

BİR ŞEHRE AİT KÜLTÜREL DEĞERLERİN TANITIMINDA TİPOGRAFİNİN ROLÜ

Müjgan SIKKAŞ¹ Doç. Eren Evin KILIÇKAYA²

¹ Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Sanat Tasarım Ana Sanat Dalı, Kütahya, Türkiye mujgan.gtasarim@gmail.com, ORCID ID 0000-0003-1432-6960

² Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı, Kütahya, Türkiye erenevin.kilickaya@dpu.edu.tr ORCID ID

GİRİŞ

Etimolojik açıdan Latince Cultura'dan gelen kültür geçmiş ve gelecek arasında köprü bağı kurarak toplumların maddi ve manevi değerlerinin bir sonraki nesle aktarılmasını sağlar. Her ülkenin, o ülkeye bağlı şehrin, köy ve kasabanın hatta oluşabilecek en küçük yerleşkenin de kendine ait bir kültürü bulunmaktadır. Bir bölgenin kültürel değerlerinin tanıtılması hem o kültürün yaşatılması hem de şehir kimliği ile marka şehir oluşturulması açısından önemli rol oynamaktadır. Etkili bir şehir kimliğinde o şehrin kültürel değerlerine yer verilmedi. Şehirler, şehrin tasarım kültürüne ve sahip oldukları kültürü aktarım araçları ve yöntemleri ile kişilerle etkileşime geçmektedirler. Tam bu noktada bir şehrin tanıtımında kullanılacak olan yazı karakteri tasarımı nasıl olmalıdır sorusu akla gelmektedir. Şehre ait kimlik tasarımının oluşturulmasında yazı karakteri büyük bir görev üstlenir. Kendine ait özellikleri, kullanım biçimleri gibi nitelikler ile yazı karakterleri oluşturulmaya başlandığından itibaren kendi içinde bir tarzı ve kültürü barındırırlar. Bu amaçla bir şehrin kimliğinin oluşturulup tanıtılmasında seçilecek olan en iyi araçlardan biri de yazı karakteri tasarımı olmaktadır. Tüm bu veriler ışığında; zengin bir kültürel mirasa ve tarihe sahip olan Kütahya şehri için yazı karakteri tasarımı yapılması şehir kimliği oluşumunda ve bu kimlikle beraber şehre ait kültürel ve tarihi değerlerin farklı ortam, kitle ve nesillere aktarılması gelecek için önem taşımaktadır ve bu çalışmanın da gerekçesini oluşturmaktadır.

1. Şehir Kültürü

Şehir kavramını genel bir tanımlamaya tabi tutmak doğru olmayacaktır. Tarih uzmanları, hukukçular veya mimarlar gibi her bir uzmanlık alanında farklı farklı tanımlamalar yapılabilmektedir. Tek başına kabul görmüş bir tanıma sahip olmasa da şehrin sahip olması gerektiği düşünülen bazı özellikler belirlenmiştir. Bu amaçla belirli nüfus yoğunluğuna sahip olmaları, evrensel veya ulusal değerlere sahip olması, resmi kurum ve kuruluşların bulunması, eğitim düzeyinde gelişmişlik gibi kriterleri karşılaması şehirlerin temel özellikleridir. Şehir kavramına ilişkin tanımlarda genellikle iki öge dikkat çekmektedir. Zaman ve bilimsel disiplin. Hemen hemen şehir kavramına ilişkin birçok tanımla mevcuttur. Özellikle farklı alan ve disiplinlerde yapılan şehir tanımı için mimarların yapı ve planlama bakımından, sosyologların toplumsal yapı açısından ve siyaset bilimcilerin ise yönetim ile ilgili kavramlar ile tanımlama yaptığını görmekteyiz. Bu tanımların her biri bize şehir kavramı konusunda sabit bir tanımın olmadığını ve tanımlamaya dair çeşitliliği göstermektedir (Aktaran; Açıkgoz, t.y). Tanımlamalarda en çok karşımıza çıkan ölçütlerden biride nüfus olmaktadır. Genellikle belirli bir büyüklüğe ulaşmış olan bölgelere şehir, bu belirlenen büyüklükten daha az kişi sayısına sahip olan bölgelere ise köy denilmesi bu tanımlama ölçütünü oluşturmaktadır. Bir diğer tanımlama ölçütleri ise statü ve sosyolojik ölçüler olmaktadır. Sosyolojik açıdan ele alındığında; belirli nüfus miktarına ulaşılmış ve uzmanlaşma, iş bölümü gibi alanlarda koordineli iş bölümünün oturmuş olması yer almaktadır. Tarihte ise şehir oluşumlarına dair ilk göstergeler 10.000 yıl önceye dayanmaktadır. Tarihte antik çağ, orta çağ, endüstri sonrası şehirler gibi bölümlere ayrılan şehir kavramı yalnızca tarih ve yapı bakımından değil şehir sosyolojisi olarak da ele alınmaktadır. Her şehrin ilk kuruluş tarihinden gelecek kuşaklara kadar olan gelişiminde belirli bir kültürü taşırlar. Kültür ki toplumların kendilerine özgü maddi ve manevi değerlerini karşılamadaki tutumları ve bu tutumları gelecek kuşaklara aktarımlarıdır. Tüm şehirlerin kendilerine ait bir kültürü olduğu gibi kültürlerini toplumlara ve onlarla beraber gelecek kuşaklara aktarımındaki yöntem ve tutumları da bir o kadar farklı olmaktadır. Ayrıca şehir kültürünün, şehirde yaşayan insanların ortak paydası olduğu da söylenebilir. Kültür bir milletin değerlerini oluşturan önemli bir etkidir. Bir ülkenin sahip olduğu maddi, manevi değerleri koruması ve yaşatması o toplumu ayakta tutan unsur olmaktadır. Zaman içinde birbirini de etkiler hale gelen kültür bir milletin korunması gereken önemli yapıtaşdır (Aktaran; T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları, 2000, s.V). Değişen koşullara bağlı olarak dünya genelinde yaşanan bir kültür akışı söz konusudur. Globalleşen dünyada şehirlerde kendi kültürel kimliklerini korumak için çeşitli adımlar atmaktadırlar. Yayım, basım gibi çok çeşitli ve tüm dünyayı etkileyen gelişmeler ile şehir kültürü kavramı önem kazanmakta ve milli kültürün tüm bu globalleşme ile özgünlüğünden koparak değişime uğraması kültürün korunması gerekliliğini göstermektedir. Her ülkenin ve şehrin kendine özgü yemek, müzik, giyim, kuşam gibi öğeleri bulunmaktadır. Ancak tüm bu kültürel öğeler tek başına üretilip tüketilen ticari ürünler olmaktan ziyade bozulmadan tüm özgünlüğü ile korunarak tanıtılan durumda olmalıdır.

2. Bir Şehre Ait Kültürel Değerlerin Tanıtımı

İnsanlar kültürel aktarıma en çok maruz kalan ve bu kültürel aktarımın taşıyıcısı olma özelliği taşımaktadır. Bunun en birincil nedeni de insanın çevresiyle olan ilişkisini kültür aracılığıyla sağlamasıdır. İletişimin temelinde yer alan dil kültürün de temel noktasıdır. Dil aracılığıyla iletişim kurar dil ile geçmiş, gelecek bağlarını oluşturur ve üretiriz. Tam bu noktada dil ile kültürün birbiri ile olan bağı, bu bağın toplumda ve gelecekteki değeri önem kazanmaktadır. Dil kültürün temel ögesidir ve birbirinden bağımsız düşünülemez. Bir kültürün geleceğe aktarımı ya da geçmişteki kültürün ulaşılabilir oluşu dilin varlığıyla sağlanmaktadır. Zamanla insanın ve çevrenin ihtiyaç öncelikleri değişime uğramış, farklı ortamlar aramıştır ancak bu değişimin içinde değişmeyen tek şey dilin kendisi olmuştur. Bir ürün, hizmet veya bilginin tanıtım işlemi dönemin şartlarına göre ve değerlerine göre değişiklik göstermişse de yıllar hatta yüzyıllar öncesine dayanan araştırmalarda dilin sayesinde aktarılacak istenen bilgiye ulaşılabilir. Çağın yeni iletişim

¹ Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Sanat Tasarım Ana Sanat Dalı, Kütahya, Türkiye mujgan.gtasarim@gmail.com, ORCID ID 0000-0003-1432-6960

² Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı, Kütahya, Türkiye erenevin.kilickaya@dpu.edu.tr ORCID ID

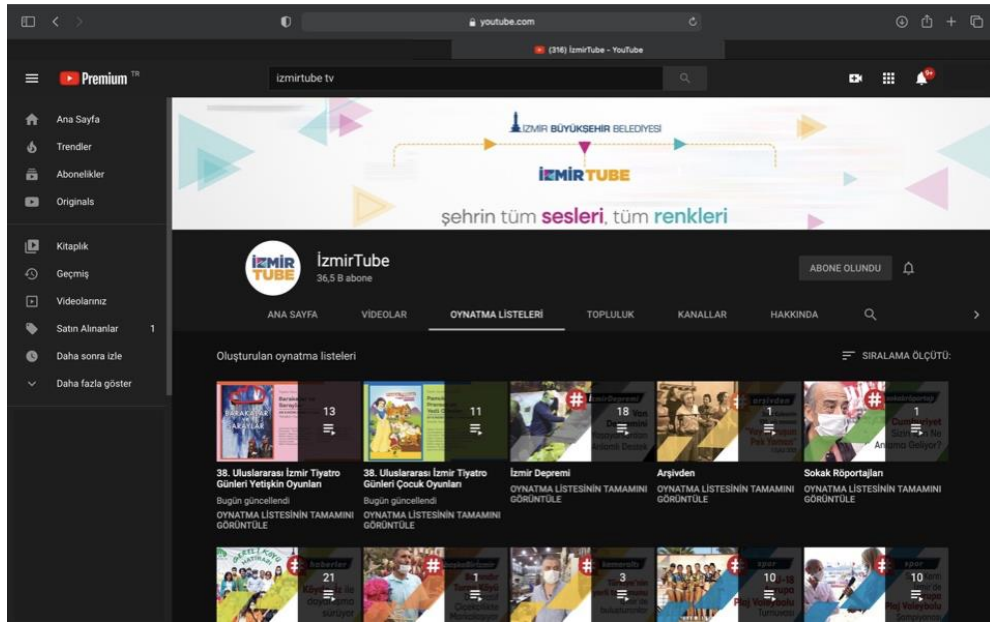
alanı olan tanıtım özellikle günümüzde internet ile dijital ortama yönelen tanıtım hizmeti televizyon, dergi, broşür, promosyon ürünleri gibi iletişim araçlarını da içermektedir. Kitle iletişim araçları ve tanıtım faaliyetleri birbiri ile ilişkilidir. Tarihteki ilk tanıtım faaliyetinin dönemin tüccarları tarafından satışlarını yapabilmelerindeki araç olarak kullanıldığı bilinmektedir. Orta çağda tüccarların ürünlerini satmak amacıyla gerçekleştirdikleri eylemler ve kullandıkları araçlar dönemin reklam ürünleri olarak incelenmektedir. Reklamcılık üzerine tarihte gerçekleştirilen ilk çalışmanın Mısır, Babil ve Roma dönemi kazılarında karşımıza çıkmış olsa da modern anlamda ilk reklam çalışması bağırarak müşteri çekmek ve ürün fiyatlarını taş a kazımak gibi eylemler ile başlamıştır. Daha sonra markalaşma kavramının yayınlamaya başlaması ile reklam çalışmaları da daha yaygın ve etkin olarak kullanılmaya başlanmıştır. Matbaanın bulunması bu çalışmaları destekleyen önemli bir araç olmuştur. Matbaanın bulunması ile reklamcılığın basılı hale gelmesi ve el ilanı, afiş gibi halka hitap eden ulaşılabilir materyallerin üretilmesi bilinirlik açısından etkili bir algı yaratmıştır. Türkiye tarihinde basılı alanda ilk reklam çalışması zamanın gazetesi Tercüman-ı Ahval ile gerçekleştirilmiştir (Aktaran; Deniz, 2010 s. 164-165). Dilin varlığı sayesinde geçmişin günümüze aktarımı, o dönemlere ait kültürel yapının nasıl geliştiği gibi bilgilere erişim sağlanabilmektedir. Ancak bu konu yalnızca geçmişte var olmuş bir sorunsal değildir. Günümüzde de her toplum kendi kültürel yapısını geleceğe ve farklı kitlelere aktarma isteğinde bulunmaktadır ve her şehrin özgün bir kimlik yapısı bulunmaktadır. Bu kimlik yapısı tarihten gelen etkileri içinde barındırabildiği gibi özellikle şehre ait kültür yapısı temelinde de şekillenebilmektedir. Peki bir şehrin kimliği nasıl oluşur veya şehir kültürü, imajı nasıl korunur. Kültürel imaj; kültüre ait öğelerin olduğu gibi abartıdan uzak olarak örneklendirilmesi ve tanıtımı işlemidir. İmaj oluşumu bir süreç ile başlar ve şartlar imajın oluşumunu etkilemektedir. Günümüzde imajın oluşum ve tanıtım aşamasındaki önemli araçlardan biri kitle iletişim araçları olmaktadır. Sürdürülebilir yaklaşımlar doğrultusunda şehirler sahip oldukları kültürel değerlerin korunması, turizm ve kültürel aktarım için tanıtım faaliyetlerine önem vermeye başlamaktadır. Tanıtım faaliyetleri konusunda özellikle Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yürütülen çalışmalarda Türkiye'nin birçok bölgesinden örneklerle ülkenin sahip olduğu kültür yapısı tanıtılmaya çalışılmaktadır. Şehirlerin kültürel değerlerini tanıtımadaki izlediği yol tarihsel sürecin gelişimi ile basılı ürünlerden kitle iletişim araçları ile internet dünyasına yönelmeye başlamıştır. (görsel 1, görsel 2, görsel 3). Bu aşamada tanıtım faaliyetleri genelde tanıtım kitapçığı, broşür, dergi gibi materyaller ile gerçekleşmektedir. Özellikle şehirlere özel hazırlanan tanıtım broşürleri bilginin rahatlıkla taşınabilir, elle tutulur ve saklanabilir hatıra ürünlerine de dönüşmesi tercih edilebilirlik açısından önemli olmaktadır.



Görsel 1: Kütahya Sosyal Medya Tanıtım Postu (Müjgan Sıkkaş, 2020)



Görsel 2: Kütahya Sosyal Medya Tanıtım Postu (Müjgan Sıkkaş, 2020)



Görsel 3: İzmirTube Youtube Kanalı (İzmirTube,2022)

3. Yazının Gelişimi

İlk kez, Johann Gutenberg'in metal harfleri için kullanılmaya başlanan tipografi terimi günümüzde sanatsal ve teknik birçok alanı kapsayan bir tanıma dönüştüğü görülmektedir. En temel işlevi okunabilirlik

¹ Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Sanat Tasarım Ana Sanat Dalı, Kütahya, Türkiye mujgan.gtasarim@gmail.com, ORCID ID 0000-0003-1432-6960

² Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı, Kütahya, Türkiye erenevin.kilickaya@dpu.edu.tr ORCID ID

olan tipografinin temelinde harf, sayı ve semboller yer almaktadır (Aktaran; Becer, 2013, s. 176). Ancak tipografi terimini genel kapsam da ele almadan önce tarihte bu terimin oluşumuna kadar olan sürecin, iletişim ve anlama kaygısı ile atılan adımların, günümüz tipografi olgusuna sağladığı katkılar ele alınmalıdır. Alfabe temelli yazının bulunmasından çok önce piktografik iletişim biçimi olan hiyeroglif yazısı birçok sembolden oluşmaktadır. Birçok okuma yönü olan ve 700'den fazla sembolü içerdiği bilinen bu yazının zorluğu onu yalnızca harf yazısı olmaktan çıkarıp sanat kavramı içinde yer almasını da sağlamıştır. Antik Mısır ve Maya Uygarlığı tarafından geliştirilen hiyerogliflerde her sembol ya da resim tek bir eylemi ya da olguyu temsil etmekteydi. İnsanlık tarihte bilinen ilk varlığından itibaren iletişim kurma, anlama ve anlamlandırma çabası ile birçok adım atmış ve atmaya da devam etmektedir. Yalnızca hiyeroglif değil devam eden yüzyılda bilinen diğer iletişim biçimi de çivi yazısı olmaktadır. İlk çizgisel şekillerden oluşan çivi yazısı, daha çok alım satımda takas yapabilmek amacıyla kil tabletler üzerinde kullanılmıştır. Bir devrim içinde olan yazının gelişimini etkileyen önemli tarihsel olaylardan biride M.Ö 2500 yılında Papirüs'ün kullanılmasıdır. Papirüs üzerine fırça ile yazıların rahatlıkla yazılabilir olması, taşınmadaki hafifliği gelişmelerin öncüsü olmuştur. M.Ö 800 de ise Yunan alfabesi ile yazı farklı bir biçim daha kazandı. Metinlerde birbirini takip eden sistem ve satırların değişken yönlerde okunabileceğini bununla birlikte harfler arası boşluğunda kullanılmaması yazıların karışık bir hal almasına sebep olmaktadır. Yeni yazı sistemleri arayışları beraberinde bu yazıların çoğaltım ve kalıcı olması gibi sorunları da beraberinde getirmekteydi. Papirüs'ün ardından M.Ö.150'de Parşömen'in yaşamda yer alması birçok avantaj oluşturmuştur. Yumuşak yapısı taşıma ve saklamada rahatlık sağlarken her iki yönlü yazı alanına sahip olması da iyi bir avantajdı. Ancak yazı araçları arasında ki en önemli icat elbette ki kağıt olmaktadır. Antik Çin'in büyük buluşlarından bir diğeri olan kağıt maliyette de diğer ürünlere göre uygun olması ve çoğaltım aşamasında ki tekniklere uygun olduğu için en önemli buluşlardan biridir. Tarihte bilinen başka bir alfabede Etrüsk olmaktadır. Günümüzde hala çözümlenememiş bir yapıda olsa da oyma harflerin gelişiminin Etrüsk dönemi ve sonrasında başladığı bilinmektedir. 1150 – 1500 yıllarına gelindiğinde Avrupa'da uzun yıllar etkisini sürdüren ve yaygın kullanılan Gotik yazı öne çıkmaktadır. Yoğun olarak Almanlar tarafından kullanılan bu yazı stili ilk baskı denemelerinde de kullanılmıştır. Günümüzde okunabilirliği konusunda zor olduğu kanısına varılsa da John Gutenberg'in ilk baskı makinasını geliştirmesi ve hareketli metal harfleri kullanması tipografi teriminin başlangıcı sayılmaktadır. Bu gelişim ışığında 1450 ile ortaya çıkan Hümanist yazı 1501'de ilk italik yazının resmi yazışmalar da kullanılmaya başlaması, 1700 – 1800 arası yıllarda geçiş dönemi yazının gelişimi ve yazı ölçütünün geliştirilmesi devam eden dönemde ilk tırnaksız yazının kullanımı ve Bauhaus ile font tasarımında modern dönemin başlangıcı, 1950'lerde ofset baskının kullanılmaya başlaması Helvetica yazı fontunun tasarlanması 1960'dan günümüze kadar bilgisayar teknolojisi ile de yaygın olarak kullanılan fontların üretilmeye başlanması gibi tarihten günümüze her bir adım bir diğer eylemi tetiklemiştir ve desteklemiştir. Bununla beraber tipografi terimi de hayatın içinde kullanılan bir terim olmaya başlamıştır. Tipografi uzun yıllar matbaacılar tarafından kullanılan bir terim olsa da sadece standart kalıp ve düzenlemeler ile oluşturulabilen bu çalışmalarda aynı tasarım ve düzen yapısı hakimdi. Öyleyse tipografi; yazının bulunuşundan itibaren var olan bir mesajı iletme kaygısı ile başlayan ve anlatım yolunun özellikle günümüzde sanat olgusunu da içinde barındırarak harfin okunabilirliği temelinde karşı tarafa bilgi aktarımını sağlamasıdır. İçeriğinde birçok kültürü, olay olgusunu içeren tipografi insanlığın varlığıyla, iletişim kurma çabasıyla gelişimini devam ettirmektedir. Durağan bir yapıda olmayan kendini yenileyen bir tipografi günün kullanımı ve geleceğin şekillenmesi içinde önemli olacaktır. Tipografi üzerine yapılmış birçok tanımlama mevcuttur. Tipografi bir mesajı iletme kaygısı veya tipografide sanatsal özelliklerin teknik gerekliliklerinin dışında kalarak temel amacının mesajın sağlıklı ve anlaşılır olarak karşı tarafa aktarımıdır.



Görsel 4: NewYork Halk Kütüphanesi’nde Gutenberg İncili (Wikipedia,2022)

Tüm bu yazılar incelendiğinde dönemin farklılıkları ve özellikleri anlaşılabilir. Tarihi süreç içinde insanların yaşam koşulları ve bu koşullara bağlı olarak ihtiyaçları karşılamadaki araç gereçlerin değişimi ve gelişmesi de yazının yapısını etkileyen etmenlerdendir. Yazı karakteri tasarımındaki temel öge harftir. Harf Sözcüğü etimolojik açıdan incelendiğinde Yunanca typos sözcüğünden geldiği görülmektedir. Tipografik düzenlemenin en temel ögesi olan harfler majiskül (büyük harf) veya miniskül (küçük harf) olarak adlandırılmaktadır (Aktaran; Sarıkavak, 2014 s. 15). Tipografinin olmazsa olmazı okunabilirlik kaygısı yazının ilk dönemlerinde de önemli bir kriter olmaktadır. “Zor okunan, süslü ve akıcılığı olmayan yazılar, zamanla kullanılmamaya başlanınca Gutenberg’in kullandığı Tekstura yazısı da cazibesini kaybetti. Hatta 1455’te 42 satırlık İncil’i basarken kullandığı Gotik yazı bile yerini daha sade yazılara bırakmaya başladı” (Erdal, 2015 s. 78) (Görsel 4). Yazının gelişimini kronolojik olarak incelersek; M.Ö. 30. Yüzyılda Maya Uygarlığı tarafından geliştirilen Hiyeroglifler de her sembol, resim bir eylemi temsil etmektedir. Soldan sağa, ve yukarıdan aşağıya okuma yönü ve 700’den fazla sembol barındırması karışık bir düzen yaratmaktadır (görsel 5).

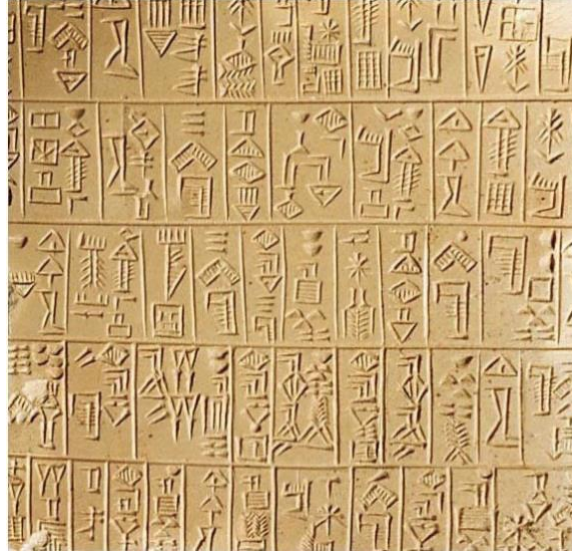


Görsel 5: Hiyeroglif (Wikipedia,2022)

¹ Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Sanat Tasarım Ana Sanat Dalı, Kütahya, Türkiye mujgan.gtasarim@gmail.com, ORCID ID 0000-0003-1432-6960

² Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı, Kütahya, Türkiye erenevin.kilickaya@dpu.edu.tr ORCID ID

M.Ö. 34. Yüzyılda Sümer Uygarlığına dayanan Çivi yazısı Mezopotamya’da takas yaparken alım-satımda kullanılmak üzere yapılan kil tabletlerden geliştirilen bir yazı sistemidir (Görsel 6).



Görsel 6: Çivi Yazısı (Wikipedia,2022)

1150 - 1500 Gotik Harf yaygın olarak kullanılan bitişik yazı biçimidir. Textura olarak da bilinen Gotik yazılar okunurluk açısından zor olsa da dönemin de oldukça başarılıydı (Görsel 7).



Görsel 7: Gotik Yazı (Arı,2015)

Geçiş Dönemi 1700 – 1800 yazıları sola eğimli vurguları bulunan belirli bir kontrastı içeren tırnaklı yazı karakterleridir. Baskerville, Columbia gibi yazı karakterleri geçiş dönemi yazıları için örnek olarak gösterilebilir (Görsel 8).



Görsel 8: Baskerville (Wikipedia,2022)

Çağdaş & yeni dönem yazılar kendi içinde belirli kategorilere ayrılmıştır. El yazısı, çizgisel, kalın tırnak veya sayısal fontlar gibi. Bu kategorilere örnek olarak; Bodoni, Didot, Mistral, Playbill, Univers, Helvetica ve Optima gibi yazı karakterleri gösterilebilir (Görsel 9).



Görsel 9: Helvetica (Wikipedia,2022)

¹ Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Sanat Tasarım Ana Sanat Dalı, Kütahya, Türkiye mujgan.gtasarim@gmail.com, ORCID ID 0000-0003-1432-6960

² Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı, Kütahya, Türkiye erenevin.kilickaya@dpu.edu.tr ORCID ID

4. Şehir Kültürü ve Tipografi İlişkisi

Tarihte her şehrin bir kuruluş hikayesi bulunmaktadır. Bu hikayeler çoğu zaman efsanelerle veya kültürel öğeler ile anlatılara konu olmuştur. Özellikle kültür açısından ele alındığında her şehrin kendine ait kültür yapısı ve bu yapıyla beslenen bir şehir kimliğine sahip olduğu söylenebilir. Günümüzde imaj olgusunun önemi giderek artmıştır ve yalnızca kişisel veya kurumsal firmalar tarafından değil şehirler tarafından da tercih edilir olmuştur. Şehir kimliğini oluşturan öğeler şehrin kültürel, tarihi yapısından oluşabileceği gibi şehrin logosu, yönlendirme tasarımı ve grafik ürünleri gibi öğelerden de oluşmaktadır. Gelişen teknoloji ve buna bağlı koşullar aynışılma kavramını öne çıkarmıştır. Bu durumu terse çevirmenin yolu, her şehrin kendi kültür ve kimlik yapısı ile örtüşen tanıtım faaliyetleri olarak gösterilebilir. Bu noktada şehirde kullanılan yönlendirme vb. diğer tüm grafik ürünlerde kullanılan tipografik öğeler şehrin kimliği açısından önemlidir. Tasarımlarda kullanılan yazı karakteri yalnızca bir yazı karakteri değil aksine kullanım biçimi ve özellikleri ile kimlik oluşumuna katkı sağlamaktadır. Ayrıca her biri kendine ait bir yapıyı, özelliği barındırmaktadır. Yazı karakteri denildiğinde akla gelen diğer bir kavram da font olmaktadır. Birbiri ile karıştırılan bu iki kavram için font: Bir yazının oluşturulmasında kullanılan araç iken yazı karakteri; bu araç ile oluşturulan düzenlemedir.

Yani şu anda okuduğunuz Times New Roman 12 punto fontu ile yazılan bu satırlar yazı karakterine örnek olarak gösterilebilir. Hayatın her alanında iç içe olduğumuz tipografi kavramı yalnızca bugün için değil geçmişteki örnekleri ile de yaşamın bir parçası olduğunun kanıtıdır. Tarihte birçok alanda kullanılan tipografi örnekleri mevcuttur. Yazının tarihsel süreci içerisinde Roma imparatorluğunun önemi oldukça fazladır. Özellikle Trajan sütunlarına kazınmış ve şehrin birçok yerinde görülebilen yazı karakterleri şehir kültürü ve tipografi konusunda önemli örnek oluşturmaktadır (Aktaran; Kılıçkaya Boğ, 2019, s. 112). Tipografi yalnızca yazı düzenlemesi değil bir tasarım elemanı olarak görsel iletişimin içinde yer alan önemli görsel tasarım unsurudur. Yaşamın her alanında yer alan tipografiye günlük hayatta sürekli karşılaştığımız tabela, totem, billboard, afiş, reklam giydirmeleri gibi görsel iletişim ürünleri örnek gösterilebilir. Bu örneklerden yola çıkarak tipografinin görsel iletişimin bir parçası olarak yaşantının genelinde etkili olduğu kanısına varılmaktadır. Yaşadığımız şehirde o şehre ait olumlu ya da olumsuz izlenimlerin oluşmasında etkili olan tipografi için olumsuz örnekler olarak şehirde yer alan tabelalar gösterilebilir. Tasarım bütününe bakıldığında fazlaca eksiklerin olduğu ve tasarım elemanları kullanılmadan oluşturulan bu tabelalar diğer görsel iletişim ürünlerinde olduğu gibi tipografi kavramlarının birbiri ile etkileşimli bir ilişki içinde olduğunu bize göstermektedir. Tipografinin olmadığı bir şehir ile karşılaşma olasılığı olmadığı gibi tipografinin şehrin yapısında yarattığı etkinin gücü bir o kadar açıkça görülmektedir.



Görsel 10: Berlinde Bir Eczane Tabelası (atlasobscura,2022)



Görsel 11: Berlinde Bir Çiçekçi Tabelası (atlasobscura,2022)



Görsel 12: Berlinde Bir Gözlükçü Tabelası (atlasobscura,2022)

Berlin’de yer alan bu şehir tabelaları incelendiğinde tipografinin odak nokta olduğu görülmektedir ve her birinin kendine ait bir tarzı bulunmaktadır (Görsel 10, Görsel 11, Görsel 12). Genele bakıldığında da bu tarz abartıdan uzak yalın ve tipografi açısından dengeli tasarımlar olduğu görülmektedir. Birçok tasarımın birbirine benzer yapılarda olması da Berlin şehrine ait şehir tipografisi kavramını göstermektedir. Şehirlerin gelişmişlik düzeyleri, kültürel aktarımın yapılabilmesi ve globalleşme kavramları ile görsel tasarım alanında oluşan yenilikçi düşünce konunun önemini vurgulamaktadır. Tipografi kullanımı oldukça dikkat ve özen gerektiren bir konudur. Birçok teknik detay ve özelliği barındıran bu yapı kullanım alanlarına göre farklılıklar içermektedir. Özellikle çevresel grafik tasarımda sıklıkla karşılaşılan temel sorunlar bu alanda önemli örnek olmaktadır. Şehir kültürü açısından ele alındığında şehrin birçok yerinde örneğin tabelalarda bu kullanım hataları sıklıkla karşımıza çıkmaktadır. Başlıca anatomik yapılar göz ardı edilerek oluşturulan tasarımlar ciddi iletişim sorunları ile beraberinde şehrin çevresel yapısını olumsuz etkileyebilecek sorunları ortaya çıkarmaktadır (Aktaran; Akman, 2017, s. 89) (Görsel 13, Görsel 14, Görsel 12).

¹ Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Sanat Tasarım Ana Sanat Dalı, Kütahya, Türkiye mujgan.gtasarim@gmail.com, ORCID ID 0000-0003-1432-6960

² Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı, Kütahya, Türkiye erenevin.kilickaya@dpu.edu.tr ORCID ID



Görsel 13: Tipografi Görsel Arşivi (Müjgan Sıkkaş,2022)



Görsel 14: Tipografi Görsel Arşivi (Müjgan Sıkkaş,2022)



Görsel 15: Tipografi Görsel Arşivi (Müjgan Sıkkaş,2022)

4.1 İzmir Şehrine Ait Yazı Karakteri Tasarımı

İzmir Vakfı tarafından font tasarımcısı Ahmet Altun ile yürütülen çalışma sonucu üretilen font tasarımı birçok alanda kullanılmak üzere İzmir Büyükşehir Belediyesi ve Kalkınma Ajansının ortaklığı ile yürütülen markalaşma çalışmalarına ait bir projedir. Fontun oluşturulmasında ki amaçlardan biri şehir kültürüne destek vermek ve gelişmesini sağlamak olduğu belirtilmiştir. Hümanist ve Grotesk yazı karakteri özelliği taşıyan bu font sans serif olarak üretilmiştir. Şehrin kültürel kimliğinin yansıtılmasının amaçlandığı İzmir fontu ünlü font sitelerinde yer almaya başlamıştır (Aktaran; İzmir Fontu, 2020).

İzmir’e özel şehrin görsel tasarım ihtiyaçlarına yönelik oluşturulan fontun; grotesk; metin kullanımına uygun sade, tırnaksız ve hümanist; diğer adıyla Venedik eski biçemi olarak bilinen temel özelliği “M” “N” “V” gibi harflerin geniş yapıda olması, eğik ve dengeli çizgi kontrastına sahip sans serif (tırnaksız) bir font olduğu söylenebilir. İzmir’in çağdaş, renkli kültürünü yansıtmayı hedefleyen font, uluslararası birçok font sitelerinde ve şehre ait takım formları üzerinde örnek çalışmalar yer almaya başlamıştır (Görsel 16, Görsel 17).



Görsel 16: İzmir Fontu (İzmir Vakfı,2022)



Görsel 17: İzmir Fontu (İzmir Vakfı,2022)

¹ Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Sanat Tasarım Ana Sanat Dalı, Kütahya, Türkiye mujgan.gtasarim@gmail.com, ORCID ID 0000-0003-1432-6960

² Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı, Kütahya, Türkiye erenevin.kilickaya@dpu.edu.tr ORCID ID

4.2 Gaziantep Şehrine Ait Yazı Karakteri Tasarımı

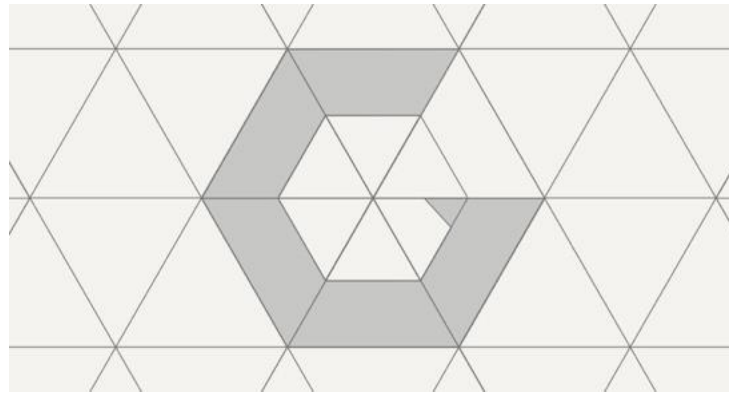
Türkiye'nin en kalabalık dokuzuncu şehri olan Gaziantep, gelişmişlik düzeyi ve kültürel yapısı ile ilk sıralarda gelmektedir. Çağın gerekleri doğrultuşunsa marka şehir olma adımları atan bu ilimiz için; Kill Bill gibi Hollywood filmlerinin poster tasarımlarını yapan ödüllü tasarımcı Emrah Yücel tarafından bir tasarım çalışması yapılmıştır. Tasarım için özgün bir poligonal yapıya sahip olduğunu söyleyen Emrah Yücel tasarımı şöyle anlatmıştır;

“Sürekli genişleyen ve birbirine bağlanan geometrik desen, Gaziantep halkının çalışkanlığını ve birliğini temsil eden bir metaforu "G" harfini konteyner olarak çalışacak şekilde tasarladık. Mektubun merkezi, ikonlar için bir yer tutucu işlevi gördü ve aynı zamanda ortak markalaşmaya da olanak tanıdı. Ayrıntılı renk sistemi, Antep fıstığı, inci, bakır ve kireçtaşı gibi benzersiz otantik yerel ürünlerden ilham alınarak oluşturuldu. "Gaziantep" adını verdiğimiz tescilli yazı tipi, belirli bir grid sistemine dayanıyordu. Benimsemeyi kolaylaştırmak için yazı tipini halka ücretsiz olarak sunduk” (Görsel 18, Görsel 19) (City Branding For Gaziantep, 2017).

Şehrin yansıttığı kültürel yapıya yönelik oluşturulan font; şehre ait tanıtımın yapılması için hazırlanan tasarımda şehrin lezzetlerinden biri olan baklava fotoğrafının üzerinde, şehre ait ulaşım sistemlerinin anlatıldığı billboard tasarımı gibi birçok alanda kullanılmaktadır. Ayrıca bu font şehrin belirli simgelerini anlatmak için logo olarak da tasarlanmıştır (Görsel 20, Görsel 21).



Görsel 18: Gaziantep Fontu (İmeanit, 2022)



Görsel 19: Gaziantep Fontu (İmeanit, 2022)



Görsel 20: Gaziantep Fontu (İmeanit,2022)



Görsel 21: Gaziantep Fontu Logo (İmeanit,2022)

4.3 Dubai Şehrine Ait Yazı Karakteri Tasarımı

Dubai yazı tipi Şeyh Hamdan tarafından Microsoft ile ortaklaşa olarak yürütülen projedir. Monotype'da yer alan Dr. Nadine Chahine ve ekibi tarafından tasarlanan yazı tipi ücretsiz olarak kişi, kurum ve şirketlerin ücretsiz kullanımına sunulmaktadır. Ayrıca Dünyada bir şehrin adını taşıyan ilk Microsoft fontudur. 23 dilde erişime açık olan yazı tipi, resmi yazışmalarda dahil olmak üzere ülkenin her yerinde kullanılmaya başlanmıştır. Tasarım açısından ele alındığında ise; şehirden ilham alan, Latince ve Arapça arasındaki uyumu yansıtan geleneksel Arap hat sanatından esinlenerek oluşturulmuştur. Fütüristik bir görünüme sahip olan yazı tipi, eski ve yeninin, yerel ve küreselin uyumlu bir buluşmasıdır (Görsel 21).

¹ Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Sanat Tasarım Ana Sanat Dalı, Kütahya, Türkiye mujgan.gtasarim@gmail.com, ORCID ID 0000-0003-1432-6960

² Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı, Kütahya, Türkiye erenevin.kilickaya@dpu.edu.tr ORCID ID



Görsel 21: Dubai Fontu (Wikipedia,2022)

4.4 Londra Şehrine Ait Yazı Karakteri Tasarımı

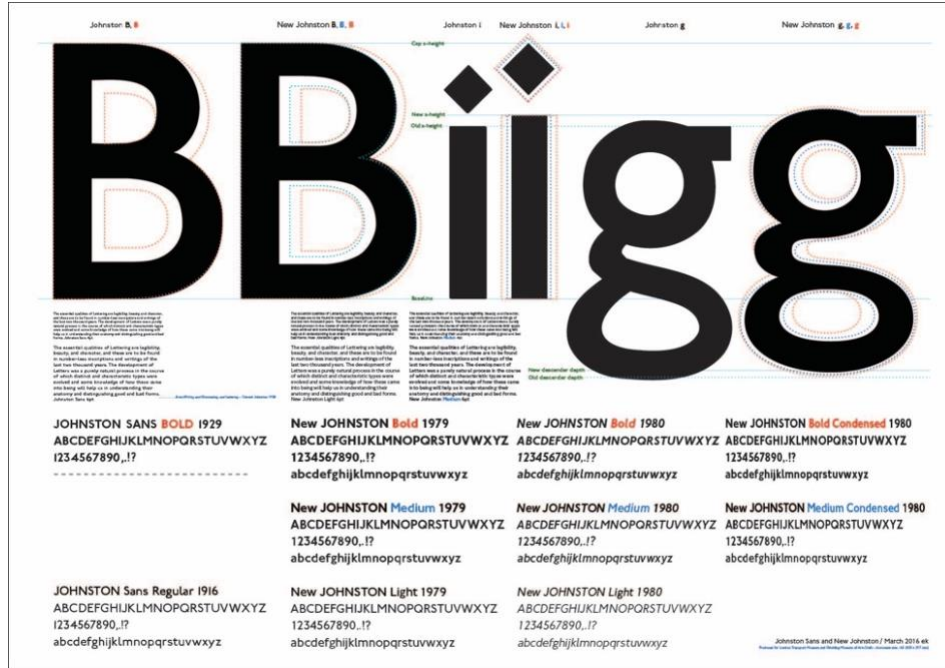
Londra için tasarlanan bu font; sans serif bir fonttur. Ayrıca görsel... de belirtildiği gibi font tasarımı medium, regular, light, thin ve hairline gibi yazı ailesiyle birlikte tasarlanmıştır. Şehre ait birçok yönlendirme, afiş, tabela gibi tanıtım alanlarında da aktif olarak kullanılmaktadır (Görsel 22, Görsel 23). Yazı karakteri ve şehir ilişkisine gösterilebilecek önemli bir örnek olan Londra fontu Londra metrosu için Edward Johnston tarafından tasarlanmıştır. Johnston olarak bilinen bu font şehir ile özleşerek oluşturulan yazı karakteri ile anılmaya başlanmıştır. Günümüzde bu fontun yalnızca Londra’da değil birçok alanda kullanıldığı görülmektedir (Aktaran; Kılıçkaya Boğ, 2019, s. 113-114).



Görsel 22: Johnston Fontu (Wikipedia,2022)



Görsel 23: Johnston Fontu Kullanım Örneği (Wikipedia,2022)



Görsel 24: Johnston Fontu (Wikipedia,2022)

¹ Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Sanat Tasarım Ana Sanat Dalı, Kütahya, Türkiye mujgan.gtasarim@gmail.com, ORCID ID 0000-0003-1432-6960

² Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı, Kütahya, Türkiye erenevin.kilickaya@dpu.edu.tr ORCID ID

KAYNAKÇA

Açıkgöz, Ö. (2011). Şehir, şehir toplumu ve şehir sosyolojisi. *İstanbul Sosyolojik Araştırmalar Dergisi*, 0(35), 57-83.

Arı, S.(2015). Hümanist Yanının Tarihsel Gelişimi. *Sanat Tasarım Dergisi*, 5:2, 135-156

Akman, M. (2017), Bodrum İlçesi Örneğinde Çevresel Grafik Tasarımında Temel Tipografik Sorunlar ve Çözümleri, *Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, 18, 87-89.

Becer, E.(2013). İletişim ve Grafik Tasarım. Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.

Boğ, K.E.E. (2019), Şehir kimliği ve yazı karakteri ilişkisi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 61, 109 - 121.

City Branding for Gaziantep. (2022, 22 Mart) Erişim adresi: <https://www.imeanit.com/portfolio/masterly-people-of-gaziantep>

Deniz, E. (2010). *Markalaşma ve reklam*. İstanbul: Kum Saati Yayınları.

Erdal, G. (2015). *İletişim ve tipografi*. İstanbul: Hayalperest Yayınevi

T.C. Kültür Bakanlığı. (2000). *Türk kültür tarihine giriş, Türklerde köy ve şehir hayatı*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.

Sarıkavak, N. (2014), *Çağdaş tipografinin temelleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

İzmir Fontu. (2022, 22 Mart). Erişim Adresi: <https://www.izmirvakfi.org/izmir-fontu>

GÖRSEL KAYNAĞI

Berlinde Tabela.(2022,22 Mart) <https://www.atlasobscura.com/articles/berlin-signs-typography, 2022>.

Baskerville. (2022, 23 Nisan). Erişim Tarihi: <https://en.wikipedia.org/wiki/Baskerville>

Dubai Fontu. (2022, 22 Mart). Erişim Adresi: [https://en.wikipedia.org/wiki/Dubai_\(typeface\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Dubai_(typeface))

Çivi Yazısı.(2022, 23 Nisan). Erişim Adresi: https://tr.wikipedia.org/wiki/Çivi_yazısı

İzmir Fontu. (2022, 22 Mart). Erişim Adresi:<https://www.izmirvakfi.org/izmir-fontu>

İzmirTube.(2022, Mart 12). Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/c/İzmirTube>

Londra Fontu. (2022, 22 Mart). Erişim Adresi: [https://en.wikipedia.org/wiki/Johnston_\(typeface\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Johnston_(typeface))

Gaziantep Fontu. (2022, 22 Mart). Erişim Adresi:
<https://www.imeanit.com/portfolio/masterly-people-of-gaziantep/>

Gutenberg İncili.(2022, 23 Nisan). Erişim Adresi:
https://tr.wikipedia.org/wiki/Gutenberg_İncili

Helvetica. (2022, 23 Nisan). Erişim Tarihi:
<https://tr.wikipedia.org/wiki/Helvetica>

Hiyeroglif Nedir. (2022, 23 Nisan). Erişim Tarihi:
<https://www.wikitarih.com/hiyeroglif-resim-yazisi/>

¹ Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Sanat Tasarım Ana Sanat Dalı, Kütahya, Türkiye mujgan.gtasarim@gmail.com, ORCID ID 0000-0003-1432-6960

² Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı, Kütahya, Türkiye erenevin.kilickaya@dpu.edu.tr ORCID ID