

Yıl/Year: 5, Sayı/Issue: 13, Aralık/December 2024, s. 171-193.

Yayın Geliř Tarihi / Article Arrival Date

Yayınlanma Tarihi / The Publication Date

Yayın Geliř Tarihi: 09-10-2024

Yayınlanma Tarihi: 31-12-2024

ISSN: 2757-6000

BAşLIK YAZI KARAKTERİ TASARIMININ GÖRSEL KİMLİK TASARIMINDA KULLANIMI: RUSTİK DİSPLAY VE PİNART ÖRNEĞİ

Öğr. Gör. Onur KURAN

Eskişehir Teknik Üniversitesi, Rektörlük

onurkuran@eskisehir.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3879-8471

ÖZET

Bir kurumun kişiliğini ve vizyonunu yansıtan görsel iletişim öğeleri, tipografi, renk, illüstrasyon gibi görsel unsurlardan oluşmaktadır. Tipografinin doğru ve etkin kullanımı, hatta kimliğe özel tasarımı ise dilin bir yansıması olarak görsel kimlik tasarımında kritik bir rol oynamaktadır. Bu doğrultuda başlık yazı karakterlerinin, görsel kimlik tasarımlarında bir grafik anlatım biçimi olarak kullanıldığı saptanmaktadır. Buna karşın, ilgili alan yazın incelendiğinde, başlık yazı karakteri tasarımlarının logo ve görsel kimlik tasarımlarında kullanılmasının önemi ve sürecin uygulama aşamalarını yansıtan çalışmaların olmadığı görülmüştür.

Bu araştırmada bir kurum ya da markaya özel olarak tasarlanmış başlık yazı karakterlerinin görsel kimlik tasarımlarındaki önemi ve nasıl kullanıldığı üzerine incelemeler ve bilgiler sunulmaktadır. Bu bağlamda grafik tasarım disiplini sınırlılığında görsel kimlik tasarımı ve başlık yazı karakteri tasarımları incelenmektedir. Araştırmanın devamında ise Eskişehir Tarihi Odunpazarı Evleri bölgesinde bir sanat galerisi ve rezidansı olarak hizmet veren Pinart Sanat Alanı'nın görsel kimlik tasarım süreci aktarılmakta ve kurum adına tasarlanan Rustik Display yazı karakteri tasarımının görsel kimliğe olan katkısı aktarılmaktadır. Böylelikle araştırma kapsamında belirlenen tüm bulguların uygulama örneğine eşlik etmesi ve aynı zamanda araştırmanın grafik tasarımcılara bir rehber olması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Görsel Kimlik Tasarımı, Başlık Yazı Karakteri Tasarımı, Tipografi

THE USE OF DISPLAY TYPEFACE DESIGN IN VISUAL IDENTITY DESIGN: THE CASE OF RUSTİK DISPLAY AND PINART

ABSTRACT

Visual communication elements that reflect the personality and vision of an organization consist of visual components such as typography, color, and illustration. The correct and effective use of typography, and even the design of bespoke typefaces tailored to the identity, plays a critical role in visual identity design as a reflection of language. In this context, it has been observed that display typefaces are utilized as a form of graphic expression in visual identity designs. However, a review of the relevant literature reveals a lack of studies addressing the importance of using display typeface designs in logo and visual identity designs, as well as the implementation stages of this process. This study provides an analysis of the significance and utilization of custom-designed display typefaces in visual identity design for institutions or brands. Within this framework, visual identity design and display typeface designs are examined within the scope of the graphic design discipline. The study further presents the visual identity design process of Pinart Art Space, a gallery and residence located in the Historical Odunpazarı Houses district of Eskişehir. It highlights the contribution of the Rustik Display typeface, specifically designed for the institution, to the visual identity. Thus, the study aims to accompany the findings with a practical example and serve as a guide for graphic designers.

Keywords: Visual Identity Design, Display Typeface Design, Typography

GİRİŞ

Grafik tasarım, özellikle ticari markaların görsel kimliklerinin oluşturulmasında, şirketlerin, ürünlerin ve hizmetlerin genel sahnelemesinde kritik bir rol üstlenir. Tasarım süreci, markaların değerlerini ve mesajlarını görsel unsurlar aracılığıyla ifade ederek hedef kitleyle etkili bir bağ kurmasını sağlamaktadır (Mollerup, 2015, s. 164). Markanın görsel iletişimi bağlamında yer alan tüm soruların cevapları, grafik tasarım disiplini çerçevesinde öncelikle görsel kimlik tasarımında çözülmektedir. Şirketlerin, ürünlerin ya da hizmetlerin müşterilerine saygın hale gelmesi, tanınması, müşteri sadakati oluşması gibi farklı birçok önemli detay, kimlik tasarımlarında verilen görsel iletişim kararlarına paralel olarak gelişmektedir.

Kimlik, bir kuruluşun kendini sunma biçiminin genel bütünüdür ifade etmekte, bir pazarlama, tasarım ya da iletişim kaynağı olabilmektedir (Olins, 1995, s. 19). Bir kuruluşun kendini ifade etme biçimi olarak görsel kimliğin temelinde ise logo tasarımı, yazı karakterleri, renk paleti vb. birçok görsel unsur bulunmaktadır. Görsel kimlik tasarımı, bir bireyin veya kuruluşun imajını tanımlanabilir, net ve tutarlı bir şekilde oluşturmak ve yansıtmak amacıyla grafik tasarımın temel araçlarını kullanır. Bu süreç, farklı medya ve tasarım öğeleri arasında bir bütünlük sağlayarak markanın güçlü ve kalıcı bir algı yaratmasını hedefler (Roberts & Wright, 2010, s. 18).

Bir kurum ya da firmanın görsel kimliği, kapsamlı bir tasarım programı gerektirir. Bu süreç, kurumun kendini nasıl tanımladığı ve onunla ilişkilendirilen kavramlardan yola çıkarak, görsel kimliğin tutarlı ve anlamlı bir şekilde tasarlanmasını hedefler (Becer,

2019, s. 200). Görsel kimlik, bir markanın toplumsal algısını şekillendirir ve kurumu rekabet ortamında ayırtıran temel bir araçtır. Özellikle yazı karakterleri, bu kimlik içerisinde hem estetik hem de işlevsel roller oynamaktadır. Bununla birlikte bilhassa günümüzde görsel kimlik kavramını salt tipografik yaklaşımlarla ele alan tasarımcıların, kuruma özel olarak tasarladıkları yazı karakterleri ile görsel kimliğin yapıtaşlarını oluşturdukları görülmektedir. Bu bağlamda bilhassa spesifik bir algı yaratmak adına başlık yazı karakterlerinin tasarlanarak görsel kimlik tasarımlarını şekillendiren çağdaş örneklerle rastlanmaktadır.

Grafik tasarımcı ve yazı karakteri tasarımcısı olarak ulusal ve uluslararası çalışmalar yürüten Taner Ardalı’nın Zeyrek Çinili Hamam adına tasarlamış olduğu başlık yazı karakteri tasarımı, aynı zamanda görsel kimlik tasarımına çıkış noktası oluşturmuş başarılı bir örnektir (Görsel 1). Zeyrek Çinili Hamam, 1530-1540 yılları arasında Osmanlı Donanması için Barbaros Hayrettin Paşa’nın talimatıyla inşa edilmiş ve Mimar Sinan’ın en önemli eserlerinden biri olarak UNESCO Dünya Mirası listesine dahil edilmiştir. Günümüzde müze olarak kullanılan bu tarihi yapıya ait görsel kimliği desteklemek amacıyla özgün bir yazı karakteri tasarlanması hedeflenmiştir. Bu süreç, tarihi bir mirasın modern tasarım öğeleriyle yeniden yorumlanmasını temsil etmektedir (Taf, 2024). Bu yorumlama sürecinin tipografiyle hatta mekâna ait bir yazı karakteri tasarımıyla oluşması, başlık yazı karakterlerinin görsel kimlik üzerindeki güçlü etkisini de ortaya koymaktadır.



Görsel 1. Çinili Hamam başlık yazı karakteri ve görsel kimlik tasarımında yer alan dış mekan pano tasarımı

Bu araştırmada literatür taraması yöntemiyle görsel kimlik tasarımı, yazı karakteri tasarımı ve başlık yazı karakterleri konularıyla ilgili daha önce yazılmış olan ulusal ve uluslararası kitaplar, makaleler, tez çalışmaları ve internet kaynaklarından faydalanılmıştır. Literatür taraması yöntemiyle hazırlanan ve görsel kimlik, yazı karakteri tasarımı, başlık

yazı karakterleri anahtar sözcükleri kapsamında oluşturulan literatürde, bu kavramların tanımlandığı ve incelendiği bölümlerin ardından, literatür taramasıyla ortaya koyulan bilgilerin somut bir delili olarak Rustik Display yazı karakteri tasarımı ve bağlamında ortaya çıkarılan Pinart Sanat Alanı görsel kimlik tasarımının yaratım süreci aktarılmakta ve ilgili literatürü pratikte desteklemesi amaçlanmaktadır. Bununla birlikte araştırmanın uygulama bölümünün grafik tasarımcılara bir rehber olması amaçlanmaktadır.

Görsel Kimlik ve Yazı Karakteri Tasarımının Tanımı ve Önemi

Kimlik, herhangi bir kişi ya da nesneyi belirleyen, onun nitelik ve özelliklerinin bütünüdür (TDK, 2024). Bu bağlamda kişinin ya da nesnenin diğer kişi ya da nesnelerden farklılaşmasını, ayrışmasını belirten bir kavramdır. Görsel kimlik kavramı ise, kişi ya da nesneleri ifade eden kimlik kavramının şirket, kurum veya marka çerçevesinde irdelenmesidir. Böylelikle şirket, kurum ya da markalar tıpkı kişiler ya da nesneler gibi kendilerine ait belirli nitelikler çerçevesinde algılar sunmakta ve rakiplerinden ayrılan birtakım farklılıklar kazanmaktadır. Bu bağlamda kimlik; “bir şirketin verdiği hizmetin düzeyine, yenilikçilik anlayışına veya işe yaklaşımına karşılık gelen özelliklere uygun bir şekilde davranmasına verilen isimdir” (Ambrose & Harris, 2019, s. 134).

Dışa dönük kimlik, diğer bir deyişle görsel kimlik, genellikle kurumsal markalama ile ilişkilendirilmektedir. Böylelikle bir organizasyonu, ürünlerini veya hizmetlerini müşteriler, potansiyel müşteriler, finansal kitleler, kanaat önderleri, gazeteciler ve diğer hedef gruplar nezdinde rakiplerinden farklılaştırmayı hedeflemektedir. Dışa dönük kimlik bu farklılığı görsel semboller, ambalaj tasarımı, mekan düzenlemeleri gibi görsel unsurlarla yaratmaya ve pekiştirmeye odaklanmaktadır (Olins, 1995, s. 16). Görsel kimlik, bir kuruluşun ticari çevresi ve hedef kitlesi üzerinde olumlu ya da olumsuz etkiler yaratma potansiyeline sahiptir. Kapsamlı ve çok boyutlu bir yapıya sahip olan görsel kimlik, bir kurumun hatırlanabilir, özgün ve karakteristik özelliklerini tasarlayıp yansıtmak, onu diğerlerinden ayıran yeteneklerini vurgulamak ve somut bir kişilik ortaya koymak olarak tanımlanabilir. Bu süreç, kuruluşun hem iç hem de dış paydaşları tarafından algılanan görsel kimliğini şekillendirmektedir.

Grafik tasarımın temel sosyal işlevi, kimliği görsel formlar aracılığıyla ifade etmektir. Tasarım, kurumlar, ürünler, kitleler ve tasarımcılar için görsel bir kişilik oluşturur. Çok uluslu şirketlerden yerel işletmelere kadar her düzeydeki organizasyon, amaçlarını ve değerlerini iletmek için tasarımı kullanır. Tipografi, simgeler, renkler ve diğer görsel unsurlar, bir kurumun misyonunu ve sunduğu hizmetleri temsil etmektedir. Fakat henüz elli yıl önce bir marka, yalnızca tanınırlık sağlamak ve diğerlerinden ayrılmak için kullanılan basit bir işaret, logo olarak görülüyordu. Ancak günümüzde, bir marka, benzer düşünceye sahip bireylerin bir araya geldiği bir platform ve duygusal bağ yaratan bir deneyim haline gelmiştir. Hızla değişen çevreye uyum sağlamak, markaların varlığını sürdürebilmesi için kritik bir gereklilik halini almıştır (Nes, 2013, s. 6). Görsel kimlik tasarımı, 1950’lerde tasarımcıların bir şirketin bütüncül imajını destekleyen tutarlı

görsel standartlar oluşturma çabalarıyla profesyonel bir alan olarak olgunlaşmıştır (Lupton, *Mixing Messages Graphic Design in Contemporary Culture*, 1996, s. 83). Bununla birlikte endüstri tasarımının öncüsü olarak kabul edilen Peter Behrens’in 20. yüzyılın henüz başlarında AEG firmasının pek çok ürününün tasarımcısı olarak ortaya koyduğu tutarlı tasarım yaklaşımı, Behrens’in kurumsal ve görsel kimlik tasarımı adına öncü isim olarak anılmasını sağlamaktadır (Uçar, 2013, s. 26).

Görsel kimlik, bir kuruluşun kimliğini etkili ve kalıcı bir şekilde yansıtarak onu tanımlayan ve temsil eden temel yapı taşlarından biridir. Logo, tipografi, kurumsal renk paleti, antetli kâğıt, web sitesi arayüzü, alınlık tasarımı gibi grafik öğelerden, bina cephesinden iç mekân düzenlemesine, hatta personel kıyafetleri ve aksesuarlarına kadar uzanan bu sistem, bir kurumun karakterini görünür hale getirmektedir. Kurumsal tasarımın unsurları arasında; amblem, yazı tipi ve renklerden oluşan grafik öğeler, mekânsal tasarımı destekleyen tabelalar, mobilyalar ve aydınlatma çözümleri ile kurumun ruhunu taşıyan tekstil öğeleri yer almaktadır. Bunların dışında ışık, koku ve ses gibi farklı duyuşsal unsurlar da görsel kimliği ve algıyı güçlendiren diğer bileşenlerdir. Özellikle teknoloji şirketleri, eğitim kurumları, spor kulüpleri ve alışveriş merkezleri gibi alanlarda, görsel kimlik, kurumların bilinirliğini artırmak ve hedef kitleyle bağ kurmak için vazgeçilmezdir.

Görsel kimliğin en önemli bileşenlerinden biri ise kuşkusuz yazı karakterleridir. Yazı karakterleri, bir kurumun ya da markanın kimliğini görsel bir dille ifade ederken, aynı zamanda hedef kitleyle güçlü ve anlamlı bir bağ kurmasına olanak tanımaktadır. Harflerin biçimsel özellikleri yalnızca mesajın içeriğini aktarmakla kalmaz, aynı zamanda mesajın tonu, duygusu ve algısal etkisi üzerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Tipografinin, bir metni sadece okunabilir kılmakla sınırlı olmayan, aksine mesajın duyuşsal ve estetik boyutunu şekillendiren güçlü bir araç olduğu gerçeği, yazı karakterlerini görsel kimliğin vazgeçilmez unsurlarından biri haline getirmektedir. Bu bağlamda, görsel kimliğin iletişim gücünü artırmada kullanılan yazı karakterlerinin merkezi bir role sahip olduğu açıktır.

Dil, tartışmasız insanın en belirgin ve önemli özelliğidir. İşaretler, sesler ve sembollerle şekillenen bu karmaşık sistem, fikirlerin ve mesajların iletilmesini sağlayarak medeniyetin gelişiminde ve değişiminde kritik bir rol oynamaktadır. Günümüzde, bu sistemin etkisi, sürekli genişleyen küresel toplum üzerinde her zamankinden daha fazla hissedilmektedir. Yazı karakterleri ise dilin görsel bir yansımasıdır. Harfleri kelimelere, kelimeleri mesajlara dönüştüren iletişimin temel taşlarıdır. Nasıl ki bir şarkıcının seslendirdiği şarkıyı yorumlama biçimi bir bestenin algısını tamamen değiştirebiliyorsa, yazı karakterleri de bir metnin tonunu ve anlamını yeniden şekillendirme gücüne sahiptir. Tipografi, yazar ile okuyucu arasında fiziksel olmayan, ancak güçlü bir bağ oluştururken, yazı karakterlerinin sadece okunabilirliği sağlamakla kalmadığı, aynı zamanda bir iletişimin duyuşsal ve estetik tonunu belirlediği unutulmamalıdır (Cheng, 2005, s. 7).

Stephen Coles The Geometry of Type adlı yazı karakteri tasarımı ve anatomilerini aktardığı kitabında tipografinin ayrıntılarla ilgili olduğunu belirtmekte, nasıl ki bir şefin kendi sebzelerini ya da sığırlarını yetiştirmesinin yemek yapması için gerekli olmadığı fakat malzemenin nasıl yapıldığını bilmesi gerekliliği üzerine örnek vermektedir (Coles, 2016, s. 7). Bu bağlamda grafik tasarımcıların tıpkı bu örnekte olduğu gibi iyi tipografiyi anlama ve kullanabilme becerisi, yazı karakteri tasarımı ve harflerin anatomik yapılarını bilmesini gerektirmektedir.

Yazı karakteri tasarımı, harf formlarını oluşturma ve düzenleme sürecini içeren, okunabilirliği artırmak, anlam iletmek ve duygusal tepkiler uyandırmak için uygulanan çok yönlü bir disiplindir. Yazı karakterlerinin önemi yalnızca estetikle sınırlı değildir; iletişim, marka oluşturma ve kültürel temsil gibi alanlarda da yazı formu kritik bir rol oynamaktadır. Yazı karakteri tasarımı özünde, harfleri, rakamları ve sembolleri oluşturan görsel unsurların sistematik düzenlenmesini içermektedir.

21. yüzyılın başında, teknolojik gelişmelerin etkisiyle yazı karakteri üretimi dijitalleşerek öncesinde hiç olmadığı ölçüde yaygınlaşmıştır. Tasarımcılar, kişisel bilgisayarlar ve yazı karakteri tasarım yazılımları aracılığıyla kendi yazı karakterlerini tasarlama ve üretme imkânına kavuşmuşlardır. Bu dönemde, tasarlanan ve üretilen yazı karakteri sayısı hızla artmıştır. Nitekim bu artış günümüzde de devam etmektedir. Dijital teknolojiler, yazı karakteri tasarımı daha erişilebilir hale getirerek tipografik yaratıcılığı ve çeşitliliği büyük ölçüde arttırmaktadır.

Yazı Karakterlerinin Görsel Kimliğe Katkısı

Bir şirket, kurum ya da markanın kimlik tasarımında, hedeflenen mesajın etkili bir şekilde alıcılara aktarılması için çeşitli görsel unsurlar kullanılmaktadır. Bu unsurlar arasında dilin görsel iletişime aktarımını sağlayan yazı, yani tipografi, öne çıkmaktadır. Tipografi, yazının düzenlenmesi ve uygulanması sanatı olarak tanımlanmakta olup, tarihsel olarak Gutenberg’in hareketli metal hurufat keşfiyle yeni bir boyut kazanmıştır. Günümüzde tipografi, yazının bulunduğu her medyumda, okunabilirlik ve algılanabilirlik gibi kriterlere göre tasarımcıların üzerinde durduğu temel bir disiplin haline gelmiştir. Tipografi bilgisi, yazı karakteri ailelerini anlamının ötesinde bir yetkinlik gerektirmektedir. Bu disiplinin etkili kullanımı tasarımcılar için kritik önemdedir (Slade-Brooking, 2016).

Yazı karakterlerinin görsel kimlik üzerindeki etkisi sadece estetikle sınırlı değildir; aynı zamanda psikolojik ve duysal boyutlar da içermektedir. Araştırmalar bir yazı karakterinin eğriselliği, gıda ambalajlarında tat beklentilerini etkileyebildiğini ve yazı karakteri tasarımının duysal deneyimlerle derinden bağlantılı olduğunu ortaya koymaktadır (Velasco vd, 2018, s. 63). Yazı karakterlerinin kişiliğini ortaya koyan benzer bir yazı Sofie Beier’in kaleme aldığı Type Tricks adlı kitapta yer almaktadır. Beier, araştırmaların okuyucuların yazı karakterlerini algılama biçimlerinin, bu karakterlerin

kullanım alanlarıyla uyumlu olduğu takdirde, etkili bir iletişim aracı haline geldiğini, örneğin, bazı yazı karakterlerinin çikolata gibi gıda ürünlerini satmak için daha uygun bulunduğu, diğerlerinin ise otomobil gibi ürünlerin satışında daha etkili olduğu konusuna dikkat çekmektedir (Beier, 2018, s. 14). Bu durum, yazı karakterlerinin yalnızca bir iletişim aracı değil, aynı zamanda belirli bir mesaj veya duygu ile ilişkilendirilebilen güçlü bir görsel kimlik unsuru olduğunu açıkça ortaya koymaktadır.

Yazı karakterleri, marka değerlerini görsel ipuçları olarak şekillendirmekte ve mesajların algılanma biçimini etkilemektedir (Henderson vd, 2004, s. 60). Bu bağlamda, yazı karakterlerinin doğasından gelen kişilik özellikleri, görsel kimlik oluşturmada kilit bir unsur haline gelmektedir (Ambrose & Harris, 2017, s. 143). Gavin Ambrose ve Paul Harris’in kaleme aldığı Grafik Tasarımda Tipografi adlı kitabın ‘Yazı Oluşturma’ bölümü, ‘Bir görsel kimlik olarak yazı’ başlığı altında, John Wardle Mimarlık adına tasarlanmış, yazı formunun görsel kimliği oluşturduğu örnek, yazı karakterlerinin görsel kimlik tasarımlarındaki önemini vurgulamaktadır (Görsel 2.).



Görsel 2. John Wardle Mimarlık görsel kimliği, soyut yazı karakterlerinin grafik bir araç olarak kimlikte ana unsur olarak kullanıldığını göstermektedir.

Tipografi, yalnızca harflerin biçimsel tasarımı değil, aynı zamanda bu harflerin bir yüzey üzerinde düzenlenmesini de içermektedir. Yazı karakterleri, kitaplardan dijital medyaya kadar her türlü görsel iletişimde dikkat çekmek, içeriği yorumlamak veya bir atmosfer oluşturmak için kullanılmaktadır. Yazı karakterlerinin biçimi ve düzeni, bir kurumun kimliğini yansıtmak, hedef kitleyle bağ kurmak ve tasarımcının estetik anlayışını ifade etmek için önemli bir araçtır. Bazı tipografik düzenlemeler, yazı karakterlerinin aşinalığı ile okuma eylemini desteklerken, diğerleri harf biçimlerini

bozarak ya da katmanlayarak okuyucunun dikkatini çekmeyi amaçlamaktadır (Lupton, 1996, s. 29).

Ne yazık ki çoğu zaman bir görsel kimlik tasarımı aşamasında tipografik kararların önem düzeyi, diğer kararların gerisinde kalmaktadır. Oysa tipografi kurum ya da marka imajının en önemli bileşenlerinden biridir. Seçilen yazı karakterinin esnekliği, uluslararası kullanıma uygunluğu, lisans maliyeti gibi birçok detayın hesaplanması gerekmektedir. Bu bağlamda tasarım esnekliği sağlanması ve aynı zamanda lisanslama gibi işlevlerden de tasarruf sağlanabilmesi için özel bir yazı karakteri ailesine sahip olmak bir seçenektir (Middendorp, 2014, s. 32).

Görsel kimlik tasarımlarında kurum ya da marka imajını doğru yansıtabilmek için yazı karakteri belirlenmesi oldukça önemli ve zor bir süreçtir. Bu bağlamda kurumsal tipografi belirlenmesi sürecinde kullanılan yöntemlerden biri avangard yaratımlarla eşsiz ve farklı bir görünüm sunabilmek adına yazı karakterini doğrudan tasarlamaktır (Ambrose & Harris, 2017, s. 154). Nitekim “herhangi bir tipografi çalışması, bir metne izleyicisine hitap edeceği sahneyi vermek için vardır” (Middendorp, 2014, s. 21).

Başlık Yazı Karakterleri ve Yeni Formlar

Geçmişin aksine günümüz teknolojileri tipografik kontrolü tamamen tasarımcıların eline bırakmaktadır. Çeşitli tipografik düzenlemeler yapmak hatta doğrudan kullanım için yeni bir yazı karakteri tasarlamak adına tasarımcıların ihtiyacı olan tek şey bilgisayarlardır. Teknolojinin bu etkisiyle ise şimdiye kadar görülmemiş sayıda yazı karakteri tasarımları ortaya çıkmış, tipografi ve yazı karakteri tasarımı, tasarımcıların deneyler bahçesi haline gelmiştir. Sınırsız sayıda denebilecek başlık yazı karakterleri, tasarımcılara onlardan bir nesil önceki tasarımcılara kıyasla bile farklı fırsatlar sunmaktadır (Craig & Scala, 2006, s. 83-93).

Yazı karakterlerini anlamak bu tasarım formlarının çeşitliliklerini de bilmeyi gerektirmektedir. Yazı karakteri sınıflandırması konusunda literatürde farklı yöntemlerin bulunduğu görülmektedir. Araştırmacıların bu konuda ortak bir paydada buluşamamış olmaları, yazı karakterlerinin sınıflandırılmasında çeşitli yaklaşımların benimsenmesine yol açmıştır. Kimileri yazı karakterlerini tarihsel gelişim süreçlerine göre kategorize ederken, diğerleri bu karakterleri anatomik yapılarına dayalı olarak sınıflandırmayı tercih etmektedir. Esasen bu çeşitlilik, yazı karakteri tasarımının çok yönlülüğünü ve bu alandaki zengin perspektifleri ortaya koymaktadır. Yazının işlevine göre ise yazı karakterleri metin (text) ve başlık (display) olmak üzere temelde iki grupta sınıflandırılmaktadır. Çünkü başlık ve metin yazısı kavramları yazının işlevi ile ilgilidir (Apaydın, 2017, s. 23). Metin ve başlık yazı karakterleri, temel özellikleri ve kullanım alanları bakımından birbirinden ayrılmaktadır. Metin yazısı okunabilirliği öncelikli kılan, uzun metinler için tasarlanmış sade ve işlevsel karakterlerdir. Bu karakterler, Adrian Frutiger’in “ideal harf iskeleti” kavramında olduğu gibi, harflerin temel yapısına sadık

kalmakta ve okuyucunun dikkatini dağıtmadan metni rahatça takip etmesini sağlamaktadır. Başlık yazısı ise genellikle estetik ve görsel çekiciliği artırmak amacıyla tasarlanmaktadır. Harflerin temel iskeletinden sapmalar, dekoratif unsurlar ve karmaşık detaylar içerebilir. Bu nedenle, başlık yazı karakterleri büyük boyutlarda ve kısa metinlerde kullanılır; çünkü bu özellikleri, uzun metinlerde okunabilirliği olumsuz etkileyebilir (Bigelow vd, 2017). Sonuç olarak, bu iki yazı karakteri türü arasındaki temel fark, işlevsellik ve görsel ifade arasındaki önceliklendirmeden kaynaklanmaktadır.

Bilhassa dekoratif ve modüler geometrik formlara sahip başlık yazı karakterleri, estetik yönleriyle dikkat çekmekte, tipografiyi yalnızca bir okuma aracı olmaktan çıkararak tasarımın bir parçası haline getirmektedir. Bu özellikleriyle, metnin görsel bütünlüğünü desteklerken aynı zamanda duygusal ve kavramsal mesajlar iletmekte de önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda özellikle avangart ve modernist yaklaşımlar, başlık yazılarının bu dekoratif potansiyelini keşfetmiş ve bu doğrultuda yazının formuna yeni anlamlar kazandırmıştır.

20. yüzyılın başlarında avangart sanatçılar, tarihsel tipografik formları reddederek alfabeye soyut bir ilişkiler sistemi olarak yaklaşmıştır. Hollanda'daki De Stijl grubu üyeleri harfleri dik formlara indirgerken, Bauhaus'ta Herbert Bayer ve Josef Albers, temel geometrik şekiller olan daire, kare ve üçgen biçimlerden oluşan evrensel bir görsel dilin yapı taşlarını keşfettiler. Bu tasarımcılar, 19. yüzyılın popüler matbaacıları gibi insan eline ve vücuduna dayalı bir estetiği benimsemek yerine, reklamcılığın özenli yeniliğine karşı teorik ve radikal alternatifler sundular (Lupton, 2010, s. 27). Bu çalışmalar, alfabeyi yalnızca bir iletişim aracı olarak değil, aynı zamanda görsel ve kavramsal bir sistem olarak ele alınmasını göstermekle birlikte, yazının formuna yeni perspektifler sunmuştur (Görsel 3).



Görsel 3. Theo Van Doesburg, yazı karakteri tasarımı.

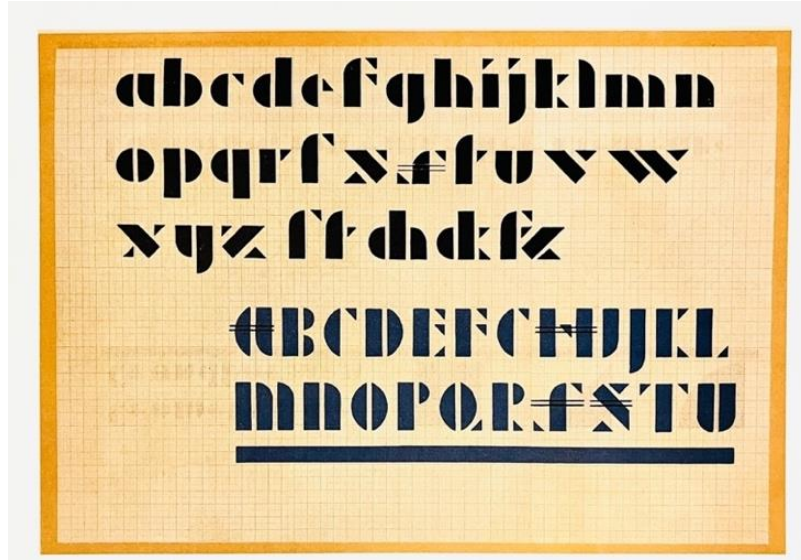
Başlık stilinde alışlagelmişin dışında tasarlanan yeni yazı karakterleri ve deneylerin, görsel kimlik tasarımlarının temel unsuru olan logo tasarımlarında da kendine yer bulduğu saptanmaktadır. Vilmos Huszar'ın 1917 yılında De Stijl dergisi için

tasarlamış olduğu logo tasarımında, harf formlarının bir yapboz parçaları gibi dağıtıldığı, modüler bir izlekte yazı biçimine yeni anlamlar yüklendiği görülmektedir (Görsel 4).



Görsel 4. De Stijl tipografik logo tasarımı.

Josef Albers'in Bauhaus'taki tasarım yaklaşımı da yazıyı geometrik formlar temelinde yeniden düşünmeyi amaçlayan radikal bir yenilik olarak görülmektedir. 1925'te geliştirdiği Stencil yazı tipi, harfleri yarım daireler, dikdörtgenler ve üçgenler gibi temel geometrik elemanlardan oluştururken (Droste, 2023, s. 304), öznel, ekspresyonist ya da dekoratif unsurları tamamen dışlamayı hedeflediği görülmektedir. Bu tasarım, sans serif yazı tiplerinin Bauhaus estetiğiyle uyumlu netlik ve minimalizm iddiasını taşıırken, aynı zamanda De Stijl harflendirme tarzına da yakın bir stilize görünüme sahipti. Ancak, Stencil örneğinde olduğu gibi, geometrik sans seriflerin okunabilirliği tartışmalı bir noktaya ulaştı; metin gövdelerinde kullanımı pratik olmayan bu yazı karakterleri, Bauhaus'un teknolojik ütopyacı vizyonunun sınırlarını da ortaya koyuyordu (Eskilson, 2019, s. 222).



Görsel 5. Josef Albers, Stencil yazı karakteri tasarımı, 1926.

Albers'in çalışması, sans serif yazı tiplerinin hem potansiyelini hem de sınırlamalarını gözler önüne sermektedir. Stencil, modern tipografinin kavramsal temelini şekillendiren önemli bir örnek olarak öne çıkmakta ve günümüzde tasarlanan geometrik ve modüler başlık yazı karakterlerine öncülük etmektedir (Görsel 5).

Yazı karakteri tasarımında görülen bu reformsal yenilikler, çağdaş harf formlarının üretilmesine olanak sağladığı gibi, geleceğe de ilham oluşturmıştır. 20. yüzyılın sonlarında bilgisayar teknolojilerinin gelişmesi ve sayısal tipografi olanaklarının artması, Zuzana Licko ve Rudy Vanderlans’ın öncülüğünde yayımlanan Emigre dergisi aracılığıyla deneysel tipografik yaklaşımların ve yenilikçi yazı karakteri tasarımlarının önünü açmıştır. Emigre, dönemin tipografik dünyasında büyük bir etki yaratmış, yalnızca basılı mecrada değil, dijital platformlarda da tipografi için yeni bir çağın başlamasına katkıda bulunmuştur. Günümüzde Emigre, aktif bir font evi olarak çevrimiçi ortamda yazı karakteri satışı yapmakta ve başlık yazı tiplerini de içeren geniş bir ürün yelpazesi sunmaktadır (Emigre, 2024). Bu yenilikçi yaklaşımıyla hem geçmişte hem de günümüzde tasarımcılara ilham kaynağı olmaya devam etmektedir (Görsel 6).



Görsel 6. Emigre.com.

Okunabilirliğin her zaman bir öncelik olmayabileceği farkındalığı, metnin bilgilendirici içerik olarak "okunmasından" ziyade, bir sanat eseri olarak "hissedilmesi" fikrine odaklanmayı beraberinde getirmiştir (Ayiter vd, 2013, s. 212). Yazının temel işlevine aykırı bir üslup olarak sanatsal niteliğini vurgulayan asemik yazılarda olduğu gibi, kimi başlık yazı karakteri tasarımlarında da yazının okunma işlevinin çok dışında, yalnızca ilgi çekici, dekoratif formların sanatsal ve estetiksel bağlamda kullanıldığı saptanmaktadır. Bu benzerliği Craig ve Scala Designing with Type The Essential Guide to Typography adlı kitabında; “Bazı durumlarda display yazı karakterlerinin birincil amacı bilgi iletmek değil, sadece dikkat çekmek veya harf biçimleriyle ilgi çekici bir doku oluşturan tasarım öğeleri olarak bile hizmet edebilir (Craig & Scala, 2006, s. 83)” sözüyle doğrulamaktadır.

Başlık yazı karakterlerinin, tipografinin okunuş biçimi bağlamında da incelenmesi önemlidir. Çünkü tipografi yalnızca yazının formuyla değil, okunuşuyla ilgilidir. Jan Middendorp Shaping Text adlı kitabının ways of reading (okuma yöntemleri) adlı bölümünde tipografiyi okuma biçimi olarak aktifleştiren tipografi, sahneleme tipografisi ve bilgilendirici tipografi olarak üçe ayırdığı görülmektedir. Aktifleştiren tipografide ilk amaç bakmak, ikinci amaç ise görmektir. Böylelikle tipografi okumaya yönelmeli ve dikkat çekmelidir. Sahneleme biçiminde tipografi görsel hileler, özel efektler gibi farklı yöntemlerle dikkat çekici bir forma kavuşturulmakta, bilgilendirici tipografide ise amaç diğer formlardan farklı olarak bilgi tasarımı görevini üstlenerek okunuş biçimini gerçekleştirmektedir (Middendorp, 2014, s. 21). Bu bağlamda başlık yazı karakterleri okunuş biçimi olarak hem aktifleştiren hem de yazıyı sahneleyen görevler üstlenmekte, tipografinin okunuş biçimi olarak farklı işlevlerini de aynı anda yerine getirebilmektedir.

Başlık yazı karakterleri, belirli bir ruh hali oluşturma ve duygusal bir bağ kurma konusunda etkili bir araçtır. Ancak, bu yazı karakterlerini seçerken bağlama uygunluk ve klişelerden kaçınmak büyük önem taşımaktadır. Retro ve dekoratif tasarımlara sahip başlık yazı karakterleri, geleneksel yaklaşımlara göre uygunluk sınırlarını zorlasa da özgün ve yaratıcı seçimler yapılarak tasarımın hem estetik hem de duygusal etkisi güçlendirilebilir (Myfonts, 2024).

Rustik Display: Tasarım Süreci ve Pinart Sanat Alanı Görsel Kimlik Tasarımının Oluşturulması

2024 yılında Eskişehir’de kurulan Pinart Sanat Alanı, Eskişehir Odunpazarı ilçesinde yer alan Tarihi Odunpazarı Evleri bölgesinde bulunmaktadır. Odunpazarı, Eskişehir’in güneyinde, geleneksel Anadolu Türk mimarisini günümüze taşıyan tarihi bir semttir. Dar ve kıvrımlı sokaklar boyunca sıralanan cumbalı, ahşap süslemeli evleriyle dikkat çeken bölge, Osmanlı dönemi kent mimarisinin karakteristik özelliklerini barındırmaktadır. UNESCO Dünya Miras Listesi’nde yer alan semt, Odunpazarı Evleri’ni Yaşatma Projesi kapsamında restore edilen camileri, külliyesi, hanları ve çeşmeleriyle hem yerel kültürü yaşatır hem de ziyaretçilerine geçmişle iç içe bir deneyim sunar. Ayrıca, lületaş müzesi ve geleneksel el sanatları çarşıları, bölgenin zengin kültürel mirasını keşfetmek isteyenler için eşsiz birer durak niteliğindedir (Odunpazarı.gov.tr, 2024). Bunlarla birlikte bilhassa son yıllarda Odunpazarı Modern Müze (OMM), Eldem Sanat Alanı, Opus Art gibi çeşitli müze ve sanat galerilerinin kurulmasıyla Odunpazarı Evleri bölgesi kültür ve sanat alanında önemli etkinliklere ev sahipliği yapmaktadır.

Pinart Sanat Alanı, 2024 yılında Eskişehir’de kurulan ve sanata yeni bir soluk getirmeyi amaçlayan bir mekandır. Eskişehir’in tarihi dokusunu koruyan Odunpazarı ilçesindeki Tarihi Odunpazarı Evleri bölgesinde yer almasıyla, ziyaretçilere hem sanat hem de tarih deneyimini bir arada sunmaktadır. Pinart, yaratıcı projelere ev sahipliği yapmayı planlamakta, Eskişehir’in kültürel zenginliğini desteklemeyi ve sanatseverlerle buluşturmayı amaçlamaktadır. Mekân, özgün sergiler, atölyeler, sanat kursları ve

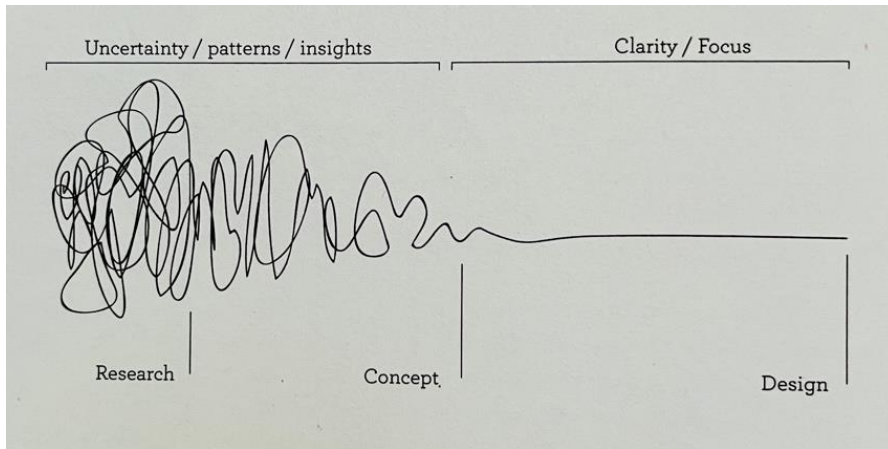
etkinliklerle sanatın birçok dalına kapı açarken, bölgenin tarihi atmosferiyle de unutulmaz bir deneyim sunmayı amaçlamaktadır (Görsel 7).



Görsel 7. Pinart Sanat Alanı dış görünüm.

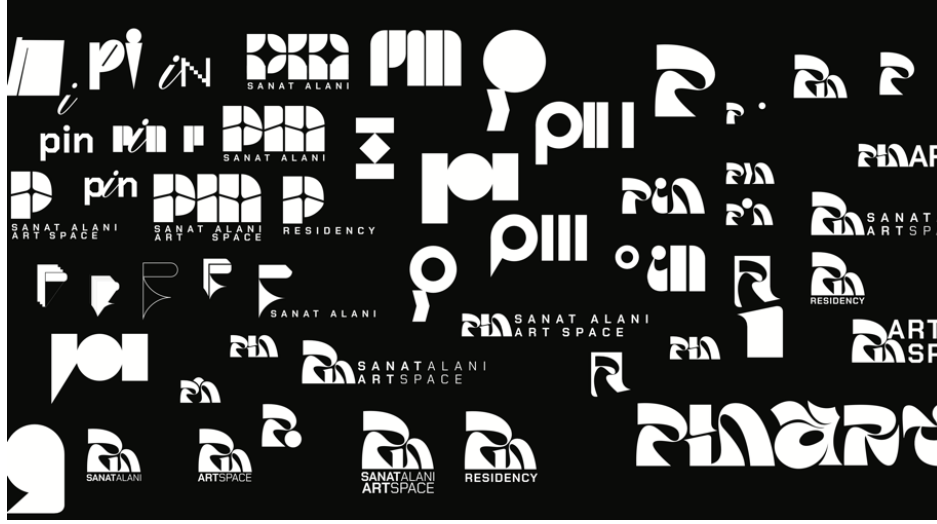
Tasarım Süreci

Pinart Sanat Alanı görsel kimlik tasarımı oluşturulurken profesyonel bir tasarım süreci izlenmiştir. Tasarım sürecini oldukça iyi anlatan bir görsel olarak Damien Newman’ın diyagramı öne çıkmaktadır. Araştırma, konsept ve nihai tasarım olmak üzere üç aşamada gösterilen diyagram, araştırma aşamasının karmaşasından en sade formu yakalamanın önemini vurgularken, aynı zamanda tüm süreci de bir görsel olarak gözler önüne sermektedir (Görsel 8).



Görsel 8. Tasarım süreci diyagramı.

Araştırma aşamasında Pinart Sanat Alanı ile ilgili birçok mekânsal fotoğrafın yanı sıra, amaç ve vizyon gibi birtakım önemli bilgiler toplanmıştır. Pinart isminin açılımı; pin (görsel yer işareti) ve sanat alanının kurucusu ve sahibi Pınar Doğan’ın isminin baş harfleri ve art (sanat) sözcüğü yer almaktadır. Pinart, bünyesinde sanat kursları, sergiler ve sanat rezidansı programlarıyla sanatçıların belirli periyotlarda mekân içerisinde yaşayarak eserler üretmesini amaçlamaktadır. Vizyonu ise gerek yurtiçi gerekse yurtdışı özgün sanatçıların ağırlandığı, Eskişehir’e kültürel anlamda katkı sağlayan ve alanında tanınan bir sanat alanı olmaktır.

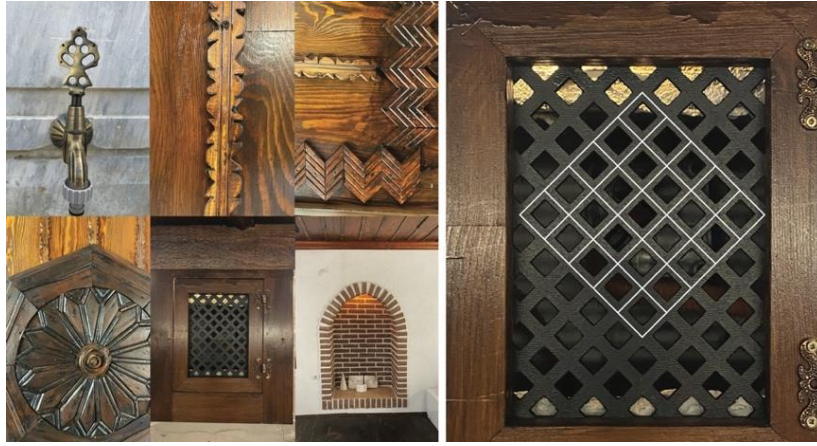


Görsel 9. Monogram ve logotip biçimlerinde Pinart logo tasarımı denemeleri.

İlk eskiz çalışmalarında ‘pin’ sözcüğünden yola çıkılarak görsel yer işareti kavramını vurgulayan onlarca deneme çalışması ortaya çıkarılmıştır (Görsel 9). Tüm bu çalışmaların mekânın duygusal atmosferini yeteri kadar yansıtmadığına karar verilmiştir. Herhangi bir grafik tasarım projesinde kullanılan yazı karakteri, çalışmanın amacına uygun şekilde fonksiyonel, estetik ve çekici olmalıdır. İyi bir grafik tasarımcı yazı karakteri seçimi esnasında tüm bu özelliklere özen göstermelidir. Sanılanın aksine yaygın şekilde kullanılan ve küresel ölçekte bilinirliği yüksek yazı karakterleri seçmek her projeye uygun çözümler üretmemekte, aksine birbirine benzer grafik ürünlerin yaygınlaşmasına sebep vermektedir. Grafik tasarımcılar özgüne ulaşma çabası doğrultusunda yazı karakteri seçimine gereken önemi göstermeli, yaygın olandan kaçınmalı, çalışmaları için uygun ve yeni form arayışlarında olmalıdır. Bunun için ise tipografi kültürüne sahip olmak elzemdir. Bununla birlikte tasarım çalışmalarında farklı yazı karakterleri kullanmak okunuş biçimini de doğrudan etkileyen en önemli unsurlardan biridir. Farklı projeler farklı okunuş biçimlerini ve “farklı okuma biçimleri farklı yazı tiplerini gerektirir (Middendorp, 2014, s. 62)”. Bu bağlamda gerek mekânın ve bölgenin tarihsel algısını vurgulamak, gerekse özgün ve çağdaş bir dil yakalamak adına kuruma özel bir display (başlık) yazı karakteri tasarlamaya karar verilmiştir. Böylelikle görsel kimliğin temel elemanı olan logo veya logotiple, hem kuruma hem mekâna özgü bir algıyı tasarlanan bir yazı karakteriyle sağlamak amaçlanmıştır.

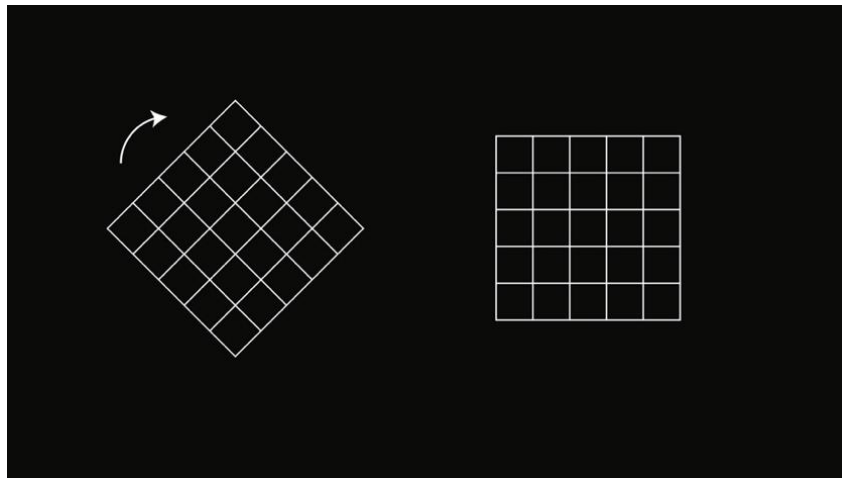
Rustik Display Yazı Karakteri Tasarımı

Bir yazı karakteri tasarlama süreci, tasarımcının bireysel metodolojisine bağlı olarak çeşitlilik göstermektedir. İlham bulmak, özellikle mevcut yazı karakterlerinin çokluğu göz önüne alındığında, tasarım sürecinin en zor aşaması olmaktadır. Ancak, yazı karakterlerinin sürekli artışı ve modern dünyanın karmaşıklığı, yeni tasarımların ortaya çıkmasını teşvik etmektedir. Bugün birçok yazı karakteri, özel kitlelere yönelik müşteri taleplerine cevap olarak geliştirilmektedir (Cheng, 2005, s. 8). Bu bağlamda grafik tasarımcı veya yazı karakteri tasarımcısı, topladığı görsel ve teorik verileri kullanarak sezgisel gücüne ve yaratıcılığına güvenerek eskiz çalışmalarına başlayabilmektedir.



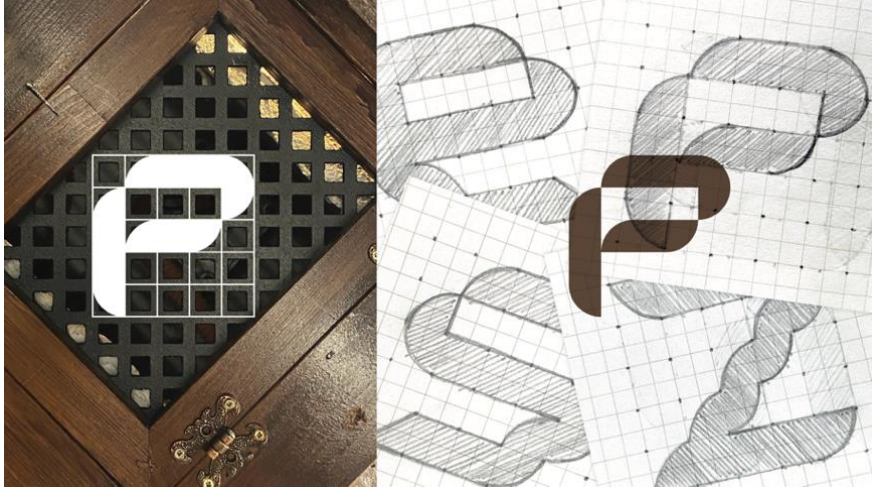
Görsel 10. Pinart mekân içi karakteristik özellikleri yansıtan fotoğraflar.

Pinart Sanat Alanı adına yapılan tasarım sürecinin araştırma bölümü esnasında hem yazılı hem de görsel bir havuz oluşturulmuş, kurum ve mekân ile ilgili tüm veriler yazı karakteri tasarım sürecinin başlangıcında bir araya getirilerek bir çıkış noktası belirlenmiştir (Görsel 11). Bu süreçte, rustik ve tarihsel bir dokunun çağdaş bir yaklaşımla ele alınması hedeflenmiştir. Hem mekânın hem de kurumun kimliğine uygun, estetik ve işlevsel bir yazı karakteri tasarımı yapılması amaçlanmıştır.



Görsel 11. 5x5 modüler izlek sistemi ve çıkış noktası.

Mekânsal verilerden yola çıkarak ahşap süslemeler, geometrik desenler ve rustik dokular tasarım sürecine ilham kaynağı olmuştur. Tarihi mekânın zengin detayları, yazı karakterinde hem geleneksel unsurları hem de modern bir estetik anlayışı harmanlama fikrini desteklemiştir. Özellikle pencere kafeslerindeki geometrik tekrarlar harf formlarının ana yapısını ve izleğini oluştururken, böylelikle mekânın özgün atmosferi tasarıma duyuşal bir derinlik katmıştır (Görsel 11).



Görsel 12. Görseldeki eskizler sezgisel yaklaşımın ve görsel analizinin birleştiği yaratıcı sürecin izlerini taşırken, ele alınan yaklaşımın aynı zamanda yazı karakterinin işlevsel, estetik ve bağlama duyarlı bir tasarım olmasını sağlamıştır.

Mekânsal form ve özellikler doğrultusunda harf formları izlek sisteminde ortaya çıkmaya başlamıştır. İzlek sistemin dahi mekâna ait olması, yazı karakterine özgün bir kişilik ve aidiyet kazandırmıştır. Tasarlanan harf formları, görsel verilerin derinlikli bir analizinden ve mekânsal bağlamla kurulan sıkı bir ilişki temelinden doğmuştur. Ahşap kafes yapıları, organik geometrik biçimlerin modern yorumuna olanak tanımış, tasarım sürecinde geleneksel motiflerin soyutlanarak çağdaş bir yazı karakterine dönüştürülmesine öncülük etmiştir. Kare ızgara düzeni, hem mekânın fiziksel yapısındaki modüler düzeni hem de yazı karakterinin tipografik grid ile uyumunu vurgular niteliktedir. Harflerin kıvrımlı hatları ve keskin geçişleri ise hem tarihsel ahşap işçiliğindeki akışkanlığını hem de modern grafik tasarım ilkelerinin minimal estetik anlayışını bir araya getirmektedir. Özellikle “P” harfinin tasarımında, yazı karakterinde hem görsel ritmi artıran hem mekânsal bağlama gönderme yapan hem de ‘pin’ (görsel yer işareti) kavramını vurgulayan bir form oluşturulmuştur. Yazı karakteri tasarımının hem mekânın özgün kimliğini yansıtmaları hem de biçim olarak çağdaş bir algı yaratması hedeflenmiştir (Görsel 12). Çünkü yazı karakterleri yalnızca biçimsel özellikleriyle değil, aynı zamanda taşıdıkları kültürel çağrışımlarla da dikkat çekmelidir. Bu durum, yazı karakterlerini bir iletişim aracı olmanın ötesine taşıyarak, belirli bir kültürel bağlamda anlam yaratma potansiyeline sahip tasarım unsurları haline getirmektedir (Lupton, 1996, s. 35).



Görsel 13. Pinart Sanat Alanı için tasarlanan Rustik Display yazı karakteri, yalnızca estetik bir araç olmanın ötesine geçerek, mekânın tarihsel ve kültürel kimliğini çağdaş bir dilde yeniden yorumlamaktadır.

Rustik Display, tarihsel ve çağdaş öğeleri birleştiren, estetik ve fonksiyonel bir yaklaşım benimseyen modern bir başlık yazı karakteridir. Toplamda majiskül A-Z ve miniskül a-z, rakamlar ve noktalama işaretlerinden oluşan 100’den fazla glif barındırmaktadır. Tasarımda, Eskişehir’in tarihi Odunpazarı evlerinden esinlenilerek ahşap yapıların geometrik, modüler özellikleri soyutlanmıştır. Harflerin keskin köşeleri ve akışkan kıvrımları, geleneksel el işçiliği ve modern grafik tasarım ilkelerini bir araya getirmektedir. Karakter, Pinart Sanat Alanı kimliği için özel olarak oluşturulmuş ve hem dijital hem de basılı medya kullanımı için optimize edilmiştir. Gösterim amacı taşıyan bu başlık yazı karakteri, UNESCO tarafından dünya mirası listesine alınmış olan Odunpazarı evlerinin eşsiz yapısal estetiğini yansıtırken, özellikle başlık, afiş ve görsel kimlik uygulamaları için uygundur. Rustik Display’in minimalist ve modüler estetiği, mekânsal kimliği destekleyen güçlü bir tipografik vurgu yaratmaktadır (Görsel 13).

"Bir kelimenin her harfi kendi biçimine sahip olmasının yanı sıra, tüm harfleri bir araya geldiğinde kelimeye de bir biçim kazandırır (Munari, 2008, s. 65)". Bu yaklaşım, başlık yazı karakterlerinin yalnızca bireysel harflerin estetik veya okunabilirliğini değil, aynı zamanda oluşturdukları kelimenin görsel bütünlüğünü de önemsemeleri gerektiğini göstermektedir. Rustik Display yazı karakteri de bu bütünlüğü yansıtmak için tasarlanarak, Pinart Sanat Alanı’nın görsel kimliğine özgün bir katkı sunmaktadır. Tevfik Fikret Uçar’ın ifade ettiği gibi, yazı karakterleri yalnızca biçimsel tasarım unsurları değil, aynı zamanda bir kişilik ve hikâye yaratma aracıdır (Uçar, 2019, s. 230). Bu bağlamda Rustik Display yazı karakteri, Pinart Sanat Alanı’nın kültürel ve sanatsal kimliğini çağdaş bir dille ifade etmektedir.

Pinart Sanat Alanı Görsel Kimlik Tasarımı

Logotipler, en temel anlamıyla, kuruluşun doğasını, statüsünü veya karakterini yansıtan bir yazı karakteriyle tasarlanmış bir kelime veya kısaltmadır. Burada esas vurgu, harflerin biçimleri ve kullanılan yazı karakterinin, markanın temel ve gerekli değerlerini

iletme gücüdür. Yazı karakterleri, logotiplerde görsel modanın nabzını tutarken, aynı zamanda sadelik ve zamansızlık unsurlarıyla uzun ömürlü bir etki bırakabilir. Bu nedenle, bir logotipin başarısı, harf formlarının hem estetik hem de işlevsel bir uyum sergileyerek doğru mesajı aktarabilmesinde yatmaktadır (Evamy, 2019, s. 14) Bu bağlamda şirket, marka ya da kuruma yönelik tasarlanmış özel bir yazı karakteri tasarımıyla onun algılanış biçimi birbirine bağlı olacaktır.



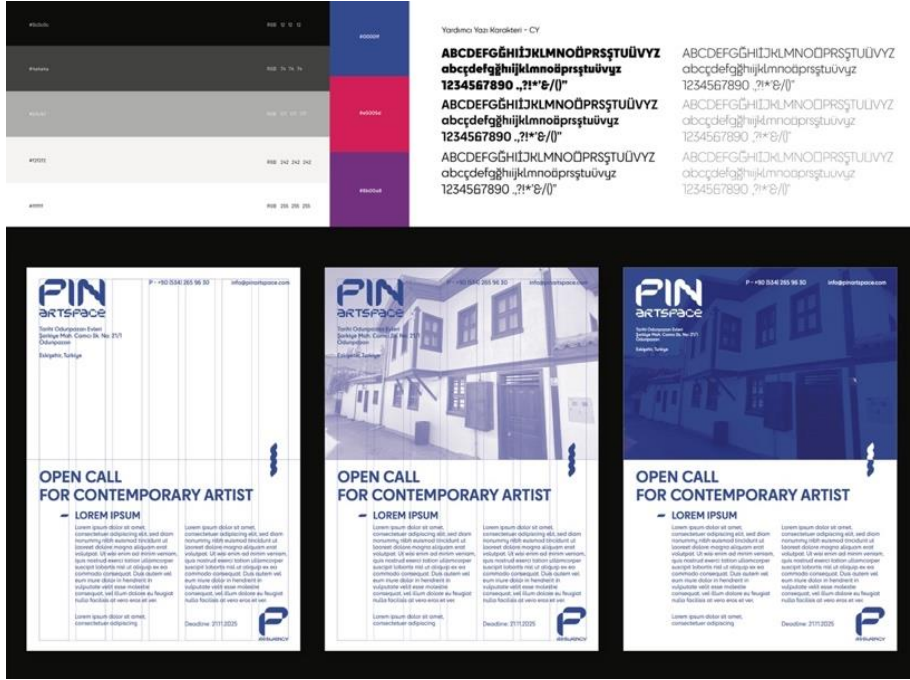
Görsel 14. Pinart logotip tasarımı ve logotip ve monogram formunda farklı kullanımlar.

Pinart logo tasarımı da Rustik Display yazı karakterinin içerisinde yer alan p, i, n, a, r ve t harflerinin birleşimiyle hem işlevsel ve estetik anlamda bir logotip olarak ortaya çıkarken hem de tasarlanan yazı karakterinin özgün niteliğini formunda barındırmaktadır (Görsel 14). Dijital ya da basılı farklı kimlik elemanlarında kullanılmak üzere logotipin farklı versiyonları ve monogram biçimli formları da yine Rustik Display yazı karakteri tasarımından hareketle ortaya çıkmıştır.



Görsel 15. N harfinin omurga biçimi gibi karakteristik özellikler, kimlik tasarımı parçalarına aynı zamanda dekoratif unsurlar olarak eklenmiştir.

Yazı karakteri bünyesinde yer alan harf formlarının kimi anatomik yapıları, görsel kimliğin farklı parçalarında kullanılmıştır. Örneğin, majiskül N harfinin omurga formu, aynı zamanda araştırma aşaması çerçevesinde toplanan veriler bağlamında mekân tavanında yer alan ahşap oyma biçimlerinden esinlenerek tasarlanmış, böylelikle soyut bir biçimde harf formunda yer alan stilize grafik öğeleri kimliğin farklı detaylarında kullanılmak üzere ele alınmıştır (Görsel 15).



Görsel 16. Pinart görsel kimlik tasarımı renk paleti, yardımcı yazı karakteri ailesi ve grid sistemi çerçevesinde tasarlanan duyuru afiş şablonu.

Pinart görsel kimlik tasarımının temel yapı taşı, Rustik Display yazı karakteri olup, böylelikle estetik bir dil oluştururken marka kimliği derinleştirilmektedir. Yardımcı yazı karakteri olarak kullanılan "CY" adlı geometrik sans-serif yazı karakteri ailesi ise görsel kimlikte yer alan tüm tasarım parçalarının okunabilirlik işlevini artırırken, aynı zamanda çağdaş bir görünüm sunması amaçlanmıştır. Görsel kimliğin renk paleti, profesyonel bir denge ve kontrast sağlayacak şekilde seçilmiş olup, hem modern hem de kurumsal bir atmosfer yaratmaktadır. Renk tonları Pinart'ın sanatsal ve yaratıcı doğasını desteklerken, aynı zamanda hedef kitesine güçlü bir görsel vurgu yapmaktadır. Görsel kimlikte yer alan duyuru afiş şablonları ise bir grid sistemiyle düzenlenmekte, bu bağlamda hem işlevsel hem de estetik bir temel yaratmaktadır. Gridin uygulanışı, tasarıma düzenli ve dengeli bir yapı sağlarken, izleyicinin gözünü doğru yönlendiren bir hiyerarşi yaratmaktadır. Bu yaklaşım, tasarımın mesajını etkin bir şekilde iletmesini sağlarken, aynı zamanda profesyonel bir görsel iletişim standardını yansıtır. Sonuç olarak hem markanın kimliğini destekleyen hem de modern bir tasarım diliyle çağdaş sanat anlayışını yansıtan bütünsel bir görsel kimlik çözümü sunmaktadır (Görsel 16).



Görsel 17. Pinart görsel kimlik tasarımı sosyal medya şablonları ve rozet tasarımı.

Rustik Display yazı karakterinin tasarımında kullanılan tipografik formlar, markanın görsel kimliğinin çeşitli unsurlarına doğrudan ilham kaynağı olmuştur. Örneğin, yazı karakterindeki nokta işaretinin temel geometrik yapısı, sosyal medya şablonlarından birinin ana formunu oluşturmuş, pozitif alanlar görsel yerleştirme alanlarına dönüşerek dinamik bir tasarım yaklaşımı sunmuştur. Benzer şekilde, "N" harfinin omurga yapısının büyütülmüş bir kesiti, başka bir sosyal medya şablonunda görsel odak alanı olarak yeniden yorumlanmıştır. Bu tipografik detaylar, yazı karakterinin yalnızca iletişimsel bir araç olmaktan öte, görsel kimliği çeşitlendiren ve markanın estetik bütünlüğünü vurgulayan temel bir tasarım unsuru olarak işlev görmesini sağlamıştır. Aynı zamanda rozet gibi yan ürünler de, yazı karakterinin geometrik yapısı ve renk paletiyle uyumlu olacak şekilde geliştirilmiştir. Bu yaklaşım, yazı karakterinin tasarım ruhunun görsel kimlik öğelerine entegre edilmesiyle markanın bütünsel bir görsel dil kazanmasını mümkün kılmıştır (Görsel 17).

SONUÇ

Bu araştırmada, başlık yazı karakteri tasarımlarının görsel kimlik tasarımındaki önemine dikkat çekilmekte ve Pinart Sanat Alanı için tasarlanan Rustik Display yazı karakteri üzerinden bir uygulama örneği sunulmaktadır. Uygulama süreci, yazı karakterinin tarihsel bağlamla mekânsal bir ilişki kurarak estetik ve işlevsellik kriterlerini nasıl yansıtabildiğini göstermektedir. Böylelikle yazı karakterlerinin yalnızca bir iletişim aracı olmadıkları, aynı zamanda imgesel formlar olarak görsel kimlik tasarımları gibi farklı alanlarda da güçlü bir görsel iletişim malzemesi oldukları saptanmaktadır.

Görsel kimlik ve yazı karakteri tasarım süreçlerinin ele alındığı bu araştırmada, özgün yazı karakteri formlarının kurum imajına nasıl bir değer katabileceği incelenmiştir. Grafik tasarımcıların başlık yazı karakterleri tasarlayarak yalnızca dilsel işlevi olan bir malzeme değil, tasarımlarının sınırlarını genişleten yeni bir anlatım dili oluşturabilecekleri görülmüştür. Bu bağlamda, Rustik Display başlık yazı karakteri tasarımıyla güçlü bir örnek sunulmuştur. Böylelikle araştırma grafik tasarımcılar adına bir rehber niteliği taşımakta ve aynı zamanda grafik tasarımcılara görsel kimlik tasarımında tipografinin potansiyelini yeniden düşünme fırsatı sunmaktadır. Böylelikle

tipografi ve yazı karakteri tasarımının, grafik tasarım disiplininin vazgeçilmez yapıtaşları oldukları ortaya koyulmaktadır. Tipografinin bu bütünsel yaklaşımı, tasarım süreçlerinde daha bilinçli ve özgün kararlarının alınmasını sağlamakla birlikte, yazı karakteri formlarının tasarımların anlatım gücünü etkileyen temel unsurlardan biri olduğu gerçeği görülmektedir.

Öneriler

Bu araştırma, grafik tasarımcılara yazı karakterlerinin görsel kimlik üzerindeki etkisini yeniden düşünmeleri için ilham kaynağı olabilecektir. Bununla birlikte gelecekte ise başlık yazı karakteri tasarımlarının farklı kültürel ve tasarımsal bağlamlarda uygulanabilirliği üzerine yapılacak çalışmaların, bu alana yeni perspektifler sunabileceği düşünülmektedir.

Yazı karakteri tasarımlarının barındırdığı kişilik, kullanıldığı malzemeye doğrudan yansımaktadır. Bu bağlamda grafik tasarımcıların yalnızca görsel kimlik tasarımlarında değil, tipografiyi biçimlendirdikleri her medyumda, yazı formlarının kişiliği ve algıları üzerine dikkatle düşünmelerini gerektirecektir.

KAYNAKÇA

- AMBROSE, G., & HARRIS, P. (2014). *Grafik Tasarımda Tipografi*. İstanbul: Literatür.
- AMBROSE, G., & HARRIS, P. (2017). *Görsel Tipografi Sözlüğü*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- AMBROSE, G., & HARRIS, P. (2019). *Görsel Grafik Tasarım Sözlüğü*. İstanbul: Literatür.
- APAYDIN, Z. G. (2017). *Geometrik Sans Serif Yazı Karakteri Tasarımı Sürecinin Araştırılması ve Bu Araştırmaya Dayalı Bir Yazı Karakteri Tasarımı*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- AYİTER, E., YAZICIGİL, O., ÇETİN, S. C., & TÜRKMEN, D. (2013, 12 1). “Deconstruction, Legibility and Space: Four Experimental Typographic Practices”. *Technoetic Arts: A journal of Speculative Research*, 209-220.
- BECER, E. (2019). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitabevi.
- BEIER, S. (2018). *Type Tricks Your Personal Guide to Type Design*. Amsterdam: BIS Publishers.
- BIGELOW, C., DYSON, M., LONSDALE, M. D., & LARSON, K. (2017). “What Exactly is the Difference Between a Text and a Display Typeface?” *Visible Language*, 51(1), 135-143.
- CHENG, K. (2005). *Designing Type*. London: Yale University Press.
- COLES, S. (2016). *The Geometry of Type*. London: Thames & Hudson.
- CRAIG, J., & SCALA, I. K. (2006). *Designing with Type The Essential Guide to Typography*. New York: Watson-Guption Publications.
- DROSTE, M. (2023). *Bauhaus Bauhaus-Archiv Berlin*. Köln: Taschen.

- ÉMIGRÉ (2024). <https://www.emigre.com> Erişim tarihi: 13.10.2024
- ESKILSON, S. J. (2019). *Graphic Design A New History*. New Haven: Yale University Press.
- EVAMY, M. (2019). *Logotype*. London: Laurence King.
- HENDERSON, P. W., GIESE, J. L., & COTE, J. A. (2004). “Impression Management using Typeface Design”. *Journal of Marketing*, 68(4), 60-72.
- LUPTON, E. (1996). *Mixing Messages Graphic Design in Contemporary Culture*. New York: Princeton Architectural Press.
- LUPTON, E. (2010). *Thinking With Type*. New York: Princeton Architecture Press.
- MIDDENDORP, J. (2014). *Shaping Text*. Amsterdam: BIS Publishers.
- MOLLERUP, P. (2015). *Simplicity: A Matter of Design*. Amsterdam: BIS Publishers.
- MUNARI, B. (2008). *Design as Art*. Great Britain: Penguin Books.
- MYFONTS (2024). <https://www.myfonts.com/a/font/content/the-font-manual/four-elements-of-display-typography> Erişim tarihi: 09.10.2024
- NES, I. V. (2013). *Dynamic Identities How to Create a Living Brand*. Amsterdam: BIS Publishers.
- Odunpazarı Kaymakamlığı (2024). <http://www.odunpazari.gov.tr/tarihi-odunpazari-evleri> Erişim tarihi: 07.11.2024
- OLINS, W. (1995). *The New Guide to Identity*. Vermont: Gower.
- ROBERTS, L., & WRIGHT, R. (2010). *Design Diaries / Creative Process in Graphic Design*. London: Laurence King.
- SLADE-BROOKING, C. (2016). *Creating A Brand Identity A Guide for Designers*. London: Laurence King.
- TAF STUDIO (2024). <https://www.taf-studio.com/custom-fonts/cinili-hamam/> Erişim tarihi: 13.09.2024
- TDK (2024). Kimlik. <https://sozluk.gov.tr> Erişim tarihi: 01.11.2024
- UÇAR, T. F. (2013). “Görsel Kültür”, *Bir Yaşam Kültürü Mimarlık*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- UÇAR, T. F. (2019). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. İstanbul: İnkılap Yayınevi.
- VELASCO, C., HYNDMAN, S., & SPENCE, C. (2018). “The Role of Typeface Curvilinearity on Taste Expectations and Perception”. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 11, 63-74.

GÖRSEL KAYNAKÇA

Görsel 1. Çinili Hamam başlık yazı karakteri ve görsel kimlik tasarımında yer alan dış mekan pano tasarımı. Kaynak: <https://www.taf-studio.com/custom-fonts/cinili-hamam/> Erişim: 13.09.2024

Görsel 2. John Wardle Mimarlık görsel kimliği, soyut yazı karakterlerinin grafik bir araç olarak kimlikte ana unsur olarak kullanıldığını göstermektedir. Kaynak: (Ambrose & Harris, Grafik Tasarımda Tipografi, 2014, s. 112)

Görsel 3. Theo Van Doesburg, yazı karakteri tasarımı. Kaynak: (Lupton, Thinking With Type, 2010, s. 26)

- Görsel 4.** De Stijl tipografik logo tasarımı. Kaynak: (Lupton, Thinking With Type, 2010, s. 26)
- Görsel 5.** Josef Albers, Stencil yazı karakteri tasarımı, 1926. Kaynak: (Droste, 2023, s. 305)
- Görsel 6.** Emigre.com. Kaynak: <https://www.emigre.com> Erişim: 13.10.2024
- Görsel 7.** Pinart Sanat Alanı dış görünüm. Kaynak: Onur Kuran
- Görsel 8.** Tasarım süreci diyagramı. Kaynak: (Slade-Brooking, 2016, s. 85)
- Görsel 9.** Monogram ve logotip biçimlerinde Pinart logo tasarımı denemeleri. Kaynak: Onur Kuran
- Görsel 10.** Pinart mekân içi karakteristik özellikleri yansıtan fotoğraflar. Kaynak: Onur Kuran
- Görsel 11.** 5x5 modüler izlek sistemi ve çıkış noktası. Kaynak: Onur Kuran
- Görsel 12.** Görseldeki eskizler sezgisel yaklaşımın ve görsel analizin birleştiği yaratıcı sürecin izlerini taşıırken, ele alınan yaklaşımın aynı zamanda yazı karakterinin işlevsel, estetik ve bağlama duyarlı bir tasarım olmasını sağlamıştır. Kaynak: Onur Kuran
- Görsel 13.** Pinart Sanat Alanı için tasarlanan Rustik Display yazı karakteri, yalnızca estetik bir araç olmanın ötesine geçerek, mekânın tarihsel ve kültürel kimliğini çağdaş bir dilde yeniden yorumlamaktadır. Kaynak: Onur Kuran
- Görsel 14.** Pinart logotip tasarımı ve logotip ve monogram formunda farklı kullanımlar. Kaynak: Onur Kuran
- Görsel 15.** N harfinin omurga biçimi gibi karakteristik özellikler, kimlik tasarımı parçalarına aynı zamanda dekoratif unsurlar olarak eklenmiştir. Kaynak: Onur Kuran
- Görsel 16.** Pinart görsel kimlik tasarımı renk paleti, yardımcı yazı karakteri ailesi ve grid sistemi çerçevesinde tasarlanan duyuru afiş şablonu. Kaynak: Onur Kuran
- Görsel 17.** Pinart görsel kimlik tasarımı sosyal medya şablonları ve rozet tasarımı. Kaynak: Onur Kuran