu sağlandığı sürece boyutlu düşünmek, çok daha etkili bir alternatiftir (Twemlow, 2006, s.89).

Taşçıoğlu (2013, s. 142)’na göre görsel iletişimde yeni oluşumların hızla yaygınlaşması, teknolojinin gelişimi ile özgürlüklerin artması, postdijital arayışların başlaması, grafik tasarımın üçüncü boyutu da yeniden sorgulamasına neden olmaktadır. Twemlow (2008, s. 106)’a göre de “Gittikçe daha çok tasarımcı, kâğıt üzeri baskıyı bir kenara bırakarak, üç boyutlu ve dört boyutlu etkileşim içeren ve sesi yenilikçi bir şekilde kullanan başka görselleştirme yöntemlerini denemektedir”. İster teknoloji yardımıyla ister el sanatları yöntemleri ile olsun, boyutlanan tasarımlar giderek kendini daha çok göstermeye başlamakta, sanatçılar ve tasarımcılar tarafından da tercih edilir hale gelmektedir.

Tipografi tasarımcıları tarafından tipografiye, davranış yükleme, hareket etme ya da boyut gibi özelliklerle, izleyicinin onu okumanın ötesinde izleyerek, dokunarak, keşfederek, görüntüler içerisinde dolaşabileceği ve de bu yolla bir düşünce ya da bilgiyi alabileceği bir araca dönüştürebilmektedir. Tipografiyi boyutlu bir araç olarak düşünmek, onu izleyici için daha ilgi çekici hale getirebileceği gibi içeriğini ve görselliğini de zenginleştirmektedir. Geleneksel tipografi ustalarının aksine günümüzde tipografi

tasarımcıları, harfleri ya da tipografik elemanları zaman ve uzay boyutunda kaç farklı biçimde şekillendirebileceğini düşünmektedir (Okur, 2009, s. 24).

Boyutlu tipografi standart dizginin ötesinde, duygu iletişiminin de yer aldığı sanatsal yaklaşımlardır. Görsel açıdan ilgi çekici boyutlu tipografi örnekleri, son zamanlarda sanatsal bakış açısıyla da meydana getirilerek insanların ilgisini çekmesi amacı da güdülerek ortaya çıkarılan ürünleri kapsayan bir faaliyet olarak da adından söz ettirmektedir (http-3). Özel tasarımlarla birlikte nesne haline gelen boyutlu tipografi, daha özgün ve bireysel dokunuşlar ortaya çıkarmaktadır. Bunlar somut görevlere uyacak şekilde özel olarak yapılmış bir kerelik yazı tipi varyasyonlarıdır; tipografi o anlık meydan okuma için yapılan klasik kurallar ve kompozisyonların ötesindedir. Buradaki temel motivasyon, yeniden kullanılabilecek tasarımları ya da baskı tekniğiyle çoğaltılma kısmını düşünmeden, eğlenceli ve özgünlükle tasarlamaktır. Özgünleşen ve özgürleşen yazıların aslında sıkı tipografi kurallarının ötesinde söyleyecek farklı bir şeyleri olabilmektedir (Klanten ve Hellige, 2008, s.2).

Brownie (2015, s.43)'ye göre üç boyutlu bir nesnenin her yüzünün farklı bir şekle ve dolayısıyla farklı bir kimliğe sahip olabileceği göz önüne alındığında, tek bir nesne içinde birçok farklı anlam barındırması mümkündür. Örneğin, tek bir nesne, önden bakıldığında bir kelimeyi ve yandan bakıldığında tamamen farklı bir kelimeyi sunabilir. Nesneye önden yaklaşan bir izleyici ilk kelimeyi görürken, yandan yaklaşan başka bir izleyici ikinciye görür. Okuma deneyimleri çelişkili olur, ancak her ikisi de doğrudur. Bu şekilde, tek bir nesnenin birçok farklı mesaj ve anlam içermesi mümkündür (Görsel 1.12). Seyircisine farklı bakış açılarına erişim izni verildiğinde, bu farklı anlamlar zamanla ortaya çıkmaktadır. Bakış açısına göre okunurluğu değişen ya da sağlanan bu tarz tipografik tasarımlara anamorfik adı verilmektedir.



Görsel 1.12. Anamorfik Üç Boyutlu Tipografi Örnekleri, Tasarım: Lex Wilson, 2015
(<https://lexwilson.co.uk>)

Bazen insanda değişim arzusu kadar değişmeyen bir duygu yoktur. Bu durum tipografide de “yeni” bir görünüm için farklı arayışlara yönelmeyi ihtiyaca dönüştürür. Dijital olmayan, el yapımı ve iyi işlenmiş, yeniden beğeni kazanmasıyla birlikte, tasarımcıların ve sanatçıların üç boyutlu, tipografi içeren, büyük ölçekli işler yapmasına neden olmuştur. Son zamanlarda üç boyutlu olarak üretilen tipografik tasarımlara sıklıkla rastlanmaktadır. Çevresel Grafik Tasarım Birliği tarafından (SEGD- Society of Environmental Graphic Design) her sene verilen ödüller ve internet sitelerinde paylaşılan tasarımlarda da bu eğilim açıkça görölmektedir (Kılıçkaya Boğ, 2017, s.1-19). Yazılı iletişim, toplumların ayrılmaz bir parçası olduğundan, her zaman bu iletişim türünde farklı tasarımlar denenmiştir ve denenmeye devam etmektedir. Bu düşüncenin en önemli nedeni de birbirine benzeyen tipografik tasarımlardan sıyrılma ve dikkat çekici olma çabasıdır.

Cullen (2012, s. 121)’e göre, dikkat çekmek, anlamını derinleştirmek, farklılık yaratmak gibi birçok nedenle günümüzde sıklıkla tercih edilen üç boyutlu tipografinin, izleyicilerin dikkati dağılmadan etrafında gezinebilmelerine vurgu yapılmıştır. Keşfetmeye hazır, davetkar bir nesne haline gelen yazı, tasarımcılar tarafından deneyime, işleve ve tercihe göre farklı şekillerde yapılandırılırlar. Çünkü tipografiyi boyutlu hale getirmenin sonsuz seçeneği mevcuttur. Amaç tipografik tasarım yoluyla iletişim kurmaktır. İçerik ve bağlam yapısal gelişmeyi yönlendirir. Yazı karakteri ya da dizgi seçiminde olduğu gibi önce yazıyı ya da metni analiz etmek gerekmektedir. Ortamı, mekânı, malzemeleri tanıyarak ve koşulları karşılayan içeriği en iyi destekleyen yapılar üzerinden gidilmelidir. Uygun şekilde tasarlanmış üç boyutlu tipografik tasarımlar sayesinde izleyicilerle etkili bir iletişim kurulurken, dikkat çekicilik ve akılda kalıcılık sağlanır.

Boyutlandırılmış tipografi, harf formlarının en, boy ve derinliğe sahip olduğu ve üç boyutlu uzayda var olduğu türlerini içerir. Boyutlu tipografiyle birlikte yazı, standart harflerin düz ve durağanlığından sıyrılarak maddesel bir boyut kazanır. Boyutlu tipografik kompozisyonlar tasarımcılara yaratıcı potansiyel sunar. Yani benzer biçimlerden sıyrılma, farklılık oluşturma ve dikkat çekiciliği sağlamak adına boyutlu tipografi tercih edilebilir yenilikçi bir alternatiftir. Günümüz görsel ortamında bir tipografik tasarım ile, özüne uygun olarak fark yaratmak adına denenerek, biçimlendirilerek, boyutlandırılarak, farklı malzemeler keşfedip şekillendirilerek daha yaratıcı, hacim kazanan formlar haline getirilebilir. Böylelikle bilgisayarla yapılmış,

teknoloji kokan tasarımların arasından sıyrılan, ezberleri bozan, hissedilebilen, özgün ve etkileyici tasarımlar ortaya çıkar. Nesnelleşen tipografiyle birlikte taklit edilme olasılığı da iki boyutlu yüzeylere göre daha düşük bir ihtimale dönüşür.

Baird, Turnbull ve McDonald (1987, s. 3-4) grafik sunum hedeflerini;

- hedeflenen kitlenin dikkatini çekmek,
- grafik gürültüyü enjekte etmeden seyirciyi mesaj boyunca yönlendirip mesajın etkinliğini artırmak,
- kalıcı izlenim bırakmak,
- mesajı etkili ve ekonomik bir şekilde iletmek için uygun teknolojiyi kullanmak

olarak dört ilkeyle ifade etmektedir. Günümüzde hedef kitlenin maruz kaldığı mesaj bombardımanından sıyrılmak için bu ilkeler oldukça önemlidir. Okuyucunun dikkatinin dağılmasına izin vermeden merak uyandırmak, okuyucunun mesajın ayrıntılarıyla ilgilenmesine olanak sağlar. Aynı zamanda bu ilkeler farklılığa ve doğru seçime vurgu yapar. Doğru ve etkili bir mesaj için farklı arayışlara ve farklı bakış açılarına sahip olmak, dikkat çekicilik ve hedef kitleyi şaşırtmak adına önemli yöntemlerdir. Gerektiğinde boyutlu tipografiden yararlanmak, kalıcı bir izlenim bırakmak ve zamanın ruhunu yakalamak adına etkili bir yöntem olarak tercih edilebilmektedir.

Alışlagelmiş yüzey tasarımlarından biraz daha farklı bir şekilde tipografiyi boyutlu düşünmenin ne gibi etkilere sahip olacağı ve anlamsal bütünlük açısından ne kadar ifade yeterliliği sağlanabileceği önemlidir. Bu nedenle bir sonraki başlıkta bu ifade yeterliliği sözel-görsel eşitlik ve/veya zıtlık adı altında incelenmektedir.

1.3. Üç Boyutlu Tipografide Görsel Anlatımın Önemi

Sözel iletişim problemini çözme kaygısı ile yola çıkan tipografik tasarımlar sayesinde aynı iletişimin en doğru şekilde gerçekleştirilmesi zorunluluğunu da beraberinde getirir. Becer (2013, s.29)’e göre “Her grafik unsur, mesajın etkisini arttıracak biçimde tasarlanmalıdır”. Bir iletişim aracı olarak tipografi de doğru düşünülüp tasarlandığı takdirde doğru iletişimi gerçekleştirir ve mesajın hedef kitleye doğru bir şekilde iletilmesini sağlar.

Kuşkusuz mesajın içeriğiyle tipografinin uyuşması grafik tasarımcılarının en sıklıkla çözüm bulmak zorunda kaldığı durumdur. Ses ile doğrudan ilişkiye sahip yazı, kâğıt üzerinde söylenen sözün izidir, bir tonu, duruşu ve tavrı vardır. Belki de bu yüzden, değişik biçim ve tarza sahip alfabe tasarımlarını (font) “yazı karakteri” olarak adlandırırız. Hepsi notalar gibi farklı bir sese, tona, çağrışım ilişkilerine sahiptir. Bir grafik tasarımcının en çok çözmek

zorunda kaldığı problem belki de budur. Tasarımının tipografik çözümlemesine sıra geldiğinde, elindeki içeriğe nasıl bir görsel tonaj, ciddiyet, samimiyet, inandırıcılık ve tarz vereceğine karar verir. Çoğu kez okunabilirlik ve görsel algılanabilme gibi tipografinin pragmatik işlevleri göz önünde olsa da, aslında tipografi tasarıma kimlik kazandıran önemli bir tasarım elemanıdır. Aşağıdaki şekilde (Görsel 1.13) bir şiir dizesi farklı şekillerde yazılı. Nasıl aynı şiiri okuyan veya aynı şarkıyı yorumlayan farklı sanatçılar esere değişik yorumlar verebiliyorsa, grafik tasarımcı da tipografi yardımı ile sözünü şekillendirir. Aynı sözü fısıldayarak ya da bağırarak söylemek, içerikle örtüşen ya da örtüşmeyen bir dille yorumlamak onun işidir artık (Uçar, 2004, s.106).

Zarif bir goncanın solgun ve içten titreyişi gibiydi sesi

Zarif bir goncanın solgun ve içten titreyişi gibiydi sesi

ZARIF BİR GONCANIN SOLGUN VE İÇTEN TITREYİŞİ 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 TITREYİŞİ GİBİYDİ SESİ

Zarif bir goncanın solgun ve içten titreyişi gibiydi sesi

Görsel 1.13. Tipografi Örneği (Uçar, 2004, s.106)

Ambrose ve Aono-Billson (2013, s.112)'a göre tasarımcılar olarak öncelikle ne söylediğimizi ve ikinci olarak da nasıl söylediğimizi değerlendirmeye ihtiyacımız vardır. Konuştuğumuzda yalnızca kelime ve cümleler söylemeyiz aynı zamanda ses tonumuz da vardır. Görüntü ve tipografi bundan farklı değildir. Herhangi bir imaj gereksinimi duymadan sadece tipografi kullanılarak da ilk bakışta bile bir şiirin, bir güftenin ya da sözün içeriği ve ruhu izleyiciye geçebilmektedir (Keleşoğlu, 2008, s.61).

Erdal (2015, s.124)'a göre iyi tipografi okunur ve anlaşılır olmalıdır. İyi bir tipografide her obje kargaşadan uzak kısa sürede hedefe ulaşabilir düzeyde olmalıdır. Tipografinin temiz ve net olması, bilginin görünmesini sağlar, akılcıdır, okuyucunun bilgiyi anlamasına, özümsemesine yardım eder ve tasarımcının parmak izini taşır. O nedenle tasarımlar okuyucuya göre tasarlanmalı ve düzenlenmelidir. Hiçbir şey anlatmayan ama iyi görünen tipografi sadece iyi bir resimdir. Fakat grafik tasarımcının görevi resim yapmak değil, iletişimi tasarlamaktır. Herb Lubalin tarafından tasarlanan

“Families” “Marriage” ve “Mother & Child” logo tasarımları mesaja dayalı, etkili ve yalın tipografinin iyi birer örnekleridir (Görsel 1.14).



Görsel 1.14. Herb Lubalin’e ait logo tasarımları: “Families”, 1980, “Marriage”, 1965, “Mother & Child” 1966 (<http://www.worksdesigngroup.com>)

Aşağıda görülen “The Backdoor Studio” isimli logo tasarımında da aynı durum söz konusudur; K harfinin ters şekilde yazılmış olması, akılcı ve yalın tasarıma bir örnek oluştururken ayı zamanda anlamında da şekilsel olarak bir bütünlükten taviz vermemektedir (Görsel 1.15).



Görsel 1.15. “The Backdoor Studio” logo tasarımı (<https://as.sdsu.edu/thebackdoorstudio/faq>)

Çoğu zaman görsel, bir mesajın tasarımın da iletişime müdahale ederken karmaşık ve kafa karıştırıcı sonuçlar yaratabilir. Bazı yöntemlerde resimler tasarımda iyi sonuç verirken kelimeler görüntüde kötü sonuç verebilir ya da tam tersi olabilir. Bu nedenle grafik tasarımcılarla çalışan profesyonellerin hedeflerine ulaşmak için, iyi tasarım ilkeleri, tipografi, renk, fotoğraf ve diğer illüstrasyonların seçimi ve etkili kullanımı konusunda dikkatli davranmaları gerekmektedir. Özellikle malzemeyle tasarlanacak bir tipografi tasarımı söz konusuysa malzeme seçimi ve nasıl sergileneceği oldukça önem kazanır. Sadece malzemenin estetik görünüşü yeterli olmamakla birlikte, anlama kattığı değer açısından değerlendirilerek seçim yapılması gerekmektedir (Görsel 1.16). Böylelikle doğru malzeme seçimiyle mesajı iletme, tasarımın doğru anlaşılmasını ve amacın gerçekleşmesini sağlar.



Görsel 1.16. Malzeme kullanılarak tasarlanan tipografi örneği, Tasarım: Anatol Klotek, 2012
(<http://www.anatol.cc>)

Örnekte de görüldüğü gibi ego kelimesinin, içinde hava olmayan bir balonun üstüne yazılarak sergilenmesi ile boş bir egoya, şişirilmiş egonun sönmesine yönelik mesajları kuvvetlendirmeyi hedefler (Görsel 1.16). Böyle bir mesajın verilebilmesi için, tasarlanacak eserde kullanılacak ve mesajı en iyi şekilde iletecek doğru malzeme olarak balon dikkatlice düşünülp seçilmiştir. Böylelikle sözel-görsel eşitliğin veya zıtlığın doğru bir şekilde tasarlanması sağlanmıştır.



Görsel 1.17. Ogilvy tarafından tasarlanan reklam kampanyası (Keleşoğlu, 2008, s.62)

Yukarıdaki görselde aromatik kokular satan bir mağaza için, Ogilvy tarafından tasarlanan bir reklam kampanyası yer almaktadır. Sırasıyla “Cat pee, Shit ve Sweaty socks” yani “Kedi pisliği, Dışkı ve Terli çorap” yazılarıyla hazırlanmış bu ilanlar sözel-görsel zıtlıktan yola çıkılarak tasarlanmıştır. Kelimelerin anlamlarına zıtlık kavramı verilmek üzere elegant bir yazı stiliyle oluşturulan tipografilerde amaçlanan, son derece kötü kokuya sahip örneklerin bile aromatik kokular alındığında güzel kokulara dönüşeceği vaadini taşımaktadır (Görsel 1.17).

Tasarım fikirleri, iletilmek istenen mesaj üzerinde daha detaylı bir anlayışa sahip olmak adına daha da geliştirilmelidir. Tutarlı ve uyumlu bir fikir dizisinin sürdürülmesi için, iyi tasarım ve iletişim stratejileri çözümleri bulunmalı, geliştirilmeli ve tüm iletişimlerde sağlamlaştırılmalıdır. Diğer türlü izleyiciyle etkili bir iletişime girmek zorlaşabilir. Hedef kitlenin aklı karışabilir ve mesajın net bir şekilde iletilmesi zorlaşabilir.

Tipografik mesaj; sözedir, görseldir ve seslidir: Okundukları sırada bir yandan görsel olarak algılanırken bir yandan da sözel ve işitsel olarak yorumlanabilmektedir. Tipografi, bu çok yönlü yapısıyla dinamik bir iletişim aracıdır. “Açık bir sistem olan insan, çevreden kendisine yansıyan mesajlara, uyarılara karşı bütün duyu organlarıyla tam bir alıcı durumundadır. Böyle olunca çevreden gelen mesajların hızı, yoğunluğu, şiddeti, nicelikleri ve etkileşim gücü oldukça önem kazanır (Uçar, 2004, s.16)”. Ambrose ve Aono-Billson (2013, s.103)’a göre mesajları algılayışımız, onların anlamlarına ve çağrıştırdıkları öğrenilmiş algı ve kültürel yorumlamanın yanı sıra bulundukları sistem veya durumlara da bağlıdır. Bu sürecin kavraması grafik tasarımın temellerini oluşturan bilgiye sahip olmak demektir.

İletişim söz konusu olduğunda, görmek her zaman konuşmaktan önce gelir çünkü insan konuşmaya başlamadan önce bakıp görmeyi öğrenmiştir. Yani başka bir anlamı ile, görme eylemi sözcüklerden önce hayatımıza girmiştir denilebilir. Görme eylemiyle birlikte çevredeki nesneler ve olaylar, önce görerek tanımlanır daha sonra anlama durumu gerçekleşir. Her ne kadar tipografi tasarımcıları yazılı kelimeler ile ilgilenseler de görsel olarak bu ifadenin doğru bir biçimde iletilmesini de önemsemelidirler. Bu nedenle Becer (2013, s.75)’in de belirttiği gibi görselleştirme, tasarımın en önemli yaratıcı evresidir.

Uçar (2004, s.16)’a göre fizik ve sosyal çevreden kişiye ulaşan her yansıma, bir algılama kavramını birlikte getirmekte ve bununla ilgili her düşüncenin, her davranışın da yaşam biçimine, fizik ve sosyal çevreye yansması olmaktadır. Bu yansımalar kişiler arasında temel iletişim olgusunu oluşturur; duyuları gerçekleştirir. En temel iletişim şekilleri de görsel ve işitsel iletişimdir. İnsan sosyal çevresinde anlatmak ve anlaşılacak isterken bu süreçte görsel ve işitsel duyulardan faydalanır. Aynı zamanda algı boyutu da insan beyninde anlamlandırılarak sonuca ulaşır. Örneğin farklı bir dilde izlenen bir film, sadece görsel olarak anlamlandırılmaya çalışılır. İşitsel olarak anlamlandırılmak için bilinen bir dille iletişim kurulması gerekmektedir. Çünkü insanın dil yardımıyla kurduğu iletişim, öğrendiği diller ile sınırlıdır. Fakat dünya üzerinde pek çok dil ve diyalekt olduğu

göz önünde bulundurulursa, görsel iletişim belki daha sınırlı, ancak iletişim açısından daha evrensel boyutlara sahiptir.

19. Yüzyılda Amerikalı filozof Charles Sanders Peirce (1839-1914) “göstergebilim” (semiyotik) kelimesini “göstergelerin bilimi” olarak tanımlamaktadır. Peirce, göstergelerin kelimeler, görüntüler, sesler, kokular, tatlar, hareketler ve nesneler biçimine girebildiğini savunmuş ancak onlara bir anlam yüklemedikçe hiçbir anlama sahip olmadıklarını ileri sürmüştür. (Ambrose ve Aono-Billson, 2013, s.103).



Görsel 1.18. “La Trahison Des Images/İmgelerin İhaneti” Tasarım: Rene Magritte, 1928-1929
(<https://www.renemagritte.org>)

Çünkü sıradan bir görselin anlamı, onun fiziksel durumunu ifade eder ve bir görsele bakarken onun temsili ile vücut bulur. Tıpkı sürrealist ressam Rene Magritte’in “İmgelerin İhaneti” isimli eseri gibi (Görsel 1.18). Ferdinand de Saussure ise bir gösterge iki parçadan oluşur, “gösterilen” ve “gösteren” der. Bir pipo resmine bakıldığında görüntü sadece pipoya ait bir temsildir. Pipoya ait görsel, göstergebiliminde gösterilendir. Pipo kelimesi Türkçe yazılırken p,i ve o harfleri kullanılır. Bu harfler sesleri temsil eden göstergelerdir ve bu göstergelerle oluşturulmuş ‘pipo’ sözcüğü ise, gösterendir. Fakat bu Türkçe’de pipo görselini temsil ederken, İngilizce’de ve Fransızca’da pipe sözcüğünün görselini temsil etmektedir. İngilizce bilmeyen bir kişi için bu örnek estetik bir görüntünün ötesinde hiçbir anlam ifade etmeyecektir.

Her sanat eseri değişik göstergeleri kendi içinde barındırarak ve dizgeleşerek kapalı bir yapı oluşturur. Bununla birlikte tipografinin farklı estetik biçimlerde yapıtlarda yer alması bir dizi anlamsal ve biçimsel katkı sağlar. Görsel olanla sözselleşenin aynı sanat eserinde kullanılması çoksesliliği beraberinde getirir. Resim yapısalcılarının anlatımıyla kurgusal bir anlatıma karşılık gelmektedir. Dolayısıyla bu kurgusal süreç yazılar, harfler ve imajların

anamlı mesajlar içeren bir gösterge şeklinde kullanılmasını gerektirmektedir. Bunların üzerine inşa edilen eser, tipografi alanından beslenir ve onunla bir söyleşi içine girer. Bu çerçevede ortaya çıkarılan yapıt değişik kültür birimlerin iç içe sokulmasıyla eserin salt duvara asılan bir resimden çok, içerisinde farklı mesajlar barındıran özel bir söylem biçimi olduğu görülür. Dolayısıyla bu süreç rastlantısal olmaktan öte bilinçli bir üretim sürecidir. Dilsel bir göstergenin görsel bir gösterge ortamına taşınması ‘ready made’ ya da kolajın bildik sıradan kullanımına benzer. Hepsinde de kendi içeriğinden çıkarılan unsurların biçimsel, anlamsal, işlevsel bakımlardan dönüştürülmesi, bir dizgeden alınıp başka bir dizgeye aktarılması söz konusudur. Bu doğrultuda geçmişten günümüze değin pek çok sanatçı resmin içinde yazıyı bir sanat nesnesi olarak kullanmıştır (Çeliker, 2017, s.2545).

“Etkili tipografi, mantık ve sezginin bileşimidir. Mantık ve sezgi arasındaki denge, görüntü ile söz arasında belirli bir denklemin kurulmasına bağlıdır. Tipografik simgeler, söz dizimsel ve anlamsal olmak üzere iki farklı boyutta var olur (Becer,2013, s.185)”. İster yazı ister görüntü olsun her öge iki belirgin anlam seviyesine sahiptir: Düz anlam katmanı ve çağrıştırdığı anlam katmanı diğer bir deyişle yan anlamdır. Bir görselin düz anlamının yanı sıra çağrıştırdığı yan anlamların da bilincinde olmak önemlidir. Sarı bir “O” nun anlamı sarı bir daire gibi gözükürken, güneşi ya da bir dilim limonu çağrıştırmaktadır. Bu alt anlamlar bakan kişinin kişisel deneyimlerine bağlanmakta, tipografide sözel ve görsel eşitlikler pek çok biçimde sunulmaktadır (Keleşoğlu, 2008, s.61). “Yanal düşünme, dolaylı ve yaratıcı bir yaklaşımla akıl yürütme ve problem çözme süreçleri üzerine odaklanır (Ambrose ve Aono-Billson, 2013, s.42)”. Bu nedenle yan anlamı algılayış biçimi toplumsal olarak kodlanmış sembolik sistemler nedeniyle daha öznel ya da kültürel ve bu algılayış hayat boyu devam eden öğrenme ve deneyimle gerçekleşmektedir.

Düz anlam bir imgenin veya grafiğin birebir sözlük karşılığını temsil eder ve ilk anlamına gönderme yapar (Görsel 1.19). Yan anlam, çağrıştırdığı anlam ya da başka bir deyişle bilişsel anlam ise, öğrenilerek oluşmuş farklı çağrışımları ifade eder. Örneğin “uçak” kanatları olan bir araçla ilişkilendirilirken, uçak görseli ulaşım ve seyahat anlamına gelmektedir. Birçok imge düz anlamının yanı sıra birçok yan anlama sahiptir. Biliş algıladığımız, öğrendiğimiz ve akıl yürüttüğümüz şeyleri ifade eder. Bir ev resmi yuvayı, yaşadığımız yeri belirtir fakat yuvanın, aile, güvenlik, sevgi gibi yan anlamlarını da kapsar (Ambrose ve Harris, 2013, s.70).



Görsel 1.19. Boyutlandırılmış tipografide düz anlam örnekleri (<https://theinspirationgrid.com>)

Bilişsel yorumlama, imgenin nasıl sunulduğuna bağlıdır. İmgenin sunumu değiştikçe, imgenin düz anlamsal yorumlayışı da değişir. Bu değişiklikler bağlamı renklendirme, konumlandırma, boyutlandırma veya başka yollarla yapılabilir. Boyutlandırılmış tipografik tasarımlar da düz ve yan anlamları üzerinden yorumlanabilir. Boyutlandırılmış bir tipografik tasarım, pek çok farklı yolla ve düzlemde iletişim kurmayı sağlar. Boyutlandırılma şekli, kullanılan malzeme, nesnenin sunumu, onun nasıl anlamlandırılacağını ve yorumlanacağını etkiler.

İyi bir tipografik tasarım için tarihsel olarak uygun bir yazı tipi seçmek de anlamına katkı sağlamak açısından oldukça önemlidir. Örneğin eski bir yazı tipi kullanarak gelenekselliğe gönderme yapılırken daha teknolojik bir yazı kullanarak zamanın ruhuna gönderme yapılması hedeflenir. Harflerin diziliş şekillerinde dahi bir anlam ve mesaj gizlidir. Fakat bir yazı tipinin seçimi her zaman yeterli gelmemektedir. Özellikle boyutlandırılmış tipografide de oluşturulan harflerin karakter seçimi önemli olsa da en önemli şey okuyucunun bu tasarımın görünümünü nasıl yorumlayacağı ve bu yorumun okuyucunun içeriği anlamasına katkıda bulunup bulunmayacağıdır. Bu nedenle yazı tipi seçimi kadar, boyutlandırmak için seçilen yöntem ya da malzeme de aynı öneme sahiptir.

Bauhaus hareketi ve onu takip eden modernist stil, pek çokları tarafından çağdaş grafik tasarımın özü olarak görülen tasarım devrimini doğurmuştur. Walter Gropius ve meslektaşlarının Bauhaus'ta başlattıkları şey stille ilgili değil, biçim ve işlevle ilgili gerçek bir ideolojidir. Kuşkusuz, Bauhaus tasarım ilkeleri kimi bakımdan estetiğe dayalıdır ancak aynı zamanda bir gerekçe ve mantık da içerirler. Filozof Immanuel Kant'ın da belirttiği gibi

“İçeriksiz düşünceler boş, kavramsız sezgiler ise kördür”. “Tasarım için tasarım” boştur; gerçekten başarılı olması için belli bir alana odaklanan bir fikrin ve bir amacın desteğine ihtiyacı vardır. Açık kaynaklı teknoloji dünyasında (vikiler, web günlükleri [bloglar] ve sosyal ağlar) tembelliğe, tahmin ve varsayımlara dayanan yüzeysel işler yaratma fırsatları çok fazladır. Akla ve geçerliliğe olan ihtiyaç artık her zamankinden daha fazla önem taşımaktadır. Stiller, trendler ve modalar hep gelip geçer; teknoloji ve zeitgeist onları harekete geçirir. Bunlardan pek çokları da tasarım dünyasında gelişmiş biçimlere ve yaklaşımlara dönüşürler böylece grafik tasarım tarihinde belirli dönemler haline gelirler. Yeni teknoloji ve araç-gereçler tasarımcıları daha da kendine yetebilir hale getirmiş, onların kültürel ve küresel sınırların ötesine geçme yetilerini de artırmıştır. Tasarımcılar artık sayısız kaynaktan ilham alarak işlerini çözebilmekte ve müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını tatmin edebilecek yaratıcı çalışmalar üretebilmektedirler. “Çağdaş uygulamalar” adı altında görülen çoğu çalışma dijital tasarım olarak tanımlanabilir. Bu, yıllar geçtikçe o zamana ve o döneme özgü bir gözlem haline gelecektir (Ambrose ve Aono-Billson, 2013, s.15).

“20. Yüzyıl başlarında yazılı sözcüklere dışavurumcu özellikler eklenmeye başlanmış; Fütürizm, De Stijl, Dadaizm ve Konstrüktivizm gibi akımlar tipografiyi anlam-biçim ilişkilerine dayalı bir sanat dalı haline getirmiştir (Becer, 2013, s.184)”. Günümüzde de tipografik görüntüyü oluşturmak için anlam-biçim ilişkisine dayalı, izleyiciye keşif imkânı sağlayan birçok tasarım bulunmaktadır. Boyutlu tasarımların da en önemli gerekliliklerinden biri, bu anlam-biçim ilişkisini doğru sağlayabilmektir. Yazı ve boyutlandırılma şekli, aynı zamanda kullanılan malzeme ilişkisi bu tutarlılığı sağlamak için oldukça önemlidir. Boyutlandırılan kelime veya cümlelerin anlamını yansıtan bir malzeme, şekil ya da mekân, kelimenin veya cümlelerin anlamını güçlendirirken aynı zamanda tasarımı da daha etkili hale getirmektedir.

Tipografik tasarımlar, düşünülerek oluşturulmuş harflerin bir araya geldiği kompozisyonlardır Tüketicinin estetik algı alanına giren tipografinin tasarıma kattığı anlam hiçbir zaman tesadüflere bağlı değildir. Yazıyı kullanan sanatçıların eserleri incelendiğinde, yazının ağırlıklı olarak görsel ve kavramsal bir anlatım dili olarak tercih edildiği, kelimeler ya da cümlelerin kavramsal anlam bakımından birbirleriyle örtüştüğü görülür.

“Yüzyıllardır izleyicisini etkilemek için çeşitli yöntemler kullanan sanatçı ve tasarımcılar, görüneni ve arkasındakini irdeleyerek, mesajlarını doğru iletebilmek kaygısıyla pek çok çalışma gerçekleştirmişlerdir” (Keleşoğlu ve Uygungöz, 2014, s.16). Her dönemde tasarımcılar, tipografik iletişim standartlarını sürekli olarak yenileştirmeye ve zenginleştirmeye çalışmaktadırlar. Sadece estetik kaygılarla bir görsel oluşturmanın

ötesinde, söylenen sözün en doğru şekilde iletirme kaygısını taşıyan sanatçı ve tasarımcılar, bu kaygıyla birlikte farklı arayışlara yönelmişlerdir. Boyutlu tipografi bu farklılıklardan yalnızca bir tanesidir.

Etkili iletişim, biçim ve işlevin istikrarlı, mutlu bir evliliğini gerektirir. Her iki taraf da rollerini ve karşılıklı bağımlılıklarını anlamalıdır (Baird, Turnbull ve McDonald, 1987, s. 67). Yani iletişim sürecindeki en önemli konu, iletişimin, amacına uygun ve doğru gerçekleşmesidir. Sanatçı ve tasarımcılar için okunabilirlik, uygunluk ve mesajı doğru şekilde iletme büyük önem taşımaktadır. Her yeni mesaj kendine özgü bir problem ortaya koymaktadır. Yazının boyutundan kullanıldığı alana, okunabilirliğinden düzenlenmesine kadar her seçim mesajı doğru şekilde iletmeyi amaçlayarak tasarlanmalıdır.

Sözel anlatıma, resimsel nitelikler yüklendiğinde anlaşılabilirlik, akılda kalacak şekilde kolaylaşır. Boyutlu tipografide de görselin anlamını pekiştirecek şekilde düşünülmüş bir boyutlandırma mekânsal doğruluğu gerçekleştiğinde geçerlidir. İnsanın çevresel etkilerle gün boyunca yaklaşık iki bin kadar mesaja maruz kaldığı bilinmektedir. Bu yoğun mesaj bombardımanı sayesinde hedef kitlenin dikkatini çekmek oldukça zorlaşmaktadır. Çünkü tipografik mesajların çok azında mantık ve sezginin bileşenine rastlanır. Mantık ve sezgi arasındaki denge, görüntü ile söz arasında belirli bir denklemin kurulmasına bağlıdır (Erdal, 2015, s.121).

Boyutlu tipografide iletişimin gücünü artırmak adına görüntü ve yazı arasında belirli bir denklem kurulması gerekmektedir. Boyutlandırılan tipografinin, bütün iletişim amaçlarında olduğu gibi, mesajı doğru iletme sorumluluğu vardır. O yüzden rastgele seçilen bir malzeme ya da şekille boyutlandırılma, amacının dışında bir iletişim problemine dönüşür. Yine boyutlandırmada sadece estetik kaygıların ön plana çıkartılarak yapıldığı durumlarda tipografinin iletişim amacı gerçekleşmez. Harflerin, kelimelerin ve anlamların arasındaki bağlantıyı kurmak ve bunun düşünülerek boyutlandırılması, sözel-görsel eşitlik veya zıtlığın sağlanması açısından oldukça önemlidir. Böylelikle daha güçlü tipografik tasarımların oluşturulması adına görüntüyle birlikte iletişimin doğru sağlanması gerçekleşir.



Görsel 1.20. Clea Lala tasarımları “Relax” 2015 ve “Summer Vibes” 2019 (<https://www.clealala.fr>)

Yukarıdaki görselde Clea Lala isimli sanat yönetmeni tarafından tasarlanmış boyutlu tipografi örnekleri görülmektedir. Her iki örnekte de sözel-görsel eşitlik, oldukça doğru bir şekilde verilmektedir. “Relax” yani “rahat” kavramında iplerin süzülmesiyle bağlarından çözülme ve gevşemeye gönderme yapılmaktadır. Görsel bakıldığında o rahatlama hem tipografiyi okutarak hem de görselin etkisiyle, izleyiciye direkt olarak geçmektedir. Aynı şekilde “Summer” yani “yaz” kelimesinin de altında sarkan iplerle oluşturulmuş tasarımda, malzeme seçiminin vurucu bir anlamı olmasa da görselleştirilme şekliyle bir deniz dalgasına, bir tatile ve yaz mevsimine vurgu yapmaktadır (Görsel 1.20).



Görsel 1.21. “Danger” ve “Love” isimli boyutlu tipografi örnekleri (<https://www.thejealouscurator.com>)

Yukarıdaki görselde kibritlerle oluşturulmuş boyutlu tipografi tasarımlarının ilkinde “Danger” yani tehlike kelimesi yazılmıştır (Görsel 1.21). Gerçekten tehlikeyi oluşturan, yangın başlatabilecek, felakete neden olabilecek bir malzemeyle oluşturulan bu tasarımda sözel-görsel eşitlik sağlanmış ve düz anlamıyla birlikte ifade edilmiştir. Sözel görsel-zıtlık ise seçilen yazı karakterindedir. Script bir font tercihiyle oluşturulmuş bu boyutlu tasarımda korkuyu birebir veren malzeme seçiminin dışında, samimi bir yazı formu ve duygusu önemsenmektedir. Hemen yanındaki “love” yani aşk kelimesinin kibritlerle oluşturulması ise yoruma dayalıdır. Aşk kavramının “aşk ateştir”, “aşk yakar”, “aşk tehlikelidir” gibi yan anlamlarına gönderme yapılmaktadır. Yine seçilen yazı

karakterinden dolayı aşk anlamının samimiyetini vurgulayarak sözel-görsel eşitlik sağlanmış olsa da kullanılan malzemeyle birlikte yoruma dayalı bir sözel-görsel zıtlık ele alınmaktadır. Yani “aşk” kavramının “aşk ısıtır” olarak yorumlanabileceği durumda da izleyicinin hangi anlamı yüklediğine göre eşitlik veya zıtlık durumu değişkenlik gösterebilmektedir.

Aşağıdaki görselde anamorfik yöntemi kullanılan üç boyutlu tipografik tasarım örneği görülmektedir (Görsel 1.22). Bu tasarım Charlotte Knibbs’ e ait, “Çok Noktalı Perspektif Kullanarak Etkileşim Nasıl Sağlanabilir” başlıklı yüksek lisans tez projesidir. Bu tezde Knibbs, herhangi bir elektronik ve mekanik cihaz kullanmaksızın, seyirciyle etkileşime giren, dinamik bir görsel hazırlamıştır. Tipografinin üç boyutlu şekilde var olduğu projesinde, Henry David Thoreau’ ya ait bir söz olan “It’ s not what you look at that matters, It’ s what you see / Neye baktığın değil, neyi gördüğün önemlidir” cümlesini kullanmıştır. Knibbs, sadece bakma eyleminin yeterli olmadığı, izleyicinin bakış açısına göre okunurluğun değiştiği bu projesinde bakmak ve görmek arasındaki ince farkın altını, seyirciye belirli bir açıdan yazıyı okutabilecek şekilde düzenleyerek çizmek istemiştir. Magritte’ in “İmgelerin İhaneti” eserinde söylemiş olduğu gibi, artık mekanda görünenin ötesinde bir anlam, farkında olma duygusu söz konusudur (Keleşoğlu ve Uygungöz, 2014, s.10). Ayrıca sözel-görsel eşitlik açısından değerlendirildiğinde de, söylediği sözün görselleştirme yöntemi, anlamını birebir yansıtması bakımından oldukça başarılı bir tasarım gerçeğini ortaya koyar.



Görsel 1.22. “It’ s Not What You Look At That Matters, It’ s What You See/ Neye Baktığın Değil Neye Gördüğün Önemlidir”, isimli anamorfik tasarım örneği, Tasarım: Charlotte Knibbs, 2011 (Keleşoğlu ve Uygungöz, 2014, s.11)

Cullen (2012, s. 7)’e göre tipografi, süreci görünür kılan rafine bir zanaat sürecidir. Kelimelerle meşgul olan tipografi tasarımcıları, bu kelimeleri amaçlarıyla ve duruşlarıyla ifade ederler. Aynı zamanda kelimelere veya cümlelere anlamlı bir bütünlük oluşturacak

şekilde hayat verirler. Tasarımcıların temel amacı içeriği ve biçimi bir bütün olarak doğru şekilde kurgulamak olmalıdır. Dikkat çekicilik ve yaratıcılıkla birlikte fonksiyon ve estetik dengeli bir şekilde sunulur. Bu da bilgi birikimiyle ve disiplinle desteklenir. Günümüz iletişim problemleri ve hedef kitlenin dikkatinden kaçmamak adına tasarım, sürekli olarak gelişmeyi, güncellenmeyi ve keşfedilecek yeni şeyler sunmayı gerektirir. Anlamlı ve yaratıcı görsel iletişim için sınırsız potansiyel ve seçenek vardır.

Ambrose ve Harris (2013, s.135)'e göre “Bütün imgeler, onlara atfettiği çağrışımlarla ve o çağrışımları nelerle ilişkilendirdiğimize bağlı olarak bizimle iletişim kurar”. Bu iletişim ise birçok farklı türleri içerir. Bunlar düz anlam olarak ifade edilebileceği gibi metaforik bir temsil, siluet, ikon, imge, piktogram, gölge ya da anamorfik olarak da var olabilirler. Ambrose ve Aono-Billson (2013, s.87)'a göre “Tasarım, biçim ve içeriği bir araya getirme yöntemidir”. Bir kelimeyi ifade etmek için o kelimenin oluşturduğu harflerden daha fazlasını ifade eden, biçim ve içeriği bir araya getiren tasarımlar da oldukça yaygın ve etkileyicidir.

Bir tasarımda sözel görsel-eşitlik ve zıtlık durumu birçok parametreye bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Eski-yeni, zaman-mekân, boyut, vb. Araştırmancının konusu olarak boyutlandırılmış tipografide en önemli parametre, tipografi ile verilmek istenen ana fikirdir. Anlamsal olarak sözel kısmı birebir veya zıt olarak verme durumu söz konusuyken, bunu boyutlandıracağı durum içinde pekiştirici bir ortam olması gerekmektedir. Yani kelime veya cümlelerin anlatmak istediği ifadeyi ya da vermek istediği mesajı, karşı tarafa görsel olarak nasıl ifade etmek istediğine bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Bazen bu bir mekân olabilir, bazen zaman veya malzeme olabilir. Görsel 1.22 örneğinde de olduğu gibi anlamı pekiştirmek adına gerek duyulduğunda bunların hepsi bir arada da değerlendirilebilmelidir.

Bringhurst (1999, s:20)'e göre tipografinin temel amacı metni yorumlamak ve iletmektir. Tonu, temposu, mantıksal yapısı, fiziksel büyüklüğü, tipografik formunun olanaklarını belirler. Tipografi tasarımcısı tıpkı bir orkestra şefi gibi tipografiyi yönetir. Yaratıcı ve etkili bir tasarım oluşturmak oldukça zor bir sürece mal olur. Boyutlandırılmış tipografide harfle birlikte tasarımın nasıl, hangi malzemeyle ve nerede oluşturulduğu gibi sorular önem kazanır. Boyutlu tipografiyle birlikte oluşan görsel yapının mesajı, nasıl ve ne şekilde ifade edeceği dikkate alınmalıdır. Çünkü somutlaşan tipografiyle birlikte algılamamanın sağlanması bu parametrelere bağlıdır. Tipografinin boyutlandırılmasındaki amaç, görsel algılamaya ve anlamını desteklemeye yardımcı olmaktır. Harflerin anlam

oluşturacak şekilde boyutlanmasıyla birlikte doğru iletişim gerçekleşmelidir. Yazının sunduğu çeşitli roller ve işlevler, boyutlandırılmış tipografik tasarımlarda tasarımcıların, iletilmek istenen mesajla hangi malzemenin uygun olduğu üzerine düşünmesi gerektiği anlamına gelir. Her bir kelime, farklı bir hikâye anlattığından ve izleyicide değişik duygular uyandırdığından, kullanılan malzeme ya da tipografinin boyutlandırılma şekli, aktarılmak istenen bilgiye destek sağlayabilir veya köstek olabilir.

Bir kitabı seslendiren seslendirme sanatçısı düşünüldüğünde, sesin hikayeyle birlikte değiştiğini fark ettirir. Çünkü kitapta farklı karakterler ve farklı ifadeler mevcuttur. İstek (2005, s.115)’e göre bir yazı karakterinin seçimi, içerikle eşdeğerde olmalıdır ve onu yansıtmalıdır. Önemli olan şey onu seçmek, başlamak ve bitirmektir. Seçim yapılırken tipografinin de modasının olduğu ama tercih yaparken yeni bir moda yaratılacağı unutulmamalıdır. Bu nedenle projenin imkanları doğrultusunda ya da bir sanat eseri olarak tipografik tasarım planlandığında, farklı düşünmek bazen malzemeler yardımıyla boyutlu bir tipografik tasarımda içeriğe daha derin anlamlar katmak adına, etkileyici ve doğru bir tercih olarak düşünülebilir. Fakat kullanılan malzemenin sözel-görsel eşitlik veya zıtlığı sağlaması için tamamen anlama katkısı düşünülmelidir.

Immanuel Kant’ın da belirttiği gibi “İçeriksiz düşünceler boş, kavramsız sezgiler ise kördür” (Ambrose ve Aono-Billson, 2013, s.15). Bir diğer ifadeyle “Tipografi içeriği onurlandırmak için vardır” (Bringinghurst, 1999, s:17). Ambrose ve Aono-Billson (2013, s.87)’da bu durumu “Tasarım, biçim ve içeriği bir araya getirme yöntemidir” şeklinde ifade etmiştir. Özetle grafik dili iyi bilen tasarımcılar, bu içeriği sağlamak adına ustaca çalışmalıdırlar. Aslında oldukça basitmiş gibi görünen bu süreç, ciddi bir estetik bakış açısı ve sanat eğitimi gerektiren zor bir uzmanlık alanıdır. İşte bu yüzden usta bir tipografi tasarımcısı, harfleri, kelimeleri veya cümleleri doğru şekilde kullanarak özgün, kavramsal ve estetik bir tasarımla birlikte daha etkili iletişim kurmaya yardımcı olmayı hedeflemelidir.

Saltz (2011, s.24)’a göre içeriğin hizmetinde yaratıldıkları sürece, çizilmiş yazı, değiştirilmiş tipografi ve çarpık veya manipüle edilmiş harf formları da dahil olmak üzere, metnin ruhunu ve anlamını ifade etmek için her türlü efekt kullanılabilir. Tipografik tasarımda tasarımcının seçeneklerinde hiçbir sınır yoktur. Bu seçeneklerden biri tipografiyi boyutlandırmaksa amaç yine aynıdır. Her proje bir ifadeyi veya bir mesajı somutlaştırır. Mesajın ve hedef kitlenin belirlenmesi, mevcut yazının nasıl sunulacağına da belirleyici rol oynar. Önemli olan sonsuz seçenek havuzunda hangi iletişim biçiminin

daha uygun olacağını belirlemektir. Aynı zamanda bir tasarımcının mesajın amaçlanan etkisini arttırmak için kullanabileceği sayısız malzemesi vardır. Sadece boyutlu tipografi tasarımcısının, bu malzemeyi seçerken mesajın ruhuna ve amacına uygun olmasına dikkat etmesi gerekmektedir. Tipografinin nasıl boyutlandırıldığı, yerleşimi, kullanılan malzeme seçimi gibi alternatifler, tipografinin algılanışını ve ifade gücünü kuvvetlendirebilir.



Görsel 1.23. “Melted Butter” isimli boyutlu tipografi örneği (<https://every-tuesday.com>)

Sözel-görsel eşitlik ve zıtlık ifadesini birçok değerlendirmeyeyle belirlemek mümkündür. Bu değerlendirmelere, tasarım ölçüleri, projenin estetiği, verilmek istenilen etki, malzemenin işlevi gibi konular dahildir. Sadece seçilen malzemeyle bile bu değerlendirmelerin hepsi sağlanabilmektedir (Görsel 1.23). Tasarımın bütün olarak görülen ve söylenen tipografisinde verilmek istenen, mesajın görsel olarak da birebir ya da tam tersi olarak anlatılmasını sağlamaktadır. Mesajdan bağımsız sözel-görsel eşitliği sağlamak adına keyfi bir seçim yapılmamalıdır. Verilecek mesajın tersine bir düzenleme kullanarak da mesaja katkısı bakımından dikkat çekilebilmektedir. Bu durumda beklenmeyen bir karakter, düzenleme, büyüklük ya da renk seçmek uygun olan anlamına gelebilmektedir (Keleşoğlu, 2008, s.61). Aslında bütün grafik tasarım ürünlerde ya da tipografinin olduğu her yerde, sözel-görsel eşitlik veya zıtlığın düşünülerek tasarlanması gerekmektedir. Özetle, Becer (2013, s184)’in de belirttiği gibi “İlkesel bir bütünlük içinde, doğru ve anlamlı bir biçim-karşı biçim ilişkisi kurabilmek; tipografik düzenlemenin temel amacı olmalıdır”. Bu nedenle sözel-görsel eşitliği sağlamak, boyutlu tipografi için önemli bir gerekliliktir.

Boyutlu tipografinin daha iyi anlaşılabilmesi adına sonraki iki bölümde araştırılacak olan mekânın ve malzemenin etkilerini tanımak, bilmek ve kavramak önemlidir. Öncelikle boyutlandırılmış tipografinin mekân üzerinden sözel-görsel anlam bütünlüğü incelenmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

2. ÜÇ BOYUTLU TİPOGRAFİDE MEKÂN

Her tarih kitabının ilk sayfalarında yer alan mağara resimleri insanlık tarihinin başlangıcı olarak kabul edilir. Dolayısıyla ilk kalıcı iletişimin sağlanması için de bir yüzey gereksinimiyle mağara duvarlarının kullanıldığı görülür. Taşçıoğlu (2013, s.9)’na göre “İlk insanın mekânı mağarasıdır; görsel iletişimini de mağara resimleri aracılığıyla yapar” Mekân kavramında yer alan sokaklar, duvarlar, kaldırım taşları gibi birçok yer tasarımcılar ve sanatçılar tarafından tuval olarak görülmekte ve tarihin başlangıcından beri iz bırakmak isteyen insan için tasarım alanı ve iletişim yeri olarak tercih edilir. “Duygu ve düşüncelerini, kültürünü ve yaşama ilişkin edinimlerini, yaşadığı o “yer” e, yani sahip olduğu mekâna yansıtmak isteyen insan, bunu başarabilme yollarının keşfini her gün sürdürmektedir” Taşçıoğlu (2013, s.16).



Görsel 2.1. “Sokak Sanatı Örnekleri” (<http://sanatlibiblog.com>)

Mağara duvarlarından dikili taşlara, fresklerden goblenlere, duvar kağıtlarından graffitilere ve neon tabelalara kadar her ne kadar teknikler gelişse de insanlar tarafından iz bırakma isteği değişmemektedir. Dolayısıyla iletişim yeri olarak kullanılan mekânların verdiği imkândan ve ilhamdan yararlanan sanatçılar, tasarımcılar veya amatörler tarafından oldukça yaratıcı eserler ortaya çıkmaktadır (Görsel 2.1). Keleşoğlu ve Uygungöz (2014, s.4)’e göre “Ana malzemeleri imgeler ve sözcükler olan tasarımcının/sanatçının dünyası, bu iki harç arasında yapılan oyunlar, illüzyonlar ve farklı mecralar üzerinden gerçekleştirilen görsel iletişim yolları ile şekillenmektedir”. Tasarımın fikir bulma sürecinin aşamalarından biri de, tasarım fikrinin gerçekleşeceği ortama yönelik araştırma yapma aşamasıdır. Tasarımın hayat bulduğu bu ortam bazen

üzerine baskı yapılan bir kâğıt olurken bazen de dijital bir mecra olabilmektedir. Bazı tasarımları gerçekleştirmek için ise mekânın kendisinden yararlanmak zorunlu hale gelebilmektedir. Bir tasarım, bir mekân içerisinde var olacaksa o mekânın seçilmesinin arkasındaki fikir oldukça önemlidir. Çünkü yaşadığımız dünya sürekli bir gelişim ve değişimle kendine alan açmaktadır. Bu alanlarda kurgulanan eserler bizimle konuşmak için mekanlar da boy gösterir.

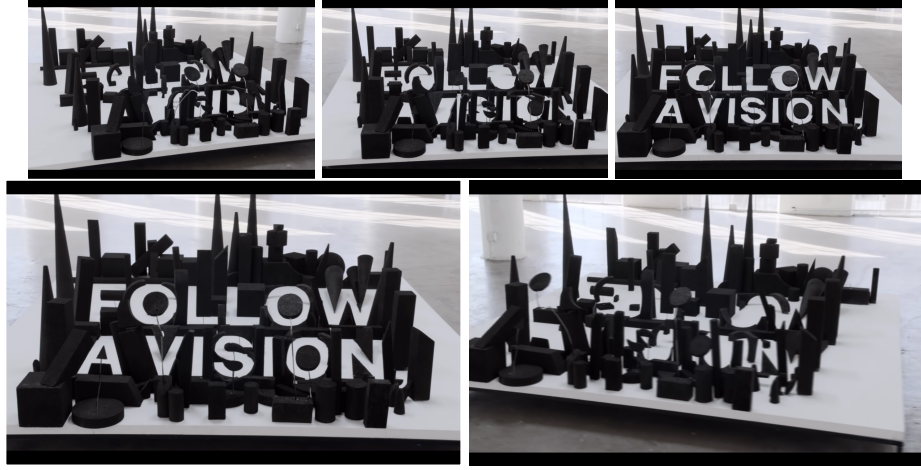
2.1.Üç Boyutlu Tipografide Anamorfoz Tekniği



Görsel 2.2. “*Seen Things Differently*” isimli anamorfik tipografi örneği, Tasarımcı: Apple, 2014 (<https://scene360.com>)

Mekânın verdiği imkândan yararlanan ve mekâna boyut katmak için kullanılan en önemli tasarımlardan biri de bakış açısıyla okunurluğun sağlandığı anamorfik tipografik tasarımlardır. Yukarıdaki görselde, Apple firmasının Kaliforniya’daki canlı etkinliklerinin bir parçası olarak her şeyi farklı görmenin önemi hakkında paylaştıkları anamorfik tipografilerden oluşan tanıtım videosunun bir kısmından alınan detaylar yer almaktadır. Belli bir noktadan bakıldığında, konsepti ifade eden “Seen things differently” yani “Farklı şeyler gördüm” yazısı okunmaktadır (Görsel 2.2). Anamorfoz tekniğiyle ilgili daha geniş bir açıklama Keleşoğlu ve Uygungöz tarafından 2014’te yayınlanan “Sanat ve Tasarımda Anamorfik Görüntüler” isimli makalede şu şekilde yer almaktadır:

Bir müzede sergilenen nadide bir sanat eserinden, grafiti sanatçılarının boyalarından yansıyarak şehir duvarlarında hayat bulan bir çizime kadar geniş bir yelpaze içinde tasarımcısı ve sanatçısı tarafından ustalıkla kullanıldığında değer bulan anamorfoz tekniği, her geçen gün bizlere yeni görseller sunmaktadır. İzleyicisiyle iletişim kurarak, iki boyutun ötesine geçen bu eserlerde yakalanan espri ve teknik çoğunlukla heyecan verici olarak tanımlanmakta ve bir kere daha bakma, görme ve izleme isteğini uyandırmaktadır. Usta ellerde ortaya çıkan sonuç, perspektifi bozulmuş, kaydırılmış, sündürülmüş ya da parçalara ayrılmış bir imge olmaktan çok, mesajını iletmek ve izleyicisini şaşırtmak için düşünülmüş tasarlanmış ve matematiksel olarak hesaplanmış bir yapıttır. Bu teknik her ne kadar geçmişte kullanılmış olsa da günümüz bakış açısıyla iç ve dış mekanlarda, grafik yerleştirmelerle mekâna boyut katmak için kullanılmaktadır. Tüm disiplinlerin sınırlarının eridiği, mimarinin ve grafik tasarımın birleştirildiği bu uygulamalar, mekâna yenilik getirmektedir (Keleşoğlu ve Uygungöz, 2014, s.16).



Görsel 2.3. “Follow a Vision” isimli anamorfik tipografi örneği, Tasarımcı: Apple, 2014.
(<https://scene360.com>)

Yukarıda yine Apple firmasının Kaliforniya’daki canlı etkinliklerinin bir parçası olarak her şeyi farklı görmenin önemi hakkında paylaştıkları anamorfik tipografilerden oluşan tanıtım videosundan bir başka görsel yer almaktadır. Belli bir açıdan bakıldığında “Follow a Vision” yani “Bir vizyonu takip et” mesajı veren bu tasarım, sözel-görsel eşitliği sağlayarak tanıtmak istedikleri firmanın vizyonuna yenilikçi bir bakış açısıyla ve etkileyici bir tasarımla hizmet etmektedir (Görsel 2.3).



Görsel 2.4. “Having” isimli anamorfik tipografi örneği, Tasarımcı: Stefan Sagmeister, 2011
(<https://tr.pinterest.com>, <http://www.typ3d.com>)

Dış mekânda boyutlu tipografi ve anamorfoz tekniğine ait bu görselde ise ünlü tasarımcı Stefan Sagmeister’a ait bir tasarım yer almaktadır. Anamorfik tipografik tasarıma güzel bir örnek olan bu açık hava tasarımında, kumaşlarla ağaçlara ve dallara dolanarak oluşturulmuş ve sadece belli bir açıdan bakıldığında okunabilen “Having” (sahip olmak) yazısı görülmektedir. Her ne kadar ağaçlar da bu işin içinde yer alsın da daha arka planda kalıp, sadece kumaşın ön planda olarak okunur hale getirdiği bu tasarım ile tipografinin boyutlu kullanılmasında mekânın yardımının, tasarlanan anamorfik tasarımlarda ilham verici bir faktör olduğu söylenebilmektedir. (Görsel 2.4).

Verilen örneklerde de görüldüğü gibi, boyutlu olması sebebiyle heykelsi bir form kazanan yazıdaki harfler sadece birbirleriyle değil, aynı zamanda bulundukları mekânla da ilişkiye geçerek daha yaşamsal bir farkındalık kazanırlar. Ayrıca mekân ile ilişkiye giren üç boyutlu tipografi uygulamalarında malzeme açısından da bir zenginlik söz konusudur (Kılıçkaya Boğ, 2017, s.2). Bazen bilgilendirme tasarımı, bazen de yönlendirme tasarımı olarak şekillenen boyutlu tipografiler, kimi zaman da sosyal sorumluluk kampanyası olarak bilinçlendirme, farkındalık oluşturma amaçlı da mekânın özelliğinden yararlanarak hayat bulmaktadır. Bu tasarımlarda boyutun konumlandırılmasıyla oluşan gölgedeki yazıyla da yer yer kendini göstermektedir. Araştırmanın konusu olan boyutlu tipografi terimine esin kaynağı olarak mekânın verdiği olanakların kullanılmasıyla sıklıkla karşılaşılmaktadır. Kullanım yerine göre kategorileştirilen bu tasarımlar, iç mekân ve dış mekân olarak ikiye ayrılarak incelenmiştir. Özellikle iç mekân tasarımlarında genellikle ticari amaçla grafik bir dil oluşturulan mağaza duvarları ya da sergi mekanları sıklıkla tercih edilmiştir.

2.2. İç Mekânda Tasarlanmış Üç Boyutlu Tipografiler

Dijital sanat, 3 boyutlu görselleştirme ve tipografiyle uğraşan Fransız tasarımcı Benoit Challand'ın yazı, mimari ve tasarımı birleştiren 3 boyutlu görselleştirme çalışmaları tipografiye farklı bir bakış açısı getirmiştir. Takımın performansını artırmak için ergonomi, çok amaçlı mobilyalar, hareketli duvar bölücülerinden pozitif renk paletlerine kadar, geleneksel kabinin dışına çıkan bu tasarımda her biri alfabenin bir harfi gibi görünecek şekilde tasarlanmış bireysel iş istasyonlarıyla açık bir ofis alanı tasarlamıştır. Yıllar boyu tasarım ofislerinde animasyon çalışması yaptıktan sonra kendi fikirlerini daha özgürce ifade edebilmek için tek başına çalışmaya başlayan tasarımcı, çalışmaları için kendi çevresindeki mimari ve tasarımdan esinlendiğini belirtmiştir. Ofis mobilyalarıyla oluşturduğu görseldeki tipografi çalışmasında “Fold yard” yani “ağıl” yazmaktadır (Görsel 2.5.) Tasarımcının bu çalışmasında, ofis ortamındaki insanların “çiftlik hayvanları” gibi görünmez bir çitle çevrili bir alanda çalışıklarına gönderme yapmaktadır (Aksu, 2014).



Görsel 2.5. “Fold Yard” isimli boyutlu tipografi örneği, Tasarımcı: Benoit Challand, 2014
(<https://www.designboom.com>)

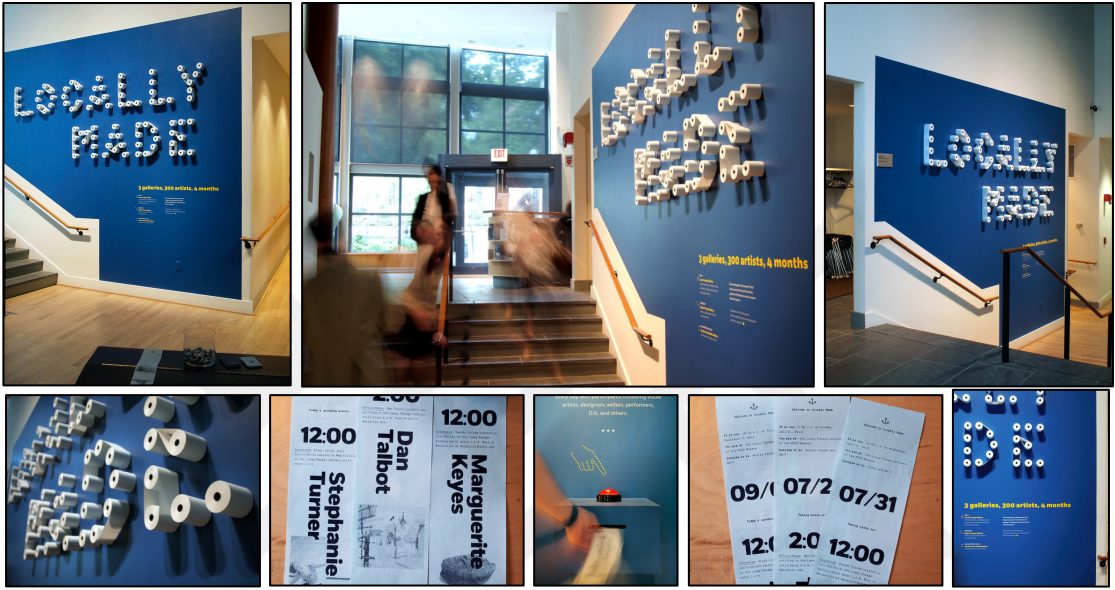
Bu tasarımda A şeklindeki bir masaya oturabilir ve bir geminin pruvasında veya D’nin pürüzsüz kıvrımındaymış gibi hissedebilirsiniz Alçak oturma duvarları ve gömme rafları olan bu tasarım, diğer kabin ünitelerine benzemekle birlikte kuşbakışı bakıldığında boyutlu tipografiyi ortaya çıkarır. Bu proje, tipik olarak tipografideki formları alır ve bunu mobilya tasarımı olarak üç boyutlu olarak yansıtır; aynı zamanda mekânın daha alışılmadık şekillerde organize edilebileceğini ifade eder ve farklı bir bakış açısı sunar (Chin, 2014).



Görsel 2.6. Kikki.K Londra Mağazası İç Mekan Tasarımı, Tasarımcı: Dalziel & Pow, 2018, Londra, İngiltere (<https://retaildesignblog.net>)

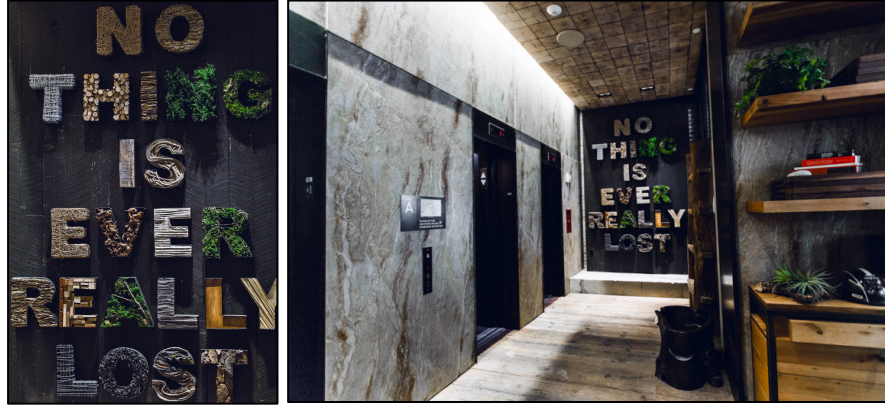
İsveç tasarım markası kikki.K, İngiltere’de Dalziel & Pow tarafından tasarlanan bir Londra pop-up mağazasıyla birlikte 2018 yılında açılış yapmıştır. Temel özellikler arasında dinamik ekran manzaraları, özenle tasarlanmış çalışma alanları, nötr, toprak rengi, ahşap ve beyaz tonlarından oluşan renk paletleri ve her koleksiyonun arkasındaki ilhamı vurgulayan ruh hali panoları bulunmaktadır. Pop-up’ı, markanın otantik hikayesini, İsveç mirasını ve tasarım felsefesini, kırtasiye ve tasarım yoluyla anlatım, zengin, ilgi çekici ve benzersiz bir örneğiyle hem İngiliz tüketicilere hem de turistlere tanıtmayı amaçlamıştır. Bu mağazada markanın yaratıcı tutkusunu gösteren iki sanatsal enstalasyon bulunmaktadır. Bunlardan bir tanesi boyutlu tipografi şeklinde kasanın arkasında yer almaktadır. kikki.K’nin marka amacı olan “Dream. Do. Enjoy. Share” yani “Hayal Et. Yap. Zevk Al. Paylaş”, mağaza boyunca uzanan bir duvara yerleştirilen yaklaşık iki bin beyaz kalemden oluşmakta ve tasarlanan bu bir duvar enstalasyonu

anlamlı bir şekilde hayat bulmaktadır (Görsel 2.6). Bu tasarımı ilgili Dalziel & Pow Digital'in Yardımcı Tasarım Direktörü Ross Phillips şunları söylemiştir: “Anlatacak çok benzersiz ve kişisel bir hikayesi olan bir markayla çalışmak büyük bir zevk. Markaya, ürüne ve mekâna uygun hissettiren zengin bir görsel-işitsel işlemle bu hikayelere hayat vermek için yaratıcı ekiplerle yoğun bir şekilde çalıştık” (http-4). Görselden de anlaşıldığı gibi mağazanın amacı, mağazanın ürünleriyle etkili bir şekilde görselleştirilen anlamlı bir boyutlu tasarım oluşmuştur.



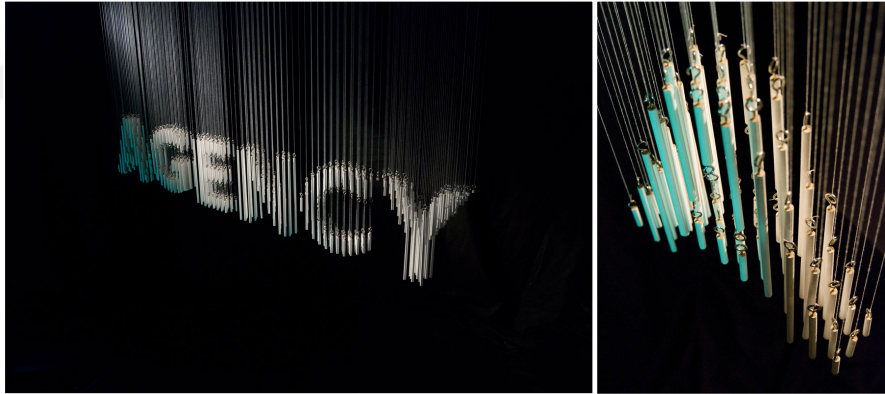
Görsel 2.7. “Locally Made” isimli boyutlu tipografi örneği, Tasarım: RISD Grafik Tasarım Bölümü öğretim üyeleri ve The Design Office, 2013, Providence, ABD (<http://thedesigntoffice.org>)

Mekân içerisinde düzenlenen farklı bir örnek 2013 yılında RISD Müzesi’nde “Locally Made” isimli bir sergi düzenlenmesidir. 4 ay boyunca süren bu sergide, 300 sanatçı ve 180 canlı performans yer almaktadır. Bu kadar çok eserin yer aldığı, uzun süreli ve günlük olarak değişen bir sergi için katalog bastırmak yerine farklı bilgi platformu oluşturulmuştur. RISD Grafik Tasarım öğretim üyeleri Lucinda Hitchcock ve Benjamin Shaykin’in de dahil olduğu bir grup, Providence tasarımcısı olan The Design Office tarafından oluşturulan bir baskı makinesiyle, sergi hakkında bilgilerin günlük bir rehber ve ziyaretçi kılavuzu olarak yer aldığı makbuzların yazdırılması için, müzenin çıkışına bir buton ve bir baskı makinesi yerleştirmişlerdir. Aynı zamanda duvarda da serginin adının yazılı olduğu boyutlu bir tipografik tasarıma yer verilmiştir (Görsel 2.7). Makbuz rulolarıyla oluşturulan bu tipografide, serginin adı olan “Locally Made” yani “Yerel Üretim” yazmaktadır (Solondz, 2014).



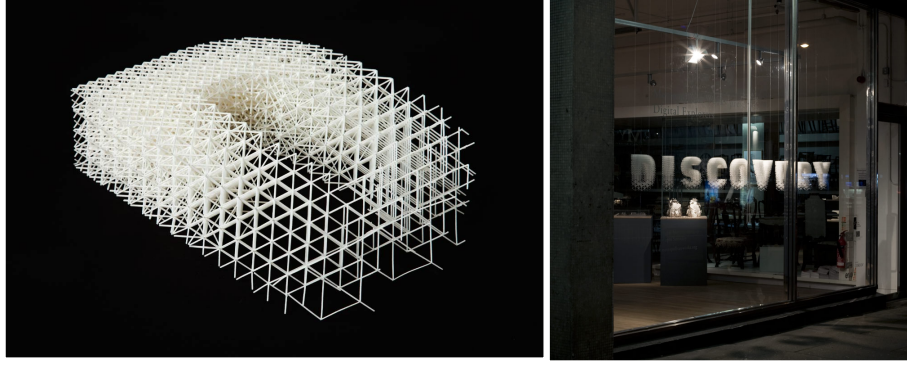
Görsel 2.8. “Hotel Central Park İç Mekan Tasarımı”, Fotoğraf: Karen Rosalie, 2015, New York, ABD. (<https://thechrisellefactor.com>)

Yukardaki görselde New York’ta bulunan Central Park Hoteli’nin içinde yer alan bir duvar tasarımı görülmektedir. Duvarda farklı doğal malzemelerin harf formlarına dönüştürülmesiyle “No Thing is Really Lost” yani “Hiçbir Şey Gerçekten Kaybolmadı” yazmaktadır. Sözel-görsel eşitliği sağlayan bu tasarım kullanılan malzeme, sergilenen sanat, mekâna kattığı estetik bakımından oldukça uyumlu ve ilham verici gözükmetedir (Görsel 2.8).



Görsel 2.9. “Agency Sign” isimli boyutlu tipografi tasarımı, Tasarımcı: Oscar & Ewan, Fotoğraf: Pelle Crépin, 2008, Johor, Malezya (<http://www.oscarandewan.se>)

Oscar & Ewan kitap tasarımı, müzik tasarımı, mobilya tasarımı ve sanat enstalasyonları gibi çeşitli branşlarda çalışan, Londra merkezli küçük bir tasarım stüdyosudur. Tasarımcıları, YCN ajansı için rüzgâr ve harekete tepki veren görseldeki boyutlu tipografiyi tasarlamışlardır (Abbink ve Anderson, 2010, s. 191). Tasarımda “Agency” (ajans) yazısı için harfler tek tek, asılı çubuklardan oluşmaktadır (Görsel 2.9). Rüzgâra, perspektife ve ışığa bağlı olarak boyutları değişebilen aynı zamanda 3 boyutlu yapı yanılışmasını elde edebilmek için, harf başına yaklaşık 50 adet ip üzerine asılan beyaz dübel çubukları kullanılmaktadır (http-5).

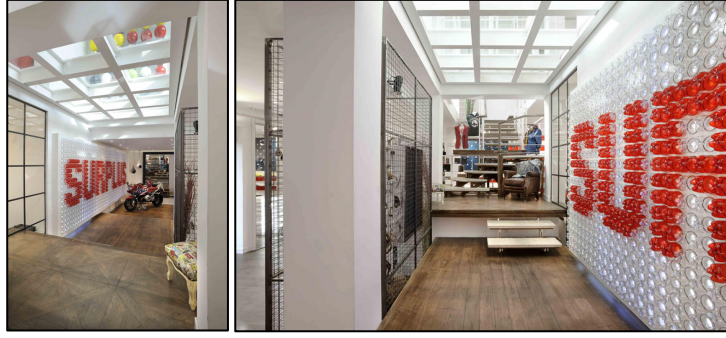


Görsel 2.10. “Discovery” isimli boyutlu tipografi tasarımı, Tasarım: Oscar & Ewan, Fotoğraf: Pelle Crépin, 2009, Londra, İngiltere (<http://www.oscarandewan.se>)

Diğer görselde yer alan “Discovery” Londra Metropolitan Üniversitesi’nin ve aynı zamanda Londra’nın ilk Yaratıcı Endüstriler Merkezi olan Metropolitan Works’ün açılışını kutlamak için, dijital olarak üretilmiş işlerden oluşan boyutlu bir tipografik tasarımıdır (Görsel 2.10). Metropolitan Works, yaratıcı yetenekleri Londra ve İngiltere’deki üreticilerle bir araya getirerek, yaratıcı beyinlerin yenilik yapmaları için araçlar sağlamasına yardımcı olan bir kurumdur (Abbink ve Anderson, 2010, s. 191). Bu merkezde atölyelerden sergilere, prototiplemeden dijital üretime kadar birçok imkân bulunmaktadır. Bu genç yetenekler, tesislerini kullanarak boyutlu bir tasarım üretmeleri için görevlendirilmiştir. Üç boyutlu yazıcı kullanılarak iki boyutlu çizimin üç boyutlu ortama dönüştürüldüğü bu tasarımda, koyu gri duvarlar ve düşük seviyeli ışık, ağırlıklı olarak beyaz nesnelerin öne çıkmasını sağlayan doğrudan spot aydınlatma kullanılmıştır. Yaratıcı Endüstriler Merkezi’nin misyonuna ve vizyonuna uygun, bünyelerinde var olan bir teknoloji yardımıyla oluşturulan keşif anlamındaki discovery yazısında, sözel-görsel eşitliğin mekânla olan uyumu ve söylediği söze vurgu yapılmıştır (http-6).



Görsel 2.11. “Surplus” isimli boyutlu tipografi tasarımı, Tasarım: Angelo Luigi Tartaglia, Fotoğraf: Gianni Franchellucci, 2016, Roma, İtalya. (<https://www.contemporist.com>)



Görsel 2.12. (devamı) “Surplus” isimli boyutlu tipografi tasarımı, Tasarım: Angelo Luigi Tartaglia, Fotoğraf: Gianni Franchellucci, 2016, Roma, İtalya. (<https://www.contemporist.com>)

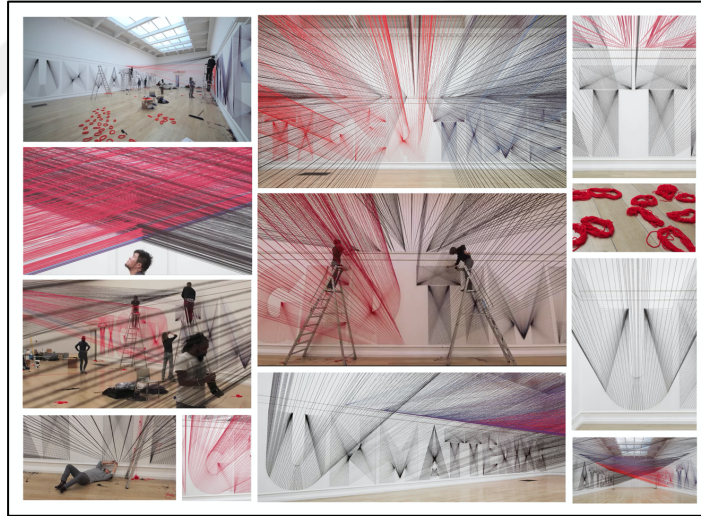
Angelo Luigi Tartaglia, İtalya’nın Roma kentinde yer alan “Surplus” isimli bir giyim firmasının konsept mağazası için mağazanın bir duvarını kaplayacak ölçüde dev bir logo tasarlamıştır (Görsel 2.11). Bu mağazanın tasarlanması için düşünülen kavramların içinde eski, kullanılmış, geri dönüşüm gibi ifadeler yer almaktadır. Geri dönüştürülmüş eski eşyalardan oluşacak olan mağazalar zincirinin ilk mağazası için tasarlanan görseldeki logo tasarımı da konseptte uygun olarak 900’den fazla plastik pet şişelerin bir araya gelmesiyle oluşturulmaktadır. Gianni Franchellucci tarafından fotoğraflanan bu tasarımda, kırmızı pet şişelerle “fazlalık” anlamındaki mağazanın ismi “Surplus” yazısı görünürken kalan dikdörtgen zeminin oluşması için de şeffaf pet şişelerden yararlanılmaktadır. Angelo Luigi Tartaglia’nın tasarımı, göz alıcı bir sanat eseri olmanın yanı sıra, şirketi, bilinçli tüketiciler arasında giderek daha önemli hale gelen çevre dostu vizyonla da ilişkilendirilmektedir (Niessen, 2016).

Grafik tasarımcı Stefan Sagmeister’in psikoloji ve maddeyle ilgili mutluluk keşiflerini belgeleyen “Happy Show” “mutlu gösteri” isimli sergisi, Viyana’daki MAK (Avusturya Uygulamalı Sanatlar / Çağdaş Sanat Müzesi)’ta yer almıştır. 1993 yılında New York tasarım stüdyosu, Sagmeister & Walsh’u kuran Sagmeister, mutluluğu artırmanın yöntemleri üzerine uzun bir araştırma döneminin ardından sergiyi bir araya getirmiştir. Avusturyalı tasarımcı, psikologlarla konuşmuş ve meditasyondan ruh halini değiştiren ilaçlara kadar her şeyi araştırmıştır. Deneyleri ve sonuçları bir dizi büyük ölçekli infografik, enstalasyon ve büyük boyutlu tipografik parçalarla sergilenmiştir. Psikologlarla iş birliği yapılarak oluşturulan bu sergide mutlulukla ilgili çeşitli istatistikler de ortaya konulmaktadır (http-7).



Görsel 2.13. Stefan Sagmeister'in "The Happy Show" sergisinden görseller, 2012, Viyana, Avusturya (<https://www.dezeen.com>)

Serginin en enteresan işlerinden biri ise yukardaki görselde görülen interaktif bisiklettir. Duvarda neon tüplerden oluşan belli ifadeler gösterilmektedir. Ziyaretçiler pedal çevirdikçe karşılarında yanan, durduklarında sönen neon yazılar, Sagmeister'in mizahi tonu yüksek bir çalışmaya imza attığını göstermektedir. Ekranda oluşan yazıların mavilerinde; "Actually doing the things I set out to do increases my overall level of satisfaction" (Aslında yapmak için belirlediğim şeyleri yapmak genel memnuniyet düzeyimi arttırıyor), kırmızılarında ise "Seek discomfort" yani "Rahatsızlık aramak" şeklinde ifade edilmektedir (Görsel 2.12).



Görsel 2.14. "Too Much Night, Again" isimli boyutlu tpografi tasarımı, Tasarım: Pae White, Fotoğraf: Andy Keate, 2013, Londra, İngiltere (<https://www.southlondongallery.org>)

Los Angeles merkezli sanatçı Pae White, çeşitli teknikler ve ortamlardan yararlanarak mekâna özgü enstalasyonlarla sanat, zanaat ve mimariyi birleştiren tasarımlar yapan bir sanatçıdır. Görselde yer alan "Too Much Night, Again" yani "Yine, Çok Fazla Gece" adlı çalışması, Pae White'ın kendi uykusuzluk deneyimlerinden yola çıkarak tasarlanmış bir iplik enstalasyonudur (Görsel 2.13). White'ın mekânsal projesi, sanatçının malzemelerle çalışmaya olan ilgisinin ve uykusuzluğunun bir sonucudur. White'ın yapıyı oluşturmak için kullandığı boyutlar, bir uykusuzluğun zihnine

bakıyormuş izlenimi vermektedir. Dışarıdan bakıldığında, izleyiciler uykusuzluk çekenlerin zihninde neler olup bittiğine dair hiçbir fikre sahip değilken, sadece uykusuzluğun, bilinç akışını sembolize eden havadaki iplikler tarafından düşünceye boğulduğu fikrini açıkça göstermektedir. Büyük ölçekli yapı, iyi bir gece uykusundan mahrum bırakıldığında ve kişilerin kendileriyle çok fazla yüz yüze geldiklerinde, sonsuz düşünce akışını yansıtmaktadır. Enstalasyonun bir duvarında “Tiger Time” yani “Kaplan Zamanı” kelimelerinin geometrik olarak karşı yüzeydeki "Unmattering" yani “Karşılaşmazlık, değişmez, önemsiz” kelimesine bağlanan iplerle çapraz geçiş yaparak oluşturmaktadır. Tiger Time “Kaplan, Kaplan, Gecenin ormanında ısıll ısıll yanan parlak yalaza, hangi ölümsüz el ya da göz, hangi, kurabildi o korkunç simetrini... şeklinde başlayan William Blacke’in fenomen şiiri Tiger Tiger’dan gelmektedir. Enstalasyonun kelimeleri ve renk şeması, White’ın yaşamındaki uykusuzluk dönemine de gönderme yapmaktadır ([http-8](http://8)).

Bu ip matrisini kurmak, 48 kilometre uzunluğunda iplik ve iki haftalık titiz bir çalışma gerektirmiştir. Böylesine güçlü bir izlenim yaratmak için, böylesine ince, basit bir malzeme kullanmak, mantıksız ve önemsiz korkuların uykudan yoksun zihin üzerindeki etkisine bir örnektir; günlük endişelerin karanlıkta çok güçlü hale gelişinin kanıtıdır. Birbiriyle örtüşen siyahlar, maviler ve morlar daha da eski bir “canavara” atıfta bulunur. Çocukken White’ı perdeleyen ve yatağının altında saklı kalan Black Sabbath’ın Master of Reality albüm kapağının renk şemasından ilham alınarak, kırmızı ışık parıldarken tehlikeyi, acı ve korkuyu ifade eden diğer gölgelerden oluşmaktadır. İlk bakışta çalışma sanatsal dokumacı kimliğine benzerlik göstermektedir; ancak, White’ın çalışmalarının ana teması sadece keçeleşmiş bir örümcek ağı değil, birbirine yaklaşan ve bunaltan dağınık düşünce dizileridir. Parçanın içinde ve bu karanlık iplikler arasında yürürken, izleyicide meditatif ve büyüleyici bir duygu hissettirir. Kurgunun bu kadar etkileyici olmasının altında yatan başarısı, yorgunluğun etkilerini yansıtmaktadır. Şaşkın gözler, aşırı şişmiş duygular ve abartılı önem kazanan rastgele düşünceler ve fikirler. Renk çizgileri odanın ortasında birbirinin içinden geçiyor, göze çarpıyor ve hatta hareket ediyormuş gibi görünüyor; tıpkı yorgunluk gibi... (Hodge, 2013).

2.3. Dış Mekânda Tasarlanmış Üç Boyutlu Tipografler

Hızlı endüstrileşme sonucu oluşan büyük kentlerde yoğunlaşan nüfus ve endüstriye bağımlı olarak mimaride de yeni gereksinimler oluşmuştur. Hızla büyüyen kentlerde

yoğunlaşan nüfusun gereksinimleri kısa sürede konut yapımını gerektirmiş, beton ve çelik teknolojisinin yapılara uygulanmasıyla, büyük toplantı salonları, stadyum, süper marketler, iş merkezleri, fabrikalar, otoparklar, dinlenme tesisleri, sinema ve tiyatro salonları, çok katlı blok apartmanlardan oluşan yapıları doğurmuş ve bu yapılar çağın mimarisini getirmiştir. İnşa edilen bu yapılar, hızla tarihsel çevreyi yok ederken diğer yandan çeşitli sanat dalları arasında, yararlı ve güzelin birlikte gerçekleştirildiği bir kültürel yaratım olan mimarlığın günlük yaşama sanatından çıkarılıp, teknoloji konusu olarak salt yarar nesnesine dönüşüp metalaşmasını sağlamıştır (İlbeyi Demir, 2009, s.72).

Son zamanlarda oldukça popüler hale gelen, İngilizcesi *moss graffiti* olarak geçen bir nevi yosunla yazı yazma sanatı olarak ifade edilebilecek görseldeki örnekler, zararlı kimyasal maddelerle yapılan grafiti sanatının bir parça olsun önüne geçmeyi amaçlamaktadır. Çevreye zarar veren boya yerine yosun kullanılarak kamusal alanların duvarına yazı yazmak için kullanılan bu sokak sanatıyla sanatçılar artık çevreye zarar vermeden eserler üretebilmektedirler. Anna Garforth ekolojik ve çevresel konulara dikkat çeken tipografi ağırlıklı yerleştirme çalışmalarıyla bilinmektedir. Anna Garforth'un 2013 yılında organik tipografi ile çözümlediği 'Grow' yani "Büyümek" adlı çalışması, Londra'da kendi kendini başlatan proje olarak tanımlanmaktadır. Yosunla biçimlendirilen bu kelime, kendi haline terkedilmiş bir arsada mini bir ekosistem oluşabileceğini vurgulamaktadır. Garforth, yaban hayat yok edilmeye çalışılsa da doğanın kendiliğinden büyümeyi sürdürdüğünü savunmuştur. Doğa dostu bu tasarımlarla yazılan görseldeki "natur" yani "doğa" yazısı da, yine aynı sanatçının bu amaca hizmet etmek için oluşturduğu bir diğer tasarımıdır (Görsel 2.14).



Görsel 2.15. "Moss Graffiti" tasarımları, Tasarım: Anna Garforth, 2013, Londra, İngiltere (<https://mimuu.com>, <https://www.designboom.com>)

Aşağıdaki görselde İspanya Kentsel Sanat Festivali için çimden yapılmış boyutlu tipografik tasarım örneği yer almaktadır. Bu tasarımda “Semilla pero no se toca” (zehirli olmayan tohum / oynanmamış tohum) yazmaktadır. Doğanın, bitkilerin ve gezegenin bize ait olmadığı ve doğanın korunması gerektiği fikrinden bahseden tasarımda, malzeme olarak filizlenmiş tohum kullanılmaktadır. Söylediği sözle kullanılan malzeme birebir örtüşmektedir ve böylelikle sözel-görsel eşitlik kavramına örnek oluşturmaktadır (Görsel 2.15).



Görsel 2.16. “Semilla Pero No Se Toca”, Lo Siento Studio, 2008, İspanya (<http://www.losiento.net>)

Baltimore’da bulunan bir mahallenin sakinleri, tasarlanmış ve otobüs bekleyecekleri en farklı yere sahipler. Ustalıkla tasarlanmış durakta, banklar yeni bir oturma alanı olarak işlev görürken kelimenin tam anlamıyla “BUS” kelimesini heceleleyen üç adet boyutlu tipografik heykelden oluşmaktadır. Otobüs durağı, 1998’den beri Madrid’de kamusal alanlar tasarlayan Emilio Alarcón, Alberto Alarcón, Ciro Márquez ve Eva Salmerón isimli sanatçılar tarafından tasarlanmıştır. Bu durak, şehir mobilyalarını inşa etmek için kullanılan malzemeler olan ahşap ve çelikten yapılmıştır. “BUS” ın üç harfi, her biri iki ila dört kişiyi barındıracak ve onları yağmur, güneş, rüzgâr ve sert hava koşullarından koruyacak kadar büyük düşünülmüştür. İnsanların otobüsü beklerken farklı oturma veya ayakta durma pozisyonlarını almalarına izin vermektedir. BUS projesi, Avrupa ile Baltimore arasında yaratıcı bir yer oluşturma girişimi olan Transit’in bir parçasıdır (Jobson, 2014) (Görsel 2.16).



Görsel 2.17. “Bus Station” isimli boyutlu tipografi örneği, Tasarım: Emilio Alarcón, Alberto Alarcón, Ciro Márquez ve Eva Salmeró, 2014, Baltimore, ABD (<https://www.thisiscollossal.com>)



Görsel 2.18. “Rethink” isimli boyutlu tipografi örneği, Tasarım: Anna Garforth, 2010, Londra, İngiltere (<https://www.designboom.com>)

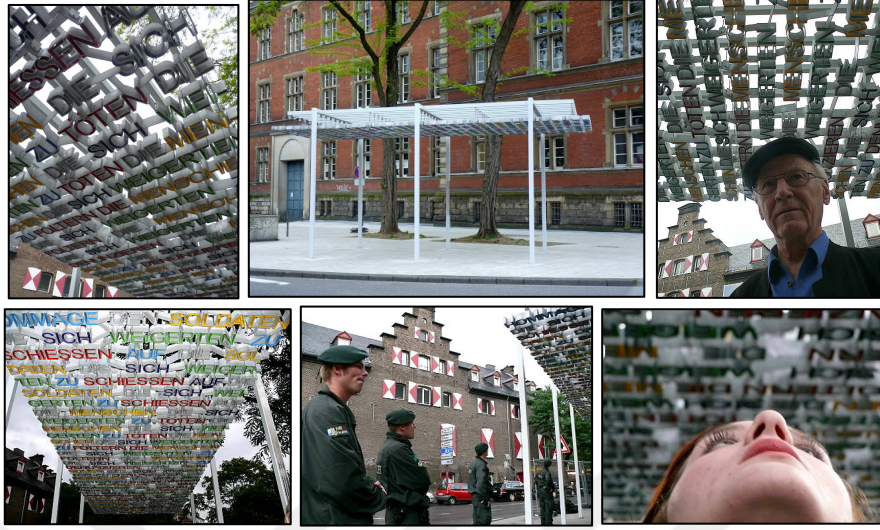
Yosunla yazılmış “grow” örneğinde görüldüğü gibi (Görsel 2.17) yukarıdaki görselde de yine ekolojik ve çevresel konulara dikkat çeken tasarımcı Anna Garforth’e ait bir tasarım görülmektedir. Bu görselde dört saatlik bir çalışma sonunda oluşturulan “Rethink” yani “yeniden düşün” isimli tasarımı yer almaktadır. Bu tasarım Londra’da, İngiltere’nin büyük ölçüde bağlı olduğu gaz ve su kaynaklarına ait Regents kanalının önünde bulunan kamu kurumu etrafındaki demir çitler üzerine uygulanmıştır. Sonbahar yaprakları ve çam iğneleriyle oluşturulan bu tasarım, toplumun kaynakları nasıl tükettiğine dair yeniden düşünme ihtiyacına vurgu yaparak farkındalık kazandırmayı amaçlamıştır (Görsel 2.17).



Görsel 2.19. “Coin Street” isimli boyutlu tipografi örneği, Tasarım: Stefan Sagmeister, 2011, Amsterdam, Hollanda (<https://mymodernmet.com>)

Yukarıda Amsterdam’daki Waagdragerhof Meydanı’nda 250.000 Euro sentlik madeni paralarla 300 metrekarelik bir alanda oluşturulmuş Stefan Sagmeister’a ait bir tasarım görülmektedir (Görsel 2.18). Tasarımda “Obsessions Make My Life Worse and My Work Better” yani “Takıntılar hayatımı kötü, işimiye iyi yapar” yazmaktadır. Bu boyutlu tipografik tasarımın temasını kendi hayatıyla ilişkilendiren tasarımcı, kişisel hayatındaki olaylara nadiren takılırken, işinde oldukça takıntılı olduğunu ve bu takıntı sayesinde de en iyi projeleri ürettiğini ifade etmektedir (Ha, 2011). Ekonomik açıdan kötü

bir dönemde paradan yapılan bu boyutlu tipografik tasarım, halkın büyük ilgisini çekmiştir, ancak kurulduktan yaklaşık 20 saat sonra yetkililer tarafından sökülüştür.



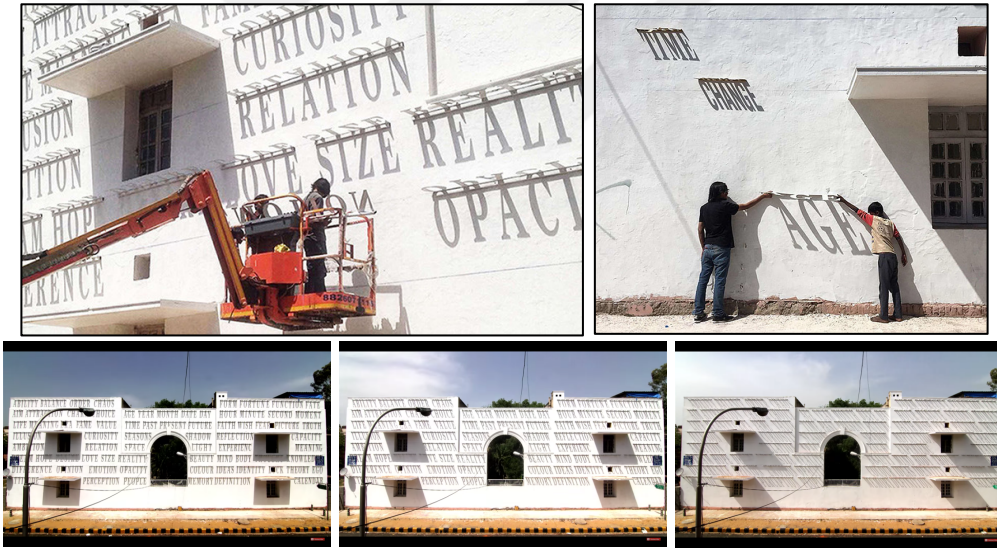
Görsel 2.20. “Tipografik Anıt”, Tasarım: Ruedi Baur, Denis Coueignoux, Vera Kockot ve Karim Sabano, 2009, Köln, Almanya (<http://www.nrhz.de>)

Görselde Almanya Köln’de anıt olarak tasarlanmış bir boyutlu tipografik tasarım yer almaktadır (Görsel 2.19). Bu anıt, Nazi Kuvvetlerine karşı askeri isyankarlara, işine bağlı muhaliflere, sivil savaş karşıtlarına adanmıştır. 30.000 asker ve sivilin, Nazi Askeri Yargıçlar tarafından yargılanıp, mahkûm edilip, bunlardan 20.000’i için hükmün yerine getirilmesi bilgisine anıtın ayaklarından birine yerleştirilen yazılarda rastlanmaktadır. ‘Onların cesareti, saygımızı hak ediyor’ cümlesiyle biten açıklamalar Almanca, İngilizce Dillerinde ve Braille Alfabesiyle yazılmıştır (Kılıçkaya Boğ, 2017, s.64).



Görsel 2.21. “Vietnam Şehitleri Anıtı”, Tasarım: Maya Ying Lin, 1982, Washington, ABD (<https://www.archdaily.com>)

Maya Lin, henüz 21 yaşında ve Yale'de lisans eğitimini bitirirken Washington DC'de Vietnam Şehitleri Anıtı için tasarım yarışmasını kazanmıştır. Bu anıt, dünyanın en tanınmış tasarımlarından biri haline gelmiş, klasik geleneklerden koparak ve bir tipolojinin söylemini dramatik şekilde değiştirerek anıtsal tasarım için büyük bir değişimin habercisi olmuştur (Görsel 2.20). Vietnam Şehitleri Anıtı, hiyerarşi olmadan, sırayla, belirli isimleri listeleyerek oluşturulmuştur. İnsanların duvarda ne yapacağı sorulduğunda Lin samimiyetle, “ağlayacaklar” demiştir. O yıllarda ikonoklastik olarak kabul görmüş, kara taştan yapılmış, açık bir şekilde ölüleri isimlendiren bu anıt ile, ziyaretçiler üzerinde yapacağı derin etkinin ve gelecekteki anıtları nasıl değiştireceğinin çok az kişi tarafından hissedilmesini sağlamıştır. Her zaman, döneminin ruhunu ve diyalogunu yansıtan işler yapmaya çalışan Lin, kendisini bir anıtcı, sanatçı ya da mimar olarak değil, açık kategorilere meydan okuyan bir melez olarak görmektedir (Gintoff, 2019).



Görsel 2.22. “Time Changes Everything” isimli tipografi tasarımı, Tasarım: Daku, 2016, Yeni Delhi, Hindistan (<https://www.archdaily.com>)

Görselde Hindistan’ın en ünlü sokak sanatçısı Daku (Hintçe haydut) tarafından tasarlanmış “Time Changes Everything” yani “Zaman Her Şeyi Değiştirir” isimli bir proje yer almaktadır (Görsel 2.21). DAKU’nun bu boyutlu tipografik tasarımı, zaman kavramını harflerle ve gölgelerle oynayarak ustaca görselleştirmektedir. Sanatçı, her zamanki pratiğine başvurarak, bir binanın üzerine kalıcı olarak kelimeler boyamak yerine, bu proje için zamana duyarlı bir dizi kelimeyi (“Geçmiş, Şimdiki, Gelecek, Hafıza, Kimlik ...”) bina yüzeyine yansıtmayı seçmiştir. Tıpkı bir güneş saati gibi çalışan bu boyutlu tasarım, duvara monte edilmiş boyutlu tipografilerin üzerine güneş ışığı belli

açılarda geldiğinde, gölgesiyle oluşan yazılardan mesajı okutmaktadır. Yazıların gölge şeklinde oluşması 9:30-14:30 saatleri arasına denk gelir. “Bu parçada vurgulanan kelimeler sadece hayatın doğasından değil, aynı zamanda sokak sanatının sürekli değişen geçici doğasından da bahsetmektedir (Linch, 2016).

Bu ana kadar, iç mekânda ve dış mekânda, tipografik malzemeler kullanılarak boyutlandırılmış tasarımlar eşitlik-zıtlık kavramıyla birlikte örneklerle irdelenmiştir. Bir sonraki bölümde ise malzemelerle oluşturulmuş boyutlu tipografiler incelenmiş olup sözel-görsel eşitlik ve/veya zıtlık açısından değerlendirilmektedir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ÜÇ BOYUTLU TİPOGRAFİDE MALZEME

Tasarımcılar veya sanatçılar malzemeyi tasarıma veya sanat eserine dahil ederek içeriğe anlamsal katkı sağlamayı amaçlar. Bazen amaç etkiyi arttırmak bazen izleyiciye hızlı bir şekilde ulaşmak, bazen de izleyiciyle etkileşime geçmek için tercih edilir. Bu malzemeler hedefe doğru şekilde ulaşmak için dikkatlice seçilir ve sunulur. Bir tasarımcının, mesajın amaçlanan etkisini arttırmak için kullanabileceği sayısız malzeme vardır. Malzemenin seçimi mesajın nasıl daha iyi iletileceği fikrine dayanmaktadır. Aslında boyutlu tipografik tasarımlarda seçilen nesnenin ne söyleyeceğini bilmek çok önemlidir. Neden bu malzeme ve neden bu sözü söylüyor? Onunla (görerek, dokunarak, kullanarak, vs.) etkileşime giren izleyici ne hissetmeli gibi bazı sorulara cevap arar. Boyutlandırılmış tipografinin başarısı da, cevap bulduğu zaman doğru mesajı iletir.



Görsel 3.1. Adobe Tasarım Başarı Ödülleri Afişi, Tasarım: Stefan Sagmeister, 2003.
(<https://www.artsthread.com>)

Örnekte görülen “Adobe Tasarım Başarı Ödülleri Afişi” sayısız kahve fincanından oluşmaktadır. Adobe programını kullanarak gece geç saatlere kadar yapılan çalışmaların çok fazla kafein anlamına geldiği gerekçesine dayanarak tasarlanan bu çalışma ile malzeme ve mesaj uyumunu gözler önüne sermektedir (Görsel 3.1).

Önemli olan fikri pekiştirecek doğru malzemeyi seçmektir. İlgilenilen tek şey malzeme değil, itici bir unsur olarak hareket eden arkasındaki fikirdir. (Klanten, ve Hellige, 2008, s.172). Seçilen malzemeler bunu yansıtmakta çok önemlidir. Kılıçkaya Boğ (2017, s.2,3)’a göre kâğıt üzerindeki mürekkep dokusundan sıyrılan yazı, üç boyutlu olarak kurgulanırken her türlü malzeme ile sınırsız etkileşime girebilmelidir. Kimi zaman atık malzemelerde hayat bulan tipografi, kimi zaman da doğanın kendisinde var olan elemanlarda kendini gösterir. Birçok tasarımcı, pleksiglastan atılan tel parçalarına, bulaşık süngerlerinden lavabo bataryalarına kadar değişen sayısız malzemeyle

oluşturulan katı boyutlu nesnelerle kelimeler üretmektedir. İmgeyi yaratacak her şey, sözcükleri etkileyici bir biçimde sunmak isteyen tasarımcı için potansiyel bir araç haline gelmelidir (Carter, Meggs ve Wheeler, 2008, s.186).

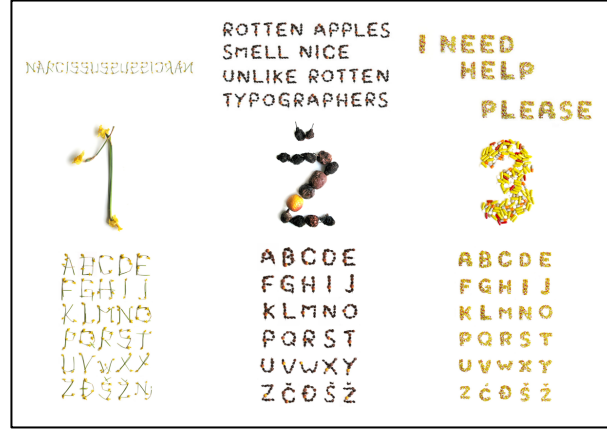
Yazı ve imaj nesnel olarak kullanıldıkları zaman, güçlü belirleyici yeteneklere sahiptirler ve kişisel peşin hükümlerden bağımsızdırlar; ayrıca çok güçlü çağrışım meydana getirme özellikleri vardır (Selamet, 1995, s.136). Üç boyutlu tipografi oluşturmak için kullanıldığında malzemelerin de kendine ait bir sözü ve bir etkisi olmalıdır. Bu nedenle malzemeyle oluşturulan formlarda, malzemenin dikkatle seçilmesi önemlidir. Yani malzeme içeriğe uygun olmalı ve tasarımla bütünleşmelidir. Bu tür üç boyutlu tasarımların bir kısmında fikir ilk bakışta izleyiciye direkt aktarılırken, bir kısmı ise süreçle birlikte daha dikkatli bir şekilde incelendiğinde ancak altında yatan asıl anlam zaman içinde ortaya çıkmaktadır. Üç boyutlu tipografide harfleri oluşturan malzemeler de kendi içinde farklı kategorilere ayrılmaktadır. Kimi zaman aynı malzemelerin ya da farklı malzemelerin bir araya gelmesiyle oluşan üç boyutlu tipografik tasarımlar, kimi zaman boyutlu harf formlarının renklenmesiyle-çoğunlukla da şekillenmesiyle etkili bir tasarım elemanına dönüşmektedirler. Dolayısıyla izleyicisiyle etkileşime giren bu tasarımlar, bazen süreç içinde de değişkenlik göstermektedirler.

3.1. Malzemelerin Bir Araya Getirilmesiyle Tasarlanmış Üç Boyutlu Tipografiler



Görsel 3.2. “Eye Candy”, Tasarım: Patrick Simons, 2014, Lahey, Hollanda (<https://www.behance.net>)

Hollandalı kreatif direktör Patrick Simons tarafından tasarlanan “Eye Candy” yani “göz okşayan, göze hitap eden” anlamına gelen çalışmada malzemelerle oluşturulmuş tipografik tasarım için dikkat çekici bir örnektir. Malzeme olarak kullanılan renkli şekerlerin bir araya getirilmesiyle tasarlanan bu ilham verici tipografik tasarımda, sözel-görsel eşitlik göze hitap edecek şekilde kendini göstermektedir (Görsel 3.2).



Görsel 3.3. “Diary Type” isimli deneysel tipografi projesinden boyutlu tipografi örnekleri, Tasarım: Vladimir Koncar, 2008 (<https://www.behance.net>)

Hırvat tasarımcı Vladimir Koncar, deneysel bir proje olan ‘Diary Type’ serisinin bir parçası olarak bir nesne tipografi yelpazesi yaratmıştır. Her yeni nesne setiyle harfleri yaparken, aklına gelen düşüncelerle birlikte bir alfabe yaratmış ve genellikle sözcükler ile onları tasarlamak için kullanılan malzeme arasında sembolik bir bağ kurmuştur. Bu malzemeler arasında çiğ et parçaları, prezervatifler, sigaralar, çürük elmalar, bira kapakları, ataçlar gibi dönüştürülebilir birçok nesne yer almaktadır (Platt, 2011).

Multidisipliner tasarımcı olan Vladimir Koncar’ın, el yapımı deneysel tipografi projesi olan “Diary Type” serisi için tasarladığı bu boyutlu tipografi ve font tasarımı örneklerinde, çeşitli nesnelerle oluşturulan harfler görülmektedir. Yazı tipiyle yansımaları arasında sembolik bağlantılar kurarak oluşturduğu bu font tasarımlarında görüldüğü gibi tasarlanan boyutlu tipografilerde, sözel-görsel eşitlik söz konusudur (Görsel 3.3).

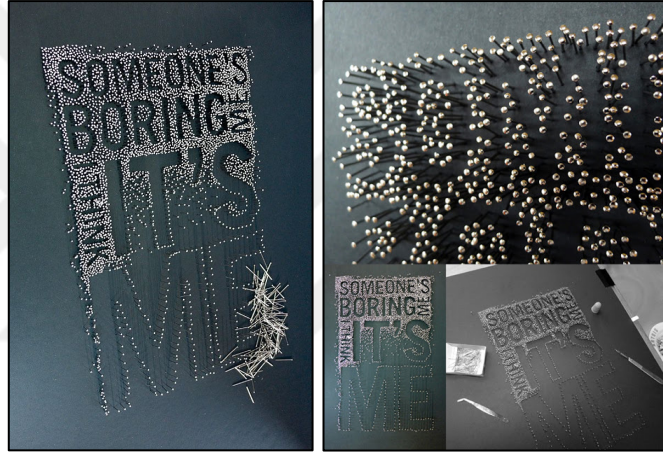
Nergis çiçekleriyle oluşturulan ilk örnekte “narcissussussicran” yani “nergis” kelimesi, ayna yansımasıyla birlikte yazılmıştır. Bu boyutlu tasarım, hem nergis çiçeğinin hem de narsist kelimesinin adının geldiği Narkissos efsanesine oldukça yaratıcı bir şekilde gönderme yapmaktadır. Tanrılar tarafından lanetlenen Narkissos’un gölde kendi yansımasına âşık olmasını ve kendi kendini izleyerek son günlerini geçirmesini anlatan efsaneye göre Narkissos, o nehir kıyısında o şekilde kalır ve ömrünü, sudaki aksini izleyerek tüketir. Öldükten sonra bedeni nergis çiçeklerine dönüşür.

Ortadaki tasarım, çürük elmalarla oluşturulmuş, “Rotten apples smell nice unlike rotten typographers” yani “çürük elmalar, çürük matbaacıların aksine güzel kokuyor” yazmaktadır. Sağdaki tasarım ise ilaçlarla oluşturulmuştur ve “I need help” yani “yardıma ihtiyacım var” cümlesi yazmaktadır.



Görsel 3.4. “Diary Type” isimli deneysel tipografi projesinden boyutlu tipografi örnekleri
Tasarım: Vladimir Koncar, 2008 (<http://coulsoncollegevisualarts.blogspot.com>,
<https://barbourdesign.wordpress.com>)

Diğer örneklerinde ise, kaktüsle yazılmış “Typography hurts” (tipografi acıtır), et parçalarıyla “we kill too may animals just for fun” (sırf eğlence uğruna çok sayıda hayvan katlediliyoruz ve yonca yapraklarıyla da “I have never found a four-leaf clover” (hiç dört yapraklı yonca bulamadım” yazmaktadır (Görsel 3.4).



Görsel 3.5. Boyutlu tipografi örneği, Tasarım: Martin Pyper, 2011, Amsterdam, Hollanda
(<http://balladora.blogspot.com>)

Grafik tasarımcı Martin Pyper Amsterdam'da, tasarım-zanaat ve zaman alan tekrarların inanılmaz tipografik düzenler oluşturmak için bir araya geldiği *Mestudio* adında küçük, ödüllü bir tasarım stüdyosu işletmektedir. Tasarımcı Pyper tarafından tasarlanan yukarıdaki çalışma, çelik pimlerle yapılmış bir dergi sayfasıdır. Sayfa için düşünülen görselin teması “sıkıcı” olduğu için, Dylan Thomas’a ait bir söz olan “Someone’s boring me I think it’s me” yani “birisi beni sıkıyor sanırım bu benim” alıntısından yola çıkarak tasarlanmış boyutlu tipografik tasarımıdır; aynı zamanda da Pyper sürecin kendisini sıkıcı hale getirmek için seçtiği bu sözle böyle bir tasarım yapmaya karar verdiğini ve sonunda zamanının ve iğnelerin bitmesiyle tasarımı bıraktığı yerin burası olduğunu ifade etmiştir (http-9). Sıkıcı kavramı, işin tamamlanmamış olmasının etkisiyle, görsel olarak tesadüfi olsa da, oldukça düşünülerek tasarlanmış gibi görünen sözel-görsel eşitliği başarıyla yakalayan bir çalışmadır (Görsel 3.5).



Görsel 3.6. “No Regrets” isimli malzemelerle tasarlanmış boyutlu tipografi örneği, Tasarım: W + K Reklam Ajansı, 2012 (<https://bitrebels.com>)

W + K tarafından yapılan görseldeki tasarım, silgi parçalarıyla oluşturulmuştur. Kurşun kalemle yazarken yapılan hatalar sonucunda kullanılan silginin “No Regrets” yani “pişmanlık yok” yazısının oluşturulmasında, malzeme ve sözün güçlü bir uyumsuzluk içindeki uyumunu yansıtmaktadır. Aslında hataya teşvik eden bir tasarım olarak görülmektedir. Hata yapıldığında pişmanlıkla kullanılan bir malzemeyle oluşturulmasından ötürü, sözel-görsel zıtlık son derece başarılı bir şekilde kurgulanmıştır. Bize pişmanlık duymadan yaşamamızı ve bunun yerine hatalarımızdan ders çıkarıp ilerlememizi hatırlatır (Görsel 3.6).



Görsel 3.7. “Next Creativity” isimli boyutlu tipografi örneği, Tasarım: Lo Siento Studio, Gerard Miro, 2011, Tokyo, Japonya (<http://www.losiento.net>)

Görselde Tokyo Görsel Kültür Dergisi +81’in kapağı için, Lo Siento ajansı adına grafik tasarımcı Gerard Miro tarafından tasarlanmış boyutlu tipografi örneği görülmektedir. Derginin 2011 Eylül sayısının teması, “next creativity” yani “sıradaki yaratıcılık”tır. Tasarım için balonlu naylon ambalajların balon yerlerinin içine cyan renğinde gıda boyası enjekte edilerek “Next Creativity” yazısı yaratıcı bir şekilde oluşturulmuştur. Sözel olarak “yaratıcılık” kelimesinin geçtiği yerlerde, yaratıcı bir şekilde tasarlanan malzeme ile örnekte de görüldüğü gibi sözel-görsel eşitliği sağlamaktadır (Görsel 3.7).



Görsel 3.8. “Art” ve “War” isimli boyutlu tipografi örnekleri, Tasarım: Gyongy Laky, 1989 ve 2005, San Francisco, ABD (<https://gyongylaky.com>)

Doğal malzemelerle oluşturulmuş tasarımlara, sanat ve tasarım dünyasında sıklıkla rastlanmaktadır. San Francisco’da yaşayan sanatçı Gyongy Laky de eserlerinde genellikle doğal ve tarımsal malzemelerle birlikte geri dönüştürülmüş parçaları kullanarak farklı ölçekli heykelsi tasarımlar yapmaktadır (Görsel 3.8). Dallar ve ağaç parçalarının birleşimiyle yapılmış kelimeleri tema olarak seçen sanatçı, örnekte de görüldüğü gibi “Art” yani “Sanat” kelimesini yine ağaç dalları kullanarak tasarlamıştır. Sanat kelimesi de tasarım-hayal-yaratıcılık kelimeleri gibi, doğru tasarlandığında birçok malzemenin sağladığı katkı sayesinde sözel-görsel eşitliği verecek niteliktedir.

Art tasarımının altında yer alan görseldeki “War” yani “Savaş” kelimesinin tasarımında kullanılan malzemeler, ahşap, boya, kül ve mermiden oluşmaktadır. Malzemelerin doğru seçimi ve kan etkisinin ortadan kenarlara doğru yayılma hissi, savaş kelimesinin görselleştirilmesinde sözel-görsel eşitliği sağlamaktadır.

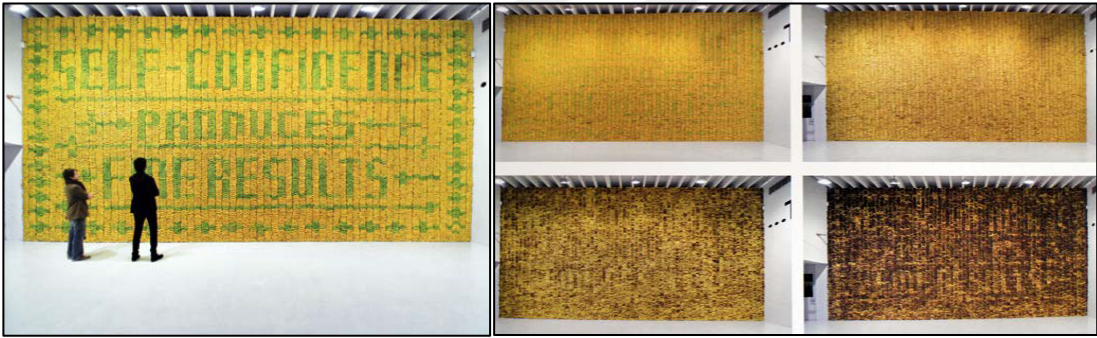


Görsel 3.9. Kibritlerle Oluşturulmuş Boyutlu Tipografi Tasarımları, Tasarım: Pei San Ng, 2010, Chicago, ABD. (<http://peisanng.com>)

Aslen Tayvanlı olan ve Chicago’da yaşayan mimari, sanat ve grafik alanlarında çalışan sanatçı Pei-San Ng çalışmalarının çoğunda kibritlerle oluşturulmuş boyutlu

tipografik tasarımlar yapmaktadır. Binlerce kibriti ahşap yüzeylere yapıştırarak oluşturduğu tasarımlarında etkili bir hacim sağlamaktadır. Eğer işleri alev alırsa bunun bir performans olacağını açıklayan sanatçının görseldeki tasarımlarında, yanmamış kibritlerle “ignite” (tutuşturmak) ve yanmış kibritlerle “creation” (oluşum) yazmaktadır. Yanmamış kibritlerle tutuşturmak yazması, yanmış kibritlerin oluşumu oluşturması da sözel-görsel eşitliği sağlayan tasarımlara örnektir (Görsel 3.9).

2008 yılında açılan bir sergide Avusturyalı grafik tasarımcı Stefan Sagmeister, Deitch Gallery’de dev bir duvara yığılmış gerçek muzlardan “Self Confidence Produces Fine Results” yani “Kendine Güven, İyi Sonuçlar Verir” başlıklı bir muz duvarı tasarlamıştır. Yazının oluşturulması için henüz olgunlaşmamış yeşil muzlar kullanılırken, duvarın geri kalan yerlerinde sarı muzlar tercih edilmiştir. Birkaç gün sonra yeşil olan muzların olgunlaşmasıyla yazı okunamaz hale gelmiştir. Tüm muzlar 24 gün boyunca kademeli olarak çürümüştür. En sonunda da bozulan muzlardan kararmış bir görüntü elde edilmiştir (Görsel 3.10).



Görsel 3.10. “Banana Wall” isimli boyutlu tipografi örneği, *Tasarım: Stefan Sagmeister, 2008, New York, ABD (Jacquillat ve Vollauschek, 2011, s.197)*

Sergilendiği dönemde özellikle açları doyurabilecekken ne kadar çok yiyecek israfı gibi birçok tartışmaya neden olan bu tasarımda, malzeme olarak muzun tercih edilmesinin nedenlerinden biri Andy Warhol’un bu meyveyi sanatta sembolik bir hale getirmesinden kaynaklanmaktadır. Diğer bir nedeni ise renginin değişip yazının yok olması sayesinde tasarımın amacına uygunluğuyla birlikte, tıpkı özgüvenin gelip gitmesi gibi ya da özgüvenin zamanla olgunlaşması gibi anlamları da desteklemesindendir (<http-10>).



Görsel 3.11. “Step Up To It” Enstalasyonu, Tasarım: Stefan Sagmeister A.Ş., 2012, Philadelphia, ABD (<https://www.behance.net>)

Bu görselde yine Stefan Sagmeister'in Philadelphia ICA'daki araştırmanın ikinci bölümünde bahsi geçen “The Happy Show” un bir parçasından fotoğraflar yer almaktadır. Stefan Sagmeister’in sanat yönetmenliğini yaptığı, tasarımı Simon Egli’ye ait olan “Step Up To It” yani “Ona Adım Atın” anlamındaki bu boyutlu tipografik tasarımın oluşturulması için 80.000 adet küp şeker kullanılmıştır. Tasarımcılar ve gönüllülerden oluşan bir ekip tarafından bu küp şekerler yazıyı oluşturmak için bir araya getirilmiştir. Sergi zamanı geldiğinde ise yüz tanıma yazılımı kullanılarak, ziyaretçiler gülümsediğinde bu boyutlu tipografiyle etkileşime girmesine ve tipografinin renk patlamalarıyla aydınlanmasına olanak sağlanmıştır. İzleyicileri kahkaha atmaya davet eden bu enstalasyonda, kahkaha atıldıkça renkler beyazdan canlı ve parlak renklere dönmektedir (Görsel 3.11).

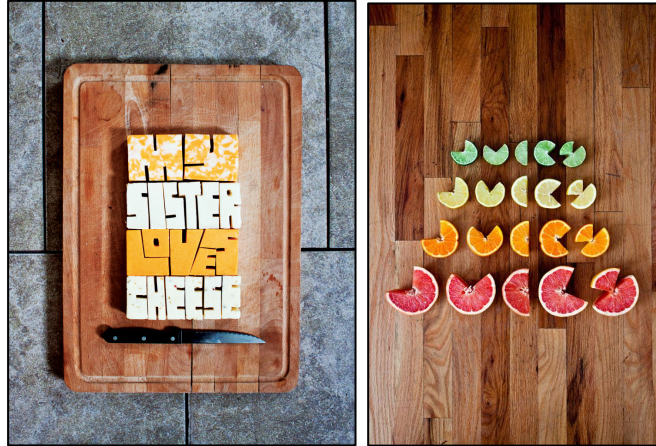
Hem şekerin mutlulukla olan ilişkisi hem de beyaz olması sayesinde, üzerine yansıtılacak görüntünün kolaylıkla yansımaları sağlanması malzemenin seçiminde tercih nedenidir. Aynı zamanda bir bütün olarak düşünülen bu enstalasyonda, “hayatta sadece mutlu insanların gördüğü bazı keyifli şeyler vardır” mottosundan yola çıkılarak etkileşim işin içine dahil edilmiştir. Bir izleyici gülümsemediğinde beyaz küp şekerler görünürken, gülümseyen bir izleyiciyle etkileşime girdiğinde belli animasyonlar sadece o mutlu izleyici tarafından görülmektedir. Aynı zamanda sırf bu görsel şöleni yaşayabilmek için gülmek zorunda kalan izleyicinin de gerçekten bir anlığına da olsa mutlu olması sağlanmıştır. Böylelikle amacına sözel-görsel eşitlik anlamında ulaşan tasarım, oldukça etkileyici bir etkileşimli tasarım örneğidir.



Görsel 3.12. “BCN LİP” Dil Okulu logo tasarımı, Tasarım: Isabel Cañas Montes, 2013, Barcelona, İspanya (<http://www.catartsis.com>)

Herhangi bir görsel kimliğin ve kurumsal görüntünün ayrılmaz bir parçası olan logolar da boyutlandırma yöntemiyle, hizmet verdiği alana uygun biçimde sözel-görsel eşitliği sağlayacak şekilde anlatılabilmektedir. Görselde, Barcelona’da hizmet veren BCN Lip isimli dil okulu için, sanat yönetmenliğini Isabel Cañas Montes’in yaptığı boyutlu logo görülmektedir. Bu tasarım, toplamda 2743 arkası silgili kurşun kalem kullanılarak boyutlandırılmıştır (Görsel 3.12).

3.2. Malzemelerin Şekillenmesiyle Tasarlanmış Üç Boyutlu Tipografiler



Görsel 3.13. “My Sister Loves Cheese” ve “Juicy” isimli malzemelerle boyutlandırılmış tipografi örnekleri, Tasarım: Allison Supron, New York, ABD (<http://www.allisonsupron.com>)

New York’da yaşayan bir grafik tasarımcı olan Allison Supron’un “Play” adlı projesi şeker, peynir, düğme gibi farklı nesneler kullanılarak boyutlandırılmış tipografik tasarımlardan oluşmaktadır. Görselde bu projesi için yapılmış tasarımlardan iki tanesi görülmektedir (Görsel 3.13). Tipografiyi oluşturmak için malzemelerle oynamanın deneysel yönü bu projenin önemli bir parçasıdır. Kalem ve kâğıt kullanarak bir kelimeyi

yazmanın kolay olduğunu, aynı mesajı peynir bloklarıyla ya da turunc meyvesini dilimleyerek kompozisyon oluşturmanın daha zor ve farklı bir süreç gerektirdiğini ifade eden Supron, bu projesini: “İlkokulda parmak boyamaya, bloklarla inşa etmeye ve hikâye anlatmaya ayrılan zamanı düşünün. O zamanlar bu aktiviteler basit ve akılsız görünmüş olabilir, ancak bunların hepsi beynin farklı düşünmesini ve öğrenme ortamında yaratıcılığı teşvik etmesini gerektiren görevlerdir. Oyun projesi, alışılmadık malzeme ve tekniklerin, elle oluşturulmuş tipografinin, makalelerin ve baştan sona her sürecin fotoğraflarının renkli bir karışımıdır; ellerin bilgisayardan çıkıp biraz dağınık olmasına ilham vermek için tasarlanmış bir proje” olarak açıklamıştır (http-11). Görselde bu projenin peynirlerle oluşturulmuş “My sister loves cheese” yani “Kız kardeşim peynir sever” ve turuncgillerle oluşturulmuş “juicy” yani “ağız sulandırıcı” yazan tasarımlar yer almaktadır.

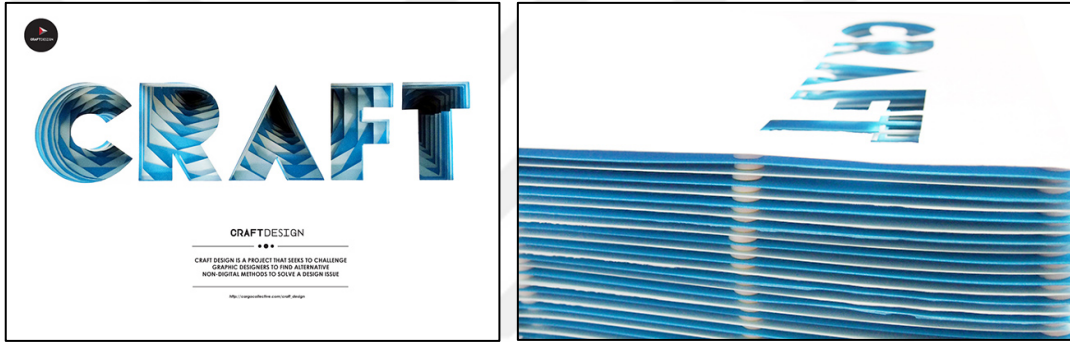


Görsel 3.14. Kağıtlarla tasarlanmış boyutlu tipografi örnekleri, Tasarım: Yulia Brodskaya
(<https://dreamfleur.com>, <https://www.artiyulia.co.uk>)

Yulia Brodskaya, ünlü bir kâğıt sanatçısı ve illüstratördür. Kâğıt ve yapıştırıcı kullanarak üç boyutlu sanat eserleri yapmak için dikkatlice kesilmiş ve bükülmüş kâğıt şeritlerinin yerleştirilmesini içeren basit bir teknik kullanmaktadır (Görsel 3.14). Tutkusunu ve benzersiz tarzını keşfettikten kısa bir süre sonra, yenilikçi kâğıt illüstrasyonlarıyla sadece birkaç yıl içinde etkileyici bir müşteri listesi oluşturmuştur. 200’e yakın proje geliştiren sanatçı malzeme olarak kâğıt kullanmasının nedenini: “Kâğıt benim için her zaman özel bir hayranlık uyandırdı. O tarihe kadar onunla çalışmak için birçok farklı yöntem ve teknik denedim. Benim için 'tek' olan yolu buldum: şimdi bunun yerine kâğıtla çizim yapıyorum” şeklinde ifade etmiştir. Brodskaya’nın orijinal kâğıt sanat eserleri, Oprah Winfrey, Ferrero, Hermés, San Francisco Modern Sanat Müzesi, Paramount Pictures, Country Müzik Derneği, Wimbledon, Bay Issey Miyake ve pek çok koleksiyoncunun özel koleksiyonlarında yer almaktadır. Aynı zamanda sık sık dünyanın

dört bir yanındaki tasarım konferanslarında ve tasarım okullarında da konuşma yapması için davet edilmektedir (<http-12>).

“Paper on The Edge” kitabının da yazarı olan Brodskaya’nın kullandığı bu tekniğe bir çeşit kâğıt telkâri olarak bilinen “Quilling” adı verilmektedir. Bu teknik, bir çeşit tütün tutma aleti kullanarak dekoratif tasarımlar oluşturmak için, ince kâğıt şeritlerini kıvrarak ve yapıştırarak oluşturulmaktadır. Boyutlu tipografinin yer aldığı grafik tasarım ürünleri adına da etkileyici örneklerin bulunduğu görsellerde, yaratıcılıkla ilgili bir kitap kapağı, yaz kokusundan oluşan bir parfüm reklamı ve estetik bir şarap tanıtımı görülmektedir. Sözel-görsel eşitliği sağlaması yönünden de, görsel etkileycilik açısından da sanatçının kâğıt el işi pratiğindeki modern yaklaşımı onun hızla uluslararası bir üne kavuşmasını sağlamıştır.



Görsel 3.15. “Craft Design” isimli boyutlu tipografi projesi, Tasarım: Amalina Ahmad, 2013, Singapur (<https://www.behance.net>)

Yukarıdaki görselde 2013 yılında Amalina Ahmad isimli bir grafik tasarım öğrencisinin mezuniyet projesi için yaptığı tasarımlarından biri yer almaktadır. Bu proje, grafik tasarımcıları bir tasarım sorununu çözmek için alternatif yöntemler bulmaya zorlayan bir projedir. “Craft” yani el işçiliği anlamındaki bu proje, grafik tasarımcıları dijital platforma aşırı bağımlı olmak yerine, tasarımlarını oluşturmak için ellerini kullanmaya başlamaları adına ilham veren ve teşvik eden bir çalışmadır. Bu nedenle el işçiliği yazısı titiz bir el işçiliğiyle oluşturup bir araya getirildiğinde boyutlu bir tasarıma, sözel-görsel eşitliği sağlayacak iyi bir örneğe dönüşmüştür (Görsel 3.15).



Görsel 3.16. “Light Wall” isimli boyutlu tipografi örneği, Tasarım: Jeremy Kennedy, 2011, Florida, ABD (<https://www.kenedik.com>)

2011 yılında Orlando’daki Kenedik Tasarım Stüdyosundan, İncil’den “Karanlıkta ışık parlıyor ve karanlık bunun üstesinden gelemedi” Yuhanna 1:5 ayetine dayalı bir enstalasyon oluşturması istenmiştir. Işığın dünyanın her yerinden milyonlarca inananandan oluştuğu düşüncesiyle uygulamada “Light” yani “Işık” kelimesi birçok çivi ve bunların birbirine bağlı bir bütün oluşturması için tek bir ipile bağlanarak tasarlanması fikri gelişmiştir (http-13) (Görsel 3.16).



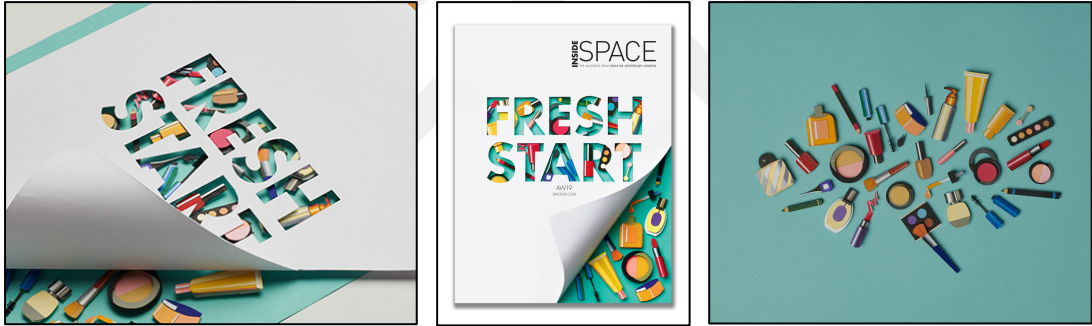
Görsel 3.17. “String Art Örnekleri” (<https://www.pinterest.fr>, <https://www.blogduwebdesign.com>, <https://www.behance.net>)

“String Art” olarak geçen bu teknik boyutlu tipografide sıklıkla tercih edilen bir yöntem haline gelmiştir (Görsel 3.17). Fakat bu tasarımı başarılı kılan, kavramsal çözümlemenin doğru yapılarak altında yatan düşünceyle birlikte söze etkili bir gönderme yapması olmaktadır. Ayetin tamamı duvarda iki boyutlu olarak yer alırken, asıl dikkat çekilmek istenen ışık kelimesi, sadece boyutlandırılarak ve spot ışıkları ile etkileşime girerek izleyenler tarafından yeterli ilgiyi görmüştür.



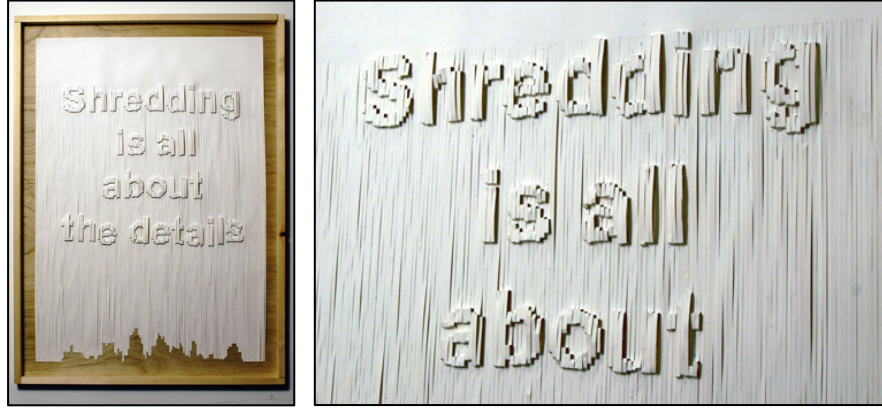
Görsel 3.18. “Bite” isimli poster tasarımı, Tasarım: Anna Garforth, 2011
(<http://www.gastronomista.com>)

Araştırmanın ikinci bölümünde de farklı malzemelerle boyutlu tipografiler yapmasıyla ve “moss graffiti”yi yaratmasıyla bilinen Anna Garforth’tan bahsedilmiştir. Tasarımcının bu bölümde de yenilebilir bir posterine yer verilmektedir (Görsel 3.18). Hamurları tipografik şekilde boyutlandırıp pişirerek oluşturduğu tasarımda, kurabiyelerden “Bite off more than you can chew” yani “çığneyebileceğinden daha fazlasını ısır” yazmaktadır. Büyük düşünmeye, ufkun genişliğine, risk almaya ve cesaretli olmaya yönlendirilen tasarımda, sözel-görsel yönden ifade etmenin sağladığı katkı görülmektedir.



Görsel 3.19. SpaceNK Dergisi kapak tasarımı, Tasarım: Sabeena Karnik, 2019
(<https://www.behance.net>)

Sabeena Karnik, Hindistan Mumbai’de tipografi üzerine odaklanan bir kâğıt sanatçısıdır. Kağıtla çalışmanın olasılıklarını keşfeden sanatçı, tipografi odaklı grafik tasarım eğitimi almış ve son yıl projesindeki çalışmalarında tamamen kâğıt ve üç boyutlu kâğıt şekillendirme üzerine yoğunlaşmıştır. Kısa süre sonra da reklam ajanslarından gelen teklifler doğrultusunda dünyanın birçok yerindeki ajanslarla iş birliği yapmaya devam etmiştir. Görselde Sabeena Karnik tarafından Londra’da yayınlanan Space NK Apothecary (Eczacı) dergisi için bir kapak tasarımı yer almaktadır (Görsel 3.19). Kâğıdın kesilip içi boşaltılmasıyla oluşturulan “Fresh Start” (Taze Başlangıç) yazısının altında, güzellik ürünlerinin kesilip boyutlanmasıyla bir katman oluşturulmuştur. Her ne kadar seri üretim için görselin dijital baskı hali iki boyutlu olarak hayata geçse de oluşturulma aşamasının üç boyutlu gerçekleşmesi araştırmanın konusuyla örtüşmektedir.



Görsel 3.20. “Shredding” isimli boyutlu tipografi tasarımı, Tasarım: David Aspinall, 2007, Londra, İngiltere (<https://www.behance.net>)

Görseldeki tasarım David Aspinall tarafından tasarlanmış olup “Shredding” yani “Parçalama” olarak adlandırılmaktadır. 2007 yılında Londra, Central Saint Martins'den mezun bir grafik tasarımcı olan Aspinall, bu tasarımı kâğıt şeritler kullanarak Arial yazı karakterinin harf formlarına göre katlayarak oluşturmuştur. Tasarımda “Shredding is all about the details” yani “Parçalamak tamamen ayrıntılarla ilgilidir” yazmaktadır. Tam da sözün ifade ettiği gibi görselin ayrıntılarına dikkatle bakıldığında, tasarımın altındaki pürüzlü yapının bir şehir silueti olduğu görülmektedir (Görsel 3.20).



Görsel 3.21. “Pixel It” isimli etkileşimli poster tasarımı, Tasarımcı: Jessica Nebel, 2009, Londra, İngiltere (<https://www.jessicanebel.com>)

Görsel 3.21’de değiştirilebilir yapıya sahip etkileşimli bir poster yer almaktadır. Jessica Nebel tarafından tasarlanan bu boyutlu tipografik tasarımda iki katmanlı kâğıt kullanılmıştır. Önceden piksel şeklinde kesilerek hazırlanmış beyaz bir kâğıt katmanının altına kırmızı düz bir kâğıt katmanı daha yerleştirilerek, yazıyı oluşturmak için harflerin boşluğa denk gelecek yerlerin kıvrılarak kırmızı renklerin öne çıkmasıyla yazı oluşturulur. Orijinal birçok mesajın verilmesine olanak tanıyan bu poster uygulaması, kullanıcılar tarafından kendi posterlerini, hayat mottolarını ya da görmek istediği yazıları kurgulayabilmek için yaratıcı bir alternatif sağlamaktadır. Bu tasarım, araştırma konusu

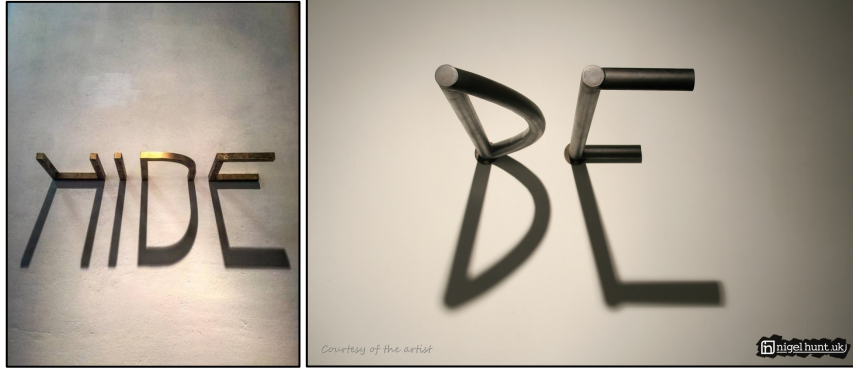
olarak incelendiğinde ancak piksel yazı tipine ya da kullanılan kâğıt yapısına ya da kırmızı renk gibi görseldeki durumlara gönderme yapan, yazıyla sözel-görsel eşitliği sağlamaktadır. Fakat görselde yazan “Pixel it- A Poster to Customize” yani “Kişiselleştirmek için bir poster, pikselle onu” yazısı sözel-görsel eşitliği sağlamaktadır (Görsel 3.21).



Görsel 3.22. “Tiefschwarz Konseri” poster tasarımı, Tasarım: Karina Peteraen, Fotoğraf: David Spath 2007, Berlin, Almanya (<http://workwithhelena.com>)

Görsel’de Karina Peteraen tarafından tasarlanmış Tiefschwarz Konseri poster tasarımı görülmektedir. Zifiri siyah anlamına gelen “Tiefschwarz” adlı çalışmanın görselleştirilmesi için harfler özel olarak oyulmuş ve beyaz bir heykel şeklinde bir araya getirilmiştir. Daha sonra kelimeyle aynı anlamı sağlayacak zifir siyahlıkta bir boya, bu boyutlu tipografinin üzerine yavaş yavaş eklenmiştir. Eklenirken her anı David Spath tarafından fotoğraflanmıştır. Böylelikle afiş ve el ilanlarını tasarlamak için hangi görselin kullanılacağına fotoğraflar arasından seçim yapılarak karar verilmiştir (Görsel 3.22).

Bu örnekte de görüldüğü üzere, grafik tasarım ürünleri oluşturmak için her zaman bilgisayara bağlı kalmak gerekmemektedir. İhtiyaca göre anlamsal bütünlüğün sağlanması ve doğru bir kavramsal çözümleme elde etmek için birçok farklı yöntem geliştirilebilmektedir. Ya da belli bir mesaj vermek için organik malzemeler kullanıldığı gibi, sürecin ya da izleyicinin de içine dahil edildiği tasarımlar çok daha dikkat çekici olacağı için tercih edilmelidir.



Görsel 3.23. “*La Sombra Es Una Luz Que Se Esconde*” (Gölgede Saklanan Bir Işık), ve “*Be*” isimli boyutlu tipografi örnekleri, Tasarım: Ivan Capote, 2017 (<https://www.invaluable.com>, <https://www.cubartours.com>)

Görsel’de Küba’lı bir sanatçı olan Ivan Capote tarafından boyutlandırılmış tipografik formlar görülmektedir. Her iki projede de yazının yarısı malzemelerle şekillendirilerek boyutlandırılırken, diğer yarısı ışığın etkisiyle oluşan gölgeyle tamamlanmaktadır. “Hide” (saklı) ve “Be” (olmak) yazılarının yarısının gölgeden oluşması sözel-görsel eşitlik adına oldukça ilham verici tasarımlardır.

Bu bölümde incelenen örnekler göstermektedir ki, sözel-görsel eşitliği veya zıtlığı, bir tasarım malzemesi olarak kullanmak, fikrin algılanmasında büyük rol oynamaktadır. Çağın hızla gelişmesi, tasarım malzemelerinin hızla tüketilmesine neden olduğu için, yenilikçi-yaratıcı-farklı tasarımları zorunlu kılmaktadır. Duyarlı tasarımcıların gerek dönüşüm malzemeleriyle gerekse günlük tüketim malzemeleriyle meydana getirdikleri oluşumlar sayesinde, kurgular iki boyutluluktan uzaklaşarak üçüncü ve dördüncü boyutlara evrilme şansını elde etmektedir. İnsanın yaşadığı ortamlara karışarak varlığını hissettiren, aynı zamanda alt metin olarak duyguları harmanlayan tipografik sunumlar, sözel olarak görseli oluşturmaya devam etmelidir. Bu temenni ışığında bir sonraki bölümde Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi 2018-2019 Öğretim Yılı Bahar Dönemi’nde Tipografi III isimli dersi alan grafik bölümü öğrencileriyle çalışılan boyutlandırılmış tipografik tasarımlar sözel-görsel eşitlik ve/veya zıtlık açısından incelenmiştir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. TİPOGRAFİ III DERSİ KAPSAMINDA MALZEMELERLE TASARLANMIŞ ÜÇ BOYUTLU TİPOGRAFİ PROJESİNİN ÖĞRENCİLERLE UYGULAMA SÜRECİ

4.1. Çalışma Takvimi ve Tasarlama Süreci:

Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi 2018-2019 Öğretim Yılı Bahar Dönemi'nde Tip 206 kodlu, Tipografi III isimli dersi alan grafik bölümü öğrencileriyle birlikte Dr. Öğr. Üyesi Mehtap Uygungöz yürütücülüğünde ve Arş. Gör. Melike Atılkan asistanlığında boyutlandırılmış tipografi tasarımları yapılmıştır. 11 Şubat 2019 tarihindeki ilk derste, bu konu üzerine öğrencilerden gelen fikir dönütleri ile ilgili proje detaylarının yer aldığı görseldeki yön bilgi verilmiştir (Görsel 4.1). Daha sonra ise konu üzerinde tartışılarak öğrencilerin proje hakkında detaylı bilgiye sahip olmaları sağlanmıştır.

TİP 206:

TİPOGRAFİ III
Dr.Öğr.Üye. Mehtap Uygungöz, Arş.Gör. Melike Atılkan
Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü
2018-2019 Öğretim Yılı Bahar Dönemi

Ders Tanımı:
Yan tarafta verilen kavramlardan ya da önerdikleri başka soyut kavramlardan yola çıkarak her bir öğrenci malzeme yardımıyla üç boyutlu tipografik tasarımlar oluşturacaktır. Kavramların tasarımcı için ifade ettiği duyguyu ele alış biçimi önemli rol oynayacaktır. Malzemenin seçimi de dikkat edilmesi gereken önemli bir diğer noktadır. Tasarımda, malzemenin kendisiyle, renğiyle ya da şekliyle ele aldığı kavram arasında hem birebir, hem de karşıt anlatım dilleri beklenmektedir.

Dikkat Edilmesi Gerekenler:

- Her öğrenci farklı kavram tercih etmek zorunda değildir. Farklı öğrenciler de aynı kavram üzerinden çalışabilirler.
- Kavramlar Türkçe veya İngilizce olarak tercih edilebilir.
- Tasarımın en uzun kısmı 70 cm'yi geçmeyecek şekilde düşünülmelidir.
- Taşınmayacak ağırlıkta malzeme seçilmemelidir.
- Tasarım, duvar, stant ya da yerde sergilemeye uygun olmalıdır.
- Malzemelerin dayanıklılığı önem arz etmektedir. (Zamanla çürüyecek herhangi bir malzeme tercih edilmemelidir.)

Teslim Aşamaları:

- Öğrenciler her hafta eskizlerinin dijital hallerini de teslim etmeleri gerekmektedir. Dijital hali olmayan eskizler tarama ya da fotoğraflama yöntemiyle dijital hale getirilerek teslim edilecektir.
- Her öğrenci tasarımını birer cümlelik manifestosuyla birlikte teslim edecektir. (Seçilen kavram neticesinde her bir öğrenci kendisi için bu kavramın ne ifade ettiğini ve tasarlarken hangi ifade biçiminden hareket edeceğini birer cümleyle bildirmelidir.)
- Her öğrenci final projesi teslimiyle birlikte ders boyunca edindiği deneyim ve kazanımları anlatan bir rapor dijital olarak teslim edecektir.
- Final tesliminde 2 adet ödevle birlikte her projenin farklı açılardan çekilmiş 5 adet toplam 10 adet fotoğrafının da dijital olarak teslim edilmesi gerekmektedir.

Kavramlar:

Aşk	Coşku
Hayat	Zerafet
Adalet	Korku
Güç	Mızah
Cesaret	Sadakat
Güven	Azım
Merak	İrade
Umut	Sabır
Sabır	Sempati
Dostluk	Yetenek
Nefret	Hata
Demokrasi	Sıcaklık
Sakinlik	Zayıflık
Çaresizlik	Zeka
Kaos	Hayal Kırıklığı
Dikkat	Heyecan
Tehlike	Mutluluk
Ölüm	Acı
Çiğlik	Gurur
Rüya	Romantizm
Enerji	Rahatlık
Zafer	Sürpriz
Başarısızlık	Kaygı
Tuhaflik	Macera
Özgürlük	İnanç
Zenginlik	İletişim
Motivasyon	Suç
Hareket	Sır
Savaş	Şans
Barış	Hız

Teslim Tarihi: 20 Mayıs 2019 Pazartesi
Saat: 14:00-15:00 arası
Yer: Derslik Z-19

Görsel 4.1. Tip 206 kodlu, Tipografi III isimli Dersin Yönbilgisi, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi 2018-2019 Öğretim Yılı Bahar Dönemi, Hazırlayan: Dr. Öğr. Üyesi Mehtap Uygungöz ve Arş. Gör. Melike Atılkan, 2019, Eskişehir

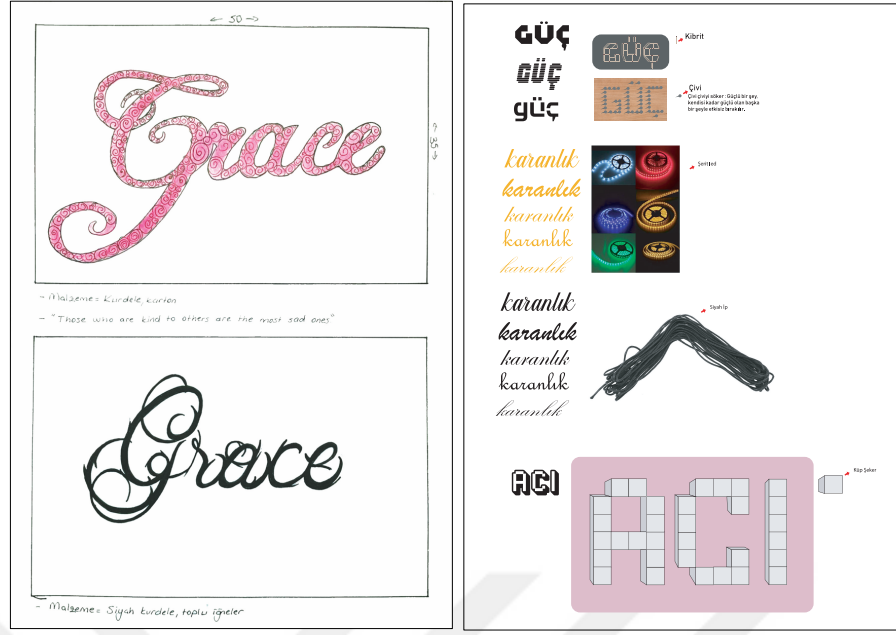
Proje, yön bilgide verilen soyut kavramlar üzerinden, her bir öğrencinin tasarlaması gereken iki adet boyutlandırılmış tipografik çalışmayı içermektedir. Bu çalışmalardan ilkinde kavramın sözel-görsel eşitliğinin var olduğu bir anlatım dili beklenirken, diğer çalışmada ise karışık bir anlatım dili çözümü üzerinde durulmuştur. Kavramlar mümkün olduğunca geniş tutulmaya çalışılmış olsa da öğrencilerin isteği üzerine, listede olmayan, kendi seçtikleri farklı bir soyut kavram üzerinden çalışmalarına da yaratıcılıklarını sınırlandırmamak adına izin verilmiştir. Bu proje bir dönem boyunca sürmüştür. Teslim tarihi 20 Mayıs 2019 olarak belirlenmiştir.

Öğrencilere, projenin nasıl teslim edileceği hakkında detaylı bilgi verilmiş olup, bu süreçte dikkat edilmesi gereken bilgiler de ayrıntılı bir şekilde açıklanmıştır. Öğrencilerin tasarlayacağı projeler, bu çalışma sonucunda boyutlarının sergilenebilirliği, saklama koşulları ve taşınabilirliği adına kullanacakları malzemelerde dikkatli seçim yapmaları gerektiği de belirtilmiştir.

Yaratıcılıklarının kısıtlanmaması için ve aynı kavramdan farklı çalışmaların da çıkabileceği düşünülerek öğrencilere farklı kavram seçmesi zorunlu bırakılmamıştır. Yani farklı öğrenciler de aynı kavram üzerinden çalışabilmişlerdir. Aynı zamanda öğrencilerin kendi portfolyolarında ya da kendilerini tanıtmak için kullandıkları web sitesi, sosyal medya, tasarım platformları gibi mecralarda, evrensel bir dil kullanarak bu işle ilgilenen kişilere daha rahat ulaşabilmeleri için kavramların İngilizcelerinin de kullanılabilmesi tercihlerine bırakılmıştır.

Öğrencilerden beklenen bir diğer konu ise, seçtikleri kavramın birer cümlelik manifestosudur. Böylelikle tasarımları sözel-görsel eşitlik ve zıtlık açısından değerlendirilmiş ve bu doğrultuda görüşmeler sağlanmıştır. Her hafta ders boyunca öğrencilerin projeye alakalı eskizleri üzerinden gelişmeler kaydedilmiştir.

Bir sonraki hafta 11 Şubat 2019'daki derste öğrenciler tarafından seçilen kavramlar ve eskizler üzerinden değerlendirmeler yapılmıştır. Seçilen kavramlar doğrultusunda konunun kavranıp kavranmadığı belirlenmiştir. Verilen bilgiler öğrenciler tarafından genel itibarıyla kavranmış olup, sadece birkaç öğrenci, bir kavramın sözel-görsel eşitliğini ve zıtlığını çalışmak yerine tek kavram seçip o kavramla ilgili eskiz yaparken, diğer eskizi seçtiği kavramın zıt anlamlısı ile çalışmıştır. Böyle bir durumda iki adet sözel-görsel eşitliğin olduğu tasarımın ortaya çıkacağı ifade edilip, görselde de büyük oranda değişiklik olmadan eskizleri değerlendirilip yapıcı bir şekilde, yön bilgi doğrultusunda çalışmaları yönlendirilmiştir.



Görsel 4.2.a. Busenur Beyaz isimli öğrenci eskizi. **b.** Alperen Kızılsu isimli öğrenci eskizi, 2019, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Eskişehir

İlk eskiz görüşme haftasında gelen örneklerden biri “zarafet” yani İngilizce karşılığı olan “grace” kelimesidir (Görsel 4.2.a.). Busenur Beyaz isimli öğrenci tarafından çalışılmış bu eskizde, sözel-görsel eşitlik kısmı için zarafet kelimesinin naifliğinden yola çıkılarak malzeme olarak kurdele ya da kağıtlarla oluşturulmuş çiçek desenler düşünülmüştür. *Quilling* tekniğinin zarafet sözcüğüyle ilişkili olması açısından tasarlanmasında herhangi bir sakınca görülmemiştir. Sözel-görsel zıtlık kavramında ise siyah kurdele ve toplu iğnelerle oluşturulması öngörülen bir tasarım düşünülmüştür. Fakat siyah kurdele cenazelerde ya da davetlerde kullanıldığında zarafeti simgelediğinden ve aynı zamanda birebir anlatımını doğruladığından zıtlık ifade etmesi için daha farklı bir malzeme araştırması konusunda yönlendirilmiştir.

Bir diğer eskiz örneği ise Alperen Kızılsu isimli öğrenci tarafından çalışılmıştır. Kullanılan eskizde güç, karanlık ve acı kavramlarından yola çıkılmıştır (Görsel 4.2.b.). Görselden de anlaşılacağı üzere güç kavramını zıt bir şekilde ifade etmek için malzeme olarak kibrit çöpleri, birebir kavramını anlatmak için ise çivilerle oluşturulması öngörülen bir tasarım düşünülmüştür. Yine karanlık kavramı için de malzeme olarak ışığın tercih edildiği aydınlık bir görsel tasarlanması düşünülürken, birebir anlatımda siyah iplerle oluşturulacak bir tasarım yapılması planlanmıştır. Bir diğer kavram olan acı kelimesinde ise durum biraz farklıdır. İlk derste verilen yön bilgiden bağımsız düşünülerek, zamanla çürüme vs. ihtimali olan küp şeker malzemesinden yola çıkıldığı için uygun bulunmamıştır.

Eskiz değerlendirmeleri ışığında, karanlık kavramının daha olumlu sonuçlar verebileceği düşünölerek malzeme araştırmasına gidilmesi konusunda yönlendirilen öğrenci, biraz daha beyin fırtınasıyla bir düğme ya da sensör yardımıyla ışığın olmadığı bir an ile ışığın var olduğu bir anı birleştirerek, tek işle etkileşimli bir tasarım yapması konusunda yönlendirilmiştir.

25 şubat 2019 olan bir diğer ders saatinde eskiz görüşmelerine ve değerlendirmelerine devam edilmiştir. Hala konuyu kavramamış, derse ilk defa gelen öğrencilerin olması nedeniyle konu üzerinden anlatımlara devam edilmiş ve örnekler gösterilmiştir (Görsel 4.3).



Görsel 4.3. “Eye-Opening Knife Typography” isimli boyutlu tipografi örneği, Tasarım: Farhad Moshiri, 2009, Palazzo Grassi, İtalya (<https://mymodernmet.com>)

Örnek olarak öğrencilere, sanatçı Farhad Moshiri’nin, İtalya’daki Palazzo Grassi’nin bir duvarında yer alan görseldeki enstalasyonu gösterilmiştir. Uzaktan bakıldığında “Life is Beautiful” (Hayat Güzeldir) yazan boyutlu tipografik tasarıma yakından bakıldığında, kullanılan malzemenin bıçak olduğu görölmektedir. Script bir fontla yazılmış olmasıyla sözel-görsel eşitliği sağlarken, kullanılan malzemeye sözel-görsel zıtlığa iyi bir örnek oluşturmaktadır.

için fikir üretimini gerçekleştirmiştir. Manifestosu hala netleşmeyen öğrencilerin de bir an önce manifestolarını netleştirmeleri gerektiği konusunda gerekli uyarılar yapılmıştır.



Görsel 4.5. Nelin Nehir Bayraktar ve Özge İnce isimli öğrencilerin yazı karakteri arayışları, 2019, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Eskişehir

Sonraki haftalarda ise, görüşmeler devam ederken fikirler-malzemeler-sergilemeler ve manifestolar konusunda gelişmeler üzerinden görüşmeler yapılmıştır (Görsel 4.5).

4.2. Teslimler ve Değerlendirmeler:

Dersin en başında teslim tarihi olarak belirlenen 20 Mayıs 2019 günü, bitmiş halleriyle birlikte tasarımlarının kendileri tarafından çekilmiş fotoğrafları, süreçteki bütün eskizleri, edindikleri kazanımlar ve tasarımlarını anlatan raporları da dijital olarak teslim alınmıştır. Bu kısımda süreçleriyle birlikte teslim ettikleri tasarımlar sözel-görsel eşitlik ve zıtlık açısından değerlendirilecektir.



Görsel 4.6. Ural Levent isimli öğrencinin eskiz çalışması ve üç boyutlu tipografi tasarımı, 2019, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Eskişehir

- Ural Levent isimli öğrenci elediği fikir alternatifleri sonucunda kaos kavramına karar vermiş olup, bu doğrultuda çalışmalarına devam etmiştir. Öğrenci fizikteki kaos teoreminden yola çıkarak göktaşları, yıldız patlamaları, pulsarlar ve karadeliklerden ilham almıştır. Kaos kavramını seçme nedenini ise kavramın tek başına kullanıldığında düzensizliği belirtirken, bunun doğadaki tezahürünün tamamen farklı olduğu görüşüne dayandırmıştır. Evrenin bir kaos halinde olduğunu, ancak aynı zamanda kendi içinde bir düzene sahip olduğunu belirterek bu düzenin makro yaşamlardan mikro yaşamlara kadar her yerde geçerli olduğu ve karanlıktan bir yaşam filizlenmesi gibi, bizi var edenin de bu kaos olduğu görüşünü belirtmiştir. Kaos kavramının, zıttı olan düzen kavramıyla birlikte düşünülen bir durum olduğunu ifade ederek, kaos kavramını anlatmak için tasarımın iç içe geçmiş olması ve birbirlerinden beslenmesi gerektiği düşüncesinden yola çıkmıştır. Böylelikle tasarımını evrenin düzensizliğinden ilham alıp, düzensiz ve karmaşık bir tipografi kullanarak ve bu karmaşadan hayat gibi bir düzen doğması fikriyle birleştirme yoluna gitmiştir.

Ahşap, cam ve ışık malzemelerini birleştirerek oluşturduğu bu tasarım, kavramsal yönden, malzeme uyumuyla ve etkileşimin de işin için de olduğu bir birliktelikle sözel-görsel eşitliği sağlamaktadır. İzleyicinin hareketiyle etkileşime geçerek yanan sensörlü ışığın ortaya çıkardığı düzenli bir kaos yazısı “kaosu da yaratan biziz onu düzene sokabilecek kişi de...” ve “harekete geç” mesajlarını eş zamanlı olarak vermektedir. Manifesto olarak tasarımı da destekleyen: “Düzen kaostan beslenir” sözü kullanılmıştır (Görsel 4.6).



Görsel 4.7. Alperen Kızılsu isimli öğrencinin yazı karakteri denemeleri ve üç boyutlu tipografi tasarımı, 2019, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Eskişehir

• Alperen Kızılsu isimli öğrenci ise güç, karanlık ve acı düşüncelerinden yola çıkarak, karanlık kavramı üzerinden çalışmalarını sürdürmüştür. Çalışmaya ilk olarak seçtiği kavramı en iyi tanımlayabilecek malzemeler listesi çıkartarak başlamıştır. Karanlık kavramını betimlemek üzere şerit led ışıklardan oluşan eskiz çalışmalarında script fontlar tercih etmiştir. Deneyimleri sonucunda şerit led ışıkların kırılğan bir yapıya sahip olmalarından ve bükülme paylarının olmayışından, script fontlarla tasarlayamayacağına karar vermiştir. Yine malzemesiyle doğru orantılı olarak ve çözümleme açısından daha uygun olan led tabelalarda ve skor-boardlarda da kullanılan noktalı fontlarla tasarımını ilerletmeye karar vermiştir. Ardından malzeme değişikliğine de giderek pirinç led ışığıyla çalışmasına devam etmiştir.

“Bazen küçük dokunuşlar karanlıkları aydınlığa çıkartır” sözünden yola çıkarak çözümlediği karanlık kavramı ve yanıp sönmekten dolayı sözle uyum sağlayan malzeme, kavramın hem eşitlik hem zıtlık açısından tek bir tasarımda çözümlenebilmesine olanak sağlamıştır. 18 x 35 cm boyutunda bir foto-blok üzerine seçtiği yazı karakteriyle karanlık kavramını yazarak, kelimeye denk gelen yerlere ise yuvarlak delikler açmıştır. Daha sonra ise kavramın okunmasını zorlaştıracak ekstra delikler ekleyerek, bu deliklerden seçtiği malzeme olan pirinç ışıklarını yerleştirmiştir. Böylelikle ışık yanmadığında belirsizlik ve karanlık bir görüntü söz konusuysen, ışık yandığında karanlık yazısı görünerek aydınlık oluşmaktadır. Sözel-görsel eşitlik ve zıtlık açısından değerlendirildiğinde kullanılan malzemeyle kavramın birebir anlatımı da zıt anlatımı da doğru mantıkla görselleştirilmiş olup manifestosuyla da uyum göstermektedir (Görsel 4.7).



Görsel 4.8. Aylin Mutlu isimli öğrencinin eskiz çalışmaları ve üç boyutlu tipografi tasarımı, 2019, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Eskişehir

- Aylin Mutlu isimli öğrenci ise aşk kavramından yola çıkmıştır. Birebir anlatım için kurumuş çiçekleri kullanmayı tercih eden öğrenci, zıt anlamında ise bitmiş bir aşk hikayesini anlatan aşk mektupları kullanmaya karar vermiştir. Kavramı ifade etmek için önceki zamanlarda yaşanmış aşkların daha romantik olduğu fikrinden yola çıkarken, hediye edilen çiçeklerin kurutulması, yazılan mektupların saklanması gibi durumlardan hareketle malzemelerini seçmiştir. Çiçekçiden aldığı çiçekleri iki duralit arasında sıkıştırarak üç hafta boyunca tam olarak kurumalarını beklemiştir. Diğer taraftan da sahafta bulduğu 1960’lı yıllardan kalma gerçek bir aşk hikayesinin geçtiği mektuplardan toparlamış, benzer şekilde hazırladığı mektupları da yırtma, yakma ve kahveyle eski görüntüsü verme yöntemlerini kullanarak o dönemlere ait bir mektup görüntüsü elde etmiştir.

Zapfino yazı karakterinden hareket ederek çiçeklerin bir araya getirilmesiyle “Aşk” yazısını oluşturmuştur. Yine aynı yazı karakterleriyle zıtlık kavramını oluşturmak için mektupların ortasında “Aşk” yazısını oluşacak şekilde boşluk bırakmıştır. En son aşamada ise kavramın ve dönemin ruhunu yansıtmak için çerçeve arayışına gitmiş ve başarılı sonuçlar elde etmiştir. Birebir anlatımda da zıt anlatımda da kullanılan malzemeler kavramı doğru bir şekilde yansıtmaktadır. Her ne kadar iki tasarım da aşk kavramının birebir anlatımı gibi görünse de sahafta bulunan mektuplar zamanla biten bir aşk hikayesinden bahsettiği için, öğrenci de benzer bir hikâye kurgulayıp izleyici tarafından okunacak halde tasarımını oluşturmuştur. Tasarımın manifestosu için tercih edilen: “Aşka dair birçok şey yitip gider, ancak iyi hatıralar solup gitmelerine rağmen unutulmazlar.” sözü de her iki tasarımı betimler niteliktedir (Görsel 4.8).



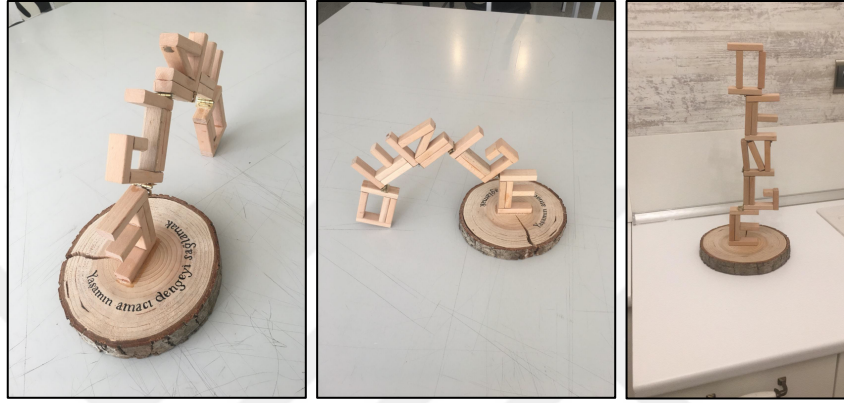
Görsel 4.9. Berivan Yıldız isimli öğrencinin üç boyutlu tipografi tasarımı, 2019, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Eskişehir

• Berivan Yıldız isimli öğrenci farklı kavramlarla yapmış olduğu eskizlerin sonucunda bağ kavramı üzerinden tasarımını oluşturmayı tercih etmiştir. Bağ deyince aklına aile bağları gelen öğrenci, bu bağların güçlülüğünden ve kopmalarından bir zıtlık oluşturma fikri üzerinden çalışmalarını sürdürmüştür. Malzeme seçimi olarak ise, her iki projesinde de bir bütünlük ve seri olmalarını tercih ederek aynı malzemeyi kullanmaya karar vermiştir. Güçlü bağları da kopan bağları da en iyi, iplerle ifade edebileceğine karar veren öğrenci, birebir anlatımda aile bağlarının güçlü yansımalarını sıkıca gerilmiş iplerin bir bütün oluşturmasıyla yansıtmıştır. Birebir anlatım için anonim bir söz olan “Gerçek ve güçlü olan tek bağ bilirim. O da aile bağı.” sözünü kullanmayı tercih etmiştir. Gerçek ve güçlü olan bağın aile ile özdeşleştirdiği bağ kavramı ile ayakta durmasının gerekliliğini, renkli iplerle sardığı bağ yazısını sıkıca gerilmiş iplere yapıştırarak tasarımını oluşturmuştur. Seçtiği iplerin renkli olmasının nedenini açıklarken de, pozitif alanı vurgulamak, aile ortamındaki güçlü, mutlu ve yapıcı yanı göstermek olduğu şeklinde ifade etmiştir. Her bir harfin aile fertlerinden birini tanımlayan bu tasarımda, sözel-görsel olarak, birebir anlatım için doğru sonuca varılmıştır.

Diğer çalışmada ise kopan bağların yıkım getirdiğini, sağa sola savrulmuş aile fertlerinin olduğunu ifade etmek adına, birbiriyle kopan ve ortada savrulan “bağ” kavramının harfleri görülmektedir. Bu karşıt anlatımda ise babası ile sorunlar yaşayan, aile içi yıkımlara sahip bir yazar olan Samuel Butler’ın “Aile toplumun özüdür, onu tahribe yönelten şey kopan bağlardır.” Sözünün kullanılması tercih edilmiştir. Çerçeveden taşan fontlar ve iplerin, düzeni bozulmuş ve kaos içerisinde bir yaşam alanını ifade etmesi, tasarlanan bu çalışmanın sözel-görsel zıtlık bakımından etkili bir metafor yöntemiyle ifade edilmesi dikkat çekmiştir (Görsel 4.9).

Her iki tasarımda da çerçeve kullanılması, keskin sınırlara sahip bir yaşam alanı olarak aileyi anlatmaktadır. Böylelikle, birebir anlatım için yapılan tasarımda tipografik

tasarımın çerçeve içinde çözülürken, zıt anlatımda kopuklukların ve çerçevenin dışına taşan tipografik malzemeye etkili bir ifade biçimi söz konusu olmuştur. Projenin sonunda bu öğrenci, süreç içerisinde malzeme konusunda pratik çözümler üretebilmeyi, sabırla yol izlemeyi, kavramsal olarak geniş düşünebilmeyi öğrendiğini ifade etmiştir. Diğer yandan ise ip gibi çerçeve gibi günlük hayatta sıklıkla kullanılan bazı nesnelerin ne kadar farklı ifadeler için kullanılabileceğini, çevresine bakarken algıda seçici bir izleyici olmasını sağladığını belirtmiştir.



Görsel 4.10. Muhammed Mert Sarioğlu isimli öğrencinin üç boyutlu tipografi tasarımı, 2019, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Eskişehir

- Muhammed Mert Sarioğlu isimli öğrenci çalışmasında, “denge” kavramını çözümlmeye karar vermiştir. Denge kavramını araştırmakla işe başlayan öğrenci; dışardan herhangi bir kuvvet etki etmedikçe dengede kalan bir çalışma yapmayı hedeflemiştir. Pisa Kulesi’nden esinlenerek düz bir zemin üzerinde duran cisimlerin ağırlık merkezinden geçen çekül doğrultusu, cismin dayanma yüzeyinin içinde kalıyorsa cisim devrilmez kuralından hareketle, ahşap kule oyununun malzemelerinden yola çıkarak tasarımını uygulamaya başlamıştır. Pisa Kulesi’nde olduğu gibi, bir merkezden geçirdiği malzemeleriyle, tipografik tasarımını belirlediği yerlerden menteşe yarımıyla çivileyerek uygulamasını bir sonraki aşamaya geçirmiştir. Bir kaide ile sabitlemesi gerektiği tasarımı için, yine uyumlu bir malzeme tercih etmiştir. Boyutlandırılmış tipografik tasarımını sabitlemeden önce de kaideye “Yaşamın amacı dengeyi sağlamak” olan manifestosunu ahşap yakma tekniğiyle oluşturmuştur. En başta da belirtildiği gibi dışarıdan gelen bir itme kuvvetiyle harflerin kopmadan düşmesi, sözel-görsel zıtlığı doğru bir şekilde ifade etmektedir. Direkt olarak sergilendiğinde sözel görsel eşitliği de veren çalışma, malzemelerin kavramla olan sıkı bağı, kaidenin de aynı aileden gelen bir malzeme oluşu, manifestonun en doğru uygulanma şekli bakımından değerlendirildiğinde, kavranmış ve çözümlenmiş başarılı bir çalışmadır (Görsel 4.10).



Görsel 4.8. Busenur Beyaz isimli öğrencinin üç boyutlu tipografi tasarımı, 2019, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Eskişehir

- Busenur Beyaz isimli öğrenci “zarafet” kelimesi üzerinden kavram çalışması yapmayı tercih etmiştir. Malzeme olarak kurdele kullanmayı düşünen öğrenci, araştırmalarının sonucunda bir çeşit kâğıt kıvrıma sanatı olan *Quilling* tekniğiyle karşılaşmıştır. Şeritler halinde hazırlanmış, genellikle renkli kâğıtların bir araya getirilerek yapıştırılmasıyla dekoratif tarzda tasarımlar yapmak için tercih edilen *Quilling* tekniğiyle zarafet kavramını daha iyi yansıtabileceğini düşünen öğrenci, kurdele yerine renkli kâğıtlar kullanma fikrini geliştirmiştir.

Birebir anlatım için dünyaca ünlü modacı Coco Chanel’in “Basitlik, gerçek zarafetin tek ilkesidir” sözünden hareketle tasarımını monogram bir tarzda, basit ama oldukça zarif bir şekilde oluşturmuştur. Daha az kâğıtla ve kıvrımla, zarafet sözcüğünü çalışırken seçmiş olduğu manifestoyla birebir anlatımı yakalamayı amaçlamıştır ve oldukça da etkili bir tasarım ortaya çıkarmıştır. Karşıt anlatım için de, yine Coco Chanel’e ait bir söz olan: “Zariflik, içinin güzel olduğu kadar dışının da güzel olmasıdır” sözünden yola çıkmaya karar vermiştir. Böylelikle zarafet sözcüğünün içini boş bırakarak, dış kısmını dolu dolu rengârenk kâğıt kıvrımlarıyla oluşturmuş, seçmiş olduğu manifestoyu etkili bir şekilde görselleştirmiştir. Dışı süslü ve dolu olan zarafet yazısının içinin boş olmasıyla da, kelimenin anlamına ters düşerek karşıt anlam oluşturulmaya çalışılmıştır.

Çalışmalarını yaparken tasarımlarında script bir yazı karakteri kullanan bu öğrenci, zarafet kelimesini en güzel yansıttığını düşündüğü “Birds of Paradise” isimli yazı karakterini baz almıştır. Yazı karakterinin script olmasının yanı sıra uyguladığı teknik

için kullanışlı kıvrımlı formlara sahip olması nedeni ile tercih ettiğini belirtmiştir. Bu çalışma, kendisine yeni bir teknik öğretmenin yanı sıra, malzeme ve kavram arasındaki ilişkinin önemini de fark etmesini sağlamıştır. Bazı kavramlarla özdeşleşmiş olan malzemelerin dışına çıkarak, kavramı daha iyi anlatabilecek malzemelerin olabileceğini gördüğünü ifade eden öğrenci, tipografik anlatımı güçlendiren öğelerin içinde malzeme, renk ve tekniğin de ifade gücünü pekiştirmede oynadığı rolün etkisini ve yaratıcı bakış açılarıyla da tasarımlar oluşturulabileceğini fark ettiğini belirtmiştir (Görsel 4.11).



Görsel 4.12. Esra Çiftlikoğlu isimli öğrencinin üç boyutlu tipografi tasarımı, 2019, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Eskişehir

- Esra Çiftlikoğlu isimli öğrenci öncelikle devinim, sessizlik, yalnızlık, aşk ve karanlık kavramları üzerinde durmuştur. Son olarak bazı konuların kişiselliğinin daha ön planda oluşu ve hem genel hem ideolojik bir kavram üzerine çalışmak istediğinden “özgürlük” kelimesi üzerine yoğunlaşmıştır. Çalışmasında etkileşimli bir tasarım yapmayı amaçlamıştır. Düşünce özgürlüğü ve sansür kavramlarından yola çıkarak, düşünce özgürlüğünün sadece toplumumuzun coğrafi bir sorunu olmamakla birlikte genel bir problem olduğundan, izleyicinin projesinden ne kadar özgür olduğuna dair görüş belirtmelerini istemeyi hedeflemiştir. Bir diğer hedefi ise sözel-görsel eşitliği de zıtlığı da tek bir işte toplamaktır.

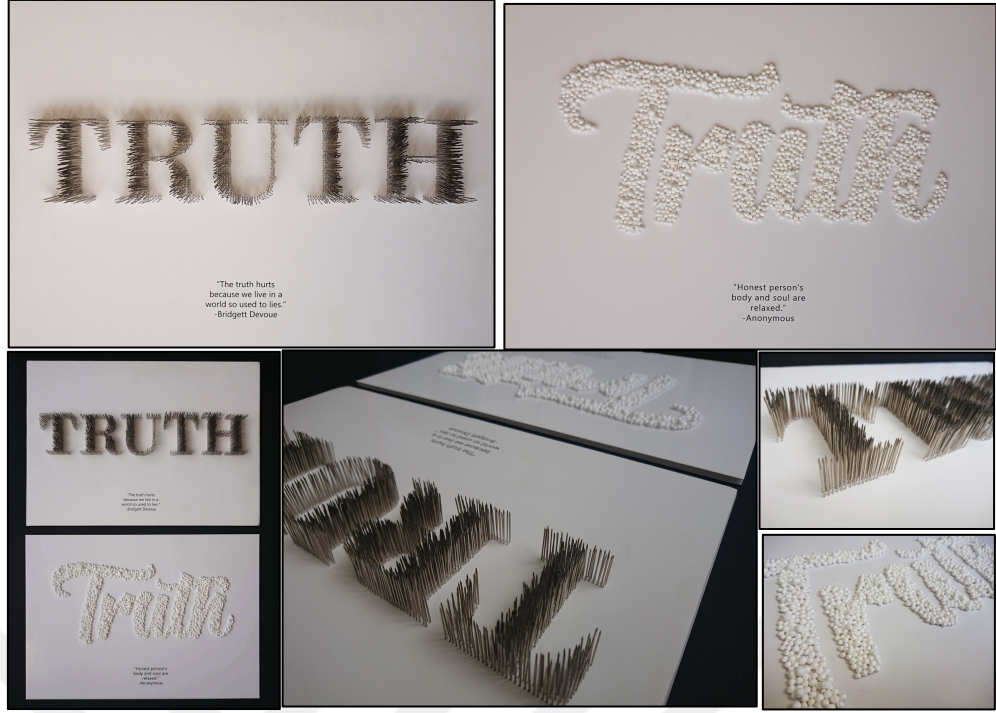
Bir sonraki aşamada malzeme arayışına giren öğrenci, izleyicinin bir tahta gibi kullanabileceği ve görüşlerini yazabileceği çalışma yapmayı planlamıştır. 1cm kalınlığında siyah bir foto-blok seçerek kapalılığı ve sansürü daha da betimlemek

istemiştir. Yazı tahtasıymış gibi kullanabileceği malzemeden yola çıkarak, özgürlük kavramını foto-bloğun üst tarafına ortalayarak lazer kesimiyle içi boş halde boyutlandırmıştır. Boşluklardan okunacağını hesaplayarak “Stencil” yazı karakterinin “Ö” ve “R” harflerinin ortalarındaki yuvarlağın kopmaması için bağlantı çizgileri belirlemiş, bütünlük olması açısından da bu çizgileri kavramdaki bütün harflerde de ölçülü bir şekilde kullanmıştır.

Manifestosunda ise, *Urbana* fontunu kullanmıştır ve Friedrich Nietzsche’ye ait olan: “Özgür mü diyorsun kendine? Sana hükmeden düşünceni duymak isterim” yazmaktadır. Bu manifestonun seçilmesinin amaçlarından biri ne kadar özgür olduğumuzun sorgulanması, bir diğeri ise izleyiciyi harekete geçirerek etkileşim sağlanmasıdır.

Etkileşimli bir tasarım haline gelen uygulamada, etkileşimin kalemle sağlanması hedeflenmiştir. Bir adet siyah ve bir adet beyaz kalemin ip ile sabitlendiği çalışmada, izleyicinin görüşlerini bu alana yazmaları istenmiştir. Bir kalem özgürlükle bağdaştırılırken, diğer kalem tam tersini simgelemektedir. Fakat izleyici ilk etapta zaten siyah bir zemin üzerine beyaz kalemle yazılacağı fikrinden yola çıkarak beyaz kalemle yazmaya çalışacaktır. Fakat öğrenci tarafından iç kısımları önceden değiştirilen kalemler tam ters şekilde işlev göstermektedir. Altında yatan asıl amaç, ne kadar özgür olduğumuzu düşünsek de aslında o kadar da özgür olmadığımız, düşüncelerimizi istediğimiz gibi dile getiremeyeceğimizi ifade etmektedir. Diğer bir yandan da siyah kalem seçildiği takdirde zeminin de siyah olmasından dolayı “aynı düşünceye sahip insanlar” gibi bir alt mesaj vermekte olan çalışmada, aynı fikirdeysen görüşlerinizi belirtmekte özgürsünüz düşüncesine gönderme yapılmaktadır.

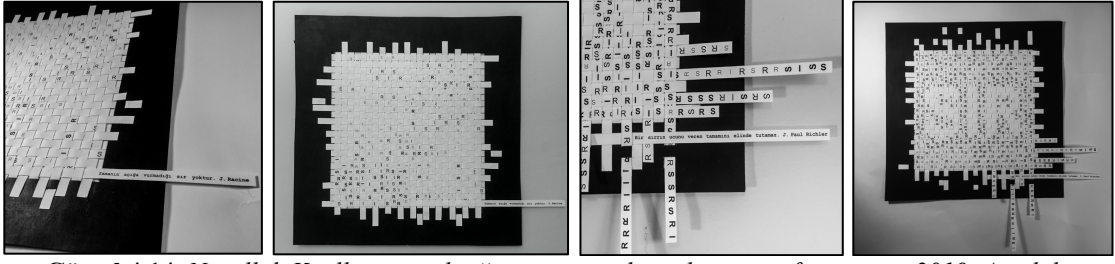
Fikir olarak en başarılı çalışmalardan biri olan bu tasarımın en büyük dezavantajı bir yerde sergilendiğinde tek başına yaşayan ve kendini anlatan bir tasarım olmayışıdır. Yine de alt metinleri de hesaba katıldığında, boyutlu tipografinin sadece sözel-görsel zıtlık açısından “özgürlük” kavramının boşluktan ortaya çıkışı ve manifestoyla uyumu son derece başarılıdır ve aslında ne kadar da özgür olmadığımıza gönderme yapmaktadır (Görsel 4.12).



Görsel 4.13. Ezgi Çavuşoğlu isimli öğrencinin üç boyutlu tipografi tasarımı, 2019, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Eskişehir

- Ezgi Çavuşoğlu isimli öğrencinin ise dersin ilk haftalarında “güven” kavramıyla yaptığı denemeler yeterli etkiyi sağlamayınca, “Truth” (dürüstlük) kavramıyla çalışmaya karar vermiştir. Seçtiği kavramın ifade ettiği birebir ve zıt anlatımlarını farklı malzemelerle ele almaya karar veren öğrenci, önce kavramın ifade ettiği anlamlar doğrultusunda uygun yazı karakteri arayışına girmiştir. Birkaç deneme yaparak tasarımın teknik çözümlemelerini olgunlaştırdıktan sonra kompozisyona karar vererek, her ikisi için de uygun manifestolar bulmuş, çalışmalarını uygulamaya geçmiştir.

Kaliforniyalı yazar Bridgett Devoue’nun “The truth hurts because we live in a world so used to lies” yani “Yalanlara alışkın bir dünyada yaşadığımız için gerçekler acıtır” sözünden yola çıkarak, toplu iğnelerle tipografisini tasarlamaya karar vermiştir. Diğer çalışmasında ise anonim bir söz olan “Honest person’s body and soul are relaxed” yani “Dürüst insanın bedeni ve ruhu rahattır” sözünden yola çıkarak granül straforlarla tipografisini oluşturmayı düşünmüştür. Önce aynı ölçülerdeki foto-bloklara manifestoları alt kısma ortalayarak dijital çıktı alan öğrenci, daha sonra birebir anlatımda strafor taneleriyle, zıt anlatımda ise toplu iğnelerle tipografilerini tasarlamıştır. Her iki çalışmada da seçtiği malzemeler ve yazı karakterleri anlatımı desteklemektedir. Aynı zamanda her iki tasarımda da sözel-görsel eşitlik ve zıtlık açısından doğru bir ifade şekli görülmektedir (Görsel 4.13).



Görsel 4.14. Nurullah Kızılkaya isimli öğrencinin üç boyutlu tipografi tasarımı, 2019, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Eskişehir

• Nurullah Kızılkaya isimli öğrenci ise “sır” kavramı üzerine bir çalışma yapmıştır. Sırrın er geç açığa çıkacağı düşüncesinden yola çıkarken, kâğıdın doğada üç ay gibi kısa bir zamanda çözülmesinden hareketle, kavramı en iyi yansıtacak malzemenin kâğıt olduğuna karar vermiştir. Böylelikle sır tutan kişinin de er geç çözüleceğini ve tuttuğu sırrı daha fazla saklayamayacağını ifade etmek istemiştir. Kâğıt şeritleri tek tek dokuyarak tasarımını oluşturmaya karar veren öğrenci, aynı zamanda sır tutmanın da ne kadar emek isteyen bir şey olduğuna vurgu yapmak istemiştir. Aynı zamanda dokuyarak oluşturulan kağıtların bir tanesi çekip alındığında dağılması, sırrın başkasına anlatıldığında da sır olmaktan çıkacağı düşüncesine gönderme yapmıştır.

Birebir anlatımında manifesto olarak Jean Racine’ye ait bir söz olan “Zamanın açığa vurmadığı sır yoktur” sözünü kullanmayı tercih etmiştir. Sır kavramının harflerinin kombinasyonlarını dijital ortamda oluşturan öğrenci, şerit şeklinde kağıtlara çıktı alarak tasarımını oluşturmaya başlamıştır. Manifestosunu da destekleyecek şekilde, S-I-R harflerinin yer yer bir araya gelmesi sayesinde, izleyicinin tasarıma bir süre baktıktan sonra, belli yerlerde kavramın okuyabilecek şekilde olması istenmiştir.

Sözel-görsel zıtlık açısından ele aldığı projede ise J. Paul Richlerée ait “Bir sırrın ucunu veren tamamını elinde tutamaz” sözünden yola çıkmış, aynı özelliklerde eni 1cm olan kağıtlarla sır kavramını okunmayacak şekilde yazarak tasarlamıştır. Bu seferde hiç harf denk gelmeyen yerlerin toplamında, tasarımın tam ortasında, kocaman bir “SIR” yazısıyla karşılaşılacaktır. Bu tasarımın kavramsal çözümlemesi ise, yine sır ne kadar saklanmaya çalışılsa da saklanılamayacağını, eninde sonunda ortaya çıkacağının düşüncesidir (Görsel 4.14). Öğrenci bu projede, malzemelerle oluşturulmuş tipografik bir tasarımda, kavram ve malzeme ilişkisinin ve negatif- pozitif alanların önemini kavradığını belirtmiştir.



Görsel 4.15. Nelin Nehir Bayraktar isimli öğrencinin projeyi uygulama aşamaları ve üç boyutlu tipografi tasarımı, 2019, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Eskişehir

- Nelin Nehir Bayraktar isimli öğrenci de “kaos” kavramını tasarlamaya karar vermiştir. Manifesto olarak “Düzensizliğin içinde de bir düzen vardır” sözünü seçmiştir ve bu sözü desteklediğine inandığı için tasarımında kullanacağı malzeme tercihini legolardan yana yapmıştır.

Bir araya getirildiğinde düzeni de kaosu da oluşturabileceği bu oyun malzemeleri için, yazı karakteri olarak daha çok piksel fontları araştırmıştır. Fakat malzemeleri birebir fontu uygulamasına olanak vermediği için, harf anatomilerini koruyarak kendinin oluşturduğu bir yazı tipiyle kavramı tasarlama yoluna gitmiştir.

Ural Levent isimli öğrencinin “Kaos kavramında, zıttı olan düzen kavramıyla birlikte düşünülen bir durumdur ve kaos kavramını anlatmak için tasarımın iç içe geçmiş olması ve birbirlerinden beslenmesi gerekmektedir” düşüncesi Nelin Nehir isimli öğrencinin çalışmasına da yansımıştır. Öyle ki kaos kavramını birebir anlatmak için tasarladığı karışık renklerle oluşan “kaos” yazısının gölgesi yere düştüğünde düzenli bir kaos yazısı oluşacakmış gibi hissettirse de gri zeminde krem rengi yazıyla tersten okunan KAOS yazısı oluşmaktadır. Manifestosuna uygun olarak düzensizliğin içinden bir düzen çıkartmayı görselleştirerek sözel-görsel eşitliği ve zıtlığı nispeten sağlamıştır (Görsel 4.15).

Öğrencilerle, bir dönem boyunca yapılan bu çalışmalar göstermiştir ki, tipografik elemanlar kullanılarak, sözel-görsel eşitlik ve zıtlık kavramları için bir manifesto seçmek ve boyutlandırmak eğitim bakımından araştırmaya, deneyimlemeye, düşünmeye ve sorgulamaya büyük katkı sağlamaktadır. Tasarımın sadece kâğıt üzerinde olamayacağı, boyutlandırılarak hayata dahil edilebileceği fikri geliştirilmektedir. Böylelikle meslek hayatlarında da ihtiyaç duyulursa edinilmiş malzeme bilgileriyle de tasarım yapabilme becerisine sahip olmaktadır.

BEŞİNCİ BÖLÜM

5. ARAŞTIRMACI TARAFINDAN SANATTA YETERLİK DÖNEMİMİNDE MALZEMELERLE TASARLANAN ÜÇ BOYUTLU TİPOGRAFİLER

Bu araştırma süreci boyunca araştırmacı tarafından farklı tarzda farklı malzemelerle üç boyutlu tipografi örnekleri üretilmiştir. Sanatta yeterlik ders döneminde başlayan serüven, araştırmanın kapsadığı tez dönemi sürecinde de devam etmiştir. Ardışık iki dönemde tasarlanan uygulamaların yer aldığı bu örnekler, araştırmanın amacına yönelik tasarımlar olduğu varsayımından hareketle, yapılış amaçları, uygulama süreçleri ve farklı aşamadaki fotoğraflarıyla birlikte görselleştirilmiştir. Bütün araştırma sürecinde elde edilen veriler doğrultusunda sözel-görsel eşitliği ve/veya zıtlığı sağlayacak şekilde tasarlanan projeler, araştırmayı desteklemesi açısından önemlidir. Aynı zamanda araştırmanın sonucu olarak izleyici için bir ilham niteliğindedir. Araştırmanın içerisinde örnek olarak yer verilen sanatçılar ve aynı zamanda uluslararası tasarımcılar tarafından üretilen boyutlu tipografi örnekleri, araştırmanın bakış açısını destekler niteliktedir. Tüm bu görsel anlatımı destekleyici çalışmaların amacı, izleyiciyle görsel olarak iletişime geçmesini sağlamaktır. Yani tasarımlardan beklenen, Pascal Quignard'ın da belirttiği gibi “Yazan kişi susar...” (Jean, 2015, s.208).

5.1. (A) Sanatta Yeterlik Ders Döneminde Tasarlanan Üç Boyutlu Tipografiler

Proje A-1



Görsel 0.1. “Gel Gör Beni” isimli boyutlu tipografi tasarımı, Tasarım: Melike Atıkan, 2015, Eskişehir

Görseldeki projede tipografiyi boyutlandırma yöntemlerinden biri olan string art tercih edilmiştir. “7. Uluslararası Anadolu Kaligrafi Tipografi-2015” etkinliğinin bir parçası olan “Yunus Emre” konulu sergi için, şairin “Gel Gör Beni” sözünden yola çıkılarak tasarlanan bu tipografik tasarımda, yazıyı ve dış çerçeveyi oluşturmak için 70x100 cm ölçülerindeki ahşap üzerine çakılan çiviler ve çivilerden birbirine uzanan ipler kullanılmıştır (Görsel 5.1). Proje, Tanrı aşkı ve arayışı, kavuşma özlemi ve uğurda çekilen çile gibi şiirdeki temalardan yola çıkılarak tasarlanmıştır. Çünkü tasavvuf anlayışına göre, insanın dünyadaki görevi Tanrı’ya ulaşarak onun varlığında yok olmaktır. Tanrıdan uzak kalış avareliktir. Yapılan bu tasarımda hem bu arayış hem de uğrunda çekilen çile betimlenirken iplerle farklı farklı yolları simgelemek üzere kurgulanmıştır. Aynı zamanda bu çilenin amacı, Tanrı varlığı ile bütünleşme fikrine gönderme yapmak ve renk tonlarıyla da bir bütünlük oluşturmaktır.

Proje A-2



Görsel 0.2.a. “Peace and Nuclear Disarmament” isimli boyutlu tipografi tasarımı, Tasarım: Melike Atılgan, 2016, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Eskişehir

Bu proje sanatta yeterlik dersi olan ve Prof. Sevim Selamet tarafından yürütülen “Deneyisel Tipografi II” isimli ders için, bir dönemi kapsayan sürede tasarlanmıştır (Görsel 5.2.a). Eleanor Coerr tarafından kaleme alınan “Sadako ve Kâğıttan Bin Turna Kuşu” isimli kitaba da konu olan çalışma ile Sadako Sasaki isimli Japon bir kız çocuğunun gerçek hikayesinden yola çıkılarak tasarlanmıştır. Hikâyeye göre:

1945’te Sasaki henüz 2 yaşındayken, ABD’nin atom bombası Hiroşima’daki evlerinin sadece 2 km uzağında patladı. Ailenin evi patlamaların ardından gelen yangınlardan dolayı çevredeki diğer evler gibi yıkıldı. Sadako ve ailesi mucizevi bir şekilde buradan kaçmayı başarmıştı. Hem de hiç yara almadan. İlk bakışta, böylesine bir felaketten fiziki hiçbir hasar görmeden kurtulduklarını düşündüler. Atom bombasının radyasyon etkisinden habersizlerdi... Küçük kız aradan geçen yıllar sonrasında okula gitmeye bile başlamıştı. Derslerine karşı son derece ilgili ve başarılı, çeşitli kollarla görev alan sosyal bir öğrenciydi. Savaşın izleri yok gibiydi, 12 yaşına gelene kadar... 12 yaşındayken, Sadako’nun boynunda ve kulaklarının arkasında tuhaf şişkinlikler oluşmaya başladı. Birkaç hafta sonra da vücudunun çeşitli yerlerinde yaralar ve lekeler kendini gösterdi. Doktorlar, Sadako’ya ‘atom bombası hastalığı’ adı verilen kan kanseri teşhisi koydu. 1950’lere gelindiğinde lösemi vakaları inanılmaz artış göstermişti. Atom bombasının yaydığı radyasyonlar, bombadan zarar görmediğini düşünen küçücük çocukların hayatına savaştan yıllar sonra kastetmeye başlamıştı. Sadako hastanede yattığı sırada sınıf arkadaşlarından biri ziyaretine geldi. Yanında getirdiği altın rengi kâğıttan, origami sanatını kullanarak bir “Turna kuşu” yaptı ve onun başucuna koydu. Sonra eski bir Japon efsanesinden bahsetti Sadako’ya; “Hasta birisi eğer kâğıttan 1000 adet turna kuşu yaparsa, tanrılar bu kişinin dileğini yerine getirecek ve onu sağlığına kavuşturacaktır.” Sadako bu

sözleri duyduğunda kalbi umutla dolmuştu. Hastalığını cesaretle karşılayıp, kâğıt turnaları katlamaya koyuldu... Katladığı her turnayla konuştu ve temiz yüreğinden sözler sarfetti; “Kanatlarınıza ‘huzur’ yazacağım. Böylece tüm dünyada uçabileceksiniz...” Maalesef Küçük Sadako’nun ömrü 1000 turnayı katlamaya yetmedi. Atom bombası atıldıktan 10 yıl sonra 25 Ekim 1955’te hayata veda etti. Arkadaşları, eksik kalan 356 turnayı katlayıp onunla birlikte gömdü. O günden sonra ‘Turna kuşu’ barışın ve nükleer silahsızlanmanın simgesi haline geldi. Sadako’nun ve atom bombasından ölen bütün çocukların anısına Hiroşima’da bir anıt yapıldı. Bu dünyada vakti kısa olsa da yaptığı turnalarla bir umut mirası bıraktı dünyaya küçük Sadako...Barış Günü olan 6 Ağustos’ta, dünyanın dört bir yanından çocuklar yaptıkları turna kuşlarını Sadako’nun Hiroşima’daki anıtına gönderir. Nazım Hikmet, Sadako’nun hikayesinden çok etkilenmişti. Ve “Kız Çocuğu” şiirini onun için yazdı.... (Kaya, 2017).

Bu nedenle origami tekniğiyle meydana getirilmiş çok fazla sayıdaki turna kuşlarıyla boyutlandırılan “Peace” (Barış) yazısı, hem Sadako adına bir anı, hem de nükleer silahsızlanmaya bir çağrı niteliğini taşıyan araştırmalar arasındaki kalıcı yerini alması amacını taşımaktadır. Özellikle belli açıdan bakıldığında okunması hayata farklı bakış açılarından bakılması gerektiğine de bir gönderme yapmaktadır. Yazının net şekilde okunması için izleyicinin durması gereken zemine de “Barış Noktası” yazan bir sticker tasarlanıp yerleştirilmiştir. Hikâyeyi bilmeyen izleyici için tasarımın hemen yan tarafında göz hizasına, Sadako’nun hikayesinin anlatıldığı bir metine de yer verilmiştir (Görsel 5.2.b).



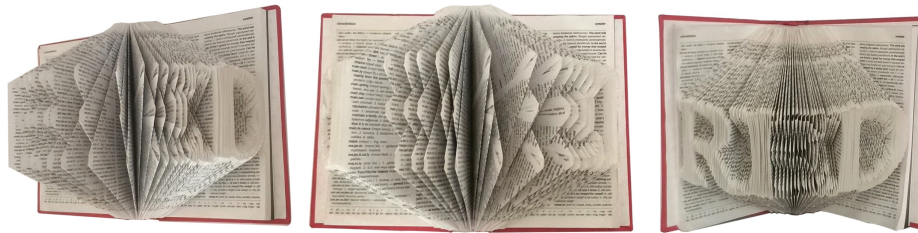
Görsel 0.2.b. “Peace and Nuclear Disarmament” isimli boyutlu tipografi tasarımı, Tasarım: Melike Atıkan, 2016, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Eskişehir

Proje A-3



Görsel 0.3.a. “Redhouse” isimli boyutlu tipografi tasarımı, Tasarım: Melike Atıkan, 2016, Anadolu Güzel Sanatlar Fakültesi, Eskişehir

Tasarımların ana malzemesi olan kâğıt boyutlu tipografilerde de sıklıkla tercih edilmektedir. Fakat boyutlu tipografide üzerine baskı yapılmasından ziyade katlanarak, kesilerek, şekillendirilerek farklı boyutlandırma yöntemleriyle tasarımlar oluşturulmaktadır. Görselde Prof. Gonca İlbeyi Demir tarafından yürütülen “Sanat Kitabı II” isimli Sanatta Yeterlik dersi için tasarlanmış kitap tasarımları bulunmaktadır. Birkaç kavram içinden seçilen “red” (kırmızı) kavramının İngilizce-Türkçe sözlükle olan bağlantısına atıfta bulunarak proje tamamlanmıştır. Bu proje, bir çeşit kitap sayfalarının katlamasıyla oluşturulan orfun tekniği uygulanarak oluşturulmuştur. Sayfalarda herhangi bir kesilme, koparılma ya da zarar söz konusu değildir. Öncelikle sahaftan alınan bir kitap üzerinde (Görsel 5.3.a) denendikten sonra, gerçek uygulama “Redhouse” sözlüğünün sayfaları katlanarak, seçilen kelimenin sözlük anlamına atıfta bulunma amacıyla oluşturulmuştur (Görsel 5.3.b).



Görsel 0.3.b. “Redhouse2” isimli boyutlu tipografi tasarımı, Tasarım: Melike Atıkan, 2016, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Eskişehir

Proje A-4



Görsel 0.4.a. “Wikipedia” isimli boyutlu tipografi tasarımı, *Tasarım: Melike Atıkan, 2016-2017, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Eskişehir*

Görseldeki uygulama yine Prof. Sevim Selamet tarafından yürütülen “Deneysel Tipografi II” dersinde bir dönemde tasarlanmıştır. İlk orfun denemesinden sonra diğer dönem için kitaptan bir yazı oluşturmak yerine, her bir kitaptan bir harfle yazı oluşturmak fikri geliştirilmiştir. Bu uygulamada her bir harf için bir adet ansiklopedi tercih edilmiştir. Yine orfun tekniğinin kullanıldığı bu tasarımda, her ansiklopedinin sayfaları sadece katlanarak harf görüntüleri ortaya çıkarılmıştır (Görsel 5.4.a).

Tipografik kurgu için uygun görülen “www.wikipedia.org” yazısı ise, artık açılıp bakılmayan ama herkesin evinde bir zamanlar oldukça yer kaplayan ansiklopedilere gönderme yapılması amacıyla tasarlanmıştır. Günümüzde ise ansiklopediler, gerçek amacının dışında, dekorasyon malzemesi olarak da kullanılmaya başlanmıştır. Bununla birlikte bu projede artık kitapların eskisi kadar kullanılmadığına, onun yerine e-book, sanal ortamdaki ansiklopedi uygulamaları gibi internet üzerinden yapılan araştırmalara vurgu yapılmak istenmiştir. Bu tür uygulamaların içinde en çok kullanılanın wikipedia olması da, tasarım için tercih nedeni olmuştur. Aynı dönemde, bu sitenin Türkiye’de kullanımının yasaklanması da gündem açısından başarılı bir tesadüf oluşturmuştur (Görsel 5.4.b).



Görsel 0.4.b. “Wikipedia” isimli boyutlu tipografi tasarımı, Tasarım: Melike Atıkan, 2016-2017, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Eskişehir

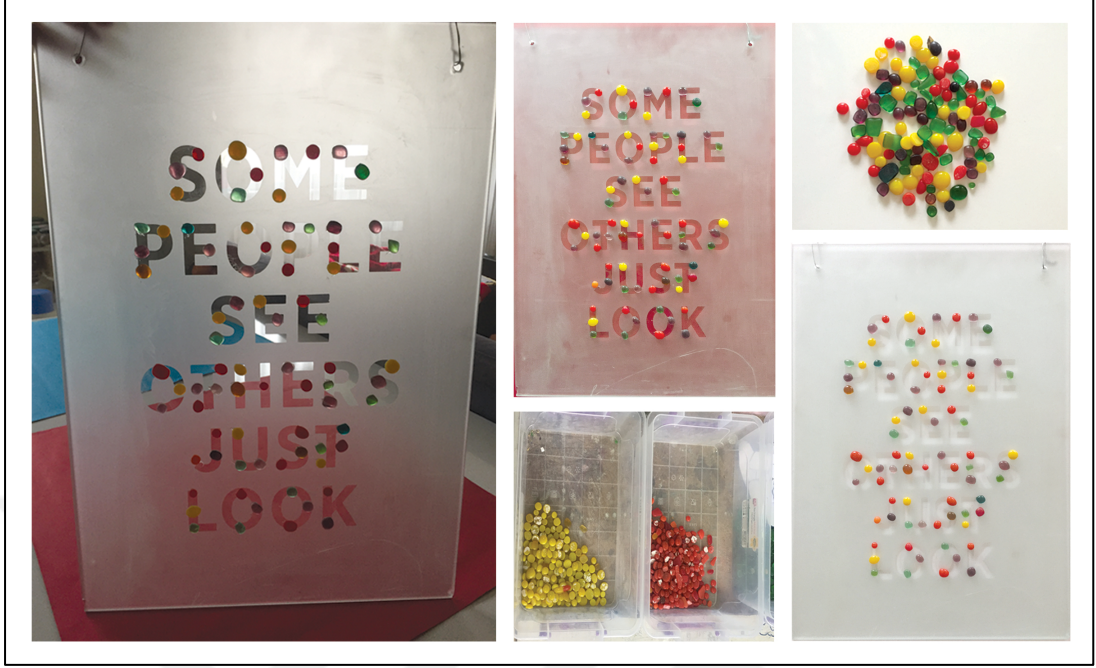
Proje A-5



Görsel 0.5. “RGB” isimli boyutlu tipografi tasarımı, Tasarım: Melike Atıkan, 2017-2018, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Eskişehir

Bu projede Prof. Rıdvan Coşkun tarafından yürütülen, Işıklı Cam Resmi ve Teknikleri I isimli ders için tasarlanmış boyutlu tipografi çalışması görülmektedir. Cam effetre çubuklarının kesilip bir araya getirilmesinin ardından, füzyon tekniğiyle fırınlanan camlardan oluşturulmuştur. Malzemeyi ve tekniği denemek için yapılan bu tasarım için, grafik tasarımın önemli terimlerinden biri ve ekran rengi olarak geçen RGB (Red-kırmızı, Green-yeşil, Blue-mavi ekran renklerinin baş harfleri) kelimesinden yola çıkılmıştır. Ekranların cam olmasından ilham alınarak yola çıkılan bu tasarımda, özellikle Red (yani kırmızı)’e denk gelen “R” harfi için tercih edilen kırmızı çubukların fırındandıktan sonra da kırmızı olacağı iddiasıyla tasarlanan çalışmanın siyaha yakın çıkması tesadüfi bir sonuçtur. Bu effetre cam çubuklar, pişirildikten sonra ışıklı bir dikdörtgen levhaya sabitlenerek ekran görüntüsüne gönderme yapılması amaçlanmış ve tasarım tamamlanmıştır (Görsel 5.5).

Proje A-6



Görsel 0.6. “Look and See” isimli boyutlu tipografi tasarımı, Tasarım: Melike Atıkan, 2017-2018, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Eskişehir

Bu projede de yine Prof. Rıdvan Coşkun tarafından yürütülen Işıklı Cam Resmi ve Teknikleri I dersi için tasarlanan boyutlu tipografi örneği yer almaktadır. Tasarımda hem Latin alfabesi hem de Braille alfabesi bir arada kullanılmıştır. İkisinde de, “Some people see, others just look” (Bazı insanlar görür, diğerleri ise sadece bakar) yazmaktadır. Sözel görsel eşitlikte ve zıtlık kavramlarını tasarlamak için kullanılan bu iki alfabenin ele alınış biçimi her iki şekilde okutacak durumdadır. Latin alfabesini okutmak amacıyla yazılan yazı, cam kumlama tekniğiyle oluşturulmuştur. Braille alfabesi için ise füzyon tekniğiyle fırınlanarak şekillendirilen boyutlu yuvarlak cam parçaları kullanılmıştır. Sözün anlamını destekleyici bir şekilde, bakmak ve görmek arasındaki farka vurgu yapmak istenmiştir. “Görmek için göze ihtiyaç yoktur” alt anlamı verilmek istenmiştir (Görsel 5.6).

5.1. (B) Sanatta Yeterlik Tez Döneminde Tasarlanan Üç Boyutlu Tipografiler

Proje B-1



Görsel 0.7. “Cat Lover” isimli boyutlu tipografi tasarımı, Tasarım: Melike Atulcan, 2019, Eskişehir

Çamurdam Sanat Atölyesi tarafından düzenlenen “Kedili Sergi” için tasarlanmış olan görseldeki iş, yine string art yöntemiyle iplerle oluşturulmuştur. Kedinin iplerle oynaması fikrinden yola çıkarak tasarlanan bu işte, birçok versiyonu bulunan fenomen söz “All you need is love and a cat” (Bütün ihtiyacın olan sevgi ve bir kedi) yazmaktadır. Bu tasarımda, tipografiyle birlikte kedi temsili, boyutlu bir tasarım ve keçelerden kesilmiş kalpler yer almaktadır. Çivilere dolanan iplerle yazı meydana getirildikten sonra, kalan ip, kedinin oynaması mantığıyla kenarda yumak şeklinde bırakılmıştır (Görsel 5.7).

Proje B-2



Görsel 0.8. “Straw Tower” isimli boyutlu tipografi tasarımı, Tasarım: Melike Atulkan, 2020, Eskişehir

Plastik atıklara dikkat çekilmesi amaçlanan bu projede malzeme olarak pipetler kullanılmıştır. Seçilen yazı ve tasarlanan tipografide, malzemeye ve amaçlanan mesaja dikkat çekmesi ve pekiştirilmesi nedeniyle tercih edilmiştir. Dünyada birçok plastik atık kampanyalarında kullanılan “It’s only one straw”- 6 Billion People (6 Milyar insan: “Bu sadece bir pipet” dedi). Sözüne karşılık, “It’s not only one straw” yani “bu sadece bir pipet değildir” şeklinde çevrilerek kullanılmış ve plastik atıkların bilinçli kullanılması için bir çağrı yapmak ve dikkat çekmek amaçlanmıştır (Görsel 5.8)

Rene Magritte’in İmgelerin İhaneti’ne de gönderme yapılan çalışmasında da görüldüğü gibi kısıklı uzunlu pipetler kullanılmıştır. Dünyanın giderek plastik atık çöplüğüne dönüştüğü vurgulanmak istenmiştir. Özellikle tipografinin anlaşılır olduğu yerden sonra verilmek istenen mesajla çelişmemesi adına, daha fazla pipet kullanılmadan tasarım tamamlanmıştır. Cam üzerine pipetlerin sabitlenmesiyle yapılan bu çalışmada yazının altının şeffaf kalmasının amacı hala bir umudun olması, bu ideolojiyi savunanlar tarafından hala dolmamış alanların olması, ama bir pipetten bir şey olmaz diyenler yüzünden git gide bütün yaşam alanını kaplaması ihtimali görselleştirilmek istenmiştir.

Proje B-3



Görsel 0.9. “Söz Acır” isimli boyutlu tipografi tasarımı, Tasarım: Melike Atıkan, 2021, Eskişehir

Bu projede “Bıçak yarası geçer, dil yarası geçmez” atasözünden yola çıkılarak tasarlanmış boyutlu tipografi örneği görülmektedir. Atasözünün anlamına bakıldığında bir insan vücudunun bıçak ya da herhangi bir şekilde yaralandığında zamanla iyileştiği, fakat yapılan hakaretlerin, kötü sözlerin insan ruhunu derinden yaraladığını ifade etmektedir. Bu nedenle “Bıçak yarası geçer” sözü için öncelikle kesilen kâğıdın ameliyat dikişine benzer bir yöntemle dikilerek tedaviyi ifade etmesi amaçlanarak görselleştirilmiştir. “Dil yarası geçmez” sözü içinse, yine kâğıdın kesilerek oluşturduğu yazının aralarında izlerin kalması, dille açılan yaraların insan ruhunda kalıcı izler bıraktığını destekler nitelikte görselleştirilmesi amaçlanmıştır (Görsel 5.9).

Proje B-4



Görsel 0.10. “Hamdım, Piştım, Yandım” isimli boyutlu tipografi tasarımı, Tasarım: Melike Atıkan, 2021, Eskişehir

Görseldeki tasarımda malzeme olarak ham ahşap, yanmış ve yanmamış kibritlere karar verilmiştir. Sözel görsel eşitliği sağlaması için “Hamdım” için ham kibrit çöpleri “Piştım” için ateşi temsil etmesi amacıyla kırmızı uçlu kibritler kullanılmıştır. “Yandım” sözü içinde yanmış kibrit çöpleriyle tasarım tamamlanmıştır. Mevlana’nın ünlü “Hamdım, Piştım. Yandım” sözü, insanların gelişme aşamalarını ve olgunlaşmayı ifade etmektedir. Hamdım evresi, henüz bir insanın en ham, en toy halidir. Bu nedenle direkt kibritin gövdesi olan, ham ahşap çubuklarla yazılması uygun bulunmuştur. Piştım evresi ise hamlık ve yanmak arasındaki asıl hayatın deneyimlendiği süreci ifade etmektedir. Bu nedenle artık işlevi olan bir birey haline gelmeyi, metaforik olarak simgeleme amacıyla direkt olarak kibritlerle yazılmıştır. Yandım evresi ise hayat yolculuğunda işlevini yerine getirmesi, olgunlaşma evrimini tamamlamasını ifade etmek için de yanmış kibritlerle oluşturulmuştur (Görsel 5.10).

Proje B-5

Bu projede insan haklarıyla ilgili üçlü bir seri tasarım planlanmıştır. Cinsel taciz, hayvanlara uygulanan testler ve çocuk evlilikleriyle ilgili dünyada oldukça yankı uyandıran #metoo, #saveralph ve #tooyoungtowed etiketlerinden yola çıkılarak bu sorunlara üç boyutlu tipografiyle de farklı bir bakış açısı ve farkındalık sağlanması hedeflenmiştir (Görsel 5.11).



Görsel 0.11. “Kazien” isimli boyutlu tipografi üçlemesi, Tasarım: Melike Atılkan, 2021, Tekirdağ



Görsel 0.12. “metoo” isimli kampanya fotoğrafı, www.wssociety.com

Üçlemenin ilki olan “metoo” etiketi Hollywood’lu yapımcı Harvey Weinstein’in cinsel tacizlerinin ortaya çıkmasının ardından "Ben de" (Me too) etiketi altında sosyal medyada başlatılan kampanyadan ilham alınarak tasarlanmıştır (Görsel 5.12). 2 günde 12 milyon kişinin katıldığı bu farkındalık ve birliktelik kampanyası kadınların "ben de" etiketiyle başlarına gelen cinsel saldırı ve istismar deneyimlerini sosyal medyada paylaşımlarıyla başlamıştır. Bu çağrıya uyan Türkiye de dahil dünyanın farklı ülkelerinden kadınlar, kendi deneyimlerini sosyal medya üzerinden **#metoo** etiketiyle paylaşarak konunun ne kadar yaygın olduğunu gözler önüne sermiştir ([http14](http://14)). Paylaşımlar, modadan siyaset ve eğlence dünyasına kadar tüm sektörlerde taciz ve tecavüzün maalesef ne kadar yaygın ve içimizde olduğunu yeniden tüm insanlığa duyurmuştur. Bu nedenle bu tasarımda, birlikteliği, güçlülüğü, destek olmayı simgelemek için malzeme olarak tel zımba kullanılması tercih edilmiştir (Görsel 5.13).



Görsel 0.13. “metoo” isimli boyutlu tipografi tasarımı, Tasarım: Melike Atılgan, 2021, Tekirdağ



Görsel 0.14. “saveralph” isimli kampanya görseli, www.thescopenic.com

Üçlemenin ikincisi olan “save ralph” etiketi ise kısa film ile tüm dünyada yankı uyandıran kozmetik testlerde kullanılan hayvanlara karşı yapılan bir kampanyaya aittir. Humane Society International tarafından yayımlanan Save Ralph (Ralph’i Kurtar) adlı kısa film özellikle kozmetik markalarının hayvanlara uyguladığı işkencelere dikkat çekmiş ve kısa sürede büyük ses getirmiştir. Taika Waititi, Ricky Gervais, Zac Efron gibi oyuncuların seslendirmelerini yaptığı kısa film, #saveralph etiketi ile sosyal medyada binlerce kişi tarafından paylaşılmış olup kozmetik sektöründe hayvanlar üzerinde deneylerin nasıl uygulandığına ve acımasızlığına dair farkındalık yaratılmıştır (Görsel 5.14). Böylelikle bu testleri uygulayan markalara karşı yavaş yavaş antipati oluşması sağlanmıştır (http 15). Bu nedenle üç boyutlu tasarımlarda malzeme olarak hem beyazlıkla tavşana gönderme yapılması hem de kozmetiği vurgulaması amacıyla pamuk kullanılması tercih edilmiştir (Görsel 5.15).



Görsel 0.15. “saveralph” isimli boyutlu tipografi tasarımı, Tasarım: Melike Atılgan, 2021, Tekirdağ



Görsel 0.16. “tooyoungtowed” isimli kampanya görseli, Fotoğrafçı:Stephanie Sinclair, www.informationng.com

Bu üç boyutlu tipografi tasarım üçlemesinin sonuncusunda ise **#tooyoungtowed** (evlenmek için çok genç) isimli bir kuruluşun etiketinden yola çıkılarak tasarlanmıştır (Görsel 5.16). Her yıl dünya çapında tahminen 12 milyon kız çocuğu 18 yaşına gelmeden zorla evlendirilmektedir (http-16). Çocuk evliliği birçok ülkede yasa dışıdır ve uluslararası anlaşmalar bu uygulamayı yasaklamaktadır, ancak bu gelenek hala birçok yerde devam etmektedir. Dünyadaki birçok gelin düğün töreni sırasında oyuncaklarına tutunacak kadar küçük yaştadır. Genellikle kız çocukları, kendileri hala çocukken, erken ergenliklerinde anne olurlar. Bu kuruluş kızları güçlendirme ve çocuk yaşta evlilikleri sona erdirmeye misyonuyla yola çıkmış ve çocuk gelinlerin hikayelerini dünya çapında yayma amacı taşımaktadır. Bu kampanyaya destek olmak ve onların hala oyun oynayacak yaşta olduklarına vurgu yapmak için tasarım malzemesi olarak ısıyla bir araya gelen rengarenk boncuklar kullanılmıştır. Metaforik olarak her bir boncuk bağımsız renklerle bir çocuğu temsil ederken, ısıyla yapıştırıldığında dışardan bir müdahaleyle kendi istekleri dışında zorla bir araya getirilmeye gönderme yapmaktadır (Görsel 5.17).



Görsel 0.17. “tooyoungtowed” isimli boyutlu tipografi tasarımı, Tasarım: Melike Atıkan, 2021, Tekirdağ

SONUÇ

Yazıyı tasarlama sanatı olarak tanımladığımız tipografi, tarih boyunca iletişimin en önemli elemanlarından biri olmuştur. Bu temel iletişim ve tasarım ögesi, çağlar boyunca gelişmiş ve evrimleşmiştir. Mağara resimleri ile başlayan bu serüven, gelişen teknolojilerle birlikte basılı ortamlardan sayısal ortamlara ve hatta uzaysal boyutlara kadar uzanmıştır. Her ne kadar teknolojinin hızıyla yeni ve farklı ortamlarda hayat bulsa da, tipografinin mesajı doğru aktarma tutarlılığına olan ihtiyacı hiçbir zaman değişmemiştir. Çünkü tipografi, anlamı güçlendiren ve mesajın hedef kitleye ulaşmasını sağlayan önemli bir araç olmaya devam etmiştir. Daima tasarımcılar ya da sanatçılar tarafından, doğru iletişimi sağlamaya yarayan yaratıcı tasarımlar, bu konuyla ilgilenen kişiler için ilham kaynağı olmuştur.

Sürekli iletişim kurma ihtiyacı hisseden insan, çağın getirdikleriyle birlikte yeni arayışlara yönelmektedir. Bu yüzdendir ki bir düşüncenin hedef kitleye doğru ve etkin biçimde iletilmesi için, görselleştirme sürecinde yaratıcı fikirler geliştirmek adına yer yer farklı teknikleri kullanma ihtiyacı doğmaktadır. Sonu gelmeyecek geniş bir evren olan tipografinin tasarlama süreci de, her tasarımcıya göre değişmektedir. İnsan doğasının aşına olduğu ve çekici bulduğu üç boyutlu formlara olan ilgisiyle birlikte, tipografik elemanlarla ve sözcüklerle yapılabileceklerin sonsuzluğunu keşfeden sanatçı ve tasarımcılar, tasarımlarında tipografinin boyutlandırma özelliğinden de faydalanmaktadırlar. Tipografinin iletişim gücünü arttıran bir unsur olan boyut kavramı, bir yandan dikkat çekicilik sağlarken, öte yandan anlatımı güçlendiren, anlamı destekleyen mesajın, görsel yollardan da iletilmesini kolaylaştırmakta ve desteklemektedir.

Tipografi ile iletişimde ise boyut, harf formlarının en, boy ve derinliklerinin, kelimenin anlamını kuvvetlendirmek için kullanılan türlerini içermektedir. Yani boyutlu tipografideki yazı, basılı tipografiden farklı olarak, atmosferde kendine ait hacim oluşturan maddesel bir yazı olarak vücut bulmaktadır. Bu özellikleriyle boyutlu tipografik tasarımlar, tasarımcıya ve sanatçıya yaratıcı potansiyel sunmaktadır. Boyutlandırılarak görselleştirilen harfler, mesajı iletirken bir bakışta şaşırtabilmekte, hayranlık uyandırabilmekte ve ilham kaynağı olabilmektedir; dikkat çekiciliği sayesinde de çok daha geniş kitlelere ulaşmayı başarabilmektedir.

İnsanoğlu, doğası gereği üç boyutlu bir evrende yaşar. Yaşadığı çağın akışı içerisinde, baskı teknikleri ile hayat bulan tipografileri, çevresindeki tüketim malzemelerinde görmeyi alışkanlık edinir. Ancak yaratıcı, farklı, dinamik ve dikkat çekici ürünler görme arzusuna da engel olamaz. Bulunduğumuz yüzyılda, zamanın gelişme hızına uyum sağlarcasına, basım için hazırlanmış, durağan formlardaki tasarımlardaki tipografik kurgular, yerini daha akılda kalıcı uygulamalara bırakmaktadır. İki boyutun ötesine geçerek iletişim kuran, etkileşim sağlayan boyutlu harf odaklı tasarımlarda, hedeflenen mesaj ve teknik özellikler sayesinde, izleyicisi tarafından bir daha bakma, görme ve izleme isteği uyandırmaktadır.

Günümüz dünyasında görsel kirliliğin yoğun olduğu kent hayatında, estetik kaygıları önemseyen, duygu ve düşünceler üzerinde etkili olacak şekilde fark yaratmak adına, denenerek, biçimlendirilerek, boyutlandırılarak, farklı ve doğal malzemeler keşfedip şekillendirilerek daha yaratıcı formlar tipografik elemanlarla tasarlanmalıdır. Böylelikle beton yapıların arasında boğulan, gün içinde çok fazla sayıda görsel bombardımana maruz kalan, sürekli koşturmaca halindeki dalgın izleyicilere, algıda seçici davranmasını sağlayacak mesajlarla, farklı, yenilikçi, yaratıcı yöntemler sunulmalıdır.

Tipografiyi boyutlandırarak sunma fikri oldukça etkili bir seçenektir. Bu gerekliliği anlamak ve anlatmak adına, tasarımcı sorumluluğu bilinciyle, benzer araştırmalar yapılmalıdır. Bu araştırmanın kapsamlı bir şekilde ele alınması, boyutlandırılmış tipografi ile ilgili tasarım deneyimleri açısından yaratıcılığın ve farklı düşünme becerisinin serbest bırakılması için bir ilham kaynağı niteliğindedir. Konuşurken bir kelimenin anlamı, ona yüklenilen duygu doğrultusunda mesajı iletmektedir. Aynı kelimenin farklı söyleniş şekilleriyle iletilen mesajlar da farklılık göstermektedir. Örneğin günaydın kelimesinin içten bir tavırla söylenmesiyle alaycı bir tavırla söylenmesi arasında ifade açısından ciddi bir fark söz konusudur. Birinde sözlük anlamıyla **“günün aydın olması”** dileği ifade edilirken, diğer şekilde **“çok geç uyandın”**, ya da **“daha yeni mi anladın?”** şeklinde bir aşağılama mesajı iletilmektedir. Verilen örnekle eşdeğer nitelik taşıyan bazı benzerliklere, tipografi ile tasarım yapılırken, kelime veya cümle yazılışlarında kullanılan karakterlerle de vurgu yapılabilmektedir. Çünkü aynı şekilde yazıya dair her seçim başka bir ifade biçimini aktarabilmektedir. Bulunduğu ortam, kullanılan malzeme, tercih edilen font, her biri kendi içinde bir şeyler söyler. Fikirlerin yazılı bir şekilde hedef kitleye iletilmesi için doğru sunum biçimi önemlidir. Bir tasarım, doğru mesajı, doğru hedef

kitleye ulaştırabilirse amacına ulaşmış olur. Bu nedenle yapılan araştırmada, boyutlandırılarak tasarlanan tipografilerin, ele alınan konuya uygun çalışmalarla, **sözel-görsel eşitlik ve/veya zıtlık** bakımından anlama katkısını arttıracak değerler incelenerek belirlenmeye çalışılmıştır.

Yazıya şekil vermek, tipografinin mesaj iletme göreviyle birlikte göz önünde bulundurulduğunda, yazılan sözün anlamı ile bir çağrışım yaratabilme ve hedef kitleyle arasında doğru iletişim kurabilme amacı taşır. Söylenen sözün söylenme şekli günaydın örneğindeki gibi nasıl anlamı değiştirebilmekteyse, yazılı ya da görsel iletişimde de bunun nasıl sunulduğu önemlidir. Dolayısıyla bir düşünce tipografik bir mesaj olarak iletirmek istendiğinde anlamın da bu görselliği desteklemesi beklenir. Yüzyıllardır sanatçı ve tasarımcılar mesajlarını doğru iletebilme kaygısıyla çok sayıda çalışma gerçekleştirmiştir. Sadece dekoratif sonlandırmanın ötesinde, söylenen sözün en doğru şekilde iletilmesi endişesini taşımışlardır. Tipografinin sunuş biçimlerinden biri olan ve son yıllarda tasarımcılar ve sanatçılar tarafından oldukça tercih edilen boyutlu tipografik tasarımlar, yapılan araştırma boyunca ele alınıp anlam bütünlüğü açısından incelenmiştir. Bu nedenle yazılan sözün anlamı ile söyleniş şekli arasındaki uyumdan yola çıkılarak, özellikle ilham verici tasarımlar üzerinden **sözel-görsel eşitlik ve/veya zıtlık** bağlamında incelemeler yapılmıştır.

Boyutlu tipografik tasarımlar incelenirken, yazı ile ifade edilebilecek kavramların sınırsızlığı keşfedilmiştir. Bu araştırma ile ilgisi uyandırılan kişilerde, yolda yürürken, bir mekânda otururken ya da bir malzemeye bakarken, farklı bir bakış açısı oluşturma bilinci hedeflenmiştir. Böylelikle **bakmak** ve **görmek** arasındaki ince çizgi sayesinde, farklı farklı fikirlerin, tasarım için elverişli olabileceği ve yaratıcılığın sınırlarının her zaman daha da genişletilebileceği sonucuna varılmıştır. Tasarımı yapılan bir söz veya ifade, ister kaligrafik yöntemlerle çözülsün, isterse bilgisayar fontuyla yazılsın, anlam bütünlüğü olduğu sürece, iletişime ve etkileşime mutlaka katkı sağlamaktadır. Ayrıca, boyutlandırılmak istenen sözcük veya cümleler, bu araştırma sürecince ne zaman nasıl boyutlandırılması gerektiğini ne zaman nerde hayat bulacağını, verilmek istenen mesaj ile nasıl uyurması ya da zıtlık oluşturması gerektiğini, doğal akışı içerisinde kendiliğinden farkına varılmasını sağlamıştır. Dolayısıyla tüm bu araştırmalar incelendiğinde de, artık yazıya daha farklı bir açıdan bakılacağı sonucuna varılmıştır.

Çünkü tipografi durağan bir alan değildir, sürekli evirilmeye devam etmektedir. Bu nedenle tasarımcılar ya da sanatçılar tarafından yeni araştırmaların ve çağdaş uygulamaların tanımlanması, detaylandırılması gerekmektedir. Sözcüklere, kavramlara, malzemelere, mekanlara farklı açılardan bakmak için bir ilham kaynağı oluşturmayı amaçlayan bu çalışma, bu bağlamda çağdaş boyutlu tipografik tasarımlar için bir kaynak niteliğinde olması hedeflenerek tamamlanmıştır. Çağın getirdikleriyle birlikte her yeni dönemde kendi tarzını yakalayıp ilerleyen tipografi, bir iletişim ögesi olarak her dönemde doğru iletişime olan katkısıyla birlikte kendini güncelleyerek varlığını sürdürecektir ve sürdürmelidir. Ayrıca yaratıcı etkinliklerin kaynağında, esinlenmek yatar. Yapılan araştırmalar bize, gün geçtikçe şaşırtmaya devam eden ve hayranlık uyandıran boyutlu tipografilerin tasarlanacağı konusunda ilham vermektedir.

KAYNAKÇA

- Aksu, F. (2014). 3 Boyutlu tipografi, Türkiye <https://www.arkitera.com/haber/3-boyutlu-tipografi/> (Erişim Tarihi: 08.11.2020)
- Ambrose, G., Harris, P. (2012). Tipografinin temelleri. (Çev: Bengisu Bayrak). İstanbul: Literatür.
- Ambrose, G., Harris, P. (2014). Grafik tasarımda tipografi. (Çev: Bengisu Bayrak). İstanbul: Literatür.
- Ambrose, G., Harris, P. (2013). Grafik tasarımda imge. (Çev. Mustafa Kemal İz). İstanbul: Literatür
- Ambrose, G., Harris, P. (2013b). Grafik tasarımda tasarım fikri. (Çev. A. Gülder Taşçıoğlu ve Melike Taşçıoğlu). İstanbul: Literatür
- Ambrose, G., Aono-Billson, N. (2013). Grafik tasarımda dil ve yaklaşım. (Çev: Melike Taşçıoğlu). İstanbul: Literatür
- Abbink, J., Anderson, E.CM. (2010). 3D typography. ABD: New York
- Baird, R.N., Turnbull, A.T., McDonald, D. (1987). The graphics of communication. (5. Baskı). USA: Holt, Rinehart and Winston
- Becer, E. (2013). İletişim ve grafik tasarım. (9. Baskı). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları
- Bektaş, D. (1992). Çağdaş grafik tasarımın gelişimi. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları
- Brady, P. (1993). Using type right. USA: NTC Business Books
- Bringhurst, R. (1999). The elements of typographic style (2. Baskı). Kanada: Hartley & Marks, Publishers
- Brownie, B. (2015). Transforming type: New directions in kinetic typography. Hindistan, Yeni Delhi: Bloomsbury.
- Burke, A. (2016). Silent but deadly. <https://ameliaburkeblog.wordpress.com/2016/04/03/silent-but-deadly/> (Erişim Tarihi: 03.07.2020)
- Carter, R., Meggs, L., Wheeler, S. (2008). Meggs: Making graphic design history. Meksika: John Wiley & Sons, Inc.
- Chin, A. (2014). Benoit Challand spells out an open office with letter desks <https://www.designboom.com/design/benoit-challand-fold-yard-letter-desks-06-28-2014/> (Erişim Tarihi:13.11.2020)

- Cullen, K. (2012). Design elements typography fundamentals. Çin: Rockport Publishers
- Çeliker, M. (2017). Tipografi'nin görsel bir öge olarak resimdeki varlığı. İdil Dergisi. Cilt 6, Sayı 37, Sayfa numaraları: 2543-2556
- Drucker, J. (1994). The visible word. USA: The University of Chicago Press
- Erdal, G. (2015). İletişim ve tipografi. İstanbul: Hayalperest Yayınevi
- Gintoff, V. (2019). Spotlight: Maya Lin. (<https://www.archdaily.com/774717/spotlight-maya-lin>) (Erişim Tarihi: 21.11.2020)
- Ha, C. (2011). Spectacular 250.000 Coin Street Mural (<https://mymodernmet.com/spectacular-250000-coin-street-mural/> Erişim Tarihi: 13.11.2020).
- Hodge, C. 2013. Pae White: Too much night, again, London. (<https://aestheticamagazine.com/pae-white-too-much-night-again-london/> Erişim Tarihi: 26.11.2020.
- İlbeyi Demir, F.G. (2009). Kiç ve plastik sanatlar üzerine. Ankara: Ütopya Yayınevi
- İstek, R. (2005). Görsel iletişimde tipografi ve sayfa düzeni. (2. Baskı). İstanbul: Pusula Yayıncılık
- Jean, G. (2015). Yazı insanlığın belleği. (Çev: Nami Başer). (8. Baskı). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları
- Jobson, C. (2014). Wait for the bus inside a giant typographic sculpture in Baltimore. (<https://www.thisiscolossal.com/tags/typography/page/6/> (Erişim Tarihi: 25.10.20)
- Jury, D. (2006). What is typography? Çin: RotoVision SA
- Keleşoğlu, B. (2008). Grafik tasarımda tipografinin sesi, sesin tipografisi, Yayımlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü
- Keleşoğlu, B., Uygungöz, M. (2014). Sanat ve tasarımda anamorfik görüntüler. Sanat ve Tasarım Dergisi, Cilt 7, Sayı 7, Sayfa numaraları: 1-18.
- Kılıçkaya Boğ, E.E. (2017). İşaret sistemlerinde üç boyutlu tipografi ve çevresel uygulamalar. Yayımlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü
- Klanten, R., Hellige, H. (2008). Playful type. Berlin: Gestalten

- Lanham, R.A. (2001). What's next for text? Education, Communication & Information: Routledge, Cilt 1 Sayı 1, Sayfa numaraları: 16-36.
- Lynch, P. (2016). Daku mounts typography on building facade to create dynamic mural powered by the sun. (<https://www.archdaily.com/795640/daku-mounts-typography-on-building-facade-to-create-dynamic-mural-powered-by-the-sun>) (Erişim Tarihi: 27.11.2020)
- McCormick, L. (2013). Playing with type. Çin: Rockport Publishers
- Niessen, Rv. (2016). Upcycled company logos. (<https://www.trendhunter.com/trends/plastic-water-bottle>) (Erişim Tarihi: 08.11.2020)
- Okur, Ç. (2009). Film Dili Olarak Organik Tipografinin Kullanımı. Yayınlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi
- Öskay, Ü. (2015). İletişimin ABC'si. İstanbul: İnkılap Kitabevi
- Platt, C. (2011). Inspiration: Vladimir Koncar. (http://coulsdoncollegevisualarts.blogspot.com/2011/09/inspiration-vladimir-koncar_30.html) (Erişim Tarihi: 23.10.2020).
- Saltz, I. (2011). Typography essentials: 100 design principles for working with type. Çin: Rockport Publishers
- Sarıkavak, N. K. (2005). Sayısal tipografi 1. Ankara: Başkent Üniversitesi Yayınları
- Sarıkavak, N. K. (2014). Kaligrafik ve tipografik deneysel tasarımlar. İstanbul: Grafik Kitaplığı
- Selamet, S. (1995). Grafik tasarım ögesi olarak tipografi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Solondz, S. (2014). "Joyful" Graphic design duly recognized. (<https://our.risd.edu/post/73218676030/joyful-graphic-design-recognized>) (Erişim Tarihi: 12.11.2020)
- Taşçıoğlu, M. (2013). Bir görsel iletişim platformu olarak kitap. İstanbul: Yem Yayın.
- Taşçıoğlu, M. (2013). Bir görsel iletişim platformu olarak mekân. İstanbul: Yem Yayın.
- Torun, İ. (2014). Hareketli ortamlarda tipografik rezonans. Yayınlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Tschichold, J. (1995). The new typography (Çev: R. McLean). ABD: University of California Press
- Twemlow, A. (2011). Grafik tasarım ne içindir? (Çev: Dalsu Özgen). (2. Baskı).

İstanbul: Yem Yayın

Uçar, T.F. (2004) Görsel iletişim ve grafik tasarım (6. Baskı) İstanbul: İnkılap Kitabevi

Uçar, T.F., Kılıçkaya, E.E. (2010). Organik tipografi MSGSÜ Grafik Tasarım Bölümü ve Anadolu Üniversitesi Grafik Bölümü öğrenci çalışmaları. İstanbul: Rekmay Reklam ve Tanıtım Ltd. Şti.

Uygungöz, M. (1996). Yazının tarihsel sürecinden hareketle, tarih, teknik ve diğer sanatlara yansımaları ile kaligrafi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

Young, G. (2003). A flock of words. <https://gordonyoung.info/aflockofwords>, Morecambe, (Erişim Tarihi: 11.07.2020)

http-1 <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi. 29.06.2020)

http-2 <https://www.penoyreprasad.com/project/crawley-library-2/> (Erişim Tarihi: 09.07.2020)

http-3 <https://www.adorium.com/blog/tipografi-nedir> (Erişim Tarihi:16.07.2020)

http-4 <https://retaildesignblog.net/2016/01/18/kikki-k-pop-up-store-by-dalziel-pow-london-uk/> (Erişim Tarihi:08.11.2020)

http-5 <http://www.oscarandewan.se/Agency-Sign.php> (Erişim Tarihi:13.11.2020)

http-6 <http://www.oscarandewan.se/Metropolitan-Works-Discovery.php> (Erişim Tarihi:13.11.2020)

http-7 <https://www.dezeen.com/2015/11/19/stefan-sagmeister-the-happy-show-exhibition-museum-of-applied-arts-mak-vienna/> Erişim Tarihi: 06.11.2020.

http-8 <https://www.feeldesain.com/too-much-time-again.html> (Erişim Tarihi:13.11.2020)

http-9 <https://www.behance.net/gallery/1016907/new-illustration-work-2011>. (Erişim Tarihi: 03.12.2020)

http-10 <https://saton02.wordpress.com/2010/06/09/stefan-sagmeister-2/> (Erişim Tarihi: 1.11.2020)

http-11 <https://barbourdesign.wordpress.com/tag/allison-supron/> (Erişim Tarihi:24.10.2020)

http-12 <https://www.artylia.co.uk/about> (Erişim Tarihi: 02.11.2020)

http-13 <https://www.kenedik.com/summit-light-wall/> (Erişim Tarihi 03.11.2020)

http-14 <https://www.haberturk.com/12-milyon-kadin-metoo-etiketiyle-tacize-ugradim-dedi-1676940> (Erişim Tarihi:13.07.2021)

http-15 <https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/carpici-save-ralph-filmi-nasil-bu-kadar-ses-getirdi-hayvan-deneysiz-markalar-hakkinda-neler-biliniyor-1828683> (Erişim

Tarihi:26.07.2021

http-16 <https://tooyoungtowed.org/main/press> (Erişim Tarihi:27.07.2021

