

GÖRSEL OKUMA VE TİPOGRAFİK AÇILIMLARI*

Arş. Gör. Hande ÖZGELDİ BÜYÜKTOPBAŞ**
Prof. Tevfik Fikret UÇAR***

Özet: Yaşanılan dönemin özellikleri, zaman içinde değişen koşullar, kültürel farklılıklar, gelişen teknoloji, etki alanı gittikçe artan dijital dönemin sağladığı imkanlar ve yeni oluşumlar gibi değişkenlere bağlı olarak okuma kavramı, sürekli olarak gelişmekte ve çeşitlenerek farklı açılımlarını doğurmaktadır. Görsele dayalı iletişimin, insanların var olduğu ilk dönemlerden beri gücünü arttırarak sürdürmesi ve bu dönemin dilinin görsel olmasıyla birlikte, insanların bilgiye ulaşabilmesi ve edindiği bilgiyi kullanabilmesi açısından görsel okumanın önemli bir noktada olduğu açıktır. Bu çalışmada, okuma kavramı, görsel okuma ve süreci, görsel okumanın kapsamı ve açılımlarıyla ilgili bilgi verilmiştir. Görsel algıyı yöneterek ve görsel etki oluşturarak tasarlanması ile okuma ve görsel okuma eylemlerinin doğrudan ilişkili olduğu, tasarımın temel öğelerinden biri olan tipografi ve görsel okuma deneyiminin üretilmesi konusu incelenmiştir. Görsel okuma ve tipografik açılımları, tasarımcısının rolü ile birlikte örneklenerek açıklanmıştır. Araştırma, gelişmelerin ve yenileşmenin sürekliliği ile birlikte görsel okumanın açılımlarının çeşitleneceği doğrultusunda, tasarım alanında görsel okuma ve açılımları konusunun sürdürülebilirliği bakımından önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Görsel, Görsel Okuma, Tipografi, Tasarım.

Geliş Tarihi: 24.08.2020 Kabul Tarihi: 22.12.2020 Makale Türü: Derleme

*Bu makale, Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Grafik Anasanat Dalı, Sanatta Yeterlik Programı, GRA 602 Deneysel Grafik Proje II dersi kapsamında hazırlanmıştır.

**Işık Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, hande.ozgeldi@isikun.edu.tr - ORCID ID: 0000-0002-5508-9204

***Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Bölümü, tfucar@anadolu.edu.tr - ORCID ID: 0000-0002-4612-5891

ASARIM

DESIGN

VISUAL LITERACY AND TYPOGRAPHIC EXPANSIONS*

Res. Asst. Hande ÖZGELDİ BÜYÜKTOPBAŞ**
Prof. Tevfik Fikret UÇAR***

Abstract: The concept of reading is constantly evolving, diversifying and giving rise to different expansions, depending on variables such as the peculiar characteristics of the era in question, circumstances that evolve over time, cultural differences, advances in technology, the digital era with increasing effect, new formations. It is obvious that visual literacy is vital in terms of ensuring people's access to information and utilizing that information with the visual communication that has continued to increase in power since the first times of human existence and the language of this period is visual. This study explains the concept of reading, visual literacy and its processes, and the scope and expansions of visual literacy. Typography, one of the basic elements of design and creating visual effect, is directly related to reading and visual literacy. This study focuses on typography and visual literacy experience production. Visual literacy and expansions of typography have been explained in the context of the designer's role. The study is important in terms of the sustainability of visual literacy and its dimensions with regards to design, based on the premise that the field of visual literacy is bound to expand on the back of new developments and innovations.

Keywords: Visual, Visual Literacy, Typography, Design.

Received Date: 24.08.2020 Accepted Date: 22.12.2020 Article Types: Review Article

*This article has been prepared within the scope of Anadolu University, Institute of Fine Arts, Department of Graphics, Proficiency in Art Program, GRA 602 Experimental Graphics Project II

**Isik University, Faculty of Fine Arts, Department of Visual Communication Design, hande.ozgeldi@isikun.edu.tr
ORCID ID: 0000-0002-5508-9204

***Anadolu University, Faculty of Fine Arts, Department of Graphic Design, tfucar@anadolu.edu.tr - ORCID ID: 0000-0002-4612-5891

1. GİRİŞ

İnsan, yaşadığı ilk dönemlerde, herhangi bir araç olmaksızın öncelikle duyularını kullanarak hayatta kalmaya çalışmıştır. Varlığını korumak, yaşamsal faaliyetleri sürdürmek, ihtiyaçlarına çözüm üretebilmek, bir şeyleri anlatabilmek ve anlaşabilmek için iletişim kurma çabası göstermiş, ilk dil olarak görsel dili kullanmış, başlangıçta beden dilini, sesleri, mimikleri, işaretleri kullanarak, yeni yöntemler deneyimş ve geliştirmiştir. Bu süreçte insan, iletişim çabasıyla birlikte aynı zamanda görsel okuma eylemini de gerçekleştirmiştir. Yazınsal gelişmelerin ortaya çıkmasına ve olgunlaşmasına kadar geçen sürede ve devamında ağırlıklı olarak, iletiyi, görsellere aktararak iletişim sağlanmıştır. Duvara resimler çizmek, semboller oluşturmak, resim yazıları kullanmak gibi ilk yöntemlerle toplumlar, zamana bağlı olarak kendilerine ait, özgün nitelikte görsel diller oluşturmuş ve geliştirmiştir.

Canlıların gerçekleştirdiği görsel dili kullanma ve okuma eylemi, içinde bulunulan çağın imkanlarına, gelişmelerine ve gerekliliklerine göre sürekli olarak gelişim göstererek değişim yaşamaktadır, devinim halindedir. Görsel okuma, görme duyusunun kullanıldığı an itibarıyla sürekli olarak gerçekleştirilen dünyayı algılama ve anlamlandırma eylemidir. Tüm canlıların gerçekleştirdiği bu eylem, doğal öğrenimlerin yanında, iletişimde, görsel algının yönlendirilerek, okuma örüntüsünün ve görsel okuma deneyiminin tasarlandığı biçimde de sunulmaktadır. Tasarımcı tarafından yürütülen tasarım süreci sonucunda ortaya çıkan görsel ürünlerde, yazı ve okuma kavramını kapsayan tipografi, görsel okuma deneyiminin gerçekleşmesinde etkili olan tasarım öğesidir. Önde gelen özelliklerden görselin okunabilme niteliği ise, okuyucunun, algılama ve yorumlayabilme durumu, yaşam biçimi, kültürel yapısı, inançları, dili, deneyimleri, bilgi

birikimleri, görme derinliği ve gördüklerinin sınırlarına göre değişkenlik göstermektedir.

Günümüzde okuyarak algılanan yazılı dilden daha çok kullandığımız, görseli okuyarak algılanan görsel dilin etkisi, görsel okumanın önemli bir yeri olduğunu kanıtlamaktadır. Her gün yeni gelişmelerin hızla türediği çağımızda görsel okumanın çeşitlenerek farklı açılımlar oluşturacağı, kapsamının genişleyeceği ve yorumlanabileceği açıktır.

Araştırma, okuma kavramı, görsel okuma ve süreci, görsel okumanın kapsamı ve tipografik açılımları, görsel okuma deneyiminin tasarlanması ve tasarımcının rolü alanında farkındalık yaratmayı, bu konuları ilişkilendirmeyi ve açıklamayı amaçlaması nedeniyle nitel özelliktedir.

Araştırma içeriğini oluşturan kavramların ilişkilendirilmesi ve açıklanmasına yönelik bilgi içeren, yazılı, görsel ve işitsel materyaller taranarak doküman incelemeleri yapılmıştır. Günümüz dünyasında, görsel dilin ve görselin hakimiyeti araştırmacı tarafından gözlemlenerek veriler elde edilmiştir. Doküman inceleme ve gözlem yöntemiyle toplanan bilgi, araştırmacı tarafından yorumlanarak analiz edilmiş ve sunulmuştur. Görsel okumanın tipografik açılımları, çeşitli alanlar için üretilen tasarımlar üzerinde görülebilmektedir. Bu çalışmada ise, Sait Maden'in "İstanbul'un 99 Yüzü" çalışması ile görsel okumanın tipografik açılımı ve tasarımcının rolü örneklenmiştir.

2. OKUMA VE GÖRSEL OKUMA

Okuma, çeşitli biçimlerle oluşan ve bir düzen içerisinde sunulan iletiyi algılamak için canlıların gerçekleştirdiği eylemdir. Okuma kavramı, öncelikle, yazılı dil aracılığıyla oluşturulan iletiyi anlamak için yapılan okuma eylemini akla getirmektedir. Türk Dil Kurumu'na göre okumak; bir yazıyı meydana getiren harf ve işaretlere bakıp bunları çözümlmek veya seslendirmek, yazılmış



Görsel 1. Farklı biçimlerde ve yüzeylerde yazı kullanımı

bir metnin iletmek istediği şeyleri öğrenmek, bir şeyin anlamını çözmek biçiminde ifadelerle tanımlanmıştır (http-1).

Bir kelime veya metin, sınırlı sayıda seslerin karşılığı olan biçimlerin (harflerin), çeşitli sıralamalarla birbirlerine eklenmesiyle oluşmaktadır. Çeşitli biçimlerin bir araç olarak kullanılması sonucunda oluşturulan yazı, okunarak anlamlandırıldığında bir ileti olabilmektedir. Sayılı biçimler, sonsuz uzunlukta ve içerikte bilgiyi, duyguyu yansıtabilmektedir. Bir yazıyı okuyabilme becerisi, harflerin öğrenilen biçimlerini ve art arda sıralanmalarıyla oluşan gruplanmış görsellerini ve seslerini hatırlamak, tanımak, biçimleri anlama (iletiye) dönüştürmek ve birbirine eklenen iletilerden bütüne ulaşmak, kavramak, anlam oluşturmaktır. Bu süreç, bir bilginin, duygu veya düşüncenin yazılı bir metne dönüşmesi, okuyucunun okuma eylemini gerçekleştirmesiyle iletinin, okuyucuya aktarımıdır.

Yazının tarihsel gelişim süreci ve günümüzdeki konumu değerlendirildiğinde her ulusun, kendi dilini ve bu dile ait yazı sistemini geliştirerek kullandığı bilinmektedir. İletinin aktarım aracı olan yazı, farklı özelliklerde ve biçimlerde okuyucuya sunulmaktadır (Görsel 1). İletiyi aktaran biçimler ve konumlandırıldığı yüzeyler

değişiyor olsa da ortak bir nokta olan okuma eylemi, evrensel nitelikte bir deneyimdir. Okuma eylemi, canlının duyu, zihin ve belleğini ilişkilendirdiği bir sistem sayesinde gerçekleşmektedir. “Karmaşık bir süreç olan okuma, görme ve seslendirme yönüyle fiziksel; kavrama yönüyle de zihinsel bir süreçtir (Kurudayıoğlu, 2011, s. 27)”. Bu süreçler yaşanırken, iletinin işlevini sağlayabilmesi için okuyucunun sahip olduğu görme, algılama ve yorumlama becerisinin yeterliliği de önemli bir etkidir.

Herhangi bir dile ait işaretler ile yazılmış bir metni görme duyusunu kullanarak okumanın yanında, görme yetisi olmayan bireylerin, kabartma yazıya dokunarak, hissederek veya işiterek okuması, konuşma ve duyma engeli olan bireylerin işaret diliyle görsel olarak okuma eylemini gerçekleştirmesi, okumanın ihtiyaca ve imkanlara göre, farklı duyular aracılığıyla sağlandığına örneklik edebilmektedir. Okuma eylemi, duyular ve duyuların etkileşimi ile gerçekleşmektedir.

Göz, hareket halinde olup sürekli çalışan duyu organıdır. Canlılar, yaşamaya başladığı ilk anlardan itibaren görme sistemini çalıştırarak görme duyusunun gelişmesini sağlamaktadır. Göz, görme eylemi sırasında iletişim kurduğu



Görsel 2. Görsel örnekler

dünyadan bilgi edinir, gönderdiği sinyaller aracılığıyla bilginin, beyin sistemine giriş yaması ve işlenmesinde baş roldedir. “Görme, milyarlarca nöronun, karmaşık bir senfoniye benzetilebilecek belirli bir yapılanma içindeki eşgüdümü sonucunda ortaya çıkar (Eagleman, 2016, s. 52)”.

Dünyamız, görsele dayalıdır. “Görsel kavramların hakimiyetindeyiz (Myers, 1989, s. 9)”.

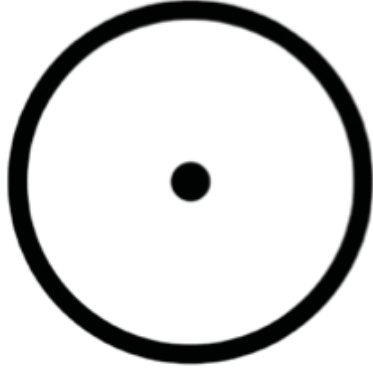
Göstergelerle donatılmış bir çevre içerisinde yaşam sürdürülmektedir. İnsan, dünyasında, her an ve alanda etkileşimde olduğu görsel temsiller ile bütünleşmiş durumdadır (Görsel 2). Her kavram, görsel temsiller ile aktarılmakta, tasarlanmakta, deneyimlenmesi için insanlığa sunulmaktadır. Bir görselle etkileşmeden, düşünmek, eylemde bulunmak, iletişim kurabilmek neredeyse imkansız görünmektedir. Böylesine görsel zenginliğin olduğu bir dönemde, sunulan görseli okumak önem kazanmakta, yaşama hakim olan bir eylem olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bilgi, görsel temsiller ile sunulmaktadır. Bilginin sonsuzlukla türediği çağımızda, insanlar, ulaşabildiği kadarıyla bu bilgilerin büyük bir kısmını görme duyusuyla edinmektedir. Görmek, okuma eyleminin ilk adımınıdır. İnsanın yaşam için dünyayı algılama yöntemi, görsel okumalar yapabilmesidir. Görsel okuma, öncelikle fiziksel bir eylemle başlamaktadır. Görsel düşünebilme

sonucunda zihinsel bir süreçle devam etmektedir. Bu süreç, duyular yoluyla algılanan iletiyi kavrayabilme, anlam oluşturabilme ve gerektiğinde ulaşılan bilgiden yararlanabilme, yani alınan mesaja tepki verebilmeyi kapsamaktadır. Görsel okuma, duyumsayararak elde edilen iletinin, zihne aktarılarak bellekte bulunan bilgi birikimiyle bağlantı kurması sonucunda ortaya çıkan düşünce yapısıdır.

“Gözlerin doğrudan ve anlık aldığı uyarının çok ötesinde uzanan zihin, bellek yoluyla erişilen geniş imgeler alanında iş görmekte ve bütün bir hayat deneyimini bir görsel kavramlar sistemi olarak örgütlemektedir (Arnheim, 2009, s. 326)”. Zihinde kaydolan deneyimler ve bilgiler, birbirleriyle bağlantı kurarak, birbirlerine eklenerek genişlemekte ve yeni bilgilerle farklı açılımlar oluşturabilmektedir.

Görsel okuma sürecinde, bir duyguyu, fikri, uyarıyı veya yönlendirmeyi ifade eden görsel temsilin, izleyici tarafından algılanmasında ve bilgiye dönüşmesinde çeşitlilik oluşturan etkenler vardır. Bu etkenlerin bir kısmı; görselin tasarımı, bulunduğu mekan, kullanım amacı, içeriğe ve hedef kitleye uygunluğu gibi özelliklerdir. Diğer etkenler ise; bireyin evreni algılamasında rol oynayan kültür, inanç, eğitim, deneyimler, duygular, vb. nitelikleridir. “Görsel algılamada en önemli noktalardan biri olan duyuların örgütlenme süreci, diğer bir deyişle



Görsel 3. Astrolijide “Güneş”, Hinduzim ve Budizm’de “Merkez” sembolü

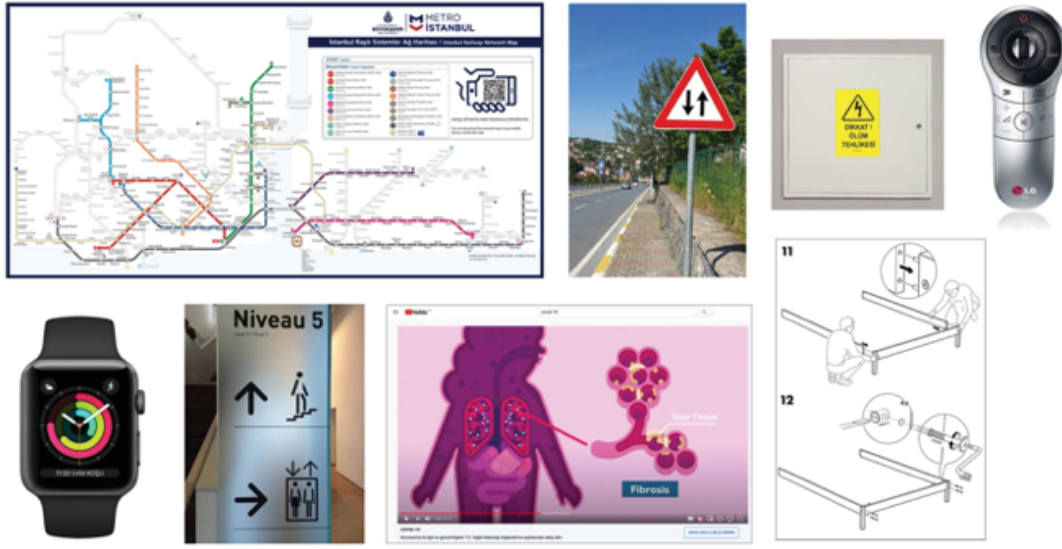
anlamlandırma bireyin; sosyo-kültürel durumu, zekası, eğitimi, edinilmiş deneyleri, estetik değerleri ve içinde bulunduğu toplumun değerleri ile doğrudan bir ilişkiye sahiptir (Uçar, 2020, s. 133)”. Örneğin; sadece yaş faktörü bile görsel algılamada birçok şeyi değiştirebilmektedir. “...bir model uçak, bir yetişkin için gerçeğine yaptığı göndermesiyle ilgi çekerken, bir çocuk için sadece bir oyuncak olacaktır (Gombrich, 2015b, s. 84)”. Görsel okumanın, düşünce dünyasında gerçekleşmesinde, algılanan iletiden anlam çıkarımında bulunma aşamasında, bireyin esnekliği ve özgürlüğü devreye girmektedir. “Üstünde at başı bulunan sopa köşede kaldığı sürece, yalnızca bir oyuncaktır; ama çocuk üstüne oturur oturmaz, çocuğun imgeleminin odak noktası olur ve bir ata dönüşür (Gombrich, 2015b, s. 172)”. Çünkü görsel okumanın algılama boyutları, bireyin nitelikleriyle ilişkilidir. Aynı zamanda bu nitelikler, bireyin görsel algılama sınırlarını da oluşturmaktadır.

Bir topluluğun benimsediği inanç doğrultusunda anlam yüklediği görsel temsil olan sembollerden biri olarak Görsel 3’te, çember ve merkezinde bir nokta görünmektedir. İzleyici, sahip olduğu değişkenlerle ilişkili olarak görseli okumaktadır. Görsel 3’teki sembol, bir görseli algılamada çeşitliliği ve sınırları oluşturan etkenlerden biri olan farklı kültür ve inançlara göre değerlendirildiğinde; astroloji inancında

gezegen olarak Güneşi simgeleyen glif çember içinde noktadır, Hinduzim ve Budizm’de ise mandala ve yontranın ortası, başarılı bir manevi yolculuğun sonunu ya da evrenin merkezini temsil etmektedir (Gibson, 2012, s. 141 ve 215).

Görsel okuma, sadece insanlara özgü bir eylem değildir, doğada diğer canlılar tarafından da farklı biçimlerde gerçekleştirilmektedir. “ Ringa martısının sarı gagasında, alt çene kemiğinin ucunda kırmızı bir nokta gelişmiştir. Yumurtadan yeni çıkmış civciv bu nokta sayesinde annesinin gagasının ucunu gagalar. Annesinin gagasında kırmızı nokta yoksa civciv gagalamaz, civciv gagalamazsa annesi yemek vermez (Arnheim, 2009, s. 39)”.

Yazınsal ve sözlü iletişim dilinin, yerini görsel dile bırakmasıyla birlikte görsel okumanın önemi oldukça artmıştır. İnsan, günlük yaşamı sırasında gerçekleştirdiği aktivitelerin büyük bir kısmını, görsel okuma eylemi ile tamamlamaktadır. “... hiç kuşku yok ki, organizmalar yaşamda kalmayı kolaylaştıracak şekilde belli görsel uyarılara tepki vermeye programlanmışlardır (Gombrich, 2015a, s. 138)”. Görsel okuma, ihtiyaçlar ve gereklilikler doğrultusunda yönlendiren, uyaran, tehlikeden uzaklaştırabilen, insanı özgürleştirebilen, hayatı kolaylaştıran ve zamanın kullanımını değerlendiren bir eylem olarak da karşımıza çıkmaktadır. Otoparkta sizi yönlendiren oklar ve park yerini gösteren sarı çizgiler, araba kullanırken yoldan bilgi aldığınız levhalar ve uyarılar, ulaşmak istediğiniz hedefe yönlendiren haritalar, bir endüstri ürününü görsel dili sayesinde kullanabilmek, video paylaşım ortamlarında bulunan içerikler ile bilgiye ulaşabilmek, bir müzisyenin işaretlerden oluşan notaları okuması sonucunda duyulan ritim, ağaç gövdesinde yosunların oluşumu sayesinde yön bulabilmek, kişilerin yüz ifadelerinden duygularını anlayabilmek gibi durumlar görsel okuma eyleminin gerçekleştirildiği örneklerdendir.



Görsel 4. Görsel iletişim unsurlarından örnekler

Görsel iletişim ile paylaşılan bilgi, bireyle etkileşip, bireyin eylemde bulunmasını sağlamaktadır. Birey olarak yaşamsal faaliyetleri kolaylaştırmak, toplumsal düzene uyum sağlamak, gereksinimleri karşılamak için üretilenden yararlanmak gibi amaçlar doğrultusunda, bilgi birikimi ve deneyimler sonucunda öğrenilmiş ve sürekliliğini koruyan görsel okumalar, her an ve alanda gerçekleştirilmektedir (Görsel 4).

Bir görselin akılda kalma ve hatırlanma olasılığı, diğer anlatım yöntemleriyle kıyaslandığında daha yüksektir. Görselle temsil edilen bilgi, hızlı ve etkili bir şekilde doğrudan hedefine ulaşabilmektedir. “Yol, gidiş dönüş olmak üzere iki şeritlidir” uyarısı bir metin biçiminde, yol kenarında bir tabelada bulunsa, hareket halindeyken sürücünün yazılı uyarıyı okuması sırasında aracı kontrol edebilmesi ve bilgiye hakim olabilmesi imkansızdır. Ancak evrensel bir görsel dil olan, uyarı niteliğinde kırmızı üçgen biçim içerisinde zıt yönde iki oku görmek, sürücünün uyarıyı çok kısa sürede hatta göz ucuyla algılamasını ve yolun iki yönlü trafik olduğu bilgisine ulaşabilmesini sağlamaktadır.

Bireylerin dünyasını saran, çoğunlukla yararlanması gereken ve yaşamını kolaylaştıran ürün ve araçlar bulunmaktadır. Bu ürünler, ütü, çamaşır makinesi, kahve makinesi, kumanda, otomobil, asansör gibi sayısız örneklerle çoğaltılabilir. Her ürünün kullanıcı deneyimi sayesinde belirlenmiş görsel bir dili vardır. Kullanıcı, ürünün tasarlanan görsel dili ve iletişim unsurları sayesinde, görsel okuma gerçekleştirmekte ve ürünü kullanılabilmektedir. Birçok insanın sıklıkla yararlandığı ürünlerden biri olan otomobillerin kullanımında, kontrol ve gösterge panellerinde yer alan tuşlar ve fonksiyonu gösteren görsel temsiller (piktogramlar), uyarılar, ürün kullanımını açıklayan bilgilendirmelerin görsel olarak varlığı ve işlevinin önemi deneyimlenmektedir (Görsel 5).

Bilgiyi taşıyarak doğru biçimde aktarabilen ve izleyiciye yarar sağlayan görsel iletişim dili, değeri ve etkisi bakımından sınırı olmayan bir güce sahiptir. Bir görsel, farklı yoğunlukta ve derinlikte bilgiyi taşıyabilmektedir. Örneğin; günümüzde bir görsel dil olmayı başaran emoji, yaşanan yoğun duygu ve hisleri, bir yüz ifadesiyle



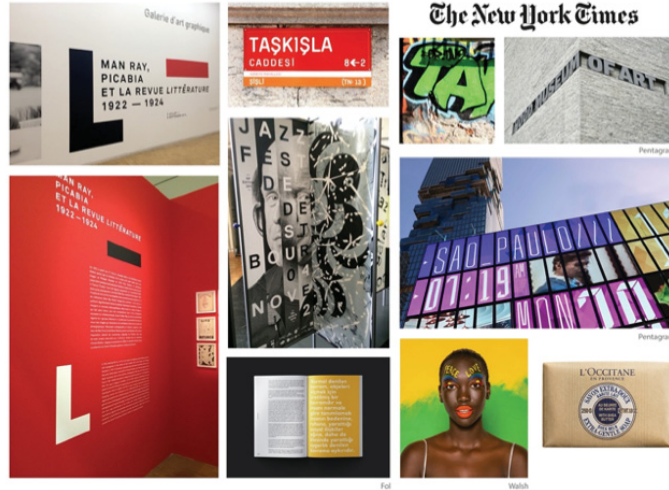
Görsel 5. Bir ürünün kullanımında yararlanılan görsel iletişim unsurları

görsel biçimde aktarabilmekte ve kullanıcı sınırı olmadan insanların bu görsel dili sıklıkla kullandığı bir iletişim aracına dönüştürmektedir. Görsel dilin dünyaya hakimiyeti, bilgi artışı ve bilginin kısa zamanda hızlıca tüketilmesi, bu dilin görsel okuma eylemi ile algılanması, görsel okumanın yaşamda yerini hissettirmekte ve buna bağlı olarak her alanda farklı açılımlarını göstermektedir.

3. GÖRSEL OKUMA VE TİPOGRAFİK AÇILIMLARI

Görsel okumanın gerçekleşmesinde etkili olan durumlar; doğada kendiliğinden oluşan bilgilerin, canlılar tarafından içgüdüsel olarak algılanması veya bilginin, insanları yönlendirerek, algılanması gerektiği biçimde ve

bir düzende tasarımcılar tarafından planlanması olarak düşünülebilmektedir. Tasarımın çeşitli alanlarında, üretim sonucunda görsel okumanın açılımları var olmaktadır. Görsel iletişim tasarımcısının etkin olduğu tasarım sürecinde ise, iletinin alıcıda oluşturması gereken algı ve anlamlandırma için görsel etki yaratılmaktadır. Tasarım, iletinin, amacına, içeriğine, hedef kitlesine ve sunulacağı mecraya göre biçimlendirilmesi için tasarımı oluşturan öğelerin, görsel iletişim tasarımı kaygıları çerçevesinde organize edildiği bir düzenleme ve yaratım sürecidir. Bireylerin okuma ve görsel okuma eylemlerini gerçekleştirmesinde doğrudan ilişkili olduğu araç ve tasarımı oluşturan temel öğelerden biri, tipografidir (Görsel 6).



Görsel 6. Farklı biçimlerde ve yüzeylerde tipografi uygulama örnekleri

Görsel okuma eylemi sonucunda deneyimlediğimiz ve iletişim gerçekleştirdiğimiz alanların kapsamı düşünüldüğünde, dünyamızı sarmalayan görsel imgelerin ve yazılı iletilerin ağırlığı hissedilebilmektedir.

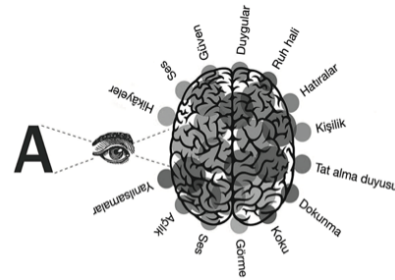
“Tasarımcı, tipografi, resim, illüstrasyon, fotoğraf gibi pek çok görsel öğeden yararlanır. Kuşkusuz bir grafik tasarım problemini çözerken olmazsa olmaz elemanlardan biri “tipografi”dir (Uçar, 2020, s. 30)”. İşaretlerden oluşan yazının olduğu her yerde tipografinin varlığı söz konusudur. Tipografi, yazıyı oluşturan görsel biçimlerin tasarlanmasıdır. “Tipografi, harf biçimindeki iletişimdir (Moholy – Nagy, 1925’ten aktaran Armstrong, 2012, s. 33)”. Tasarımcının, bilginin iletilmesi için özgünlükle biçimlendirerek yazıya anlam ve görsel etki kazandırdığı bir tasarı öğesidir.

Yazı ile bilgilendiğiniz her anda, yazının detaylarında gizlenen düzenlemeler, bir plan dahilinde anlaşılır, okunabilir, etkileyici ve estetik gibi nitelikler ile bilgiye ulaşmanızı sağlamaktadır. İletişimin temel araçlarından biri olan yazının, hayatımızdaki yeri düşünüldüğünde tipografinin görevinin önemi de anlaşılmaktadır. Tipografik öğeler, geniş alanda ve çeşitli yüzeylerde bireylerle etkileşip, bilgi vermektedir. Tipografi, kitap gibi bilgiye dayalı uzun metinlerde, bir markanın logosunda, bir afişin başlığında, ambalaj üzerindeki bilgilendirmelerde, televizyon reklamlarında, yönlendirme tabelalarında, bir filmin jeneriğinde, gazetelerde, web ortamında vb. görsel iletişim unsurlarının olduğu, bireylerle etkileşen her alan için tasarlanmaktadır. Bu bağlamda, iletiyi aktaran görsel biçimlerin tasarımcının yönettiği bir süreç ile tasarlanması ve bu görsellerin okunabilir niteliğini taşıması, görsel okumanın açılımlarında tipografinin etkin rol oynadığını göstermektedir. Görsel okuma sürecinin gerçekleşebilmesinde, tipografi tasarımının okunabilirliği, öncelikli niteliklerden biridir.

Okunabilirlik, okuyucunun veya izleyicinin okumanın fiziksel ve zihinsel sürecinde iletiyi kavrama seviyesi ile ilgili bir özelliktir.

Görsel kodların, göz duyusuyla taranması sonucunda tanınması ve bir tasarım aracılığıyla bilgiye ulaşabilme durumu için bireyin görsel birikimi ve algılama boyutları, görsel okumanın tipografik açılımlarında tasarımın okunabilme ve anlamlandırma sınırlarını belirleyen önemli bir etkidir. Bu bağlamda, Görsel 7’de de görüldüğü gibi bireylerin duyuları, kişilikleri, yaşanmışlıkları gibi zihinsel bileşenleri ile birlikte ait oldukları ulusa ait tarih, kültür ve dil yapıları da görsel okuma sürecinde tipografinin okunabilme niteliklerinin değerlendirilmesi kapsamında, bir tasarımın okunabilirliğini belirleyen etkenlerin kapsamında, tasarımın özellikleri, tipografinin değişkenlerinin kullanımı, tasarımcının ifade biçimi ve tasarımın görüneceği mecranın özellikleri gibi parametrelerde bulunmaktadır. Tasarımcının, değişkenler arasında oluşturduğu bağlantı, görsel anlatının okunabilme katmanlarını etkilemektedir.

Bir metnin her parçası, bir diğer parçasına içerik tarafından belirlenmiş vurgu ve değere dayalı mantıklı bir ilişki ile bağlıdır. Bu ilişkiyi açıkça ve belirgin biçimde, harf boyutu, ağırlığı, satır düzeni, renk ve fotoğraf kullanımı ile ifade etmek tipografinin görevidir. Bir tipograf, çalışmalarının nasıl okunduğu ve nasıl okunması gerektiği konusunda yoğun dikkat göstermelidir (Tschichold, 1928’ten aktaran Armstrong, 2012, s. 36).



Görsel 7. Sarah Hyndman’a göre, tipografide algılamanın zihinsel bileşenleri

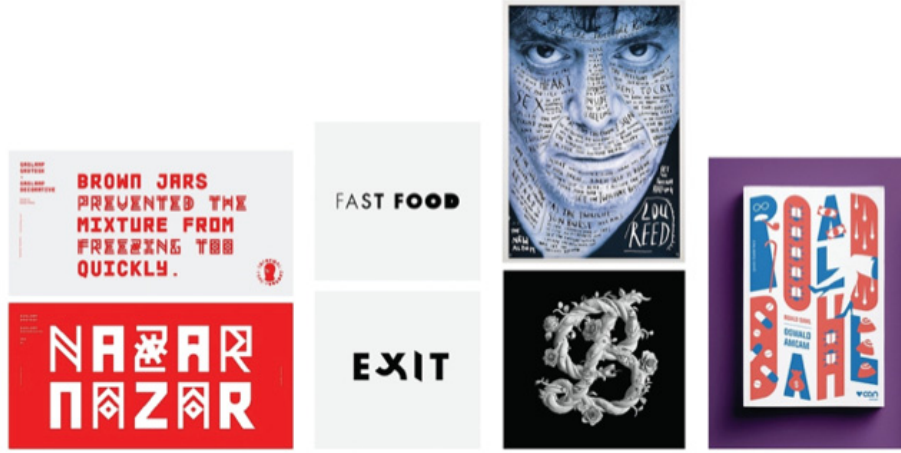


Görsel 8. Yazının düzenlenmesinde kullanılan temel kavramlardan örnekler

Tipografi tasarımında okunabilirlik, yazı karakteri, büyüklüğü ve ağırlığı, harf ve kelime arası boşluk, satır aralığı, hizalama, büyük ve küçük harf kullanımı gibi değişkenlerin yazı üzerinde düzenlenmesi ile sağlanmaktadır (Görsel 8). Bir tasarımda, tipografinin değişkenlerini belirleyen tasarımcı, içeriğin gereğine ve sunulacağı mecraya göre planlamaktadır. Değişkenlerin düzenlenmesi ve tipografinin işlevini doğru ve etkili biçimde gerçekleştirmesi adına araştırmalar sonucunda oluşan kurallar vardır. Yaygın olarak kullanılan yazı karakterlerinin okuyucu tarafından hızlıca algılanması, tamamı büyük harflerle (majuskül) yazılan metnin okumayı zorlaştırması, küçük harflerin (minüskül) kullanıldığı yazılarda alt ve üst uzantılarının yarattığı boşluklar sayesinde görsel biçimlerinin daha kolay algılanması, yazının içeriğine göre bulunduğu yüzeyde doğru büyüklükte olması gerekliliği vb. bilgiler tasarımcılar tarafından kullanılmaktadır. Tipografinin değişkenlerinde yer alan, boşluğun (espasın) düzenlenmesi, okunabilirliği etkileyen en önemli yapılardan biridir. “Kelimeler, çok sayıda farklı harf kombinasyonundan oluşmaktadır. Harflerin birbiri ile ilişkisini kuran, birbirleri ile ilişkilendiren unsur, espastır. Doğru bir espas ayarı, kelimenin okunaklılığı ve okunabilirliği için gereklidir (Aykan Barnbrook,

2014, s. 43)”. Tipografinin düzenlenmesinde harf ve kelime arası boşlukların doğruluğu, harflerin ve kelimelerin birbiriyle ilişki kurmasını, oluşan dengeli boşluklar sayesinde yazının okunabilme kalitesini artmaktadır. Tasarım, bir işaretleme eylemi olduğu kadar boşlukları düzenleme eylemidir. Tipografinin sanatı, sadece harflerin pozitif parçalarıyla değil, aralarındaki ve etrafındaki negatif boşluklarla ilgilidir (http-2).

Uzun süreli okunan ve bilgiye dayalı metinlerde, belirtilen tipografik değişkenler, okuma konforunun sağlanmasına yönelik düzenlenmektedir. Metinde akıcılığı sağlamak için tipografi, açık, anlaşılır ve işlevselliğin ön planda olması biçiminde tasarlanmaktadır. “Okunabilirlik, metnin düzgün tanımlanabilme özelliğiyle ilgili bir niteliğidir. Metin okunabilirliği, görsel sistemin, karakterleri ve kelimeleri kolaylıkla algılayabilmesiyle doğrudan ilişkilidir ve okumanın ilk veri toplama aşaması için önemlidir (Sheedy vd., 2005, s. 797)”. Yazı karakteri, yüzeye göre seçilen yazının büyüklüğü ve ağırlığı, satır arası boşluk, satır uzunluğu, sayfa düzeni ve metnin oluşturduğu tipografik doku, bu metinlerde ön planda olan değişkenlerdir. Bu bağlamda uzun süreli okunan bilgiye dayalı metinlerde tasarımcı, yaratıcı yaklaşımdan daha çok, tipografinin



Görsel 9. Erman Yılmaz, "Gaslamp" 2019. Ji Lee, "Word as Image", 2011. Stefan Sagmeister, "Lou Reed Poster", (t. y.), "Beauty", 2018. Utku Lomlu, "Roald Dahl", 2018. (Soldan sağa doğru)

belirli kuralları ve bir sistem çerçevesinde yalın, akıcı ve tutarlı bir düzenlemeye yönelmektedir. Burada okunabilirliğin amacı, okuyucunun çaba göstermeden zihin aktivitesiyle doğrudan bilgiye ulaşmasıdır. Bir iletinin okunması kolaysa ve okuyucu iletinin tüm farklı bölümlerini kolayca görebiliyor ve ayırt edebiliyorsa iyi okunabilirliğe sahiptir (http-3).

İletişim işleviyle birlikte görsel etki yaratımında yazı karakteri, tipografi tasarımında önemli bir noktadadır. Ayrıca görsel okumanın tipografik açılımlarının oluşumuna yön verebilen bir unsurdur. Tasarımcı, bir yaratım sürecinde ileticeği içeriğe göre kullanacağı yazı karakterini özümseyerek belirlemektedir. Yazı karakteri, tasarımda iletilen mesajın yüzüdür. "Bir yazı karakterinin, bir kelimenin anlamını etkileyebilme, kelimeye okuyucunun davranışını etkileyebilecek bir kişilik katma ve arka plandaki öyküsünü aktarma gücü vardır (Hyndman, 2018, s. 1)". Yazıdaki mesajın, okuma eylemi ile iletilmesinin yanında zihinde görsele dönüşmesini ve çağrışımlar oluşturmasını sağlayarak içeriğin anlamını güçlendirmektedir. "Bir metni okuduğumuzda, biz sözcüklerin fiilen söylediklerine odaklanırsak ve yazı karakterinin doğrudan beynimizle konuşmasına izin veririz

(Hyndman, 2018, s. 1)".

Tasarımcı, içeriğin uygunluğuna ve ifade biçimine göre tipografinin okunaklı olma niteliğine karar vererek tasarım problemine yaratıcı çözümler üretebilmektedir. "Bazı durumlarda daha az okunurluğa sahip bir font, mesajı, dengesi iyi ayarlanmış ve rahat okunan bir fonttan daha iyi iletir (Brugger, 2017, s. 2)". Yazı karakteri kullanımı ve tasarımı, tasarımcıların, insanların belleğine yerleşen harflerin görsel biçimlerinin ipuçlarını taşıması koşuluyla, üzerine düşündüğü, çeşitli yüzeyler için yaratıcı içerikler ürettiği, deneysel çalışmalarda bulunduğu ve çoğunlukla üretim yaptığı bir alandır (Görsel 9).

Tipografinin, içeriği kendi başına aktarabilmesine göre tasarlanmasını veya tasarımda kullanılacak görsel öğeler (fotoğraf, illüstrasyon, renk, grafik biçimler) ile bir kompozisyon alanında birleştirilmesi, tasarımcının yönelimine bağlıdır. Her iki yöntemde de tasarım, belirli tasarım ve görsel algı ilkeleri doğrultusunda oluşturulmaktadır. Görünürlüğü sağlamak için kontrastlık, öğelerin algılanması ve okunması için boşluk, gözün tasarım içerisinde dolaşmasını sağlayan ve öğelerin oran, boyut, vurgu biçimleri ile okunma sırasını belirleyen görsel hiyerarşi,



Görsel 10. Robert Massin, "Kel Şarkıcı", 1964

görsel haz ve bütünlük hissini oluşması için uyumun sağlanması gibi düzenlemeler tasarım öğeleri arasındaki ilişkinin kurgulanmasında kullanılmaktadır. İçeriğin sunulacağı alanın özelliklerine göre tasarım öğeleri bir yerleştirme planı dahilinde konumlandırılmaktadır. Tipografik bir hiyerarşi, içeriğin organizasyonunu ifade eder, bazı unsurları vurgular ve diğerlerini tabi kılar. Görsel bir hiyerarşi, okuyucuların bir metni taramasına, nereye girip çıkacağını ve öneriler arasında nasıl seçim yapacağını bilmesine yardımcı olur (http-4). Bu bağlamda belirlenen alanda hangi öğe, nerede ve ne kadar büyüklükte olacak, diğer öğelerle ilişkisi nasıl olacak gibi sorulara cevap bulunurken tasarım öğelerinin en iyi biçimde ve dengede bir araya getirilmesi amaçlanmaktadır. Tasarım ve görsel algı ilkeleri doğrultusunda tasarım öğelerinin ilişkisi, tasarımcının yaratıcılığı bağlamında bir görsel anlatıma dönüşmektedir. Burada tasarımcı okuma örüntüsünü kurgulayarak okuyucu ve izleyiciler için bir görsel okuma deneyimi üretmektedir.

1964 yılında Robert Massin, Lonesco'nun Kel Şarkıcı adlı tiyatro oyunu için, diyaloglarda tipografinin kullanımı ve figürlerle ilişkisi, tasarım öğelerinin etkili bir kompozisyonda birleştirilmesi özellikleriyle, tasarımın sadece

görsel olarak okunması ve içerik hakkında doğrudan bilgiye ulaşılabilmesi açısından yaratıcı bir ürün ortaya koymuştur (Görsel 10). "Massin'in bu eseri grafik tasarım tarihinde sesin, sahnenin, kişilik çatışmalarının, hemfikir olma ve ayrışmanın kağıt üzerindeki en etkileyici şöleni olarak yerini almıştır (Uçar, 2020, s. 207)". Diyalogların ve figürlerin sergilediği dinamik ve etkili görsel anlatım dili, tasarımcının yorumu ve yaratıcılığı ile bir görsel okuma deneyimi sunmaktadır.

Tipografi, zamana göre kültürel ve tarihsel oluşumların değişerek gelişmesi sonucunda bir birikime sahip olmuştur. Araştırmacılar ve tasarımcılar, yazı ve dilin gelişimi ile ilgili üretimde bulunmuş, tipografinin değişkenleri üzerine araştırmış, yazı karakterleri tasarlamış, okunabilirlik için yöntemler ve kurallar geliştirmiş, okunaklılığın sınırlarını zorlayan tasarımlar ve görsel keşifler yapmış, tipografiye yeni yaklaşımlar getirmiş, kuramlar oluşturmuştur. Bu çalışmalar, birbiri ile etkileşerek, her dönemde yeni bir bakışın oluşmasına ve bir devrim içerisinde tasarımcıların, özgün ifade biçimleri ile yeni yaklaşımlar aramasına neden olmuştur.

Günümüzde üretilen görsel iletişim ürünlerinin



Görsel 11. Yurdaer Altıntaş, "Alfred Hitchcock", 1999. Mehmet Ali Türkmen, "Unterwegs (On the road)", 2012. Erman Yılmaz, "Salt Galata /Perşembe Sineması", 2017. (Soldan sağa doğru)

tasarımında, ağırlıklı olarak tipografi üzerine çalışıldığı ve görsel etki yaratıldığı gözlemlenmektedir (Görsel 11). Tasarımın içeriği ve tasarımcının ifade biçimi çerçevesinde, tipografik değişkenlerin kullanımında, harflerin öğrenilen görsel biçimlerini anımsatacak detayları kullanarak harf arası boşlukları abartmak, dev harfler kullanmak, harflerin veya kelimelerin biçimleri ile anlam oluşturmak, deforme etmek, bozmak, karmaşa oluşturmak, boşluğu tasarlamak, tipografiyi görsel temsile dönüştürmek gibi okunabilir tasarım için belirlenen sınırların dışında düzenlemelerin yapıldığı bir tasarım anlayışı yaygınlaşmıştır. Tasarımcının kurguladığı okuma örüntüsü ile tasarımın algılanması için zihinsel sürecin yoğunluğu artmakta, tasarım, görseliyle etkiledikten sonra incelendiğinde bilgiyi aktarabilmektedir. Bu süreçte alıcı, tasarımı özümsemiş olmaktadır. "Asıl programladığımız şey, benzerliği algılama değil; benzemezliği, gözümüze çarpan ve zihnimize işleyen normdan sapmayı fark etmedir (Gombrich, 2015a, s. 113)". İçeriğin uygunluğuna ve tasarımcının ifade biçimine göre, okunabilirliğin dengesini sağlayarak, yenilik ve özgünlük sunan görsellerle birlikte, görsel okuma deneyimleri tasarlanmaktadır.

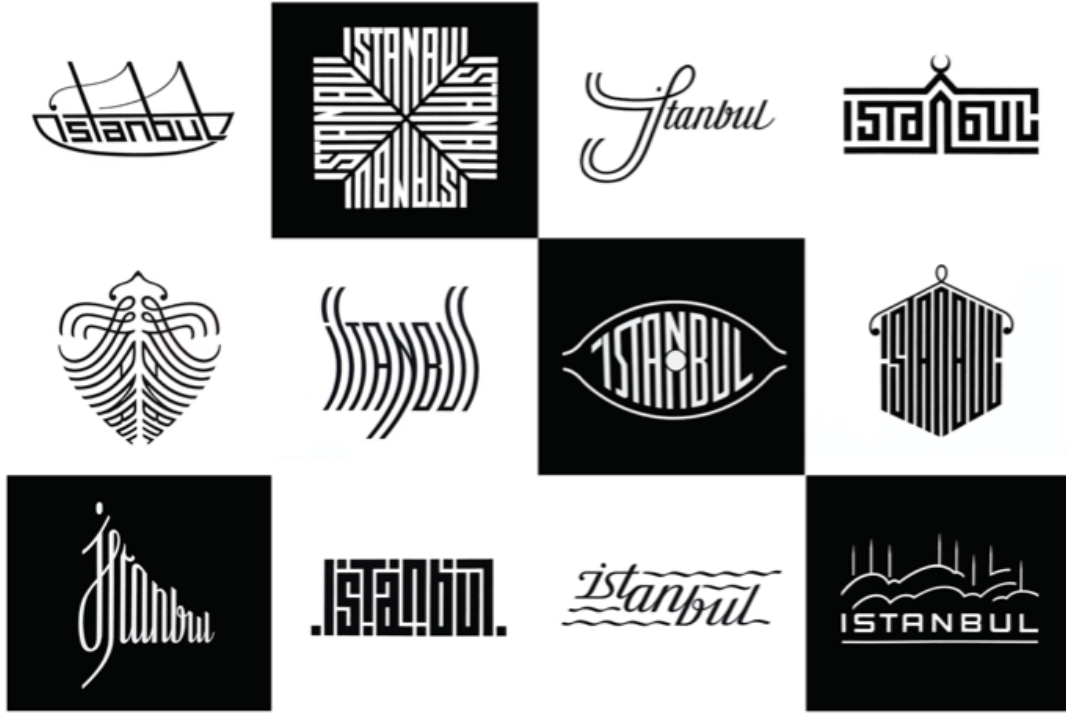
Tasarımcı, sürekli olarak, fikir üretmek,

görselleştirmek, anlatabilmek ve tasarlamak amaçları doğrultusunda üretim yapmaktadır. Tüm alanlarda gelişmelerin ve yenileşmenin sürdüğü gibi tipografide de her an görsel okuma sürecini gerektiren yeni bir açılım oluşabilmektedir.

4. SAİT MADEN'DEN "İSTANBUL'UN 99 YÜZÜ" ÖRNEĞİ

Sait Maden (1931-2013), şair, çevirmen, ressam ve tasarımcıdır. İlk ve orta öğrenimini doğduğu yer olan Çorum'da görmüştür. Resim eğitimi 1949-55 yılları arasında İstanbul Güzel Sanatlar Akademisi'nde Bedri Rahmi Eyüpoğlu atölyesinde almıştır. Çocuk yaşlarında şiir yazmaya başlamış, yabancı dilleri öğrenerek şiir çevirileri yapmıştır. Ulusal ve uluslararası alanda birçok edebiyat ödülü kazanmıştır. 1960 yılları itibarıyla grafik ve tasarım alanlarında üretmeye devam eden Maden, çok sayıda kitap ve dergi kapakları, süreli yayın, logo, afiş, illüstrasyon, yazı ve yazı karakteri tasarımı yapmıştır. Yapıtları, Türk grafiğini temsilen yurtdışı kaynaklarında bulunmuştur. Tasarım dünyasına katkıları açısından çalışmalarının rolü önemlidir (<http-5>).

Erken yaşlarda yazıya eğilimi başlayan Maden, ilkokul sıralarında bu yeteneğinin ortaya çıktığını, on üç yaşında yaşlı bir ustadan hat dersleri aldığı için Akademi'ye girdiği yıllarda usta bir bilek olarak, kısa sürede değişik yazı



Görsel 12. Sait Maden, "İstanbul'un 99 Yüzü" tipografi çalışmalarından bir seçki

karakterlerinin özelliklerini; harf gövdelerini, tırnaklar, boşluklar arasındaki karşılıklı dengeleri öğrendiğini belirtmiştir (http-6). Sait Maden, 50 civarında özgün yazı karakteri tasarlayarak, yıllar boyunca çalışmalarında bu karakterlere yer vermiştir. Ömer Durmaz, "Sait Maden Şık Derviş" belgeselinde, Sait Maden'in en önemli özelliğinin, çağdaş tipografik yaklaşımı Türk grafik tasarımına getirmesi olduğunu vurgulamıştır (Güldoğan, 2018).

Sait Maden, yazı karakteri tasarımı çalışmaları sırasında beliren "İstanbul" yazılarını uzun süre istekle ve titizlikle sürdürmüş, 200'ün üstünde oluşan tipografi çalışmalarını eleyerek sayıyı 99'a indirmiştir. "İstanbul'un 99 Yüzü" adıyla Maden'in yazı tasarımları, 29. İstanbul Kitap Fuarı kapsamında, TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi'nde 30 Ekim-7 Kasım 2010 tarihleri arasında sergilenmiştir. "İstanbul'un 99 Yüzü" çalışmaları ile 2019 yılında küratörlüğünü Ömer Durmaz'ın üstlendiği, Sait Maden Toronto

Buluşması kapsamında, Maden'in ilk yurt dışı sergisi gerçekleştirilmiş ve İstanbul yazıları ilgi görmüştür (Ö. Durmaz, kişisel iletişim, Temmuz 2020).

İstanbul dünyanın en güzel kenti. En güzel, en karmaşık, en düşsel. En şaşırtıcı. Her adımda karşımıza yeni bir olgu, yeni bir sorun, yeni bir kimlik çıkararak bin bir yüzlü kent.

İşte, ben bu bin bir yüzlü kenti, onun adındaki sekiz harfle (İ-s-t-a-n-b-u-l) doksan dokuz değişik yorumda yansıtmaya çalıştım. Bu doksan dokuz yüzün her biri, onun dününü, bugününü, yarınını sezdirmeye; onun dilini, müziğini duyumsatmaya; onun göğünü, denizini, havasını yaşatmaya çalışıyor (Maden, 2010) (Görsel 12).

Sait Maden, İstanbul temalı çalışmasında, İstanbul ile ilgili görsel algılama boyutları ve duyuları aracılığıyla edindiği görsel birikimi, hisleri, deneyimleri çerçevesinde ve tasarımcı bakış açısıyla İstanbul'a tipografik bir yorum



Görsel 13. Bilginin görsel ile aktarılmasında Sait Maden'in "İstanbul'un 99 Yüzü" tipografi çalışmalarından örnekler

getirmiştir. Harf formlarından (İ-s-t-a-n-b-u-l) yola çıkarak, tipografi değişkenlerini düzenleyerek, yeni form ve karakter arayışı ile çalışmış, yazıyı görsel dönüştürmüştür. Bazı İstanbul yazı tasarımlarında, yazının okunabilirliği geri planda olup, öncelikli olarak yarattığı görsel etki algılanmaktadır. İstanbul'un görselini, tipografi ile bütünleştirerek, özgünlükle ve başarıyla ifade etmiştir. Her İstanbul yazısı, farklı çizgi stiline ve tasarım diline sahip olup, kendi içerisinde bütünlüğünü ve dengesini korumaktadır.

İstanbul şehrinin görsel zenginliği, Maden'in "İstanbul'un 99 Yüzü" yazı tasarımlarında izlenebilmektedir. İstanbul şehrinin bilen, yaşayan bireyler için görsel temsiller çağrışımlar yaratabileceği gibi şehri bilmeyen bir birey için de İstanbul'un sahip olduklarını ve özelliklerini hissetmesine olanak sağlamaktadır. İstanbul'un boğazının, denizinin, dini temsili olan camileriyle birlikte silüetinin, boğazda uçan kuşlarının, balığının, içeceğinin, kedilerinin görsel

temsillerinin İstanbul tipografisi ile birlikte çeşitli biçimlerde tasarlandığı görsel olarak okunmaktadır. Her İstanbul yazısı çeşitli bilgi ile yüklü olmakla birlikte, aynı bilgi farklı biçimlerde de karşımıza çıkmaktadır (Görsel 13). Bir konunun sınırları içerisinde, çok sayıda üretimin yapılabilmesi, yaratıcılığın ve tasarımda ifadenin sonsuzlukla türetilebileceğini göstermektedir. Esen Karol, "Sait Maden Şık Derviş" belgeselinde, 99 tane İstanbul logosu konusunda, bir iş için sonsuz farklı düşünce üretilebileceğini, her farklı düşüncenin aynı derecede meşru olabileceğini kanıtlayan bir belge olduğunu belirtmektedir (Güldoğan, 2018).

Maden'in her bir İstanbul tipografi çalışması, izleyicinin görsel okuma eylemi ile bilgi edinebileceği ve yorumlayabileceği niteliktedir. Tasarımcı kimliğiyle ve titizlikle üretilen Sait Maden'in bu çalışması, görseli okumanın tipografi tasarımında etkisini gösteren örneklerden biridir.

SONUÇ

Günümüz iletişiminin görsel dilin hakimiyetinde olduğu, görsele dayalı ve sonsuzlukla türeyen bilginin görsele aktarılacak paylaşıldığı bir yapının içerisinde yaşandığı görülmektedir. İnsanların, görsellerle donatılan dünyayı algılama biçimi ise, duyarların etkileşimi olduğu süre boyunca, fiziksel ve zihinsel bir sürecin sonunda gerçekleşen görsel okuma eyleminde bulunmasıdır. Bu süreç içerisinde, okuyucunun zihninde, çoğunlukla görsel deneyimler edindiği bir birikim oluşmaktadır. Her alanda gelişmelerin ve yenileşmelerin devamlılığıyla birlikte bilginin türemesi ve insanların görsellerle donatılması sonucu bilgiyi kullanabilmesi, bireylerin görsel deneyimlerinin çeşitlenerek zenginleşmesiyle ilişkili olarak görsel okumanın açılımlarını da oluşturmaktadır.

Görsel okuma deneyimi, canlıların doğada ve çevrelerinde kendiliğinden var olan bilgileri, doğal öğrenimler ile kazanmasının yanında, görsel algının yöneliminin belirlendiği, bilginin okunması gerektiği biçimlerde bir plan dahilinde tasarlanması sonucunda da kazanılmaktadır. Bilginin, bir amaca, içeriğe veya probleme çözüm olmasına yönelik, tasarım öğelerinin, görsel iletişim tasarımı kaygıları ile sunulacağı alana göre tasarımcı tarafından planlanması, tasarımın yaratıcı sürecidir. Dünyayı sarmalayan görsel temsillerin ve yazılı iletilerin bir tasarım süreci ile oluşturulmasında, görsel iletişim tasarımcısı etkin olarak rol oynamaktadır. Tasarımcının, iletişimin sağlanmasında görsel anlatımı özgünlükle oluşturduğu süreçte yazıyı oluşturan görsel biçimleri düzenlediği, okuma ve görsel okuma kavramı ile doğrudan ilişkisi olan tasarım öğesi tipografidir. Çeşitli yüzeyler için tasarlanan tipografide, okuyucunun iletiyi kavraması için okunabilirlik, tasarımcının yaratım sürecinde planladığı bir niteliktir. Okuyucunun algılama boyutları, bilgi birikim ve deneyimleri, sahip olduğu kültür, inanç, dil gibi değişkenlerin, tasarımda anlamlandırma ve okunabilirliğin sınırlarını etkilemesiyle birlikte, tasarımda okunabilirliği, tipografinin değişkenlerini düzenleyerek, tasarım ve algı ilkelerini yöneterek, tasarımın okunma örüntüsünü

planlayarak görsel etki kazandıran tasarımcı belirlemektedir. Bir yaratıcı sürecin sonucu olan her tasarımda, görsel okuma deneyimini tasarımcı planlamaktadır. Sait Maden'in "İstanbul'un 99 Yüzü" tipografi çalışmaları ile örneklendiği gibi tasarımcı, tasarım fikrini görsele dönüştürerek okunabilir yapmakta, görsel algıyı yöneterek, tasarımın algılanma ve okunabilme seviyesini kurgulamaktadır. Tasarımcının, bilgisi ve yaratıcılığı ile ürettiği her tasarım ürününde olduğu gibi, tipografinin açılımlarını zenginleştirmekte ve görsel okuma deneyimi üretmekte önemli bir noktada olduğu ortaya çıkmaktadır.

Görsel iletişim alanında bir problemin çözümüne veya ihtiyaca yönelik, tasarımcının üretimde bulunmasının yanında, okuyucu veya izleyicinin herhangi bir fikir ve düşünceyi, getirdiği yorum ile görsel anlatım dilini kullanarak ifade ettiği, ürünler ortaya koyarak paylaştığı gözlemlenmektedir. Ayrıca yararlanılacak bir bilgiye, yazılı metinlerden okuyarak ulaşmak yerine, görseli okuyarak, izleyerek öğrenmek günümüz insanının talebi haline gelmiştir. Bu durum, ilk yaşlarda başlayan ve çoğunlukla çalışarak eğitilen göz duyusunun, görseli okuyabilme ve ondan yararlanabilme konusunda yetkinliğinin gelişimini, insanlığın görsel okumaya olan yönelimini göstermekte ve görsel iletişimin etki alanının sınırsızlığını oluşturmaktadır. Görsel iletişimin kullanımına yönelik talep doğrultusunda görsel okumanın kapsamının genişleyeceğini, günümüzde üzerine çalışılan sanal gerçeklik ortamında edinilen görsel okuma deneyiminde görsel okuma mesafesi ve boyutunun değişimi örneğinde olduğu gibi sınırı olmayan çeşitli gelişmelerin ve açılımların oluşacağını göstermektedir. Görsel iletişimin gücü ve etkisi bağlamında tasarımcı, fikir üretmek, tasarlamak, görsel keşifler yapmak, yeniyi aramak gibi amaçları doğrultusunda özgün ifade biçimlerini oluşturarak üretmektedir. Bu bağlamda, gelişmelerin ve yenileşmenin devam etmesi doğrultusunda oluşacak gereksinimler için tasarımcı, yaratıcılığıyla kazandıracığı farklı bir boyut ile görsel okuma deneyimi üretiminde bulunacaktır.

KAYNAKLAR

- *Armstrong, H. (2012). Grafik Tasarım Kuramı. (Çev: M. E. Uslu). İstanbul: Espas Sanat Kuram Yayınları.*
- *Arnheim, R. (2009). Görsel Düşünme. İstanbul: Metis Yayınları.*
- *Aykan Barnbrook, O. A. (2014). Türkçenin Özgün Dil Motifinin, Frekanslarının Araştırılması ve Bu Araştırmaya Dayalı Bir Metin Fontu Tasarımı. Sanatta Yeterlik Eser Metni. İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.*
- *Brugger, P. (2017). Peter Brugger ile Tipografi ve Tasarım Üzerine. GMK, Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar, Ağustos (179). <http://gmk.org.tr/uploads/news/file-150210245489063750.pdf>. (Erişim Tarihi: 27.03.2020).*
- *Durmaz, Ö. (Kişisel iletişim, 26.07.2020).*
- *Eagleman, D. (2016). Beyin Senin Hikayen. (Çev: Z. Tozar). İstanbul: Domingo Yayınları.*
- *Gibson, C. (2012). Semboller Nasıl Okunur?. (Çev: C. Alpan). İstanbul: Yem Yayınları.*
- *Gombrich, E. H. (2015a). İmge ve Göz. (Çev: K. Atakay). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.*
- *Gombrich, E. H. (2015b). Sanat ve Yanılsama. (Çev: A. Cemal). İstanbul: Remzi Kitabevi.*
- *Güldoğan, B. (Yapımcı) ve Güldoğan, M. (Yönetmen). (2018). Sait Maden / Şık Derviş. [Belgesel]. Türkiye.*
- *Hyndman, S. (2018). İşte Aradığınız Yazı Karakteri. (Çev: A. Dağıstanlı). GMK, Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar, Kasım (194).*
- *Kurudayıoğlu, M. (2011). Zihinsel ve Fiziksel Bir Süreç Olarak Okuma. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 31 (1), 15-29.*
- *Maden, S. (2010). Sait Maden / İstanbul'un 99 Yüzü. Sergi Kataloğu. Tüyap. İstanbul.*
- *Myers, J. F. (1989). The Language of Visual Art. United States of America: Holt, Rinehart and Winston, Inc.*
- *Sheedy, J., Subbaram, M. V., Zimmerman, A. B., Hayes, J. (2005). Text Legibility and the Letter Superiority Effect. Human Factors The Journal of the Human Factors and Ergonomics Society, 47 (4), 797-815.*
- *Uçar, T. F. (2020). Görsel İletişim ve Grafik Tasarım. İstanbul: İnkılap Kitabevi.*
- **İnternet Kaynakları**
 - *http-1: <https://sozluk.gov.tr> (Erişim Tarihi: 20.03.2019).*
 - *http-2: <http://thinkingwithtype.com/misc/TextEssay.pdf> (Erişim Tarih: 25.03.2020).*
 - *http-3: <https://www.iiid.net/PublicLibrary/Petterson-Rune-ID4-Graphic-Design.pdf> (Erişim Tarihi: 01.10.2016).*
 - *http-4: <http://thinkingwithtype.com/text/> (Erişim Tarih: 25.03.2020).*
 - *http-5: <http://gmk.org.tr/uploads/news/file-14587606032129820033.pdf> (Erişim Tarihi: 01.07.2020).*
 - *http-6: <http://gmk.org.tr/uploads/news/file-14587601901431689485.pdf> (Erişim Tarihi:01.07.2020).*
- **Görsel Kaynaklar**
 - *Görsel 1: Yazarın oluşturduğu görsel. (15.06.2020).*
 - *Görsel 2: Yazarın oluşturduğu görsel. (16.06.2020).*
 - *Görsel 3: Gibson, C. (2012). Semboller Nasıl Okunur?. (Çev: C. Alpan). İstanbul: Yem Yayınları, s. 141.*
 - *Görsel 4: Yazarın oluşturduğu görsel. (20.06.2020).*
 - *Görsel 5: <https://www.toyota.com.tr/index.json>, https://turkiye.toyota.com.tr/Kullanici_El_Kitabi/ (Erişim Tarihi: 16.06.2020).*
 - *Görsel 6: Yazarın oluşturduğu görsel. (20.06.2020).*
 - *Görsel 7: Hyndman, S. (2018). İşte Aradığımız Yazı Karakteri. (Çev: A. Dağıstanlı). GMK, Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar, Kasım (194).*

- Görsel 8: Yazarın oluşturduğu görsel. (22.06.2020).
- Görsel 9: Erman Yılmaz: https://informaltype.com/gaslamp_typeface/
(Erişim Tarihi: 04.07.2020).
- Ji Lee: <https://pleaseenjoy.com/#/word-as-image/> (Erişim Tarihi: 04.07. 2020).
- Stefan Sagmeister: <https://sagmeister.com> (Erişim Tarihi: 04.07. 2020).
- Utku Lomlu: <http://utkulomlu.com/portfolio/roald-dahl-series/>
(Erişim Tarihi: 04. 07.2020).
- Görsel 10: <https://designobserver.com/feature/robert-massin/40185> (Erişim: 15.04.2020).
- Görsel 11: Yurdaer Altıntaş ve Mehmet Ali Türkmen:
- Yurdaer'e 80. Yaş Etkinlikleri. (2015). Işık Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, Etkinlik Kataloğu. İstanbul. ISBN: 978-975-6494-04-2.
- Erman Yılmaz: <http://ermanyilmaz.com/portfolio/persembe-sinemasi/>
(Erişim Tarihi: 18.07.2020).
- Görsel 12: Maden, S. (2010). Sait Maden / İstanbul'un 99 Yüzü. Sergi Kataloğu. Tüyap. İstanbul.
- Görsel 13: Maden, S. (2010). Sait Maden / İstanbul'un 99 Yüzü. Sergi Kataloğu. Tüyap. İstanbul.