



Tipografide Renk ve Rengin Kullanımı

The Usage of Color and Color in Typograph

Köksal BİLİRDÖNMEZ¹

Özet

İnsanoğlu tarihi süreci boyunca öncelikli olarak hayatını idame etme ve barınma gibi temel ihtiyaçlarının yanı sıra, hem yaşadığı döneme hem de sonraki kuşaklara kendisinin veya ait olduğu kültürün inançlarını, yaşantılarını, beceri, tecrübe ve zamanına ait konular hakkında bilgilendirme amaçlı iletişim kurma çabasında olmuş ve bunu sürekli başarmıştır. Mağara duvarlarına yapılan/çizilen resimler ve yazılar (Altamira ve Lascaux vb) resimsel anlatımın ilk örnekleri olmasıyla beraber, o dönem için mağara duvarlarına yapılan bu çizimler bilinen tarihin ilk iletişim kurma aracı da olmuştur. Yazının bulunuşu, pişmiş toprak, metal, taş, kemik ya da benzeri yazım yüzeylerinin kullanımından, kağıdın icat edilmesine, teker teker elle yazılan kitaplardan matbaanın icadıyla birlikte çoklu üretime geçilmesi beraberinde yazının ve tipografinin gelişmesini hızlandırmıştır. Yazının bulunuşundan, yazım yüzeylerinin gelişimine kadar olan süreç aynı zamanda Tipografinin gelişmesine, yazı fontlarının çeşitliliğinin artmasına ve teknolojik gelişmelerle beraber sanatında içinde yer aldığı daha farklı kaygıları gündeme getirmiştir. Yazı artık sadece ait olduğu kültürün kullandığı sembollerin ötesine geçerek uluslararası bir kimlik kazanmış, yazarken kullanılan fonttan tercih edilen rengin seçimine kadar pek çok anlatımsal nitelik kazanmıştır. Özellikle içinde bulunduğumuz yüzyılda Tipografi 'de renk kullanımı ve tercihi önemli bir yer tutmaktadır. Ulusal ve Uluslararası pazar payına sahip olan birçok şirket kurumsal kimliklerinde, logo, amblem, logotype, yazı fontu ile birlikte renk tercihlerine de önem vermişlerdir. Bu çalışmada Tipografide renk ve rengin kullanımı örnekleriyle birlikte açıklanıp aynı zamanda grafik tasarım unsurları açısından değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Tipografi, Logotype, Logo, Renk, Resim

Abstract

Throughout the history of mankind, in addition to his basic needs such as survival and shelter, he has been in an effort to share to the period he lived and to the next generations about his or his culture's beliefs, lives, skills, experience and time, and he has continually succeeded in that. Although the pictures and writings made/drawn on the cave walls (Altamira and Lascaux etc.) were the first examples of pictorial expression, these drawings made on cave walls for that period were also the first communication tools of known history. The invention of writing, terracotta, metal, stone, bone or similar writing surfaces, the invention of paper, and the transition from handwritten books to multiple productions with the invention of the printing press accelerated the development of writing and typography. The process from the invention of writing to the development of

¹Kastamonu Üniversitesi, Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi, Kastamonu, Türkiye

ORCID:

K.B.: 0000-0001-7599-3199

Corresponding Author:

Köksal BİLİRDÖNMEZ

Email:

kbilirdonmez@kastamonu.edu.tr

Citation: Bilirdönmez, K. (2020).

Tipografide Renk ve Rengin Kullanımı. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10 (4):

Submitted: 23.10.2020

Accepted: 21.11.2020

writing surfaces has also raised different concerns with the development of typography, the increase in the variety of fonts and technological developments. Writing has now gained an international identity by going beyond the symbols used by the culture it belongs to, and it has gained many expressive qualities from the font used in writing to the choice of the preferred color. Especially in the century we are in, the usage and preference of color have an important place in typography. Many companies with national and international market shares have given importance to color preferences along with logo, emblem, logotype and font in their corporate identities. In this study, the usage of color and color in typography was explained together with examples and also evaluated in terms of graphic design elements.

Keywords: Typography, Logotype, Logo, Color, Picture

1. GİRİŞ

On binlerce yıldan beri mağara duvarlarına yapılan resimler ile başlayan iletişim serüveni insanoğlunun yaşadığı dönem, bulunduğu coğrafya ve sahip olduğu teknolojik imkânlar doğrultusunda gelişme göstermiştir. İlk çağlarda semboller ile iz bırakan göstergeler, zamanla harflere dönüşmüş, her harf bir ses, seslerin birleşmesiyle de bir/birçok anlam ve sunuş biçimleri oluşturmuştur. İnsanoğlu içinde bulunduğu her dönemde resimler, semboller, tasvirler vs aracılığıyla mesaj iletmenin sayısız yolunu bulmuştur. Yazı, kullanıcıların düşündükleri, hissettikleri ya da ifade edebildikleri her şeyi soyutlaştırıp açıkça belirleyebilecekleri düzenli bir gösterge veya simgeler bütünü oluşturulduktan sonra ortaya çıkmıştır. Böyle bir sistem elbette ki kısa sürede oluşmamıştır. Yazının tarihi uzun, yavaş ve karmaşık bir süreçtir (Jean, 2002: 12).

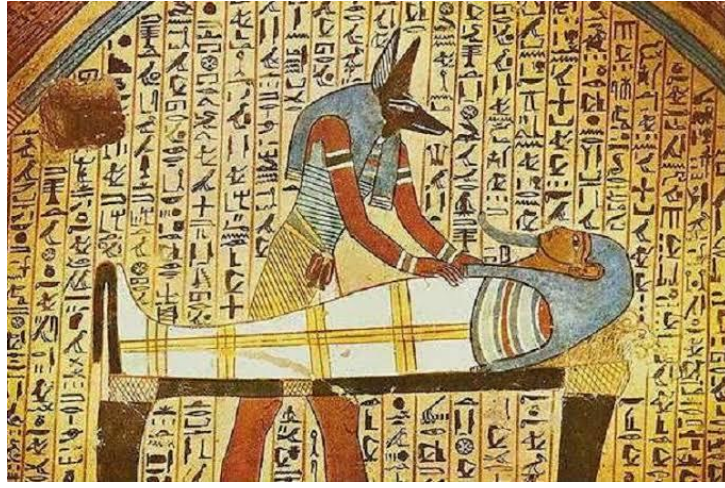
Yazının bulunuşundan önceki döneme 'tarih öncesi' dönem denilmektedir. İnsanlık tarihi yazının bulunuşuyla başlamıştır denilebilir. Sümerlerin ilkyazı sistemini geliştirerek buldukları çivi yazısı insanlık tarihinin dönüm noktalarından biridir.



Resim 1. Çivi Yazısı

Kaynak: (<https://www.tarihiolaylar.com/tarihi-olaylar/sumerler-313>)

Eski Mısır uygarlığında yazı işlevi gören ve resim özelliği taşıyan simgeler olan hiyeroglifler (Tanrı'nın Sözleri) çoğunlukla mısır mezarlarında ve duvarlarında kullanılmıştır. Hiyerogliflerin ilk uygulandığı yüzeyler başlangıçta taş, ahşap ya da sıva ile kaplı yüzeylerken İ.Ö. 2500 yıllarından sonrasında papirüs olarak adlandırılan ve adını da yapımında kullanılan papirüs bitkisinden alan bitki temelli kağıtlar kullanılmaya başlanmıştır. Yazının toplumsal yaşamın bir parçası haline gelmesiyle birlikte Mısır yüksek uygarlık düzeyine ulaşmış, okuma-yazma ve öğrenmenin ayrıcalık olduğu bir medeniyet olmuştur. Ayrıca resimli el yazmalarının tarihte görüldüğü ilk medeniyette Eski Mısırlılar'dır. Piramitlerin duvarlarına oyularak yazılmış ölüm sonrasını konu alan metinler Yeni Krallık devrinde (İ.Ö.1580) papirüsler üzerine kaydedilmeye başlanmıştır (Becer, 1999: 84-85).



Resim 2. Mısır Hiyeroglif Yazısı, Papirüs Üzerine Yazılıp Resmedilen “Ölümün Kitabından Bir Sahne”

Kaynak: (<https://bilimdili.com/kitap/misir-oluler-kitabi/>)

Yazının ve ulaşılabilir yazılan bilgilerin insanlık yaşamına girmesinde en önemli dönüm noktası kağıdın icadı ile olmuştur. Kâğıdın keşfi Çinlilere dayanır ve bir saray memuru olan Eunuch T'sai Lun tarafından İ.S.105 yılında bulunmuştur. Kağıdın günlük yaşama girmesi sonucunda Çinliler uzun yıllar boyunca 'Dört hazine' olarak nitelendirdikleri Fırça, mürekkep çubuğu, mürekkep taşı ve kâğıt ile değişik üslup ve harf karakterleri kullanarak kaligrafi sanatını geliştirmişlerdir. Diğer taraftan ticaret, savaşlar ve göç kültürler arasında etkileşimi ve transferi şekillendirirken, yazı da bu süreçten etkilenmiş, her kültür kendi yazısını ve yazı karakterlerini geliştirmiştir. Yazının ve yazım yüzeylerinin gelişimi, bilginin kayıt altına alınmasını sağlamış, yazılı belge üretimi giderek hızlanmış, içinde tarihsel olaylar ve efsanelerinde dahil olduğu hemen hemen her bilgi kaydedilmeye başlanmıştır.

Bilginin sonsuz olması ve dolayısıyla var olan bilgilerin paylaşılması, saklanması ve çoğaltılması gerekliliğini doğurmuştur. Tek tek her bir sayfanın yazılmasından, bir kez yazıp onun çoğaltılması düşüncesi matbaacılık fikrinin oluşmasını sağlamıştır. İnsanlık tarihinin yazıdan sonraki en önemli ikinci keşfi olan baskı tekniğini de Çinliler bulmuştur. Mühür oymacılığı geleneği, baskı tekniklerinin geliştirmesinde önemli bir etken olmuştur. Bu dönemde yazılar, baskı için tahta kalıplar üzerine yüksek rölyef olarak oyulmaya başlanmıştır. Buda'nın 'Diamond Sutra' adlı yapıtı, bu teknikle basılan ilk el yazmasıdır (İ.S. 868). Bu kalıpların oyulması ve hazırlanması çok zaman aldığı gibi farklı bir iş için tekrardan yeni kalıp hazırlanması gerekmektedir. Çünkü baskı kalıplarında resimler ve yazılar bir bütün olarak tek parça olarak hazırlanmış ve oyulmuştur. Ayrıca Çin alfabesinin binlerce harf karakterine sahip olması da baskıyı zorlaştıran diğer bir faktör olmuştur (Becer, 1999: 84-94).

2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Tipografide gerek kullanılan font olsun, gerekse fontta kullanılan renk olsun bu iki unsurun seçimi kullanımı doğru/yanlış oldukça önemlidir. Araştırmanın amacı Tipografide renkler ve rengin doğru bir şekilde kullanılmasını sağlamaktadır. Global firmalar kurumsal kimlik çalışmalarında kullandıkları tipografik düzenlemeler ve beraberinde logolarında kullandıkları yazı fontu ve renk kullanımlarını belirlerken, renklerin ne anlama geldiği, psikolojik etkileri, fizyolojik etkileri, renklerin dili gibi unsurlar araştırmanın bir parçası olmuştur.

Bu çalışmada izlenen yol ile doğru font kullanılmasının ve doğru rengin tercih edilmesinin firmanın faaliyetini sürdürme süresiyle, devamlılığıyla doğru orantılı olduğu ortaya

konulmaktadır. Araştırmanın amacı ve öneminin daha iyi kavranabilmesi için yazının tarihi gelişimine ve günümüze kadar geçen sürece değinmekte fayda olacaktır.



Resim 3. Buda'nın 'Diamond Sutra'

Kaynak: (<https://www.google.com/search?q=Buda%27n%C4%B1n%E2%80%98Diamond+Sutra>)

Çinlilerin binlerce karakterden oluşan alfabesine karşın, İ.Ö.1500 yıllarından Fenikeliler tamamen soyut biçime sahip 22 harften oluşan ve yazı yönü sağdan sola akan Fenike alfabesi icat etmişlerdir. Yunanlılar Fenike alfabesine 'a,e,i,o,u' gibi sesli harfler eklemişlerdir. Yazının yönünü soldan sağa çevirmişler ve harflere geometrik bir uyum ve estetik kazandırıp satır üzerine yerleştirmişlerdir. Roma İmparatorluğu döneminde ise 21 harften oluşan bir alfabe kullanılmıştır. Miladi yılın başlarında yazılar 'Codex' adı verilen, günümüz kitaplarının da ilk hali olan yüzeylere yazılmaya başlanmıştır. Codex sisteminde parşömen tabakalar katlanarak kesilip, sayfa sayfa bir araya getirilmiştir (Becer, 1999: 90-91).

Harfler, piktografik yazıdan tarihsel süreç içinde dönüşerek soyutlanmış temel abece yapılarına sahiptir. Abece tasarımlarının temel yapılarını, bu abecelerin tüm harfleri arasındaki biçim ve ölçü ilişkilerini sağlayan bir ortalama sistemi oluşturur. Bu oranlama sistemleri harfin geometrisini belirler. Kısaca harfin geometrisi kavramı böylelikle o abece tasarımının sistematik biçimini gösterir (Sarıkavak, 1997: 5).

𐤀	𐤁	𐤂	𐤃	𐤄	𐤅	𐤆	𐤇	𐤈	𐤉
aleph	beth	gimel	daleth	he	waw	zayin	heth	teth	
'	b	g	d	h	w	z	h	t	
𐤊	𐤋	𐤌	𐤍	𐤎	𐤏	𐤐	𐤑	𐤒	𐤓
yod	kaph		lamed		mem		nun	samekh	
y	k		l		m		n	s	
𐤔	𐤕	𐤖	𐤗	𐤘	𐤙	𐤚	𐤛	𐤜	𐤝
ayin	pe	sade	qoph	resh	shin		taw		
'	p	s	q	r	sh/s		t		

Resim 4. Fenike Alfabeti

Kaynak: (<https://afyonluoglu.wordpress.com/2011/04/30/>)

Kağıdın en önemli gelişim süreci, İslam ordularının 9. yüzyılda Talas savaşında Çinlilerden kağıdı öğrenmeleri ve çok kısa bir sürede 11. yüzyılda İspanya kıyılarında bile kağıt üretim merkezleri açmış olmalarıyla başlamıştır. Artık üretimi ve ulaşımı kolay olan, bolca bulunan kağıt sayesinde bilgilerin yüzeyine aktarılabilceği, bir araya getirilip (cild) saklanabileceği dönem başlamış, böylelikle el yazması kitaplar aynı zamanda sanat eseri haline gelebilmiştir. Avrupa

halkları parşömen denilen deriden üretilen kağıdı kullandıkları bu dönemler İslam coğrafyasında Bağdat gibi sanat ve bilim merkezleri kurulmaya başlanmış, dini ve bilimsel kitaplar sanat eseri gibi üretilmiştir. Özellikle Kur'an-ı Kerim'in ve dini kitapların güzel yazıyla yazılması gayreti İslam kaligrafisi sanatının doğmasına neden olmuştur (Becer, 1999: 92).



Resim 5. İsmâil Zühdü'nün (Yeni) sülüs-nesih hatlarıyla hilye-i şerifesi (Ekrem Hakkı Ayverdi hat koleksiyonu)

Kaynak: (<https://islamansiklopedisi.org.tr/ismail-zuhdu-yeni>)

10-13. yüzyıl İslam dünyasında görülen bu kağıt bolluğuna karşın, Ortaçağ Avrupası'nda yaşanan kitaplar için kullanılacak yazı yüzeyi sıkıntısı, ellerinde var olan parşömen veya papirüs gibi kağıtların daha dikkatli ve özenli kullanılmasına neden olmuştur. Bundan dolayı Ortaçağ manastırlarında üretilen, sanat değeri yüksek dini ve edebi el yazması eserler yazının gelişmesinde oldukça önemli bir yere sahiptir. Bu el yazma eserler çok pahalıya mal edildiği için soylular ve zengin kiliseler sahip olabilmişlerdir. Papirüs ve parşömeden yapılan kitapların sayısının az olması neticesinde bu dönem Avrupa'sında okur-yazar oranı da çok düşüktür (Gültekin, 2015: 77).

1450 yılında Johannes Gutenberg'in Hareketli metal harfleri kullanarak hızlı bir şekilde birçok kez baskı yapabilme imkânı sağlaması Baskı Teknolojisinde devrim yaratan buluş olmuştur. Gutenberg, kurşun alaşımdan meydana gelen metal harflerle, aynı kalıptan defalarca baskı yapılabilmesini sağlamıştır. Matbaadaki bu gelişme XI. Yüzyıldan beri bilinen Çinlilerin birim harfler kullanarak yaptıkları baskı sisteminden sonra en önemli tarihi, kültürel aşamadır (Uçar, 2004: 100).

Gutenberg'in hareketli hurufat tekniği ile kitaplar basılmaya başlanmış, kitaplar sadece zengin ve soylu sınıftan çıkarak daha geniş kitlelere ulaşabilmeyi başarmıştır. Bu gelişmeler beraberinde okuryazar ve kitap sahibi olabilme oranını da yükseltmiştir.

Kitapların çok sayıda üretilmesi ve insanların bu üretilen çeşitli içeriklerdeki kitaplara erişiminin kolaylaşması, tipografinin doğmasına neden olmuştur. Tipografi; Gutenberg'in hareketli hurufat sistemiyle geliştirdiği teknik sonrasında, kitap üretiminde basım ve çoğaltmada kullanılan bir terim ve meslek alanı olmuştur.

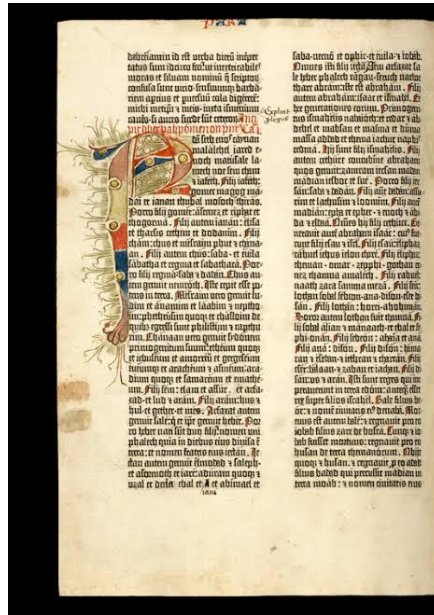
"Tipografi, sözcüğün kaynağına bakıldığında 'type' ve 'graphy'den oluştuğu görülmektedir. 'Type' metalden kesilmiş ya da daha çok dökülmüş, yüksek baskı amaçlı harfleri –eski Türkçe ile

Tipografide Renk ve Rengin Kullanımı

'harf'in çoğulu 'hurufat'ı ve dizgiyi imlemektedir. 'Graph'ın ise aslı Latince'den gelen çizge, çizim vb. anlamları vardır ve grafik kavramı zaman içinde basım ve çoğaltım yöntemlerinin görsel bildirişim velya da iletişim amaçlı kullanımını betimlemiştir" (Sarıkavak, 2018: 12).

"Tipografici Eric Gill 'Harfler şeylerdir, şeylerin resmi değildir' demiştir. Belirli bir şekilde dizilen harfler, konuşulan dilin sesini temsil eder ve düşünceleri görsel olarak öyle bir ifade eder ki diğer insanlar bunları amaçlanan şekilde anlayabilir. Harflerin oluşturulduğu ve sunulduğu üslup, temsil ettikleri düşünceler hakkında algımızı değiştirebilirler" (Ambrose -Harris, 2014: 14).

1452 ve 1455 yılları arasında Gutenberg'in bastığı ilk eser 42 line Bible dir. (42 satırlı İncil) Bu eser Skolastik dönemin sanatsal yazısı olarak beğenilen Gothic ile basılmıştır (Sarıkavak, 2018: 10-11). Gotik yazı karakteri Ortaçağ'da Avrupa'da çok yaygın olan gösterişli yazı karakteridir. Black Gotik, Old Gotik, Broken gibi Gotik karakterleri ağır görünüşlüdür, karmaşık harf biçimlerine sahiptir. Espas aralıkları dardır, uzun yazı bloklarında kullanıldığında okumayı güçleştirirler (Ambrose -Harris, 2012: 104).



Resim 6. 42 Line Bible 1452-1455

Kaynak: (<https://en.wikipedia.org/wiki/Berengaudus>)

Gutenberg'in ardından gelen matbaacılar uzun bir süre Texture karakterini kullanmışlardır. Zaman geçtikçe yazı karakterinde deformasyonlar başlamış ve nispeten daha okunaklı karakterler kullanılmaya başlanmıştır. Eski yazı karakterleri referans alınarak yeni karakterlerde değişikliklere gidilmiştir. Karl Dönemi Miniskülü bu karakterlere örnektir. Tüm bu değişikliklerin kaynağında Rönesans'la başlayan Hümanizm hareketlerinin büyük rolü vardır. Pozitif bilim, insan, dünyada yaşayış, kavramları değer kazanırken Ortaçağ'da biçim ve sanatta da değişiklikler olmuştur. Bu dönemde tasarlanan yazı karakterlerinden; Schwacher ve Fraktur yazıları daha okunur, hareketli akıcılığı olan yazı karakteridir. Eğik yazı da (Kurzif) bu zaman aralığında ortaya çıkmıştır. Günümüzde eğik yazı her yazı karakteri ailesinde bulunmaktadır. İtalya'da doğmuş olmasından dolayı 'İtalik' adıyla da tanınmaktadır. 1762'de İtalya'da Bodoni karakteri doğmuştur. Bodoni; 291 çeşit antik ve kurzif (italik) yazı tasarımının yanında, 233 çeşit serifli ve serifsiz yazı tasarımları ile aydınlık, sade ve bugün bile çokça kullanılan bir yazı karakteri olmuştur (Gültekin, 2015: 77-79).

Tipografinin gelişiminde karşılaşılan önemli dönüm noktaları arasında; 1796'da Aloys Senefelder tarafından taşbaskının bulunuşu çok önemli bir aşama olarak kabul edilmektedir.

Tipografi açısından ikinci önemli süreç ise Linotype makinesinin 1886'da Ottmar Mergenthaler ve Monotype makinesinin 1893'te Tolbert Lanston tarafından geliştirilmesidir.

Üçüncü önemli köklü değişim ise 500 yıllık baskı geleneği, fotoğraf teknolojisinin, mekanik ve elektronik teknolojisiyle bütünleştirilmesiyle foto dizgi sisteminin ortaya çıkmasıdır. Dördüncü önemli aşama ise 1960'lı yıllarda geliştirilen; daktilo klavyesi ile harflerin fotoğrafik olarak düzenlendiği foto-düzenleme sistemine dönüşmesidir. 1970'lı yıllardan bu yana geliştirilen bilgisayar teknolojileriyle de tipografide fontlar sayısal görüntülerine dönüşmüştür (Sarıkavak, 1997: 1).

Tipografinin gelişiminde toplumların yaşadığı kırılmalar ve toplumsal devinimler önemli etkenler olmuştur. Özellikle Sanayi Devrimi; toplumun yaşayış biçiminden, standartlarına, kültüründen, tüketim alışkanlıklarına kadar nüfus ederek etkisi altına almıştır. Politik güç aristokratlardan kapitalistlere geçmeye başlamıştır. Tarım toplumundan endüstri toplumuna geçişin neden olduğu sosyo-ekonomik durum, fabrikaların artmasına ve seri üretime geçilmesine dolayısıyla da el sanatlarının değerinin azalmasına, sosyal düzen içerisinde işçi sınıfı gibi yeni toplumsal sınıfların oluşmasına neden olmuştur. Sanatın yorumu, estetik ölçütleri ve biçimsel oluşumu değişmiş, yeni arayışlara doğru ilerleyiş olmuştur. Sanatta, bu değişimin en belirgin kanıtı olmuştur. Modern sanat hareketleri dalga dalga dünya üzerinde sanatçıları etkisi altına almıştır. Kapitalizmin yarattığı sanat bir başkaldırı niteliğinde olan modern sanat hareketleri, İtalya'da oluşan Fütürizm, Fransa'da görülmeye başlanan Kübizm, Rusya'da Konstrüktivizm, Avrupa'da değişen toplumsal ve yaşamsal değerleri yansıtan ve savaşın etkilerini içinde barındıran Dada hareketi ve sonrasında gelişen Gerçeküstüçülük, grafik tasarımı etkilemiş dolayısıyla tipografide de yeni bir görsel dil yaratmıştır (Kınam, 2010: 4-5).

Fransız Devrimi ile eşitlik idealleri okur-yazarlığın artmasına, eğitimin yaygınlaşmasına yol açmıştır. Kitapların, dergilerin yayın sayıları artmıştır. Bu gelişmelerin sonucunda grafik iletişim daha fazla önem kazanmaya başlamış bilgi akımının hızlanması kitle iletişim çağının başlamasına neden olmuştur (Becer,1997: 96).

Sanatı etkileyen küresel olaylar tipografi üzerinde de etkisini göstermiştir. Bu tarihsel olaylara göre yazı karakterleri değişim göstermiş sanatçıların kendilerini ifade edişlerine yeni bir görsel dil de eşlik etmiş ve böylelikle yeni tipografi doğmuştur. Hollanda ve Rusya'da başlayan bu yeni biçim dili, Bauhaus 'ta kristalize olmuştur. "Yeni tipografi" terimini ilk kullanan Jan Tschichold' olmuştur. Jan Tschichold Konstrüktivist düşüncelerin tipografiye uyarlanması üzerine teoriler geliştirmiş ve "Yeni Tipografi" kitabını yazmıştır. Yeni tipografi, tasarımcılarda yaratıcılığı kısıtlamadan işlevsel ve etkili bir görsel iletişim geliştirmeye itmiştir. 20 yüzyılın ussal ve bilimsel anlayışı uygulamalarla grafik bir ifade kazanmıştır. Bugün bile bu anlayış grafik tasarımı etkilemektedir (Bektaş, 1992: 97).

3. YÖNTEM

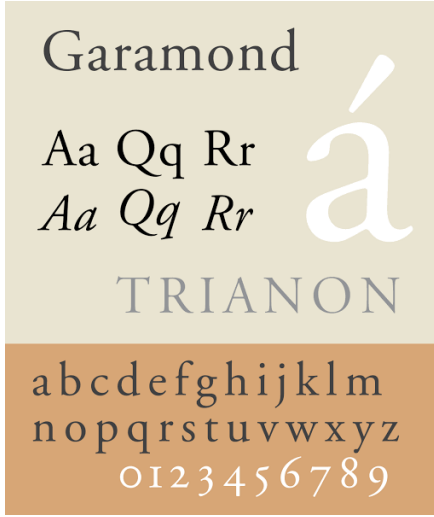
Çalışmada basılı kaynakların ve bilimsel çalışmaların yanı sıra konunun görseller ile desteklenmesi ve Tipografide Renk ve Rengin Kullanımının yaygın olarak kullanıldığı alanlar, renklerin ne anlama geldiği ve mevcut firmaların tipografik düzenlemelerinde hangi renkleri tercih ettikleri ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır.

Ayrıca tipografik düzenlemelerde ve logolarda kullanılan renklerin tesadüfi belirlenmediği, renk seçiminin Tipografik düzenlemelerde kullanılan logonun ve rengin firmanın faaliyet alanına göre tespit edildiği, hedef kitlede kalıcılığın sağlanmasının ne kadar önemli olduğu örneklerle ortaya konulmuştur.

Yazının tarihçesi, matbaanın icadı, yazı ailesi, yazı çeşitleri, rengin kullanımı gibi başlıklar altında konu titizlikle incelenmiş olup, görsellerle desteklenmiştir.

Tarihsel dönem içerisinde yazıların sınıflandırılması:

Geleneksel Yazılar: Harfler el yazılarının yuvarlak ve organik yapısına sahiptir. Serifleri dirsek biçiminde ve eğimlidir. İnce ve kalın harfler arasında çok az kontrast vardır. Örnek Garamond, Palatoni



Resim 7. Garamond Font

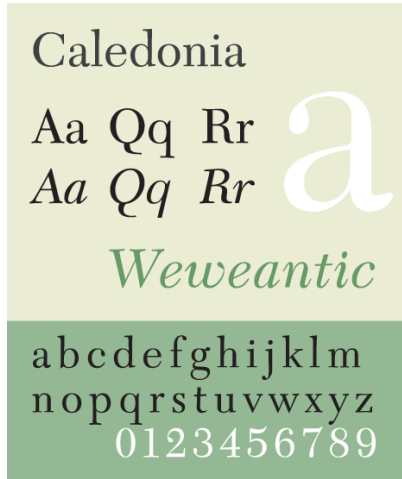


Resim 8. Palatino Font

Kaynak: <https://en.wikipedia.org/wiki/Garamond>

Kaynak: <https://en.wikipedia.org/wiki/Palatino>

Geçiş Dönemi Yazıları: Harfler serifli yataya daha yakın ve eğimlidir. Yazının İnce ve kalın hatlarında geleneksel yazılara nazaran daha belirgin bir kontrast vardır. Barok döneminin etkisiyle harfler daha genişlemiştir. Örnek: Perpetua, Caledonia



Resim 9. Caledonia Font

Kaynak: ([https://en.wikipedia.org/wiki/Caledonia_\(typeface\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Caledonia_(typeface)))

Modern Yazılar: Modern yazılarda ince ve kalın harfler arasında kontrast diğerlerine oranla daha fazladır. İnce hatlar Çizgi halindedir. Serifler harf gövdesine dik bir açıyla bağlanır. Harflerin anatomisinde geometrik kuralların hâkim oluşu görülmektedir. Örnek: Bodoni, Torino



Resim 10. Beton

Kaynak: (<https://en.wikipedia.org/wiki/Bodoni>)

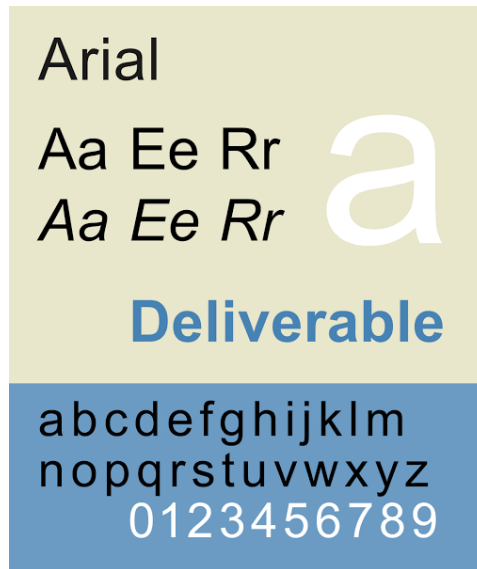
Kare Serifli Yazılar: Bu yazı karakterindeki harflerde serifler kare ya da dikdörtgen biçiminde olup gövdeye dik açı ile bağlanır. İnce ve kalın harflerdeki kontrast belirgin bir şekilde azalmıştır ve harflerinin et kalınlıkları eşittir. Örnek: Beton, Playbill



Resim 11. Beton Font

Kaynak: ([https://en.wikipedia.org/wiki/Beton_\(typeface\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Beton_(typeface)))

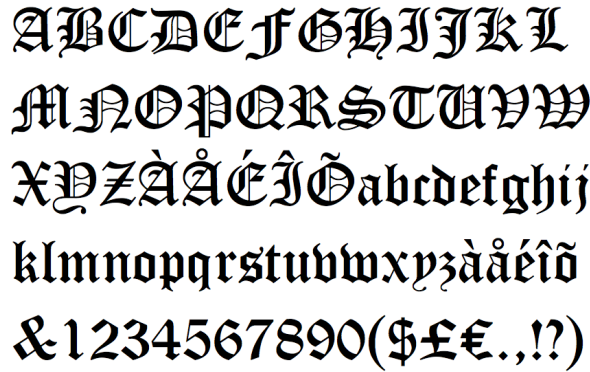
Serifsiz (sans/olmadan serif) Yazılar: Seifsiz harflerde et kalınlıkları eşittir. Geometrik bir anlayışla tasarlanmış olan karakterlerde yuvarlak hatlardaki incelme eksen/stres daima dikey konumdadır. Örnek: Arial, Futura



Resim 12. Arial Font

Kaynak: (<https://en.wikipedia.org/wiki/Arial>)

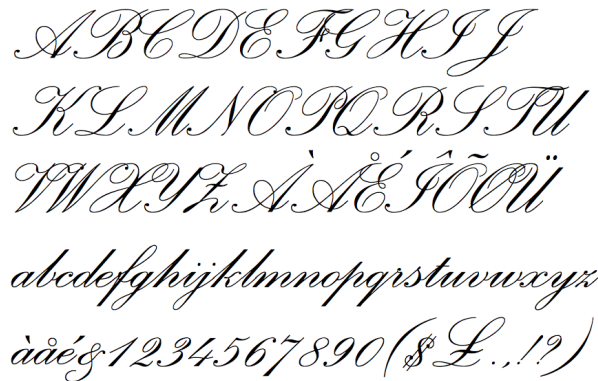
Gotik Yazılar: Ortaçağ Avrupası'nda yaygın olan süslü, dekoratif, anatomisinde kesik uçlu kalem etkisi görülen yazı karakterleridir. Harf biçimlerinin karmaşıklığı nedeniyle uzun metin bloklarında okunmaları güçtür. Örnek: Gotik, Fraktur



Resim 13. Gotik Old English

Kaynak: <http://www.identifont.com/similar?3OI>

El Yazıları: Harfler serbest ve akıcı biçimsel özelliklere sahiptir. El yazıları dairesel yapıyla oluşturulmuş sola eğilimlidir. Örnek : Mistral, Palace Script. (Becer, 1999: 177-179).



Resim 14. Palace Script

Kaynak: (<http://www.identifont.com/similar?TH>)

Yazı Ailesi: Yazı ailesi, farklı ağırlık, genişlik ve italik çeşitleri de dâhil olmak üzere oluşturulan ve aynı karakteristik özellikleri taşıyan yazı ailesi grubuna denir. Örnek: Stone, Rotis, Univers



Resim 15. Univers Yazı Ailesi

Kaynak: (<https://www.google.com/search?q=Univers+yaz%C4%B1>)

Yazı Karakteri: Bir yazı karakteri: Aynı karakteristik tasarıma sahip harflerin, rakamların, sembollerin, noktalama işaretlerinin vb. bir koleksiyonudur. Yazı karakterleri çoğu zaman fontlarla karıştırılır. Bir font bilgisayar kodu, litografik film, metal veya ahşap kalıp gibi yazı karakterlerinin fiziksel şekilde üretimidir (Ambrose-Harris, 2014: 17).



Resim 16. Yazı Karakterleri

Kaynak: (<http://www.kotaman.com/pangram-nedir/>)

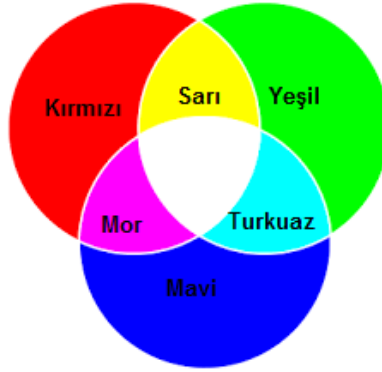
Tipografi hayatımızın içerisinde bizimle beraber adeta yaşayan; öğreten, haber veren, bilgilendiren, dikkat çeken, merak gideren vb. birçok işlevi yüklenebilen iletişim türüdür. Dikkatimizi bazen bir gazete sayfasında çekebileceği gibi devasa bir binanın üzerinde, bir kadının tişörtünde veya multimedya da sayısız kere çekebilmektedir. Harflerin yan yana getirilmesiyle oluşturulan kelimeler, onlara eşlik eden görseller ile bize mesajlar iletir. Hafızamızda yer eder, zihinde kalıcılığı sağlar. Tipografik düzende kelimelerin terimlerin doğru bir şekilde kullanılması ile iletilmek istenen düşüncenin alıcıya açık-net ve doğru bir şekilde aktarılmasını sağlar.

Bununla birlikte yazılı metnin sadece içerdiği karakterlerle değil yazımında seçilen renk bile onun anlamlandırılmasında önemli unsur olabilmektedir. Zira canlılar özellikle de insanlar renklere verdikleri psikolojik veya sosyolojik anlamlar ile iletişimlerini zenginleştirmektedirler. Kaynağı olan ışık nedeniyle fiziksel bir olgu olan renk, fizyolojik bir etki ile anlaşılıp, psikolojik bir algılamayla anlamlı hale gelmektedir. Renk kavramı ile ilgili pek çok tanımlama yapılabileceği gibi genel anlamda; Işığın çevremizdeki objelerden yansıyarak gözümüze ulaşması sonrasında zihnimize oluşturduğu duyuların her birine renk denir. Renk, düşüncelerimize, eylemlerimize, ihtiyaçlarımıza, duygularımıza ruh halimizde, hatta sağlığımızda değişiklikler yaparak bizleri etkiler. Hoşa giden renk, ritmi ve uyumu, estetik eğilimleri belirleyebilir. Soyut ve sembolik düşüncelerin ve anlamların ifadesi olabilir renk. Rengin farklı alanlarda yapılmış tanımları bulunmaktadır;

Psikolojik tanımı; renk, beynimizde uyanan bir duygudur.

Fizyolojik tanımı; birçok ışık cinsinin göz retinası üzerinde, sinirleri uyarması ile meydana getirdiği fizyolojik bir olaydır. Renk bizdedir sinir sistemimizde mevcuttur. Fiziksel tanımı; renk, ölçüyle, tayfla, rakamlarla belirlenebilen, fiziksel bir olaydır. Göz, ışık titreşimlerini, sinirler vasıtasıyla beyne iletirerek, rengin idrak edilmesini sağlar (Eliri ve Erdurucan, 2011: 6).

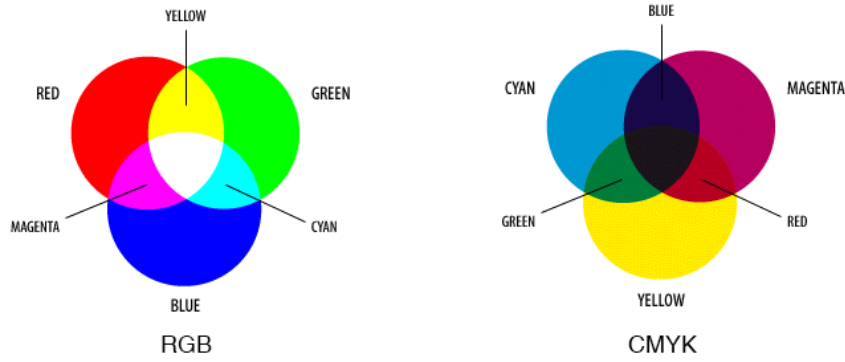
Fizyolojik açıdan renge bakıldığında; Beyaz ışığın kaynağından doğan renk tayfları kendi içinde ana ve ara renkler olarak sınıflandırılmıştır. Ana renkler; kırmızı, sarı ve mavidir. Ara renkler; yeşil, turuncu ve mordur. Bu üç ana renk boya anlamında ele alınan renk kavramıdır (Tepecik, 2002: 34).



Resim 17. Işık Renkleri (Toplamalı Renkler)

Kaynak: (<https://serdara.com/renk-teorisi-rgb-cmyk/>)

Baskı tekniklerinde renkler iki türdür; Eklemeli ve çıkarmalı. Eklemeli renkler ışık formunda bir araya geldiklerinde beyazı oluşturan kırmızı, mavi ve yeşildir. Çıkarmalı birincil renkler veya boya renkleri, yansıyan ışıkla ilişkilendirilen mavi, kırmızı ve sarıdır. Çıkarmalı renkler karışığında siyah ortaya çıkar (Ambrose-Harris, 2013: 6-7).



Resim 18. Dijital Sentez Kuramları (RGB-CMYK)

Kaynak: (<https://serdara.com/renk-teorisi-rgb-cmyk/>)

Tasarımda görüntüyü oluşturabilmek için kullandığımız farklı renk uzay modelleri vardır. Renk Uzayları, renkleri tanımlamak için kullanılan matematiksel modellerdir. RGB renk uzayı; Parlak ve floresan renklerinde içinde bulunduğu, televizyon, bilgisayar monitörleri, tarayıcılar gibi ekranda gördüğümüz renk modelidir. Renk aralığı 0-255 dir. Bir tasarımcı, görüntüyü genellikle RGB renk sistemi kullanarak tasarlar, tasarım basılacaksa, CMYK'nun üç yerine dört renge çevirir. CMYK'nın üç yerine dört renk oluşu dosya boyutunu arttırır. Eğer tasarım BİR web sitesine veya başka bir elektronik medyaya gönderilecekse RGB'de kalmalıdır (Ambrose-Harris, 2013: 34).

CMYK renk uzayı; Matbaacılığın ana renkleridir. Baskıda kullanılan dört renk (mavi, kırmızı, sarı, siyah) CMYK bu dört rengin İngilizce isimlerinin baş harflerinden oluşan bir kısaltmadır. Tasarımda ekstra başka bir renk kullanılmadan bu dört rengin karışımından istenilen renk elde edilmektedir. Örneğin Türk Bayrağı, bayrak kırmızısı rengindedir. Bayrak kırmızısı rengi Magenta ve Yellow renklerinin üst üste basılmasıyla elde edilen bir renktir. Temelde renk sayısı C,M,Y olmak üzere üç 'tür. Siyah sonradan bu renklere eklenmiştir. Yukarıda da bahsettiğimiz gibi kuramsal olarak üç renk birleşince siyahı oluşturur fakat uygulamada bu üç mürekkep ile istenilen yoğunluk ve gölge gibi öğelerde derinlik katmak ve baskıda maliyeti de düşürmek adına gerçek bir siyah mürekkep sisteme dahil edilmiştir. Renkler 0-100 aralığındadır (Yazmacı, 2012: 19).

Renkleri anlatmak için fiziksel yönünün haricinde birde renkleri tanımlayabilmek gerekir. Çünkü bir rengi anlatmak için koyu mavi, açık sarı gibi ifadelerle tanımlayamayız, yeterli bilgi veremeyiz. Rengin üç temel özelliğini bilmek gerekmektedir.

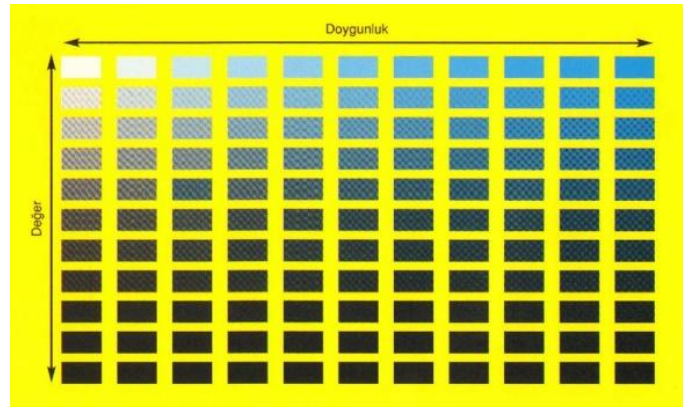
Renk birbirinden farklı dalga boylarına sahiptir, rengin kendi fiziksel sınırları içinde farklı tonlara, doygunluklara ve değerlere ulaşabilen ışın grupları vardır.

Rengin özü/renk: Bir rengin kendine özgü özelliklerini ve diğerlerinden görsel olarak ayırt etmemizi sağlar. Renk özü veya renkler ışığın farklı dalga boyları tarafından oluşturulur.

Doygunluk/Berraklığı; Bir rengin saflığını ifade eder. Bir rengin gri tonuna yaklaşmasını veya uzaklaşmasını gösterir. Tam doygunluğu olan bir renkte gri renk hiç olmaz ki bu renkler parlak, canlı, tok renklerdir. Düşük doygunluk seviyesindeki renklere gri ton bulunur; bu tür renkler sönük ve donuk renklerdir.

Değer/Işıklılık; Değer ve ışıklılık bir rengin ne kadar açık ve koyu olduğunu gösterir. Renge beyaz karıştırıldığında o rengin açık tonunu, siyah karıştırıldığında da o rengin koyu tonunu gösterir (Ambrose-Harris, 2013:18).

Tipografide Renk ve Rengin Kullanımı



Resim 19. Renkleri Tanımlamak

Bizler renklerin üzerimizde bıraktığı etkileri bazen psikolojik, bazen de fizyolojik ihtiyaçlarımız dolayısıyla genelleyip deneyimlemiş olsak da, farklı kültürlerde aynı renge dair insanların zihinlerinde çağrışımları ve hislerinin farklı olabileceği de görülmüştür. Gelinin üzerindeki beyaz renk kimi toplumlarda saflığı, arınmışlığı temsil ederken kimi toplumlarda gelinlik için öteden beri geleneklerinde ve inanışlarında gelinlik için renk, siyah, bazen de kırmızı vb. olabilmektedir.

 Skarlet Kırmızısı Heyecan verici, sağdırgan, dramatik ve dinamik.	 Kiremit Kırmızısı Güvenli, doğal ve güçlü.	 Sıcak Kırmızı Baştan çıkarıcı, uyarıcı ve ihtarıcı.	 Parlak pembe / macenta Tutuklu, frapan ve dikkat çekici.
 Açık pembe Tatlı, nazik ve kadınsı.	 Tozlu pembe Romantik, tatlı, hassas ve duygulu.	 Leylak Dingin, ince ve yumuşak.	 Şarap Varlıklı, zengin, yoğun ve ulu.
 Fıyça Şehvetli, enerjik, teatral ve eğlenceli.	 Toprak Baharatlı, sıcak, etnik ve erdemli.	 Turuncu Eğlenceli, parlak ve canlı, renklerin en sıcakı.	 Şeftali Sajlıklı, yumuşak, nazik, dokunsal ve kadımsı.
 Parlak sarı Umutlu, neşeli ama aynı zamanda korkak ve hilekar.	 Açık sarı İlham verici, sıcak, sakineleştirici/muşhem ve yaza dair.	 Altın sarı Güneşli, sonbahara dair, plimşig ama aynı zamanda uyarıcı.	 Yeşil sarı Turungçilere dair, asitli, meyvemsi, ekşi ve keskin.
 Krem Ağır, zengin, temiz, klasik ve sade.	 Bej / boz Güvenli, esnek, ağırbaşlı, ebedi.	 Kahverengi Baskıleyici, toprak, güvenilir, samimi.	 Kahve / çikolata Özü, kalıcı ve lezzetli.

Resim 20. Renk Kodları

Renkteki dengeyi en iyi görebileceğimiz alanlardan olan tipografide renk, metin içerisinde mantıksal ve görsel hiyerarşi sağladığı gibi zıtlık, vurgu, canlılık, durağanlık, yaratmak içinde kullanılmaktadır. Bu nedenle renk tipografik bir eleman olarak değerlendirilebilir. Çünkü renkler metni yeniden üretebileceği gibi, dikkati çeker, metne birden fazla anlam yükleyebilir. Renk bir sayfa metninde, farklı yazı karakterleri, yazı ve çizgi kalınlıkları, tırnaklı, sans tırnak, italik vb. tipografik unsurlarla koyu ve açık tonlamalar verebilir siyah beyaz denge kurulabilir (Gültekin, 2015: 127).

Tipografik bir düzenlemede renk seçimine dikkat edilmesi gereken, rengin kültürel çağrışımı, hedef kitlenin renk tercihi, rengin taşıdığı çağrışımlardır. Tipografik karakterlerin seçiminde dikkate almamız gereken yine harfin ya da kelimenin okunurluğunun yanı sıra bir araya getirildiklerinde oluşturacakları doku ve tonlamalardır. Tasarımcı, kurum kimliklerinde, afiş tasarımlarında, ambalajlarda, kitap kapaklarında vb. tipografiyi veya rengi ön plana çıkarabilir. Tamamen bu hedef kitleye verilmek istenen mesajla ilgilidir. Örneğin yıllardır var olan bir markaya tasarlanacak işlerde dikkat edilmesi gereken renk ve font tercihlerini, ilgili markaya ait

olduğunu gösteren doneleri, göz ardı etmemektir. Markayı anımsadığımızda aklımıza ilk markanın rengi gelebilir.

4. BULGULAR

Toplanan veriler doğrultusunda günümüze kadar varlığını sürdürmüş olan firmaların tipografik düzenlemelerinde ve doğru renk kullanımları sayesinde varlıklarını idame ettirdikleri sonucuna varılmaktadır. Mağara duvarlarına yazılan yazılar/çizilen resimler günümüzde kullanılan çalışmalara da ışık tutmaktadır. Bu araştırma da izlenilen yol ve elde edilen bulgular doğrultusunda yazının ilk kullanıldığı ve yaygınlaşmaya başladığı dönemler, matbaanın kuruluşu ve beraberinde ilerleme gösteren teknolojik gelişmeler günümüzde tipografinin ve rengin doğru kullanımının tipografinin gelişme gösterdiği alanlarda ne denli önemli olduğunu ortaya koymaktadır.

Bu bölümde ele alınan konu başlıklarında renklerin çağrıştırdığı anlamlar, tipografik düzenlemelerde ve logo tasarımlarında kullanılan renkler ile rengin kullanımına ilişkin bilgiler örnek görsellerle desteklenmiştir.

Renk Duygusu ve Renklerin Çağrıştırdığı Anlamlar

Sarı; rengi insan üzerinde açıklık, iyimserlik, sıcaklık gibi duyguları harekete geçirmektedir. Sarı rengini kullanan global markalara Nikon, Cat, Subway, Ikea, Best Buy, **National Geographic** örnek olarak gösterilebilir.



Turuncu; rengin insan üzerinde uyandırdığı ve harekete geçirdiği duygu arkadaş canlısı, neşeli, güven hissiyatlarını oluşturmaktadır. Turuncu rengi kullanan global markalara **Fanta**, Tnt, Starz, Nickelodeon örnek olarak gösterilebilir.



Kırmızı; rengi insan üzerinde uyandırdığı ve harekete geçirmiş olduğu duygu heyecan, genç, cesur, açlık hissiyatlarını oluşturmaktadır. Kırmızı rengi kullanan global markalara Youtube, Exxon, Oracle, **Cocacola**, Cnn, Kfc, Mcdonalds örnek olarak gösterilebilir.



Tipografide Renk ve Rengin Kullanımı

Mor; rengi insan ve kitleler üzerinde uyandırdığı ve harekete geçirmiş olduğu duygu yaratıcı, üretken, bilgece, hayali anlamlarının hissiyatını yansıtmaktadır. Mor rengi kullanan global markalar **Milka**, Twitch, Yahoo, Taco Bell örnek olarak gösterilebilir.



Mavi; rengi insanlar ve topluluklar üzerinde uyandırdığı ve harekete geçirdiği duygu güven, güç, özgürlük, huzur kavramlarını tetiklemektedir. Mavi rengi global olarak kullanan markalara Ford, Intel, Ibm, **Dell**, General Motors, American Express örnek olarak gösterilebilir.



Yeşil; rengi insanların üzerinde doğa, güven, doğal, güvenilir, güç anlamlarını çağrıştırmaktadır. Yeşil rengi kullanan global markalara Whole Foods, Android, **Starbucks**, Spotify, Monster, John Deere örnek gösterilebilir.



Siyah; renginin insanlar üzerinde uyandırdığı ve çağrıştırdığı anlamlar dengeli, güven, sakin, tarafsız, doğal olması ile anlatılmaktadır. Siyah rengi kurumsal renkleri olarak kullanan global markalara **Apple**, Adidas, Cartoon Network, Nike, Sony, Puma, Wikipedia örnek olarak gösterilebilir (<https://freegrafiker.com/logo-tasarimi-ve-renk-secimi.html>).



K. Bilirdönmez



Resim 21. Tasarım ve Renk İlişkisi

Kaynak: (<https://medium.com/@fb.simg2002/tasarim-ve-renk>)

Markaların renklerini, logolarında kullandıkları fontlarla anımsarız “Sarı bütün renkler arasında en göz alıcı olanı diye bilinir. 20. Yüzyılın başlarında kurulan bir telefon rehberi kuruluşu Sarı Sayfalar adını almıştı. Aynı tarihlerde John Hertz adındaki bir adam Şikago’da elinde fazlaca kullanılmış araba bulunduran küçük bir araba alım satım işini yürütüyordu. Bir gün aklına bu arabaları taksiye çevirmek gibi bir fikir geldi. Bir yerlerde Şikago Üniversitesinin bir araştırmasında sarının en kolay göze çarpan renk olduğunun anlaşıldığını duymuştu; buna dayanarak, bütün arabalarını sarıya boyattı ve şirketine Sarı Taksi adını verdi” (Yazmacı, 2012: 57-58).

Tipografide renk, tanımlayıcılığı, vurgulayıcılığı, yön göstericiliği ve ayırt ediciliği özelliğinden dolayı en önemli öğelerden biridir.



Resim 22. Tasarım ve Renk İlişkisi

Kaynak: (<https://tr.pinterest.com/pin/94716398383383044/>)

Logo Tasarımında Renk Seçimi Nasıl Yapılmalıdır

İşletme için logo tasarımı yapılırken hedef kitlenin renkleri yorumlama şeklini bilmek ve bu durumu dikkate almak oldukça önemlidir. Renk kavramını daha iyi anlayabilmek için hangi rengin neyi çağrıştırdığını bilmemiz gerekmektedir. Bütün büyük dünya çapında markalar, logo tasarımlarında kullandıkları rengin neyi nasıl temsil ettiğini bilerek ve bilinçli olarak kullanmaktadırlar. Psikologlar renklerin insanlar üzerinde bıraktığı etki ve ilişkilendirilen duygusal tepkileri uzun yıllar boyunca incelemişlerdir. Elde ettikleri veri kaynakları ise renklerin insanların duygusal tepkileri arasında kuvvetli bir bağ oluşturduğu yönündedir. Örneğin, Pizza Hut, Mc donalds, KFC, Wendy2s ve Popeyes gibi fast food sektöründe dünya çapında hizmet

Tipografide Renk ve Rengin Kullanımı

veren markalar, açlık hissini kırmızı rengi ile ilişkilendirmiş durumdadır. Bu markaların bu renkleri kullanma amaçları renklerin insanlar üzerinde bıraktığı etkilerin bilimsel araştırma verilerine dayanmaktadır. Bir diğer örnek ile lükslük kavramını oluşturabilmek için ise Chanel, Prada, Michael Kors gibi büyük markalar logolarında siyah, beyaz, gümüş ve altın renklerine yer vermişlerdir. Bu hissiyatı bize veren ilk etapta renk olup ardından marka ile bağdaştırdığımız görsel algımızdır.



Resim 23. Renk Duygusu Kılavuzu

Kaynak: (<https://freegrafiker.com/logo-tasarimi-ve-renk-secimi.html>)

Renk Seçiminde Dikkat Edilmesi Gerekenler

Logo tasarımında kullanılmak istenilen rengi seçerken ilk olarak renklerin taşıdığı anlamları incelemek gerekmektedir. İkinci adım olarak sektörde diğer firmalar/şirketler tarafından tercih edilen renklerin araştırması yapılmalıdır.

Hangi sektör ağırlıklı olarak hangi renk ile temsil ediliyor buna dair bilgi sahibi olunmalıdır. Üçüncü adım ise kullanılan renklerin bölgesel ve kültürel olarak yaptıkları çağrışımlar araştırılmalıdır (<https://freegrafiker.com/logo-tasarimi-ve-renk-secimi.html>).

Tasarımda seçilen font kadar tasarımda kullanılan renk de oldukça önemlidir. Kullanılan renk gerek afiş, Logotype, amblem, katalog, broşür, kitap, bülten, iç mekân, dış mekân reklamları vb. ne olursa olsun tasarım yapılırken kullanılacak renk ve renk çeşitlerine dikkat etmek gerekmektedir. Bunun için yukarıda da değinildiği gibi renk seçiminde renklerin anlamları, kullanıldığı yerler, bölgesel ve kültürel değerler ile piyasada mevcut olan diğer çalışmaların incelenmesi oldukça önemlidir. Tasarımda yanlış tercih edilen renk ve renk çeşitlerinden dolayı birçok firmanın ürün veya ürünleri hedef kitle tarafından kullanılmaması ve hedeflenen kar marjına ulaşılmaması dolayısıyla birçok dünya markasının ürünlerini tek tek piyasadan çekmesine neden olmaktadır.

Ticari taksirlerde kullanılan sarı renk tercihi belirli araştırmaların sonucudur. Bankaların kurumsal logolarında kullandıkları renkler, Türk Silahlı Kuvvetlerinin araçlarında ve askeri mekânlarında kullandığı haki yeşil renk, fast food sektöründe faaliyet gösteren firmaların kırmızı rengi tercih etmeleri göz önünde bulundurulduğunda tasarımlarda kullanılan renk/renklerin ne kadar önemli olduğu renklerin bir kimliğinin olduğu hiç kuşkusuzdur.

Birçok otomotiv devi piyasaya yeni çıkardıkları modellerde kullandıkları renk seçenekleri bile tüketiciler tarafından tercih edilme veya reddetme sebebi olmaktadır. Tüketici renginden

dolayı en sevdiği otomobil markası ve modelini almaktan vazgeçebilmektedir. Rengin insan üzerindeki psikolojik etkisi oldukça önemlidir. İnsanların bir ürünü, bir hizmeti satın alırken renk tercihi olması kadar doğal bir durum olamaz ancak üretici firmalar açısından baktığımızda yanlış seçilen bir renk beraberinde zararı getirecektir.

SONUÇ

Sonuç olarak tipografi de kullanılan rengin seçimi ve kullanımı oldukça önemlidir. Yukarıda da belirtildiği üzere renklerin anlamları, renk seçiminde dikkat edilmesi gereken hususlar, logo tasarımında renk seçimi nasıl yapılmalıdır gibi konular çalışmada ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır. Tipografi başlığı altında ise yazı, yazı ailesi, tarihsel dönem içerisinde yazıların sınıflandırılması gibi konular detaylı bir şekilde incelenmiştir. Teknolojik gelişmeler beraberinde yazı ve tipografi alanındaki yenilikleri beraberinde getirmiştir. Yazı insanlık tarihinin gelişiminde oldukça önemli bir role sahiptir.

Yazının gelişimi beraberinde tipografi alanında gelişmeleri, tipografi alanındaki gelişmeler beraberinde renk ve rengin yerinde kullanımını geliştirmiştir. Birçok global şirket logolarında ve yazılarında tipografiye önem vermişlerdir. Logolarında kullandıkları fontlar veya düzenlemeler titizlikle yapılmış, yazı fontları ve yazı fontlarında kullandıkları renkler belirli araştırmaların neticesinde ortaya çıkmıştır.

Hayatta hiçbir şeyin tesadüf olmadığı gibi grafik tasarım alanında yer alan yazı ve tipografide kullanılan her bir unsur/eleman belirli bir birikimin ve tecrübenin sonucunda ortaya çıkan çalışmalardır. Tasarımı yapılan bir çalışma öncelikli olarak deneyimlerin bir sonucudur. Doğru kullanılan bir renk, doğru tercih edilen yazı fontu, doğru kullanılan slogan markanın tüketici üzerindeki etkiyi ve kalıcılığı belirlemektedir.

Kurumsal kimliklerini oluşturan ulusal ve uluslararası şirketler kurumsal kimliklerinde kullandıkları yazı fontu, kullanılan renk, kullanılan renklerin pantone kodları, tipografik düzenlemelerin her biri titizlikle çalışılıp hayata geçmiş grafik tasarım unsurlarıdır.

Örneklere yer alan firmaların logolarında kullandıkları renkler, renklerin kişi üzerinde bıraktığı etki, kalıcılık gibi unsurlar belirli bir araştırmanın, fizibilite çalışmasının sonucunda ortaya çıkan çalışmalardır. Tipografide renk ve rengin kullanımı da bu bağlamda oldukça önemlidir. Doğru tercih edilen bir tipografik düzenleme ve beraberinde doğru kullanılan ve insanlar üzerinde kalıcı bir etki sağlayan çalışma amacına ulaşmış, başarılı bir çalışmadır. Koç, Sabancı vb. gıda sektöründe faaliyet gösteren şirketler logo tasarımlarını, sloganlarını, kullanılan renk/renkleri kurumsal kimliklerinde belirtmekle birlikte yine kurumsal kimlik çalışmalarında doğru kullanıma yönelik logonun kullanımı ve yeri, sloganın kullanımı ve yeri, kullanılan rengin pantone kodları (değerleri) net bir şekilde ifade edilmiştir. Yine yanlış şekilde kullanımlarını önlemek amacıyla logonun, sloganın, yazının ne şekilde kullanılamayacağına yönelik açıklayıcı bilgilerde kurumsal kimlik çalışmasında mevcuttur.

Profesyonel çalışma sergileyen şirketler işlerine gereken önemi ve hassasiyeti gösterdikleri taktirde ve günün koşulları doğrultusunda kendilerini güncelledikleri sürece mevcut pazar paylarını koruyabilirler.

KAYNAKÇA

Ambrose, G. - Harris, P. (2012). *Görsel Tipografi Sözlüğü*. Birinci Baskı, Literatür Yayınları, İstanbul.

Ambrose, G. - Harris, P. (2014). *Grafik Tasarım Temelleri 05 Grafik Tasarımda Tipografi*. Birinci Baskı, Literatür Yayınları, İstanbul.

Ambrose, G. - Harris, P. (2013). *Grafik Tasarım Temelleri 07 Grafik Tasarımda Renk*. Birinci Baskı, Literatür Yayınları, İstanbul.

Tipografide Renk ve Rengin Kullanımı

- Becer, E. (1999). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Birinci Baskı, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Bektaş, D. (1992). *Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi*. Yapı Kredi Yayınları, Birinci Basım, İstanbul.
- Eliri, İ. ve Erdurucan, İ. (2011). *Sahne Işıklamasında Renklerin Dili*. İkinci Baskı, Öncü Basımevi, Ankara.
- Gültekin, E. (2015). *İletişim ve Tipografi*. Birinci Baskı, Hayalperest Yayınları, İstanbul.
- Jean, G. (2002). *Yazı İnsanlığın Belleği*. Yapı Kredi Yayınları, Birinci Baskı, İstanbul.
- Sarıkavak, N. K. (1997). *Tipografinin Temelleri*. Doru Yayınları, Ankara.
- Tepecik, A. (2002). *Grafik Sanatlar Tarih-Tasarım-Teknoloji*. Detay&Sistem Ofset, 1. Baskı, Ekim, Ankara.
- Uçar, T. F. (2004). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. İnkılap Yayınevi, İstanbul.

Derleme / Çok Yazarlı Kitaplardan Makaleler

- Sarıkavak, N. K. (2018). *Gutenberg Tipografisinden Çağdaş İletişim Tasarımına*. Konya Sanat, Necmettin Erbakan Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi, Sayı:1.

Yayımlanmamış Tezler / Raporlar

- Kınam, B. (2010). *1980 Sonrası Grafik Tasarımda Enstalasyonun Yeri Ve Önemi*. Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Grafik Anasanat Dalı (Yüksek Lisans Tezi), İzmir.
- Yazmacı, A. (2012). *Tipografi ve Renk*. (Yüksek Lisans Tezi), Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Güzel Sanatlar Anasanat Dalı Grafik Tasarım Programı, İstanbul.

İnternet Kaynakları

- Resim 1- (2020, Mayıs 12). <https://www.tarihiolaylar.com/tarihi-olaylar/sumerler-313>:
- Resim 2- (2020, Nisan 20). <https://bilimdili.com/kitap/misir-oluler-kitabi/>
- Resim 3- (2020, Mart, 17). <https://www.google.com/search?q=Buda%27n%C4%B1n%E2%80%98>
- Resim 4- (2020, Haziran 14). <https://afyonluoglu.wordpress.com/2011/04/30/>
- Resim 5- (2020, Nisan 18). <https://islamansiklopedisi.org.tr/ismail-zuhdu-yeni>
- Resim 6- (2020, Mayıs 24). <https://en.wikipedia.org/wiki/Berengaudus>
- Resim 7- (2020, Haziran 2). <https://en.wikipedia.org/wiki/Garamond>
- Resim 8- (2020, Temmuz 12). <https://en.wikipedia.org/wiki/Palatino>
- Resim 9- (2020, Temmuz 12). [https://en.wikipedia.org/wiki/Caledonia_\(typeface\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Caledonia_(typeface))
- Resim 10- (2020, Ağustos 3). <https://en.wikipedia.org/wiki/Bodoni>
- Resim 11- (2020, Ağustos 5). [https://en.wikipedia.org/wiki/Beton_\(typeface\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Beton_(typeface))
- Resim 12- (2020, Ağustos 11). <https://en.wikipedia.org/wiki/Arial>
- Resim 13- (2020, Ağustos 14). <http://www.identifont.com/similar?3OI>
- Resim 14- (2020, Ağustos 21). <http://www.identifont.com/similar?TH>
- Resim 15- (2020, Eylül 1). <https://www.google.com/search?q=Univers+yaz%C4%B1>
- Resim 16- (2020, Eylül 6). <http://www.kotaman.com/pangram-nedir/>
- Resim 17- (2020, Eylül 6). <https://serdara.com/renk-teorisi-rgb-cmyk/>
- Resim 18- (2020, Eylül 10). <https://serdara.com/renk-teorisi-rgb-cmyk/>
- Resim 19- AMBROSE, Gavin - HARRİS, Paul, *"Grafik Tasarım Temelleri 07 Grafik Tasarımda Renk"*, Birinci Baskı, Literatür Yayınları, İstanbul, 2013.
- Resim 20- AMBROSE, Gavin - HARRİS, Paul, *"Grafik Tasarım Temelleri 07 Grafik Tasarımda Renk"*, Birinci Baskı, Literatür Yayınları, İstanbul, 2013.

K. Bilirdönmez

Resim 21-(2020, Eylül 14). <https://medium.com/@fb.simg2002/tasarim-ve-renk>

Resim 22- (2020, Ekim 2). <https://tr.pinterest.com/pin/94716398383383044/>

Resim 23- (2020, Ekim 7). <https://freegrafiker.com/logo-tasarimi-ve-renk-secimi.html>.