

ETKİLEŞİMLİ EKLAN UYGULAMALARINDA KAVRAMSAL TİPOGRAFI TASARIMLARI*

CONCEPTUAL TYPOGRAPHY DESIGNS IN INTERACTIVE DISPLAY APPLICATIONS

Münire Yıldız , Yusuf Keş*****

Öz

Klasik basımcılık döneminde var olan tipografi anlayışı, modernistlerin deneysel çalışmalarıyla yeni anlatım türüne ve işleve sahip olmuştur. Tipografik tasarımlarda yazı ve görüntü çeşitli tekniklerle geliştirilmiş, ayrıca sayfa tasarımlarındaki kompozisyonlarda alışılmadık düzenlemeler ortaya çıkmıştır. İçeriğin biçimi oluşturduğu tasarımlarda sayfa üzerinde dinamik tasarımlar yaratılmıştır. Tipografi, okunur olma işlevinin dışında yeni bir boyut kazanmış ve görüntü haline gelmiştir. Kavramsal anlayışın benimsendiği bu yeni anlatım biçimlerinde, fikirleri, kavramları ve duyguları dışı vuran bir aktarım geliştirilmiştir.

Bu makalede tipografi kapsamında modern hareketler ile teknolojik gelişmelerin ışığında kazanılan yeni boyutlar ve yeni kullanım ortamları örneklerle açıklanmıştır. Tipografik tasarımlarda görülmeye başlanan kavramsal anlayış, kuramsal çerçevede ışığında detaylı olarak incelenmiştir. Günümüz teknolojisinin getirdiği dijital ekranlar ile sunum olanakları değerlendirilerek tasarımlar dijital sunuma göre tasarlanmış ve kavramsal tipografik tasarımların okurun üzerinde etkisi gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kavramsal Tipografi, Etkileşim, Dijital Ekran.

Abstract

The understanding of typography that existed in the classical printing period had a new type of expression and function with the experimental works of modernists. In typographic designs, text and images were brought with various techniques, and unusual arrangements emerged in the compositions of the page designs. Dynamic designs were created on the page in the designs in which the content forms the form. Apart from being readable, typography gained a new dimension and became an image. In these new forms of expression, in which conceptual understanding is adopted, a transfer that expresses ideas, concepts and emotions has been developed.

In this article, new dimensions and new usage environments gained in the light of modern movements and technological developments within the scope of typography are explained with samples. The conceptual understanding that started to be seen in typographic designs was examined in detail in the light of the theoretical framework. By evaluating the presentation possibilities with the digital screens brought by today's technology, the designs were designed according to the digital presentation and the effect of the conceptual typographic designs on the reader was observed.

Keywords: Conceptual Typography, Interaction, Digital Display.

Araştırma Makalesi // Başvuru tarihi: 24.11.2022- Kabul tarihi: 30.12.2022.

*Bu makale, Münire Yıldız'ın Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Sanatta Yeterlilik Programı kapsamında Prof. Yusuf Keş danışmanlığında hazırlanan "İletişim Aktarımında Kavramsal Tipografi ve Dijital Ekran Uygulamaları" başlıklı Sanatta Yeterlilik tezinden üretilmiştir.

**Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, munireyildiz@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-2064-9555>.

***Prof., Süleyman Demirel Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, yusufkes@sdu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-8715-8809>.

1. Giriş

Sözcükler, iletişim kurmak için oluşturulan birtakım semboller iken, tipografi ile yepyeni bir amaca hizmet eder hale gelmiştir. İletişimim işlevselliğinin yanı sıra Tipografi, başlı başına temel bir tasarım unsurudur. Tipografi ile iletişim kurulabildiği gibi, tasarıma anlam eklenebilir, dikkat çekilebilir ve bütün bunların yanında okuyucuda duygusal ve bilişsel duygular ortaya çıkarabilir. Tipografi, bütün bu estetik ve işlevsellikle ilgili görevlerini yerine getirirken geleneksel okunurluk kapsamında 20. Yüzyıl'a gelindiğinde sınırları konusunda özgürleşme yaşamaya başlamıştır. Gutenberg tarafından temellendirilen tipografi, 20. Yüzyıl'da sanat ve tasarım alanında ortaya atılan yaklaşımların yanı sıra baskı ve teknoloji konusunda da yaşanan değişimlerin sonucu yeni anlamlarla karşılaşmıştır. Fütürizm ile klasik tipografi durağanlıktan sıyrılıp kavramsal bir anlayışa bürünmeye başlamıştır. Diğer sanat akımlarının da etkisiyle tipografide ortaya çıkan kavramsal anlayış çeşitlenmiştir. Sayfada yer alan harfleri tasarımcılar mesaja göre çizerek ve geleneksel baskı yöntemiyle tasarladıkları gibi harf biçimlerini doğada harfmış gibi görünen nesnelere ya da insan yapımı ürünlerden elde etmişlerdir. Bu şekilde oluşturdukları harf ya da harf grupları fotoğraflanarak kullanılmıştır. Teknoloji ilerledikçe Grafik tasarım üretim teknikleri de değişmiştir. Bu ilerlemeyle hareket kavramı kâğıt üzerinden dijital ekrana geçmiştir. Efekt ve seslerle tipografi yeni anlatım biçimine sahip olmuştur.

Kavramsal tipografik tasarımların ana unsuru, biçim ve içerik ilişkisidir. Öyleyse nedir biçim ve içerik ilişkisi? "Bir tasarımda görme yoluyla algılanan her şey biçim, biçimin yorumlanması ve ilettiklerinin doğru algılanması sonucunda oluşan anlam ise içeriktir" (Ertan ve Sansarcı, 2020:196). Biçim; "Aristoteles'te bir şeyin duyularla algılanabilen dış görünüşü, akılla kavranabilir yapısı, Kant'ta, zihnin bir görüngüde (fenomende) önsel (apriori) olarak kavradığı şey; Hegel'de, bir şeyin derin içeriğinin ona zorunlu olarak kazandırdığı somut, yani dış görünüş olarak ifade edilmektedir (Larousse, 1986:1617'den akt. Şölenay, 1997:139). İçerik ise Hegel'in felsefesinde, "her zaman belirleyicinin göstergesidir; kendini aşma hareketinde, kendine bir biçim, bir başka deyişle tarih içinde bir varoluş kazandıran odur" şeklinde yer almaktadır (Larousse, 1986, s. 1617'den akt. Şölenay, 1997:139).

İçerik, tasarımda aktarılan mesajdır. Biçim ise, mesajın şekil almasıdır. Verilmek istenilen mesajda ise, duygular, kavramlar, düşünceler ve olaylar bulunabilir. Alıcılara aktarım yapmak için ya da daha genel bir anlamla alıcılarla iletişim kurmak için biçime ihtiyaç vardır. İçerik ve biçim bir bütündür ve arasında bir döngü vardır. İçerik, biçimin anlamını taşımakla yükümlüdür. Biçim ise içeriği yansıtmakla yükümlüdür. Kavramsal tipografik tasarımlarda içeriğin aktarımı önemlidir. Harfler kimi zaman anlam yüklü imgelere dönüşebilirken kimi zaman imgeler anlam yüklü harfler haline gelebilir. Tek bir harf ile böyle bir tasarım gerçekleştirilebileceği gibi bir metin de yapının şeklini alabilir. Yazı sadece içerik olmaktan çıkar, anlamın birer taşıtı haline gelir. Böylece harflerin ve imgelerin birbirine dönüştüğü bir oyun alanı yaratılabilir. Bu durum kimi zaman işlevsellik ve okunabilirlik arasındaki ilişkiyi etkilese de yazının dönüştüğü şekil mesajın altını çizdiği için kavramsal tipografik tasarımların anlama yaptığı katkı yadsınamaz bir hale gelir. Metamorfik harfler/kelimeler tasarlanırken çift anlam açığa çıkar. Görsel kelime oyunları sayesinde tipografik tasarımlar katmanlı mesajlar sahip olur. Tasarımlarda ironi kullanılarak okurun düşünmesi, şaşırtması sağlanır. Anlam dışında bu tarz tipografik tasarımlar sayfaya canlılık ve derinlik katar. Sonucunda tipografik aktarımlarda ironiye, mizaha, abartıya, metafora, kişileştirmeye yer verilerek anlam zenginliği ortaya çıkar.

2. Kavramsal Tipografinin Tarihsel Süreci

Kavramsal tipografinin başlangıcı Fütürizm döneminde görülmüştür. Ancak önceki yüzyılın özellikle el yazma eserleri incelendiğinde resimsel kaligrafik düzenlemelerin de kavramsal bir boyutu olduğu gözlenmiştir. Kaligram olarak adlandırılan bu eserler estetik ve sanatsal arayışların sonucunda oluşmuştur. El yazma eserler (manuscripts) M.Ö. V. Yüzyıl ile M.S. XV. Yüzyıl'a değin varlığını sürdürmüştür. Bu süreçte kaligrafinin altın çağı miladi ilk on yüzyıl ya da birinci milenyum olarak geçmektedir. Kaligramların gelişimi Geç Romanesk ve gotik döneminde de devam etmiştir. Sarıkavak'ın aktarımına göre, Albertine Gaur "Kaligrafinin Tarihi" adlı kitabında resimsel etkiyi artırmak için çeşitli kaligrafik araçlardan yararlandığından bahsetmiştir. Metinlerin resimleri biçimlendirmesiyle ya da yazı ile resmin belirlenmesiyle ortaya çıkan metin-resimlerin (text-picture) kaligramlara atıfta bulunduğunu belirtmiştir (Sarıkavak, 2013:24). Örneğin Yenikapı Mevlevihanesi'nin dedelerinden Leylek Dede'nin boyu fazla uzun olduğundan kendisine bu ad takılmış ve "Aşk-ı Mevlâna ile hayret-zede, Mevlevi Seyyid Hasan Leylek Dede!"

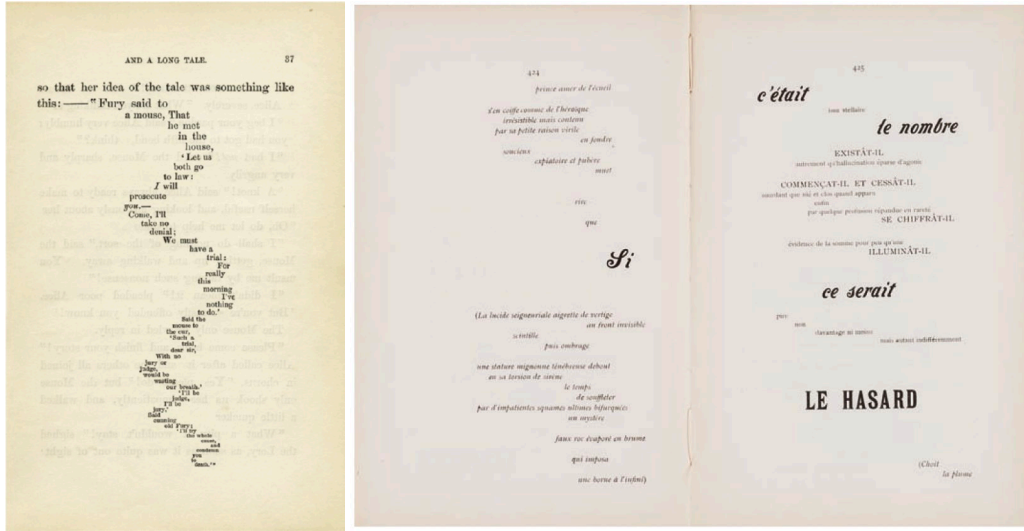
beyti leylek şeklinde ifade edilmiştir (Görsel 1). Bir başka örnek ise, harflerden oluşturulan suretlerle ilgilidir. Sanatçılar bu tarzlarıyla kalıplaşmış biçimlerden uzaklaşarak yeni biçimler ortaya koymaya çalışmıştır. Hurufilik olarak ortaya çıkan anlatım biçimi ile İslam dini eserlerinde yeni anlamlar ve biçimler ortaya çıkmıştır. Bu anlatım biçiminde işaretler sistemiyle dini konular işlenmiştir. Örneğin mavi zemin üzerine altın yıldızla çizilmiş bir sureti ifade eden yazı-resimde iki kaş arasında “lillah”, altında ise, “Muhammed” ve “Ömer” yazılmıştır. Suretin ortasında bulunan burun ve ağız ise gerçeğe yakın şekilde aktarılmıştır (Görsel 1) (Aksel, 2015:67-92).



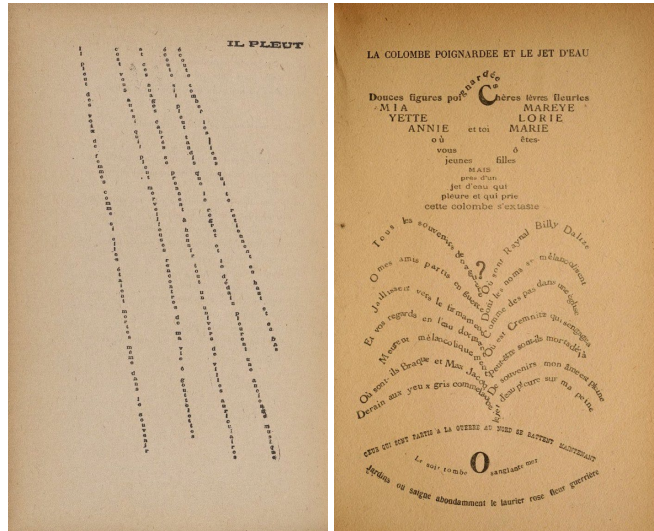
Görsel 1. Mevlevi Leylek Hasan Dede'nin Leylek Şeklindeki İstifi (solda) ve Al-i Aban'ın Resmi (sağ üstte), Cihar-ı Yar-ı Güzin (sağ altta)

19. Yüzyıl'a gelindiğinde 1866 yılında Lewis Carol kitabında sayfa tasarımlarında kaligram içeren anlatım biçimi kullanmıştır. Carol, Alice's Adventures in Wonderland (Alice Harikalar Diyarı 3aceraları)'nda hikâyeyi resimsel bir tasarımla aktarmayı tercih etmiştir. Örneğin bir sayfa tasarımında fareyi betimlemek için kelimeler sayfanın aşağısında doğru dalgalanarak kuyruk formuna uygun yer almıştır (Görsel 2). 1897 yılında şair Stephane Mallarmé de kaligrama atıfta bulunacak şekilde Un Coup de Des adlı şiirinde alışılmışın dışında bir sayfa düzenlemesi gerçekleştirmiştir. Mallarmé, okuyucuyu düşünmeye yönelten çağdaş tipografi anlayışında serbest hizalama olarak geçen bir kompozisyon tasarlamıştır. Mallarmé, dik (romen), eğik (italic) karakterlerin bulunduğu yedi yüz sözcük kullanarak yirmi şiir kitabını sayfada tamamlamıştır. Şair

Mallarmé, duyguların ve düşüncelerin dışavurumunu gerçekleştirmek için sözcüklerin okunma biçimlerinden, ses tonlarından ve ritimlerinden faydalanmıştır. Bu unsurları dikkate alarak sıra dışı bir sayfa düzenlemesi gerçekleştirmiştir. Böylece okurun metni anlam olarak tanımlaması gerçekleşmesinin yanı sıra biçim olarak da kolayca tanımlaması sağlanmıştır (Görsel 2). Ancak kaligram, terim olarak ilk kez Guillaume Apollinaire'nin kendi çalışmalarının tanımlanmasında kullanılmıştır. 1918 yılında Apollinaire, Calligrammes adlı şiir kitabı yayınlayarak şiirlerinin sözcüklerini görsel metaforlara dönüştürme çabası gütmüştür. Bu da kavramsal arayışları ortaya çıkarmıştır. Örneğin Apollinaire'nin Kaligram (Calligrammes) kitabından "Il Pleut" (It's Raining) şiirinde ve aynı kitapta bir diğer şiirinde tipografik bir göz, kuş ve fıskiye kavramları dışavurumcu bir ifadeyle yer almıştır (Görsel 3). Apollinaire'nin şiirlerinin başlangıçta elle yazması ve kaligrafik bir anlayışla düzenlemesi kaligram olarak adlandırılırken, sonraları metal harufatlarla dizilmesi Sarıkavak'a göre tipogramlara dönüşmüştür. Kavramsal tipografinin 20. Yüzyıl'dan önce tohumları atılmış olsa da gerçek anlamda ilk uygulamaları Fütürizm ile olmuştur (Sarıkavak, 2013:27; Meggs, 1993:278). Kaligramlar bağlamında 1950'li yıllarda görsel şiirin geç bir türü olarak görülen "somut şiir" terimi gün yüzüne çıkmıştır. Somut şiir oluşturmak için şairler harflerden, sözcüklerden ve noktalama işaretlerinden faydalanmıştır. Görsel şairler sözcüklerin anlamı üzerinde yoğunlaşırken görsel şairler de sözdizimlerinin görselliğine de odaklanmıştır (Hillner, 2009:29). 1952 yılında Eugen Gomringer somut şiir çerçevesinde "ping pong" adlı şiiri için kelime tekrarlarından oluşan bir düzenleme yapmıştır. Düzenlemede "p, o, g" harflerle pinpon topu simgelenmiş, kelime tekrarlarıyla da topun hareketi aktarılmak istenmiştir (Suwanlert, 1990:22). Somut şiirin çarpıcı örneklerinden biri de Robert Massin'e ait kitap tasarımıdır. 1964 tarihli "La Cantatrice" (The Bald Soprano) adlı kitabın sayfa düzenlenmesinde illüstrasyon ve yazıyı birlikte kullanmıştır. Bu tasarım, "kitabın durağan sınırları içinde tiyatronun dinamizmi" olarak görülmüştür. Massin, kitapta yer alan kişilerin her biri için farklı bir yazı karakteri tercih ederek onu kişiselleştirmiştir. Tasarımda diyalog ifadelerinde kişi ismi yerine portreleri kullanılmıştır. Metinler diyalogun içeriğine uygun bir dinamizme sahip tasarlanmıştır. Meggs ve Purvis'in açıklamalarına göre, emsalsiz bir figüratif tipografi örneği oluşturulmuştur (Meggs ve Purvis, 2016:485-486).



Görsel 2. Lewis Carol, *Alice's Adventures in Wonderland (Alice Harikalar Diyarı Maceraları) Kitabından Kaligram Örneği*, 1866 (solda) ve Stephane Mallarmé, *Un Coup de Dés Adli Şiiri*, 1897 (sağda)



Görsel 3. Guillaume Apollinaire, *Calligrammes Kitabından Şiirler*, 1918

20 Şubat 1909 yılında İtalyan şair Filippo Tommaso Marinetti tarafından Le Figaro gazetesinde yayınlanan Fütürist Manifesto'su ile hız, eşzamanlılık, özgünlük, ses gibi kavramlar ortaya çıkmış, sanatçı ve tasarımcılar iki boyutlu ifadelerin ötesinde tasarım arayışına girmiştir. Fütüristler geçmişin kültürünü ve taklidi redderek orijinal çalışmaları desteklemiştir. Fütüristler ilk kez eşzamanlılık terimini tasarımlarda kullanmış, farklı perspektifleri ve hareket döngüsünü üst üste koyarak var olma durumunu eş zaman diliminde göstermiştir. Tasarımlarda dinamizm

kavramını okura yansıtabilmek için tekrar, bulanıklaştırma, büyültme ve küçültme gibi yöntemler tercih edilmiştir. Bunlar haricinde Fütürizmde bir de özgür sözcük kavramı ortaya atılmıştır. Bu kavramın getirdiği anlayışla tasarımlarda duygular, sesler, ritimler başarılı bir şekilde aktarılmıştır. Ayrıca özgür sözcük kavramıyla yalnız tipografik kavramlar değil sayfa düzenlenmesinde de bir özgürleşme görülmüştür. Fütürizmin yansıtıldığı en başarılı örnek Marinetti'nin Zang Tumb Tumb adlı şiiridir. Tasarımda teknik dizim göz ardı edilmiş, sesler ve anlamlara odaklanılmıştır (Blackwell, 2004:30; Becer, 2010:66). Bulgarlar tarafından yapılan Edirne'nin işgalinde sanatçı yaşananları şiirsel bir ifadeyle ele almış ve bunu tipografik imgelerle aktarmıştır (Görsel 4).



Görsel 4. Filippo Tommaso Marinetti, *Zang Tumb Tumb*, 1914

Fütürizmden sonra kavramsal tipografinin izleri Dadaizm ile devam etmiştir. Dadaizmde de Fütürizmde olduğu gibi dilbilgisi kurallarını reddederek harflerle somut görsel formların tasarlandığı görülmüştür. Bu akımın kavramsal tipografiye olan katkısını gösteren en belirgin örneği Kate Steinitz, Schwitters ve Van Doesburg'un gerçekleştirdiği Scarecrow: A Fairy Tale isimli kitap tasarımında görülmüştür. Sayfa tasarımında kitapta yer alan karakterler tipografik elemanlarla ifade edilmiştir (Görsel 5) (Meggs ve Purvis, 2016:279). Bir taraftan da Konstrüktivizm ile ses, ritim, geometri ve soyutlama kavramları ele alınarak tipografi öğeleri soyutlamacı bir anlayışla tipografik öğelerle öz ve biçim bağlamında çeşitli deneysel çalışmalar

yapılmıştır. De Stijl bağlamında da deneysel tipografik arayışlar devam etmiştir. Tırnaksız (sans serif) yazı karakterleri, geometrik harf yapıları, olabildiğince kalın biçimli harfler gün yüzüne çıkmıştır. Bauhaus hareketleriyle de çeşitli tırnaksız yazı karakterleri, geometrik harf tasarımları ve karmaşık yapılardan uzak sayfa tasarımları devam ederken Yeni Tipografi hareketinin sesleri duyulmuştur. Kavramsal tipografide yazıyla fotoğrafın birleşmesi konusunun ilk örneklerinden biri Laszlo Moholy-Nagy'nin Typofoto tekniğiyle oluşturduğu 1923 yılında tasarladığı Pnevmatik afişi olmuştur (Görsel 5). Jan Tschichold modern dönemin öncülerinin fikirlerini dikkate alarak Yeni tipografi yaklaşımlarını oluşturmuştur. Tschichold'un yayınladığı ilkelerden sonra Yeni Tipografi geniş kitlelere yayılmaya devam etmiştir. Örneğin 1924 yılında Hendrik Werkman'ın The Next Call No.4 (Görsel 6) için tasarladığı sayfa tasarımı; Lenin'in Ölümü ile ilgili yas tutanları yansıtan tipografik kompozisyonu kavramsal tipografide harflerden imaj oluşumunu gösteren Yeni Tipografi çalışmalarından biri olmuştur. Tasarımda "o" ve "m" harfleri ile tabutu koruyan askerlere gönderme yapılırken, ortada bulunan "Lenin" yazısı ile tabutta yatan Lenin olarak düşünülmüştür. 1950'lilere gelindiğinde ise İsviçre tasarımı veya Uluslararası Tipografik Stil olarak adlandırılan tasarım hareketinde de kavramsal tipografik deneyimler devam etmiştir. İsviçre'de yaşayan tasarımcılardan Siegfried Odermatt, Uluslararası Tipografik Stil'i iş ve endüstri iletişimine uygulamıştır. Tasarımcı, çalışmalarında özgünlüğün görsel üsluptan ziyade fikirlerde olabileceğini savunmuştur. 1958 yılında Odermatt, "Wasser" isimli bir sigorta reklamı tasarımı gerçekleştirmiştir. Hollanda dilinde anlamı "su" olan kelime üzerinde kavramsal tipografik bir çalışma izleyiciye sunmuştur. Tasarımda "wasser" kelimesinin yarısını su içerisinde bırakmış ve suda oluşan kırılma görüntüsüyle bir büyüme meydana getirmiştir. Kelime üzerinde manipülasyon yaparak anlamı güçlendirmiş, zararın büyüdüğünü ve sigortanın önemini hedef kitleye aktarmıştır (Görsel 6) (Sarıkavak, 2013:28, 31; Meggs ve Purvis, 2016:62, 332, 364-365; Blackwell, 2004:98).



Görsel 5. Kurt Schwitters, Théo van Doesburg, and Kate Steinitz, *Scarecrow: A Fairy Tale* isimli Kitaptan Bir Sayfa Tasarımı, 1917 (solda) ve Laszlo Moholy-Nagy, *Pneumatik Afisi*, 1923 (sağda)



Görsel 6. Hendrik Werkman, *The Next Call No.4: Lenin'in Ölümü*, 1924 (solda) ve Siegfried Odermatt, *Sigorta Reklamı*, 1958 (sağda)

20. Yüzyıl'ın ortalarında Amerika'da da modern tasarım fikirleri korunmaya ve sürdürülmeye başlanmıştır. Amerika'da yaratıcılık desteklenerek yetenekli sanatçıların potansiyellerinin gösterilmesi için çeşitli olanaklar sunulmuştur. Tasarımcılar modernizm doğrultusunda iletişim sorunlarını gidermeye çalışarak bilgiyi doğrudan aktarmayı tercih etmiştir.

Bu süreçte Amerikan grafik tasarımını en iyi yansıtanlardan biri Paul Rand olmuştur. Örneğin 1946 yılında Rand, Ohrbach reklamı için logonun, yazının ve çizimlerin kombinasyonundan oluşan görsel kelime oyunu içeren bir tasarım gerçekleştirmiştir. Görsel kelime oyunu içeren tasarımlar 20. Yüzyıl'da popüleritesi artırmaya devam etmiştir. Kinca'ye göre de iletişim ihtiyacı arttıkça popüleritenin artması muhtemeldir. Kavramsal tipografiyi yansıtan rebus tekniğiyle ilgili de Rand'ın "AIGA" tasarımı başarılı örnekler arasında yer almıştır. 1981 yılında tasarladığı American Institute of Graphic Design Agencies (AIGA)'e ait logoda hem harf hem de resimsel öge kullanarak rebus içeren bir tasarım gerçekleştirmiştir. Bu tasarımda İngilizce okunuşunun kelimedeki "I" harfi ile aynı olması sebebiyle harfin yerine göz simgesi kullanmıştır. Rand'ın bir diğer rebus tasarımı "IBM" firması için olmuştur. Rand, "Golden Circle" ödülleri için yaptığı afişte "IBM" harfleri için çeşitli simgesel anlatımlara yer vermiştir. Yine İngilizcede seslendirilişinin aynı olması sebebiyle "I" harfi için göz, "B" harfi için arı simgesi tercih etmiştir. Rebus olarak adlandırılan bu tasarımlarda resimsel öğeler, harfler ve/veya kelimeler bir arada kullanılarak görsel bulmacalar meydana gelmiştir (Meggs ve Purvis, 2016:414, 446, 455).

Amerikan grafik tasarımına katkıda bulunan tasarımcılar arasında Robert Brownjohn ve Leo Lionni de bulunmaktadır. Brownjohn, 1959 yılında kavramsal tipografi çerçevesinde iki boyutlu yüzey üzerinde hareket kavramını yansıtan örneklerden birini oluşturmuştur. Tasarım birbirini tekrar eden biçim ve harflerden meydana gelmiştir. Lionni, 1960 yılında Brownjohn'un tasarımına benzer bir algı yaratan kompozisyon oluşturmuştur. New York şehrinin hareketliliğini anlatan bu tasarımda canlı renkler ve birbirini takip eden harfler tasarlanmıştır. Yine aynı dönemde Otto Storch McCall's dergisi için fotoğraf ve yazıyı birleştiren kavramsal tipografik tasarımlar icra etmiştir. Amerikan grafik tasarımcılardan Gene Federico da figüratif tipografiye katkı sağlamış, çeşitli harflerden objeler elde etmiştir. Örneğin, Woman's Day (Kadınlar Günü) reklam tasarımında "go out" yazısında bulunan "o" harfleriyle ve bisiklet tekeri algısı yaratmış, çeşitli fotografik parçalar da ekleyerek bisikleti tamamlamıştır (Meggs ve Purvis, 2016:422, 424-425, 431; Heller ve Anderson, 2016:104).

Amerikan grafik tasarımında göze çarpan tasarımcılardan bir diğeri figüratif tipografi olarak çalışmalarını nitelendiren Herb Lubalin'dir. Lubalin, tasarımlarında kelimelerin okunma sorunundan uzaklaşmış, daha çok anlamlarına odaklanarak onları birer imaj haline

dönüştürmüştür. Harfleri ve kelimeleri kullanarak çeşitli görsel oyunlar yaratmıştır. Lubalin, 1965 yılında “Marriage” logotaypında “R” harflerini kullanarak bir çifti yani gelin ve damat imgesine işaret etmiştir. Yine 1965 yılında “Mother and Child” logotaypında oluşturduğu tipogramda “O” harfinin içerisinde ampersand ve “child” kelimesini yerleştirerek anne rahmi ile fetüs kavramını aktarmıştır. 1980 yılında da Lubalin Reader’s Digest dergisi için “Families” logotaypında da görsel bir kelime oyununa yer vermiştir. Lubalin, “Families” kelimesinin anlamına odaklanarak kelimedeki harflerle aile kavramını ustaca yansıtmıştır. Kelime içerisindeki “i, l, i” harfleri ile anne, baba ve oğlu temsil eden bir tipogram tasarlamıştır. Örneklerde de ifade edildiği gibi tipogramlarda düşüncenin görsel olarak ifade edilmesinde kelimenin sahip olduğu harflerden ziyade anlamın ön planda olduğu görülmüştür. Ancak tipogram tasarımında yalnız harflerin yer alabileceği gibi illüstratif öğelerin de yer aldığı çalışmaları görmek mümkündür. İster yalnız harfler içersin ister içerisinde çeşitli illüstratif unsurlar barındırsın önemli olan tipogramlarda, tüm kavramsal tipografik çalışmalarda olduğu gibi sözcük ile anlam arasındaki ilişkidir. Kavramsal tipografi konusundaki çalışmalar tipogramlarla ya da öncesinde bahsedilen kaligramlarla sınırlı değildir. Yine Lubalin’in başarılı örneklerine yer verilirse buluntu (bulunmuş) tipografi metodu ile de tasarımlar gerçekleştirdiği görülmüştür. Buluntu tipografide nesnelere harfler oluşturulmuştur. Bu tipografi tekniğinde doğada kendiliğinden var olan ya da harfmiş gibi görünen nesnelere faydalanılmıştır. Örneğin Lubalin, buluntu tipografi konusunda yaptığı çalışmada, spazm giderici Bently reklamı için spazmı ifade etmek için spiral stres yayını tercih etmiştir. Lubalin bu objeyle “s” harfini oluşturmuştur. Ortaya çıkan bu “s” harfine göre de diğer harflerde uygun yazı karakteri kullanmıştır (Görsel 7) (Heller ve Anderson, 2016:45; Meggs ve Purvis, 2016:433; Herzbrun, 2020).

MARRIAGE

MOTHER
CHILD

Families
A READER'S DIGEST
PUBLICATION



Görsel 7. Herb Lubalin, Marriage, 1965; Mother & Child, 1965; Families, 1980; Spasm Reklamı, 1956

Kavramsal tipografinin tarihsel sürecinde dinamizm kavramı kâğıt yüzeyiyle sınırlı kalmamış, yeni, ilginç tipografik çözümler üretmek için tasarımcılar her an yeni arayış içinde olmuştur. Teknoloji konusundaki gelişmeler de bu sürece destek olmuş, dijital ürünlerin tasarlanmasında ve yaygınlaşmasında etkili olmuştur. Tasarımcının çalışmalarındaki biçimlerin boyutlandırılmasında, hareketlendirilmesinde ve değiştirilmesinde kolaylık sağlayan günümüz teknolojileri ile tipografi anlayışında bir çeşitlenme yaşanmış ve hareketli yazı ile kinetik tipografi kavramı ön plana çıkmıştır. Böylece, artık izleyiciye iki boyutlu bir yüzey üzerinde hareket algısı

içeren görselleri sunmaktansa toplumun kullandığı teknolojiler içinde var olan hareketli, dijital tasarımlar üretilmeye başlanmıştır. Hareketli yazıda harflerin boyutuyla, biçimiyle ve konumuyla birlikte zaman kavramının değişim dönüşüm özelliği kullanılmaktadır. Ancak kinetik tipografi denildiğinde bunlara duygusal anlam kavramı eklenmektedir. Lee ve diğerlerine göre, kinetik tipografide yazının rengi, boyutu ve konumunun değişmesi dışında duyguların da ifadesi ile izleyiciyi yönlendiren, etkileyen ve bilgilendiren çeşitli gizli anlamları da içeriğinde bulundurmaktadır (Lee vd., 2002:41-42). Bu nedenle ister film-dizi jeneriklerinde, ister hareketli logo ya da afiş çalışmalarında, isterse etkileşimli reklam panoları (billboard) olsun teknolojik gelişmeler değerlendirildiğinde kavramsal tipografiye önemli katkılar sağladığı görülmektedir.

3. Etkileşimli Dijital Ekran Uygulamaları ile Kavramsal Tipografi Aktarımı

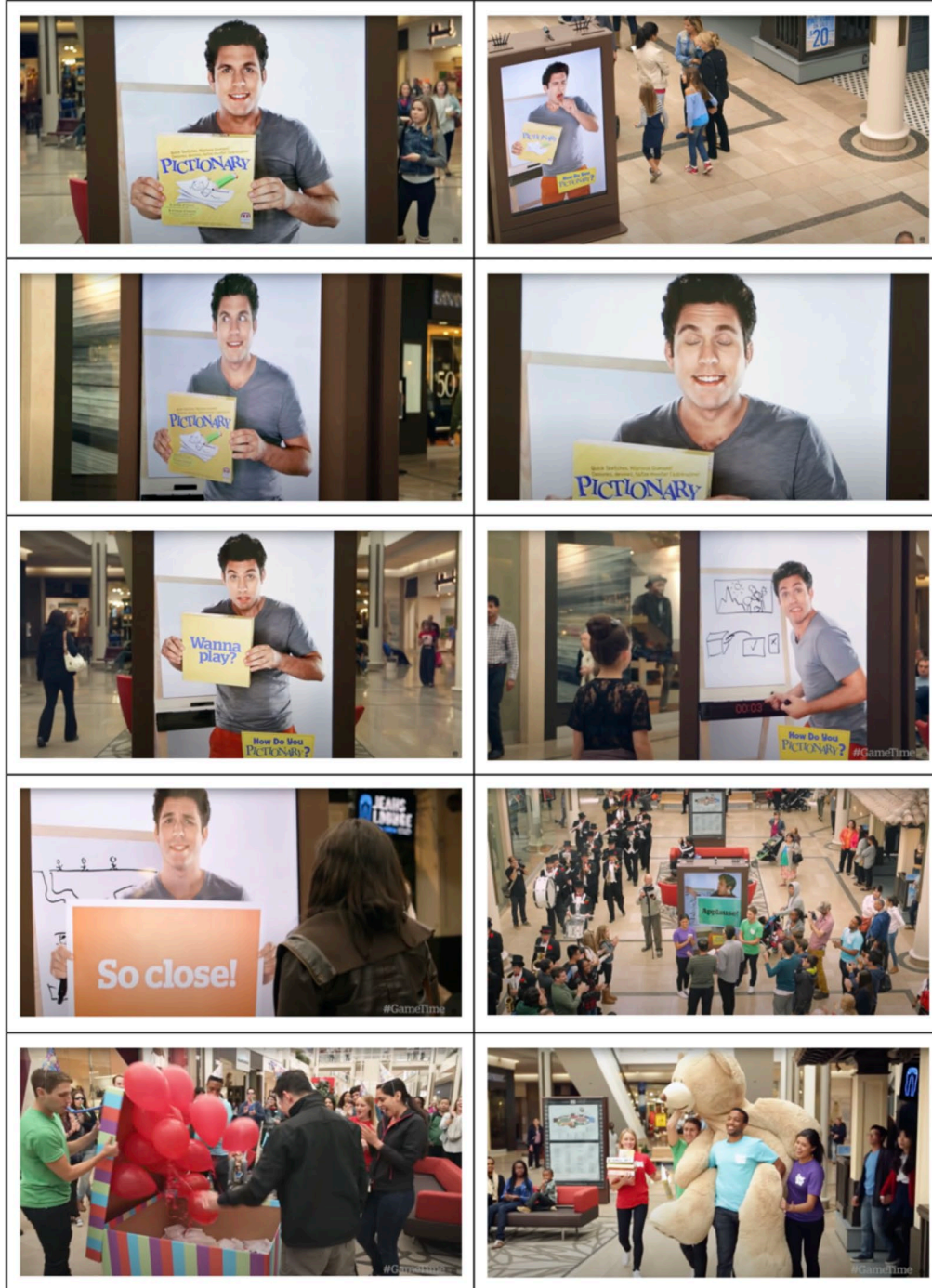
Etkileşim kavramı, kullanıcılar arasında ya da kullanıcı ve bilgi arasında olan bir tür etkileşime olanak tanıyan yeni medya olarak adlandırılmaktadır (Rice, 1984:35). Etkileşim süreci, ortaya çıkan iletişim esnasında alıcı ve vericilerin karşılıklı söylemleri üzerinde kontrol sahibi olma durumu şeklinde açıklanmaktadır. Alıcı aynı zamanda verici olarak da görev yaparak pasif konumdan aktif konuma geçer ve bir tür görev değiş tokuşu yapmaktadır. Bu süreçte zihinsel ve fiziksel etkileşim ortaya çıkmaktadır (Williams vd., 1988:10). Kısacası, alıcı konumundaki bireyin mesajı yönetebilmesi ve ona herhangi bir müdahalede bulunuyor olması bu durumun etkileşim içerdiğini göstermektedir.

Etkileşim tasarımında kullanıcı ile ürün, sistem ya da hizmet arasında ortaya çıkan bir diyalog bulunmaktadır. Etkileşim tasarımının amacında hedef kitlenin isteklerini, özelliklerini, bilgi birikimini, kültürünü ve davranış biçimlerini benimsemek vardır. Bu nedenle tasarım aşamasında hedef kitleyi gözlemleyerek ya da birebir görüşme sağlayarak onun hakkında bilgi toplamak tasarımı oluşturmada büyük önem taşımaktadır (Bedir Erişti, 2017:62; Babich, 2019).

Etkileşimli dijital ekranlarda kullanıcıları bilgilendirme, bilinçlendirme, yönlendirme, farkındalık yaratma ve pazarlama gibi stratejiler ön plana çıkmaktadır. Bu konuda tasarımcının düşüncesinde hedef kitleden başka unsurların da olması gerekmektedir. Artık tasarımcı, hedef kitlenin yanı sıra mesafeyi, ekran çözünürlüklerini, ekran özelliklerini ekranın boyutunu, ekran fontlarını, renkleri göz önünde bulundurmaktadır. Ancak, sayısal ortamda kullanılmak üzere

oluşturulan tasarımlar için yeni arayışlar ortaya çıksa da geleneksel tasarım prensipleri de kullanılmaya ve sürdürülmeye devam etmektedir.

Günümüzde bireyler dijital ekranlarda etkileşim kavramını yakinen deneyimlemektedir. Özellikle mobil cihazların, tabletlerin ve bilgisayarların her eve girmesiyle dijital ekranlardaki etkileşim unsurunu çoğu birey aktif bir şekilde kullanmaktadır. Bunun dışında kamusal alanlarda kiosklar, reklam panoları ve dijital masalar gibi teknolojik ürünlerde kullanıcılar etkileşim ile karşılaşmaktadır. Her biri ayrı bir bilgi deposu olan etkileşimli dijital ekranlarda kullanıcının etkileşime katılabilmesi ve çoklu medya sunumlarının gerçekleştirilebilmesi için uygun yazılımlar ve programlar ile oluşturulmaktadır. Kullanıcılar cihazlarla etkileşime dokunma, ses, hareket, jest ve mimik gibi türlü eylemlerle girebilmektedir. Örneğin, Mattel Games firmasının oyun tanıtımı için yaptığı etkileşimli dijital ekran tasarımında hareket ve ses algısı ile sağlanmıştır. Oyun tanıtımı için tasarlanan interaktif reklam panosu tasarımı Kanada'da bir alışveriş merkezine kurulmuştur. Kullanıcıların da aktif katıldığı bu tanıtımda firmanın amacı hedef kitlenin bu oyunu deneyimlemesi olmuştur. Reklam panosuna ilk bakıldığında sıradan bir reklam afişi gibi görülmüştür. Ancak panonun menziline girildiğinde tasarım hareketlenmeye başlamıştır. Ekran üzerinde bir kişi tasarlanmıştır. Tasarımdaki kişi, kullanıcılarla iletişime elindeki yazılı kağıtlarla, jest ve mimiklerle geçmiştir. Oyun sonunda kullanıcı başarılı olduğunda ona hediye olarak oyun ve çeşitli hediyeler verilmiştir (Görsel 8).



Görsel 8. Mattel Games Oyununun İnteraktif Reklam Panosu ile Tanıtılması

Etkileşimli dijital ekranlar kapsamında reklam panoları gibi mobil cihazlarla da hedef kitle reklam tanıtımlarını deneyimleyebilmektedir. Örneğin, McDonald's markası coğrafi konum teknolojisini kullanarak kullanıcıların kendi mobil cihazlarıyla dev bir panoyla etkileşime girerek oyun oynamasına olanak tanımıştır. Panonun kurulu olduğu alan çevresindeki kullanıcılar web üzerinden oturum açarak ekrana bağlanıp, oyuna katılmıştır. Oyunda 30 sn. süreden fazla kalanlar oyunu kazanmış sayılıp ödülünü almıştır. Mobil cihazların etkileşim özelliğinden faydalanan bir diğer marka IKEA'dır. IKEA firması müşterileri için 2014 yılı kataloğuna sanal gerçeklik teknolojisi eklemiştir. Kullanıcılar, IKEA'dan almak istediği mobilyayı evinde koymak istediği yere kataloğu koyup, akıllı telefonun ya da tabletin kamerası aktifleştirilerek uygulama açıldığında ekranda o mobilya üç boyutlu halde görülmüştür.

Yukarıda da bahsedildiği gibi, etkileşimli dijital ekranların kullanımlarına bakıldığında; kullanıcıların etkileşim süresince sanal dünyayla farklı deneyimler yaşayarak keyif aldıkları saptanmıştır. Bu ekran uygulamaları deneyimine başlamadan önce ise kullanıcıların uygulama karşısında tedirgin olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Sebebi ise, bu süreçte ne ile karşılaşacaklarını tahmin edemeyişleri olmuştur. Ancak, kullanıcılar etkileşimli uygulamayı keşfettikten sonra tedirginliği bir kenara bırakmış hatta bir önceki sayfada verilen reklam panosu örneğinde de görüldüğü gibi oyunu keşfederek eğlenmişlerdir (Görsel 8). Ayrıca, etkileşimli reklam panosu uygulamaları sonrasında da tanıtım içerikli olanlarda genellikle ödül ile dönüt verilerek bu tarz uygulamalar, kullanıcılara karşı cazip hale getirilmiştir. Bu da kullanıcıların memnuniyetini ve teşviki artırmıştır. Etkileşimli uygulamalarda iletişim için seslendirme, yazı, hareketli görseller ya da video gibi yöntemler kullanılmıştır. Ancak etkileşim tasarımlarının çoğunluğunda tipografiye ihtiyaç duyulmuş ve bir şekilde tasarım içerisinde yerini almıştır. Özellikle, seslendirmenin olmadığı, jest ve mimiklerin yetersiz olduğu ya da imajın yeterli olmadığı tasarımlarda tipografiye ihtiyaç duyulmuştur. Ancak tümüyle iletişimin tipografik tasarımlar ile sağlandığı uygulamalar sınırlı kalmıştır. Bu nedenle yapmış olduğumuz araştırma kapsamında yapılan uygulama çalışmalarında tipografik tasarımlara yer verilmiştir. Duygu ve düşünce aktarımında ifadeyi güçlendirmek adına tipografide kavramsal bir anlayışa başvurulmuştur.

Bu araştırmanın uygulama projesinde etkileşimli dijital ekranlar uygulamaları için öncelikle kullanılacak ekran türü belirlenmiştir. Uygulamada ayaklı reklam panosu ve mobil cihaz

olmak üzere iki tip dijital ekran tercih edilmiştir. Her iki dijital ekranda da kullanıcılara toplumsal bir konu olan cinsiyet eşitsizliği hakkında bilinçlendirme yapılması planlanmıştır. Toplumsal konunun belirlenip hakkında gerekli bilgilerin toplanmasıyla eskiz çalışmalarına başlanmıştır.

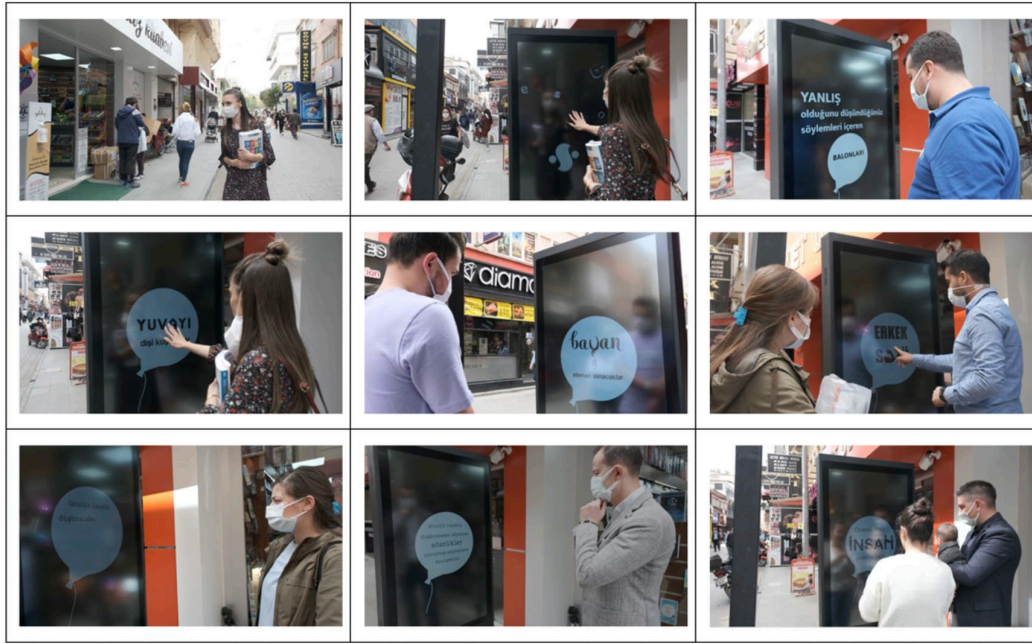
Ayaklı etkileşim içeren dijital reklam panosu uygulaması için kullanıcıların keyifle katılımı için oyunlaştırma tekniği tasarımın planlanmasına eklenmiştir. Oyunlaştırma ile kullanıcıların ilgisi daha kolay çekildiği için uygulamanın hedef kitleye ulaşması kolaylaşmıştır. Uygulama tasarımı için cinsiyet eşitsizliği ile ilgili Türk toplumunda kullanılan “Toplumsal Algıda Cinsiyetle ilgili Negatif söylemler” başlığı işlenmiştir. Uygulama çalışmasında kullanılmak üzere hazırlanan eskizler için figüratif tipografi tercih edilmiştir. Tasarımlar kamusal alanda dijital ekranlarda yer alacağından güneş ışığı ya da aydınlatma yetersizliği gibi sorunlar göz önüne alındığından etkisini kaybetmemesi nedeniyle siyah/beyaz çözümlenmiştir. Eskiz tasarımları tamamlandıktan sonra Adobe Illustrator CC Programı ile tasarımlar dijital hale gelmiştir. Ardından tasarımların hareketlendirilmesi için öykü panosu (storyboard) hazırlanmıştır. Öykü panosu tamamlandıktan sonra After Effects programı ile tasarımlara ses ve hareket eklenmiştir. Kavramsal tipografi bağlamında tasarımların hem içeriği hem de anlamı hareket ve ses ile daha zenginleşmiştir. Örneğin “temizlik kadının görevidir” söylemi için temizlik kelimesi üzerinde figüratif tipografik bir tasarım gerçekleştirilmiştir. Temizlik kelimesindeki “l” harfi üzerinde illüstratif tipografik bir oyun planlanmıştır. Kelimenin “l” harfi temizlik fırçası olarak düşünülmüş ve buna uygun yuvarlak formlarda Poetsen One fontunun dik/düz (regular) biçemi tercih edilmiştir. Kelime izleyiciye anlamını doğrudan aktaran metaforik bir tasarım ögesi şeklinde tasarlanmıştır. Harf ve sembollerin hareketlendirmesinde ise ekranda öncelikle fırça görünümündeki “l” harfi yeri süpürür vaziyette gelecek ve ardından kelimeler tamamlanacak şekilde senaryolaştırılmıştır. Yine bir başka negatif söylem olan “çocuk bakımı kadının işidir” için çocuk kelimesi üzerinde çeşitli figüratif tipografik çözümler denenmiştir. Kelimenin “o” harfi üzerinde anne ve kucağında bebek görüntüsü işlenmiştir. Hareketlendirmesinde de çocuk sesiyle birlikte görünen “o” harfi ardından kelimeler tamamlanmıştır. Bir diğer negatif söylem için ise “kız başına” ifadesi tasarlanmıştır. Bu tasarımda “kız” kelimesi üzerine odaklanılmıştır. Kelimenin “ı” harfi kadınlara gönderme yapacak şekilde tasarlanmıştır. Hareketlendirme işleminde “k” ve “z” harfleri ortadaki “ı” harfine erkek

öksürük sesiyle yaklaşınca “ı” harfi giderek korkup küçülür şekilde olay hikayeleştirilmiştir (Görsel 9).



Görsel 9. Münire Yıldız, *Etkileşimli Dijital reklam Panosu Uygulaması için Tasarımlar*, 2021

Tasarım ve hareketlendirme aşamaları tamamlandıktan sonra Visual Studio ortamında WPF ile oyun içerikli bir yazılım gerçekleştirilmiştir. Ayaklı dijital reklam panosu (billboard) ile kullanıcılara sunulmuştur. Kullanıcılar bu uygulama ile cinsiyetçi ifadelerle karşılaşmıştır. Oyunlaştırılmış etkileşim tasarımında ilk olarak “Oyun oynamak isterseniz ekrana dokunabilirsiniz” cümlesiyle kullanıcılara seslenilmiştir. Kullanıcıların ekrana dokunmasıyla bilgilendirme sayfası ekrana gelmiştir. Ardından kullanıcı hazır hissettiğinde ekrana dokunup, oyunlaştırılmış uygulamaya başlamıştır. Oyunda ekrana sırasıyla balonlar içerisinde yer alan negatif söylemler gelmiştir. Kullanıcılar yanlış olduğunu düşündüğü balonları dokunarak patlatmıştır. (Görsel 10).



Görsel 10. Münire Yıldız, *Etkileşimli Dijital Reklam Panosu Uygulaması*, 2021

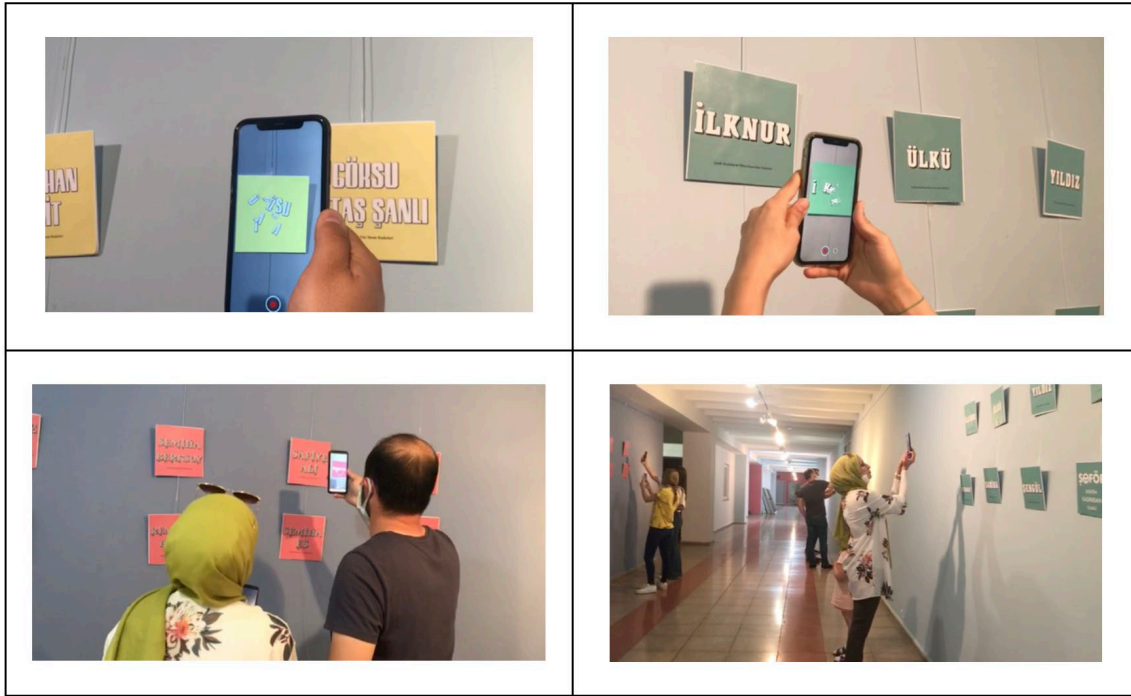
Bir başka etkileşimli dijital ekran örneğinde ise mobil cihaz için artırılmış gerçeklik içeren tasarım yapılmıştır. Bu uygulama çalışmasının sergileme alanında yeni teknolojilerin kullanılmasına örnek oluşturması için tasarlanmıştır. Uygulama çalışmasında erkek mesleği olarak görülmesine rağmen çeşitli spor dallarında başarılarla imza atan kadınlar tema olarak belirlenmiştir. Artırılmış gerçeklik uygulamasında sergilenen basılı bir yüzey üzerinde sporcuların isimleri bulunmaktadır. Mobil cihazlara yüklenen artırılmış gerçeklik uygulamasında kamera aktifleştirilerek o isimlere bakıldığında tasarımlar kinetik tipografi haline gelmesi planlanmıştır. Uygulama için sporcuların alanları figüratif tipografi ile tasarlanmıştır. Ardından Adobe Illustrator CC Programı ile tasarımlar dijital hale gelmiştir. Hareketlendirmesi ve seslendirilmesi için de After Effects programı kullanılmıştır. Örneğin güreş alanında Yasemin Adar için tasarım yapılmıştır. Güreş kelimesinin “ü” harfinde spor dalını yansıtabilecek görsel bir kelime oyunu düşünülmüştür. Aynı şekilde yüzme spor alanında Sümeyye Boyacı tercih edilmiştir. Yüzme kelimesi üzerinde “ü” harfinin genişliğinde bir fark oluşturulmuş ve noktalamaları yerine figüratif tipografi için illüstratif bir öge kullanılmıştır. Bir diğer örnekte Neslihan Yiğit için badminton kelimesi üzerinde bir tasarım gerçekleştirilmiştir. Hareket algısı içeren bir kavramsal tipografik tasarım yapılmıştır. Kelimenin

“b” ve “n” harfleri sağa ve sola yatık tasarlanarak rakete gönderme yapılmıştır. Kelimenin “i” harfinin noktası için de tüytop simgesi kullanılmıştır. Böylece badminton oyununu oynar bir ifade verilmeye çalışılmıştır. Hareketlendirmesinde de “b” ve “n” harfleri hareket ederek tüytopu birbirine gönderir biçimde badminton oyunu canlandırılmıştır (Görsel 11).



Görsel 11. Münire Yıldız, Sporcularla ilgili Tasarımlar; Güreş, Yüzme; Badminton, 2021

Artırılmış gerçeklik ile tasarımların sunulması için sporcu isimlerinin yer aldığı basılı grafik ürün sergileme için sergi salonuna yerleştirilmiştir. Etkileşimin gerçekleşebilmesi için mobil cihazlara artırılmış gerçeklik uygulaması yüklenmiştir. Akıllı telefonların ya da tabletlerin uygulama ile kamera aktifleştiren hareketli uygulamalar ekrana gelmiştir. Böylece kavramsal tipografik çalışmalar kâğıt üzerinden dijital ekrana taşınmıştır. Böylece fiziksel dünyada fiziksel cihazlarla tasarımlar sanal dünyaya aktarılmıştır (Görsel 12).



Görsel 12. Münire Yıldız, *Artırılmış Gerçeklik Uygulaması*, 2021

4. Sonuç

20. Yüzyıl'da tipografi alanında geleneksel tasarım anlayışı dışına çıkmış, bireysel denemelere yönelmiş ve özgün sonuçlar ortaya çıkmıştır. Bu süreçte görseller ve kelimeler bir bütün haline gelmiş, hatta sözcükler kelimelerin yerine geçmiştir. Tipografi özgürleşmiş ve kavramsal bir tavır içine girmiştir. Böylelikle, harflerden/kelimelerden illüstratif ve fotografik görseller ya da illüstratif ve fotografik görsellerden harfler/kelimeler tasarlanmıştır. Ancak kavramsal tipografik tasarımların oluşumunda tek bir teknik kullanılmamıştır. İncelenen örneklerin kimileri buluntu nesneyle kimileri manipülasyonla kimileri de organik nesnelere tasarlanmıştır. Çeşitli tekniklerle oluşmuş bu kavramsal tipografik tasarımlarda düşünceler ve duygular birer biçime dönüşmüştür. Tasarımcıların biçim ve içerik arasında bağlantı yaratma çabası temel amacı olmuştur. Anlama odaklanan modernist tasarımcılar birden farklı tekniklerle yeni anlamlar da ortaya koymuştur. Özellikle günümüzde teknolojik gelişmelerin ivme kazanmasıyla tasarımcılar dijital araçlardan faydalanarak tipografi alanında yeni ortamlar ve boyutlar çeşitlendirmiştir. Tipografide yeni anlam ve duygu, düşünce ve kavramları aktarma rolü

ortaya çıkmıştır. Artık tipografi ses, hareket ve görüntünün bir arada sunulduğu tipografi hologram, artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik, yapay zekâ ve görüntü işleme gibi teknolojilerle tablet, telefon, reklam panosu ve bilgisayar gibi çeşitli ekranlarda varlığını sürdürmektedir. Bu mecralarda tipografi okunma işlevi ya da sanatsal bir görev üstelenerek varlığını sürdürmektedir. Bu bağlamda kavramsal tipografi ile etkileşimli ekran uygulamaları yapılmıştır. Etkileşimli dijital reklam panosu için tasarlanan uygulamalar kullanıcı deneyimine sunulmuştur. Uygulama sonrasında kullanıcıların verilerine ulaşıldığında negatif söylemler konusunda çoğunluğun cinsiyetçi olmadığı gözlenmiştir. Ancak gönüllü katılımcıların çoğunluğunun eğitim seviyesi yüksek olduğu gözlenmiştir. Eğitim seviyesi lise altında olan kullanıcının uygulama sırasındaki cevaplarında ise cinsiyetçi yaklaşımı benimsediği ortaya çıkmıştır. Bunun dışında “bilim insanı ve bayan eleman” gibi söylemin henüz toplum tarafından cinsiyetçi görülmediği normal karşılandığı gözlenmiştir.

Sonuç olarak, teknolojik alt yapıya sahip tasarımlarla kullanıcılara cinsiyet eşitsizliği konusunda farkındalık oluşturduğu söylenebilir. Cinsiyet eşitsizliği konusu özgün hareketli ve kavramsal tasarımlarla yansıtılmasıyla kişilerin yorumlaması, irdelemesi sağlanmıştır. Uygulamaya katılım gösteren izleyiciler, kendilerince doğru olarak bildiklerini mukayese etme imkânı bulmuşlardır. Teknolojik anlamda uygulamanın sonuçlarına bakıldığında ise ister reklam panosu ister telefon ekranı olsun yapılan uygulamalarda kullanıcıların merak ve heyecan duygusu gözlenmiştir. Kullanıcılar artırılmış gerçeklik uygulamasında isimlere bakınca neyle karşılaşacağını merak ettiği gibi dijital reklam panosundaki uygulama çalışmalarında da etkileşime girince neler olacağını merak etmiştir. Modern teknolojinin tasarım hayatına girmesinden kullanıcıların ilk karşılaşmasında yaşadığı tedirginliğin yerini eğlencenin aldığı görülmüştür. Kişiler kimi zaman seslendirmeye kimi zaman da hareketlendirmelerle keyifli vakit geçirmiştir. Kullanıcıların kavramsal tipografik tasarımlar konusundaki fikirlerine ise kullanıcı beyanıyla ulaşılmıştır. Kullanıcı yorumları tasarımların eğlenceli ve farklı olduğu konusunda olmuştur. Okunurluğu ile ilgili değerlendirme ise, kullanıcıların uygulama esnasındaki gözlemine göre yorumlanmıştır. Verilen kısıtlı sürede kullanıcıların kavramsal tipografik tasarımları okuyup anladığı gözlenmiştir. Anlamadıklarına dair herhangi bir soru ya da görüş bildirmemişlerdir. Aksine ilk bakışta kısa sürede anlaşıldığını dile getirmişlerdir. Hatta uygulama esnasında tasarımlara bakıldığında

ifadelerinde gülümseme yer almıştır. Bu nedenle görsel kelime oyunu içeren yazının plastik imgelem yönü okumayı güçleştirmedeği ve dikkat çekiciliği artırdığı gözlenmiştir. Fakat, bu çıkarımların nihai sonucu oluşturabilmesi için laboratuvar ortamına ve geniş çaplı saha testine ihtiyaç bulunmaktadır. Ancak bu şekilde geniş çaplı bir araştırmayla genelleme yapmak mümkün olacaktır. Yalnız şunu söylemek mümkündür ki, literatür kısmında görüldüğü gibi kavramsal tipografik tasarımlar geçmişte kaybolup gitmemiş, günümüzde de varlığını yeni teknolojik ortamlarda sürdürmektedir.

Kaynakça

- Aksel, M. (2015). **Türklerde Dini Resimler**, İstanbul: Kapı Yayınları.
- Becer, E. (2010). **Modern Sanat ve Yeni Tipografi**, Ankara: Dost Yayınevi.
- Bedir Erişti, S. D. (2017). **Yeni Medya ve Görsel İletişim Tasarımı**, 2. Basım, Ankara: Pegem Akademi.
- Blackwell, L. (2004). **20th. Century Type**, London: Laurence King Publishing.
- Ertan, G. ve E. Sansarcı (2016). **Görsel Sanatlarda Anlam ve Algı**, İstanbul: Alternatif Yayınları.
- Heller S. ve Anderson, G. (2016). **The Typography Idea Book**, USA: Laurence King Publishing.
- Hillner, M. (2009). **Virtual Typography**, Switzerland: AVA Publishing SA.
- Kince, E. (1992). **Visual Puns in Design**, 1. Published, Watson-Guption Publications, Billboard Publications, NY.
- Larousse (Milliyet bas.). İstanbul: Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi c.4.
- Larousse (Milliyet bas.). İstanbul: Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi c.11.
- Lee, J. vd. (2002). "The Kinetic Typography Engine, an Extensible System for Animating Expressive Text", **Proceedings of the 15th Annual ACM Symposium on User Interface Software and Technology**. Paris: ACM.
- Meggs, P. B. (1993). **A History of Graphic Design**, NY: Van Nostrand Reinhold Company.

Meggs, P. B. ve Purvis, A. W. (2016). **Meggs' History of Graphic Design**, 6. Basım, USA: Wiley Published.

Sarıkavak, N. K. (2013). "Sözsüz İletişim Aracı Olarak Tasarım", **İletişimde Tasarım-Tasarımda İletişim Konulu Uluslararası Sempozyum ve Sergi**, Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi.

Şölenay, E. (1997). Sanatta Biçim İçerik Sorunu, **Anadolu Sanat**, 7(16), 138-144.

Suwanlert, S. (1990). **Creative Typography**, Graduate Faculty in Partial Fullfilment of the Requirements fort he Desgree of Master of Arts, Art and Design department, Iowa: Iowa State University.

Williams, F., Rice R. E. ve Rogers, E. (1988). **Research Methods and the New Media**, Free Press: NewYork.

İnternet Kaynakları

Babich, N. (2019). "Etkileşim Tasarımı, <https://xd.adobe.com/ideas/principles/humancomputer-interaction/what-is-interaction-design/> (Erişim tarihi: 14.05.2020).

Herzbrun, D. J. (2020). "How do You Symbolize Spasm? A knotted Rope? A clenched fist? It had all been Done Before" <https://readymag.com/lubalincenter/slinky/> (Erişim tarihi: 02.03.2020).

Görsel Kaynaklar

Görsel 1. "Mevlevi Leylek Hasan Dede'nin Leylek Şeklindeki İstifi" (solda) ve Al-i Abanın Resmi (sağ üstte), "Cihar-ı Yar-ı Güzin" (sağ altta). Aksel, M. (2015). **Türklerde Dini Resimler**, İstanbul: Kapı Yayınları.

Görsel 2. "Calligrammes Kitabından Şiirler", 1918. Meggs, P. B. ve Purvis, A. W. (2016). **Meggs' History of Graphic Design**, 6. Basım, USA: Wiley Published.

<https://archive.org/details/calligrammespo00apol/page/72/mode/2up?view=theater> (Erişim tarihi: 18.08.2021)

Görsel 3. "Alice's Adventures in Wonderland (Alice Harikalar Diyarı Maceraları)" Kitabından Kaligram Örneği", 1866 (solda) ve S "Un Coup de Dés Adlı Şiiri", 1897 (sağda) Meggs, P. B. ve Purvis, A. W. (2016). **Meggs' History of Graphic Design**, 6. Basım, USA: Wiley Published.

Görsel 4. "Zang Tumb Tumb", 1914. Meggs, P. B. ve Purvis, A. W. (2016). **Meggs' History of Graphic Design**, 6. Basım, USA: Wiley Published.

Görsel 5. "Scarecrow: A Fairy Tale İsimli Kitaptan Bir Sayfa Tasarımı", 1917 (solda) ve "Pneumatik Afişi", 1923 (sağda). Meggs, P. B. ve Purvis, A. W. (2016). **Meggs' History of Graphic Design**, 6. Basım, USA: Wiley Published.

Görsel 6. "The Next Call No.4; Lenin'in Ölümü", 1924 (solda) ve "Sigorta Reklamı", 1958 (sağda). Meggs, P. B. ve Purvis, A. W. (2016). **Meggs' History of Graphic Design**, 6. Basım, USA: Wiley Published.

Görsel 7. "Marriage", 1965; "Mother & Child", 1965; "Families", 1980; "Spasm Reklamı", 1956. Meggs, P. B. ve Purvis, A. W. (2016). **Meggs' History of Graphic Design**, 6. Basım, USA: Wiley Published.

Görsel 8. "Mattel Games Oyununun İnteraktif Reklam Panosu ile Tanıtılması".

<https://www.youtube.com/watch?v=M8Ro3bZ3WoM> (Erişim tarihi: 21.09.2021)

Görsel 9. "Etkileşimli Dijital reklam Panosu Uygulaması için Tasarımlar", 2021. Kişisel Arşiv.

Görsel 10. "Etkileşimli Dijital Reklam Panosu Uygulaması," 2021. Kişisel Arşiv.

Görsel 11. "Sporcularla ilgili Tasarımlar; Güreş, Yüzme; Badminton", 2021. Kişisel Arşiv.

Görsel 12. "Artırılmış Gerçeklik Uygulaması", 2021. Kişisel Arşiv.