

## Günümüzde Tipografinin Sergilenmesi

Arş. Gör. İrem Bilgi

Makale Geliş Tarihi: 03.02.2020  
Yayına Kabul Tarihi: 30.04.2020

### Özet

Sergi; müzeler, galeriler, fuarlar, stantlar, mağaza vitrinleri gibi gösterimin olduğu alanlarda, ürün, hizmet ya da eserin geçici ya da kalıcı süreyle sunumu ve sergilenmesidir. Sergileme tasarımı; görsel iletişim tasarımı, iç mimari, endüstriyel tasarım, mimari, multimedya tasarımı gibi alanların disiplinlerarası tasarım anlayışının bir bütünü olarak görülmektedir. Birçok farklı tasarım alanının bir araya gelmesi ile oluşan sergileme tasarımında görsel iletişim tasarımının önemli bir alt başlığı olan “tipografi” ve “tipografinin sergilenmesi” bu makalenin konusudur. Tipografi ve tipografinin sergilenmesi konularını daha da özelleştirmek gerekirse günümüzde ticari ve sanatsal sergileme tasarımlarında tipografinin ana unsur olarak kullanılmasının görsel iletişim tasarımı alanına ve görsel tasarımcılara olan etkisi incelenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Tipografi, Görsel İletişim Tasarımı, Sergileme Tasarımı

### EXHIBITION OF TYPOGRAPHY NOWADAYS

### Abstract

The exhibition is the presentation and display of products, services or works temporarily or permanently in areas where there are no display such as museums, galleries, fairs, stands, shop windows. Exhibition design is seen as a whole of interdisciplinary design understanding of fields such as visual communication design, interior design, industrial design, architecture, and multimedia design. The subject of this article is “typography” and “exhibition of typography”, which is an important sub-title of visual communication design in the exhibition design, which is formed by combining many different design areas. To further customize the issues of typography and typography display, the effect of using typography as the main element in commercial and artistic exhibition designs has been examined in the field of visual communication design and visual designers.

**Keywords:** Typography, Visual Communication Design, Exhibition Design

## Giriş

Sergi, genellikle bir müze, galeri veya sergi salonunda gerçekleşen, çeşitli öğelerin organize bir sunumu ve sergilenmesidir. Sergiler, dünya çapında fuarlar gibi olağanüstü büyük etkinliklerden, bir sanatçının solo gösterisine kadar geniş bir tanımı kapsamaktadır (Shaoqiang, 2016: 240). Sergilerin küçük bir odadan ibaret olduğu gibi sınırsız büyüklükteki mekanlarda da var olduğu söylenebilmektedir. Büyük ölçekli sergilerin kökeni Fransa Paris'te 1848 ve 1937 yılları arasında düzenlenen sergilere dayanmaktadır. Fransızca sergi anlamına gelen 'exposition' kelimesi, İngilizce 'exhibition' sözcüğüne evrilmiş ve Paris'te yapılan bu etkinlikler 'sergi' kelimesinin eş anlamlısı haline gelmiştir (Locker, 2011, s. 11). Bugün 'expo' olarak adlandırılan ulusal ve uluslararası fuarların kökenleri de buradan gelmektedir.

Antik çağlardan bu yana sergi, insanların içerisinde gezebildiği alanlarda mekanla iletişim kurduğu bir olgu olarak bilinmektedir. Mağara resimlerinin amacı, resmi yapan insanın içgüdüsel olarak geliştirdiği karşı tarafa bilgi ve paylaşım sağlamaktadır. Mısır hiyeroglifleri ya da Antik Yunan yazıları zamanının ve geleceğin bilgi sahibi olmasını mümkün kılmıştır. Demir (2015: 81), sergileme tasarımının geçmişinin çok eskiye dayanmakta olduğunu belirtmiş olup insani bir ihtiyaçtan kaynaklı olduğunu vurgulamıştır. Bu insani ihtiyaç, insanoğlunun nesnelere sergileyerek kendisi, yaşamı, duygu ve düşünceleri ile ilgili bilgiyi çevresine iletmektir. Kısacası geçmişten bugüne sergileme tasarımının esas amacı bilgi aktarımıdır.

Sergileme tasarımı, görsel iletişim tasarımında 'bilgilendirme tasarımı' alanının bir alt başlığı olarak görülmektedir. Ticari fuarlar, marka deneyimleri, temalı cazibe merkezleri, dünya fuarları, müze galerileri, ziyaretçi merkezleri, tarihi evler, peyzaj yorumlama ve sanat enstalasyonu serginin geniş şemsiye terimi altında kategorilere ayrılacak alanların tümüdür (Locker, 2011: 10). Böylesine kapsamlı bir alanı tasarlamak için; sergileme ve konsept tasarımcısıyla birlikte görsel iletişim tasarımcılar, iç mimarlar, endüstriyel tasarımcılar, mimarlar, metin yazarları, multimedya tasarımcıları gibi birçok profesyonel bir arada çalışmaktadır.

Bu makale çerçevesinde sergileme tasarımı, görsel iletişim tasarım alanının boyutlarında incelenmiştir. Konu daha da özelleştirilecek olursa, görsel iletişim tasarımı ve sergileme tasarımının en önemli elemanı olan "tipografi" başlığı altında daraltılmıştır. Makalede sunulan örneklerde, sergileme tasarımında tipografinin başlıca unsur olması hedeflenmiştir.

## Sergileme Tasarımı ve Tipografi

Günlük hayatta "yazı" hemen her yerde görülmekte olan bir iletişim aracı olarak sayılmaktadır. "Yazı, her yerdedir. Satın aldığımız hemen hemen her şeyin, kitap ve dergilerin sayfalarında, duvarlarda, yerlerde, sokak tabelalarının üzerindedir" (Ambrose ve Harris, 2014: 12). Görsel iletişim tasarımında yazının okunabilirliğini amaç edinerek izleyiciyle görsel anlamda iletişim kurmasına tipografi olanak sağlamaktadır. Sergileme tasarımında da tipografi vazgeçilmez bir parçadır. En basit anlamda eserlerin künyeleri, sergi afişi, duvar grafikleri gibi alanlarda tipografiyi görmek mümkündür.

Bir serginin grafikleri, temasının veya hikayesinin bir yorumudur. Her şovun ayrılmaz bir parçasıdır ve üç boyutlu tasarımı ile birlikte tasarlanırlar (Hughes, 2015: 104). Sergileme tasarımında izleyiciye tutarlı bir dil sunmak için görsel tasarım elemanları ve üç boyutlu stant tasarımları birlikte kullanılmalıdır. Bu tasarım elemanlarından kullanılması gereken en önemli parçalardan biri, tipografi olarak görülmektedir. Tipografinin başlıca unsur olduğu sergileme tasarımı örnekleri; ticari ve sanatsal sergilemeler olarak aşağıda açıklanmıştır.

### Ticari Tasarımlarda Tipografinin Sergilenmesi

Günümüzde ticari sergiler genellikle "ticari fuarlar" olarak anılmaktadır. Ticari fuarlar, küresel ölçekte markaların, ticari malların ve hizmetlerin sergilenmesiyle geniş çaplı bir endüstri oluşturmaktadır. Bu fuarların kapsamı; marka, ürün ya da hizmetin tanıtımını yapmak, marka kimliğinin şovunu yapmak ya da yeni çıkan bir ürünün sunumunu gerçekleştirmek gibi kavramlar olabilmektedir. Buna ek olarak sergileme tasarımının ticari fuarlardan ibaret olmadığını ve vitrin tasarımları, stant tasarımları, iç ve dış mekan tasarımlarını da içerdiğini söylemek mümkündür.

Pentagram tasarım ajansının 2015'te New York'ta bulunan sanat ve mimari mağazası Storefront for Art and Architecture için yaptığı sergileme tasarımı için, "Closed" (Görsel 1) adında bir font üretilmiş olup insanların tipografi ve sanal gerçeklik gözlükleriyle etkileşimde bulunmasını sağlamışlardır (Görsel 2). Uzak kapsülleri, ofis binaları, denizaltılar gibi kapalı alanların her birinin kendi fiziksel ortamını yaratması üzerine, ekolojik sistemler için 41 ayrı prototip tasarlanmış ve izleyicilerin deneyimine sunulmuştur. Tipografiden oluşturulmuş kapsül hissi veren bu prototipler, küresel ısınma, sürdürülebilirlik, geri dönüşüm gibi konulara dikkat çekmek için hazırlanmıştır<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> <https://www.pentagram.com/work/closed-worlds/story>

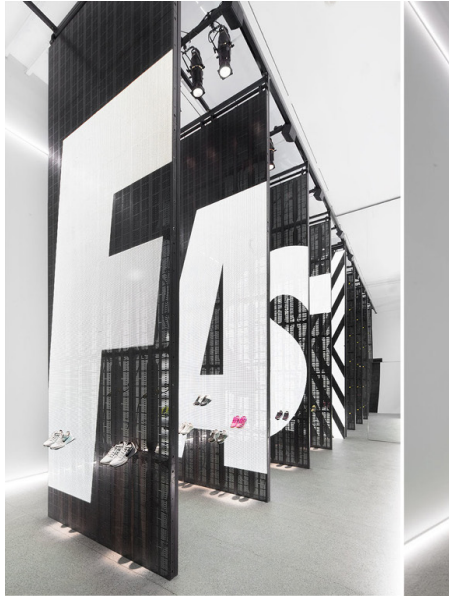
# CLOSED WORLDS



Görsel 1. Closed font, Pentagram, 2015 (Solda)

Görsel 2. Storefront for Art and Architecture Sergileme tasarımı, Pentagram, 2015(Sağda)

Dünyaca ünlü spor markası Nike, uluslararası fuarlarda sergileme tasarımında tipografiyi en etkili kullanan markalardan biri olarak düşünülmektedir. Görsel 3'de Nike markasının ayakkabılarını Fast (Hızlı) kelimesini ön plana çıkararak koşu ayakkabılarının hızlı olma özelliğini vurgulamıştır. Bir sergileme tasarımcısı fikirleri yorumlamakta, görselleştirmekte ve bunları uygun bir görsel dille, tutarlı ve işlevsel üç boyutlu bir alanda organize etmektedir (Ambrose ve Harris, 2009: 134). Nike markasının sergileme tasarımcıları, Görsel 4'de ayakkabının bulunduğu standı üç boyutlu tipografiyi ışıklandırarak markanın sloganını başarılı bir biçimde iletmıştır.



Görsel 3. Nike markasının FAST kelimesi ile oluşturduğu sergileme tasarımı (Solda)

Görsel 4. Nike markasının üç boyutlu tipografi ile oluşturduğu stand tasarımı (Sağda)

Tipografiden oluşan bir başka sergileme tasarım örneği de Londralı tasarımcı Giles Miller'in, giyim firması Stella McCartney için Paris'te bir alışveriş merkezinde 2 m yüksekliğinde karton malzeme ile tipografiden oluşan bir sergileme tasarımıdır (Görsel 5). Dünyaca ünlü bir marka olan Stella McCartney, marka bilinirliğini pekiştirmek adına, vitrin tasarımında adının bu örnekteki gibi dev boyutlarda görünmesini tercih etmiştir.



Görsel 5. Giles Miller'in Stella McCartney için tasarladığı alan, 2010

İspanyol mimar Teresa Sapey, 2011 yılında araba firması Citroen için Görsel 6 ve 7'deki gibi bir mekan yaratmıştır. Citroen D3 modelinin sıra dışı çizgisini yakalamak adına İngilizce ve İspanyolca sözcüklerle mekanı kaplayan tipografi düzenlemesi tasarlamıştır. Tipografinin bu denli asimetrik ve büyük kullanılmasında ve sarı-siyah renklerin tercih edilmesinde, bu sıra dışı otomobilin dinamik görünüşünü yansıtmak amaçlanmıştır.



Görsel 6. Teresa Sapey, Citroen, 2011



Görsel 7. Teresa Sapey, Citroen, 2011

### Sanatsal Tipografinin Sergilenmesi

Tipografinin, gündelik yaşamın merkezinde olduğunu söylemek mümkündür. Görsel iletişim tasarımının yapıtaşlarından biri olan tipografi, işlevselliğinin yanı sıra sanatsal değer de taşıyabilmektedir. Tipografik karakterler zaman zaman, iletişim kurmak için metin içermeyen soyut yapılar veya görüntülerdir, sadece güzellik görünür hale gelir (Cullen, 2012: 12). Tipografinin sadece grafik unsur olarak kullanılmadığı, bazen tasarımcıların tipografinin kendisini sanat eseri haline getirmesi ile ortaya çıkan sergileme tasarımları da mevcuttur. Pentagram tasarım ajansının Londra Tasarım Festivali için tasarladığı tipografik düzen, 1. Dünya Savaşında "Dazzle Kamufyajı" olarak bilinen, gemilerin üzerine sanatçılar tarafından optik algı dağıtan avangard resimle stilinden etkilenerek yapılmıştır (Görsel 8).



Görsel 8. Pentagram'ın Londra Tasarım Festivali için uyguladığı sergileme tasarımı, 2018

Amerikalı kavramsal grafik sanatçısı olan Barbara Kruger, Futura Bold Oblique yazdı karakterini fotoğraflar üzerinde kırmızı bantlarla uyguladığı tasarımlarıyla bilinmektedir. Kruger, eleştirel sanatını sergilerken tipografileri boydan boya duvarlara kaplamıştır. 2012 yılında Washington'daki Smithsonian's Hirshhorn Müzesinde duvarlara, Belief +Doubt (İnanç ve Şüphe) başlığını verdiği çalışmalarla yürüyen merdivenlere ikonik tipografi düzenlemelerini uygulamıştır (Görsel 9). Kruger, 2014 yılında Modern Art Oxford galerisinin üst katını da tamamen vinil malzeme ile kendine özgü tasarım anlayışıyla tipografiden oluşan bir enstalasyon sergilemiştir (Görsel 10).



Görsel 9. Barbara Kruger, Belief+Doubt, 2012 (Solda)



Görsel 10. Barbara Kruger, İsimli Enstelasyon, 2014 (Sağda)

Hollanda'da bulunan grafik tasarım müzesi MOTI (Museum of the Image) 2008 yılında kurulduğundan itibaren çocuklara yönelik etkileşimli sergiler düzenlemiştir. Bunlardan biri olan Design It Yourself sergisi, grafik tasarımcı Dennis Elbers tarafından neredeyse tamamı tipografi ve renklerden oluşan interaktif bir sergi oluşturmuştur. Elbers<sup>2</sup>, Sadece çocuklara odaklanmak yerine, bu ortamda her yaşta insanlara bir grafik tasarım deneyimi yaratmaya karar verdiğini belirtmiştir (Görsel 11 ve 12). Sergide çocuklar, tipografiden oluşan nesnelere monitörlerdeki kullanma talimatlarını takip ederek yerlerini değiştirmekte ve sergiye dahil olan bir yazılım sayesinde sosyal medya araçlarıyla paylaşım yapabilmektedir.

<sup>2</sup> <https://www.denniselbers.nl/filter/MOTI/Design-It-Yourself>



Görsel 11 ve 12. Dennis Elbers, *Design It Yourself* sergisi, MOTI Müzesi, 2011

## Sonuç

Sergileme tasarımı birçok tasarım alanından beslenen disiplinlerarası bir alandır. Bu makalede görsel iletişim tasarımının tipografi anlamında sergileme tasarımına etkisi ve dünya üzerindeki örnekleri incelenmiştir. Görülmektedir ki sadece iki boyutlu değil, üç boyutlu tipografi, sergileme tasarımcılarının görsel diline yansımıştır. Sergileme tasarımında tipografiyi etkin bir biçimde kullanmak ve neredeyse tamamen tipografiden oluşan sergi tasarımları yapmak, görsel tasarımcıların ağırlıklı olarak alanda çalışmasını sağlamaktadır. Buna ek olarak görsel tasarımcılar, sergileme tasarımı sürecine dahil olduklarında büyük ölçekli alanlarda üç boyutlu düşünebilme özgürlüğüne sahip olmaktadır.

Sergileme tasarımının başarılı olduğunu gösteren en önemli özelliğinin, geniş alanlarda fark edilmek ve dikkat çekmekle ilgili olduğu söylenebilmektedir. Bu nedenle sergileme tasarımında tipografinin mekanda devasa kullanıldığı örnekler incelenmiştir. İncelenen örneklerde tipografik tasarımın renk, biçim ve boyut bakımından ön plana çıktığı görülebilmektedir.

Kısaca özetlemek gerekirse sergileme tasarımında tipografi başlıca unsur olduğunda dikkat çeken başarılı bir uygulama ortaya çıkması mümkündür. Görsel tasarımcıların sergileme tasarımcılarıyla birlikte çalışması ve hatta sergileme tasarımcısı olması farklı bir çalışma olanağı sunmaktadır.

## Kaynakça

Ambrose, G., Harris, P. (2009). *The Fundamentals of Graphic Design*. İsviçre: AVA Publishing. 134.

Ambrose, G. ve Harris, P. (2014). *Grafik Tasarımda Tipografi*. İstanbul: Literatür Yayınları. 12

Cullen, K. (2012). *Design Element Typography Fundamentals*. Singapur: Rockport Publishing. 12.

Demir, Ç. (2015). "Günümüzde Sergileme Tasarımı ve Temalı Mekanlar". *Sanat ve Estetikte Asal Değerler Mekan Zaman*, Ankara Üniversitesi Yayınları No:475. (s.81-90), Ankara.

Hughes, P. (2015). *Exhibition Design: An Introduction (Vol. Second edition)*. London: Laurence King Publishing. 104.

Locker, P. (2011). *Exhibition Design*. Singapur: AVA Publishing. 10-11.

Shaoqiang, W. (2016). *Exhibition Art - Graphics and Space Design*. Barcelona: Sandu Publishing Co. 240.

## İnternet Kaynakları

<https://www.pentagram.com/work/closed-worlds/story> adresinden 20.01.2020 tarihinde alınmıştır.

<https://www.denniselbers.nl/filter/MOTI/Design-It-Yourself> adresinden 20.01.2020 tarihinde alınmıştır.

## Görsel Kaynakları

Görsel 1 ve 2. <https://www.pentagram.com/work/closed-worlds/story> adresinden 20.01.2020 tarihinde alınmıştır.

Görsel 3. <https://www.designboom.com/architecture/coordination-asia-the-nike-studio-beijing-interiors-09-01-2015/gallery/image/coordination-asia-the-nike-studio-beijing-holiday-15-collection-interiors-designboom-3> adresinden 20.01.2020 tarihinde alınmıştır.

Görsel 4. <https://www.designspiration.com/save/313375209719/> adresinden 20.01.2020 tarihinde alınmıştır.

Görsel 5. <https://www.dezeen.com/2010/07/05/pop-up-store-for-stella-mccartney-by-giles-> adresinden 20.01.2020 tarihinde alınmıştır.

Görsel 6 ve 7. <https://casadecor.es/decoracion/espacios/espacio-citroen-ds3/> adresinden 20.01.2020 tarihinde alınmıştır.

Görsel 8. <https://www.pentagram.com/work/dazzle/story> adresinden 20.01.2020 tarihinde alınmıştır.

Görsel 9. <https://www.artnews.com/art-news/market/barbara-kruger-david-zwirner-gallery-1202668686/> adresinden 20.01.2020 tarihinde alınmıştır.

Görsel 10. <https://www.we-heart.com/2014/08/04/barbara-kruger-at-modern-art-oxford/> adresinden 20.01.2020 tarihinde alınmıştır.

Görsel 11 ve 12. <https://www.denniselbers.nl/filter/MOTI/Design-It-Yourself> adresinden 20.01.2020 tarihinde alınmıştır.