

# TIPOGRAFI ve YAPAY ZEKA

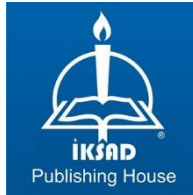
Öğr. Gör. Ayfer ÖZDEMİR & Öğr. Gör. B. Ruhsar KAVASOĞLU



İKSAD  
Publishing House

# TİPOGRAFİ VE YAPAY ZEKA

Öğr. Gör. Ayfer ÖZDEMİR & Öğr. Gör. B. Ruhsar KAVASOĞLU



**Copyright © 2024 by İksad publishing house**  
**All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, distributed or transmitted in any form by any means, including photocopying, recording or other electronic or mechanical methods, without the prior written permission of the publisher, except in the case of brief quotations embodied in critical reviews and certain other noncommercial uses permitted by copyright law. Institution of Economic Development and Social Researches Publications®**  
**(The Licence Number of Publicator: 2014/31220)**  
**TÜRKİYE TR: +90 342 606 06 75**  
**USA: +1 631 685 0 853**  
**E mail: iksadyayinevi@gmail.com**  
**www.iksadyayinevi.com**

**It is responsibility of the author to abide the publishing ethics rules.**  
**Iksad Publications- 2024 ©**

**ISBN: 978-625-378-134-7**  
**Cover Design: Ayfer ÖZDEMİR**  
**December/ 2024**  
**Ankara/ Türkiye**  
**Size=16x24 cm**

## İÇİNDEKİLER

<b>İçindekiler</b> .....	<b>i</b>
<b>1. YAZININ DOĞUŞU</b> .....	<b>1</b>
1.1. İlk Alfabe .....	2
1.2. Yazı Çeşitleri.....	3
1.2.1. Çin Yazısı.....	3
1.2.2. Yunan Yazısı .....	4
1.2.3. Latin Yazısı.....	5
1.2.4. Hint Yazısı.....	6
1.2.5. Arap Yazısı .....	6
1.2.6. Eski “Türk” Yazıları .....	7
1.2.6.1.İslamiyet’ten Önce.....	7
1.2.6.2.İslamiyet’ten Sonra.....	8
1.2.6.3.Yeni “Türk” Alfabesi.....	9
1.3. İlk Tipografi Çalışmaları .....	10
1.4. Batıda basılan ilk kitaplar.....	11
1.4.1. Plantin ve Bodoni .....	14
1.4.2. 19. ve 20. yüzyılda baskı yazılarının gelişimi .....	16
<b>2. TİPOGRAFİ</b> .....	<b>22</b>
2.1. Tipografinin Anlamı.....	22
2.2. Yazı nedir? .....	25
2.3. “Font” nedir? .....	26
2.3.1. Fontların Sınıflandırılması.....	26
2.3.2. bir fontun temel öğeleri .....	28
2.3.3. Fontlar kaçaya ayrılır?.....	29
2.3.4. Tipografik ölçüler.....	32
2.3.4.1. Fontun “anatomisi” .....	32
2.4. Grafik Tasarımda Tipografi .....	35
2.4.1. Yazı ailesi .....	36
2.4.2. Yazı tipleri.....	37
2.4.2.1. Yazı stili .....	40
2.4.2.2. Tipografi dili .....	41
2.4.2.3 İyi bir “font” tasarımının kuralları .....	44
2.4.2.4. Font Örnekleri ve anlamları .....	51



<b>3. WEB TASARIMI VE “TİPOGRAFİ”</b> .....	<b>53</b>
3.1. Web Tasarımda Tipografi .....	53
3.2. Gestalt Kuramı ve Tipografi .....	55
3.2.1. Algısal değişmezlik .....	60
3.2.2.1 Algıda seçicilik .....	62
3.3. Tipografi Örnekleri .....	63
<b>4. YAZI KARAKTERLERİNİ TÜRKÇELEŞTİRMEK</b>	
4.1. “Fontographer” ile Türkçeleştirmek .....	69
<b>5. YAPAY ZEKÂ VE “TİPOGRAFİ”</b> .....	<b>75</b>
5.1. Zekâ .....	75
5.2. Yapay Zekâ ve Tarihsel Süreci .....	75
5.3. Tasarım .....	77
5.4. Grafik Tasarım .....	78
5.5. Yapay zekâ ve Tipografi .....	82
5.6. Yapay Zekânın Tipografi Alanında Tasarım Süreçlerine Etkisi ...	83
5.7. Tipografinin Eğitici ve Bilgilendirici Tasarımlara Katkısı .....	84
5.8. Sanatsal ve Deneysel “Tipografi” .....	85
5.9. Yapay Zekâ Tipografisi Kullanan Tipografi Tasarımcıları .....	86
5.10. Yapay Zekâ Destekli “Tipografi” Araçları .....	91
5.10.1. Adobe Illustrator .....	91
5.10.2. Fontself .....	93
5.10.3. Fontjoy .....	93
5.10.4. Simplified AI Font Generator .....	94
5.10.5. Appy Pie .....	95
5.10.6. pageGBT .....	96
5.10.7. Calligraphr .....	97
5.10.8. Fancy Font Generator Programı .....	97
5.10.9. FontSpark .....	98
5.10.10. FontGet Programı .....	99
5.10.11. Font Generator Guru Programı .....	100
5.10.12. Font Meme Programı .....	101
5.10.13. FontStruct .....	101
5.10.14. Quicktools by Picsart .....	102
5.10.15. Aifontgenerator Programı .....	103
<b>6. TİPOGRAFİK KİMLİK VE MARKALAŞMA</b> .....	<b>110</b>
6.1. Reklam ve Pazarlama Kampanyalarında Tipografi .....	111

<b>7. GELECEKTE TİPOGRAFI VE YAPAY ZEKÂ.....</b>	<b>112</b>
7.1.Yapay Zekânın Tipografiye Katkıları ve Sürdürülebilir ve Erişilebilir Tipografi.....	112
7.2. Başarılı Uygulama Örnekleri.....	113
<b>8. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME.....</b>	<b>115</b>
Kaynakça.....	119

## GÖRSELLERİN LİSTESİ

Görsel 1. Claud Garamond tarafından yapılan, tipografik görsel tasarım ..21	21
Görsel 2. Logonomy.ir Logo tasarımı.....22	22
Görsel 3. Duvar kâğıdı olarak tasarlanmış Tipografi örneği .....24	24
Görsel 4. El yazısı stili “Tipografi” Örneği .....25	25
Görsel 5. Yazı tipi ve "tipografi" için ilginç bir kullanım örneği .....27	27
Görsel 6. “El yazısı” ”Vera.holera”nın vektör tasarım örneği .....28	28
Görsel 7. “Brush Script Fonts Type” koleksiyonundan.....30	30
Görsel 8. “Helvetica Fan Art” Max Miedinger ve Eduard Hoffmann tarafından tasarlandı.....31	31
Görsel 9. Harf yapılarının çeşitli bölümleri. ....33	33
Görsel 10. Harflerde bulunan yapısal bölümler .....33	33
Görsel 11. Harflerin “et kalınlığı” örneği .....34	34
Görsel 12. Yazı karakterinin” et kalınlığına” göre varyasyonları .....35	35
Görsel 13. Tipografi karakteri “Wilmory Rosas” .....37	37
Görsel 14. Font ve Yazı stillendirme .....37	37
Görsel 15. Font ve Yazı stillendirme Arial “Sans Serif Type Face” .....38	38
Görsel 16. Font ve Yazı stili “Craig ward typography” .....39	39
Görsel 17. Font ve Yazı stilinin tasarımda kullanımı .....42	42
Görsel 18. Font ve Yazı stilinin tasarımda kullanımı “okunaklılık” .....43	43
Görsel 19. Tasarımda “Font” seçimi .....44	44
Görsel 20. Tasarımda “Font” seçimi .....45	45
Görsel 21. Tasarımda “Font” seçimi .....46	46
Görsel 22. Tasarımda “Font” seçimi .....47	47
Görsel 23. Tasarımda “Font” seçimi .....47	47
Görsel 24. Tasarımda “Font” seçimi .....48	48
Görsel 25. Tasarımda “Font” seçimi .....49	49
Görsel 26. Tasarımda “Font” seçimi .....49	49
Görsel 27. Tasarımda “Font” seçimi.....50	50
Görsel 28. Tasarımda “Font” seçimi .....50	50
Görsel 29. Grafikselle çalışmalarda “Font” seçimi .....52	52
Görsel 30. Web sayfası çalışmalarda “Font” seçimi .....54	54
Görsel 31. “Gestalt” kuramı ve algı ile algıda örgütlenme .....56	56
Görsel 32. Kendini açıklayan kelimeler “vignette” .....56	56
Görsel 33. “Gestalt” kuramı .....56	56
Görsel 34. “Gestalt” kuramı “Yakınlık- Uzaklık” .....57	57
Görsel 35. “Gestalt” kuramı “Benzerli yasaı” .....57	57
Görsel 36. Logo tasarımı .....58	58
Görsel 37. “Gestalt Kuramı” Logo tasarımı .....58	58

Görsel 38. Kendini açıklayan kelimeler “vignette” .....	59
Görsel 39. Yukarıdaki on beş şekil birbirlerine yakın olmaları nedeniyle birleşik bir bütün (bir ağacın şekli) oluşturmaktadır .....	59
Görsel 40. “Gestalt” kuramı “figür yasası” .....	60
Görsel 41. “Gestalt” kuramı “figür yasası” .....	61
Görsel 42. “Retro font” , Büyük -küçük harf örneği .....	63
Görsel 43. Tipografıyı fotoğrafa giydirme örneği .....	64
Görsel 44. Tipografıyı fotoğrafa giydirme örneği .....	64
Görsel 45. Tipografıyı fotoğrafa giydirme örneği .....	65
Görsel 46. Görsel tasarımda tipografi örneği .....	65
Görsel 47. Görsel tasarımda tipografi örneği .....	66
Görsel 48. Görsel tasarımda tipografi örneği .....	66
Görsel 49. Görsel tasarımda tipografi örneği .....	67
Görsel 50. Görsel tasarımda tipografi örneği .....	68
Görsel 51. Fontographer programı açılış görüntüsü .....	69
Görsel 52. Fontographer programı ekran görüntüsü.....	70
Görsel 53. Fontographer programı uygulama ekranı görüntüsü .....	71
Görsel 54. Fontographer programı uygulama ekranı görüntüsü.....	72
Görsel 55. FontLab Studio ile Türkçeleştirmek .....	72
Görsel 56. FontLab Studio ile Türkçeleştirmek.....	73
Görsel 57. FontLab Studio ile Türkçeleştirmek.....	73
Görsel 58. StoryboardThat Reklam Öyküsü Örneği .....	79
Görsel 59. StoryboardThat Reklam Öyküsü Örneği Örneği .....	79
Görsel 60. Tasarım Ajansı Açılış Sayfası “Kullanıcı Arabirimi” Tasarımı Örneği .....	80
Görsel 61. İş şablonu için “infografik” tasarım örneği .....	80
Görsel 62. Cips “Ambalaj Tasarım” örneği .....	81
Görsel 63. 3D Tasarım örneği .....	81
Görsel 64. Jessica Walsh’un Yapay zekâ destekli programlarla yaptığı tasarım örneği.....	87
Görsel 65. Jessica Walsh’un Yapay zekâ destekli programlarla yaptığı tasarım örneği.....	87
Görsel 66. Neville Brody’nin Yapay zekâ destekli programlarla yaptığı tasarım örnekleri .....	88
Görsel 67. Neville Brody’nin Yapay zekâ destekli programlarla yaptığı tasarım örnekleri .....	89
Görsel 68. Erik Spiekermann tarafından yapılan Tipografi tasarım örneği	90
Görsel 69. Jessica Hische tarafından yapılan Tipografi tasarım örneği .....	91

Görsel 70. Adobe Illustrator programında Yapay zekâ desteği ile yapılan tasarım örneğidir. ....	92
Görsel 71. Fontself programı uygulaması görüntü ekranı .....	93
Görsel 72. Fontself programı uygulaması görüntü ekranı .....	94
Görsel 73. Simplified AI Font Generator programı görüntü ekranı .....	94
Görsel 74. Appy Pie programı uygulaması görüntü ekranı .....	95
Görsel 75. Appy Pie programı uygulaması görüntü ekranı .....	96
Görsel 76. Calligraphr programı uygulaması görüntü ekranı .....	97
Görsel 77. Calligraphr programı uygulaması görüntü ekranı .....	98
Görsel 78. FontSpark programı uygulaması görüntü ekranı.....	99
Görsel 79. FontGet programı uygulaması görüntü ekranı .....	99
Görsel 80. Font Generate Guru programı uygulaması görüntü ekranı.....	100
Görsel 81. Font Meme programı uygulaması görüntü ekranı.....	101
Görsel 82. Fontstruct programı uygulaması görüntü ekranı.....	102
Görsel 83. Quicktools by Picsart programı uygulaması görüntü ekranı...	103
Görsel 84. Aifontegenerator programı uygulaması görüntü ekranı.....	103
Görsel 85. Yapay zekâ, Yazılım, Tipografi görseli örneği.....	104
Görsel 86. Ukiyo-e kültüründen ilham alan tipografi örneği.....	104
Görsel 87. Yapay Tipografi örneği Görsel 88. Adobe Express ile oluşturulan Tipografi örneği .....	105
Görsel 88. Adobe Express ile oluşturulan Tipografi örneği.....	105
Görsel 89. “Noah” AI yazı tipi. Picsart tarafından oluşturulan Tipografi örneği .....	106
Görsel 90. “Midjourney kullanılarak oluşturulan Tipografi örneği .....	106
Görsel 91. Photoshop'ta düzenlenmiş Tipografi örneği .....	107
Görsel 92. Yapay zekâ ile yapılmış Tipografi örneği örneği .....	107
Görsel 93. Yapay zekâ ile yapılmış Tipografi örneği örneği .....	108
Görsel 94. Yapay zekâ ile yapılmış Tipografi örneği örneği .....	108
Görsel 95. Yapay zekâ ile yapılmış Tipografi örneği .....	109
Görsel 96. Yapay zekâ ile yapılmış Tipografi örneği örneği .....	109
Görsel 97. Yapay zekâ ile yapılmış Tipografi örneği .....	109
Görsel 98. Görsel Kimlik örneği.....	110
Görsel 99. Reklamcılıkta başarılı tipografi örneği .....	111
Görsel 100. Google Fonts ekran görüntüsü.....	113
Görsel 101. Adoobe Fonts ekran görüntüsü.....	114
Görsel 102. Microsoft Inclusive ekran görüntüsü.....	114



## 1. YAZININ DOĞUŞU

Görsel sanatların başlangıcı, M.Ö. 10000 yıllarına dayanan mağara duvarlarındaki resimlere kadar uzanır. Bu resimlerin en ünlüleri, İspanya'daki Altamira mağaralarındadır. Taş devri insanları, bu resimlerde yaşamlarını ve anılarını anlatmışlardır. Çoğunlukla av sahnelerini içeren bu resimler "resim" sanatının başlangıcı olarak kabul edilmektedir (Smith, 2020).

“Çizilen simgelerin” “yazı” olarak kabul edilebilmesi için “okunmak” amacıyla “yazılmış olmaları” gerekmektedir. “Seyredilmek üzere yapılanlar” ise “resim” olarak kabul edilmiştir. Böylece, okunmak için oluşturulan simgelerle (yani yazı ile) “insanlık kültür tarihi” başlamıştır. Yazıdan önceki çağa bu nedenle "Tarih Öncesi" denir. “İlkyazı” köy ve kentlerin ilk defa kurulmasının ardından Mezopotamya ve Eski Mısır'da doğmuştur. “Taş Devri” “mağara resimleri” ile Mezopotamya ve Mısır'daki “kültür başlangıcı” arasında uzun bir "karanlık çağ" vardır. İlkyazı, mağara resimlerinin devamı olarak sayılmamaktadır (Brown & Green, 2019).

Asya ve diğer kıtalarda “av ve hayvancılıkla” geçinen halklar “köy ve kentler” kurmadıklarından dolayı için kültürel anlamda eser bırakmamışlardır. İran yoluyla Asya'dan gelen “Sümerler” “Fırat” ve “Dicle” ovasında “ilk kez” tarıma başlamış ve göçebeliliği bırakarak “köy ve kentler” kurarak yerleşik hayata geçmişlerdir. Aynı dönemde “M.Ö. 4000-5000” yıllarında, Nil vadisi deltalarına yerleşen başka topluma ait insanlar burada tarıma başlamıştır. İlk kültür eserleri bu iki yerleşik bölgede doğmuş ve gelişmiştir. Bu iki toplumun yaşamlarının farklı inanışları ve sanat ve kültürleri olmasına rağmen eserlerinde benzerlikler bulunmaktadır (Johnson, 2021).

Bu oluşan yerleşik insanların oluşturduğu kültür bölgesinde “M.Ö. 3000-2500” yıllarında “yazı” doğmuştur. Mezopotamya'da resim şeklindeki “işaretlerden” gelişen yazı, “çivi” yazısıdır. Çamur levhalara, ağaç çubukların uçlarının bastırılmasıyla oluşan bu yazı başlangıçta her “işaret” “bir fikir” veya “kelimeyi” anlatırken zamanla “hece” yazısına dönüşmüştür. Çivi yazısı “sade” ve “kullanışlı” bir yazıdır. Buna karşılık Mısır'a ait olan “hieroglif” yazısı dekoratiftir. “Hieroglif” yazı M.Ö. 3000-2500 yıllarında doğmuş ve zamanla kelime ve hece yazısına dönüşmüştür. Bu yazı abideleri ve mezarları süslemek amacıyla kullanılmıştır.

“Çivi ve hieroglif” yazılarında simgeler bir “fikir” veya kelimeyi” ifade ettiğinden, bu yazılara “ideografi” veya “ideogram” da denilmektedir. “Çin yazısı” ve “Maya yazısı” da bu gruba dâhildir. M.Ö. 600-500 yıllarında kullanılmaya

başlanan “Çin yazısı” resim şeklindeki işaretlerden oluşmaktaydı. “Fırça” ile hızlı yazma sonucu işaretler “soyut” hale gelmiştir. Bu yazı 44.000 ayrı işareten oluşmuş ve “Çin halkı” tarafından binlerce yıldır kullanılmaktadır. “Japon yazısı” bu yazıdan türetilmiştir, ancak işaretleri kelimeleri değil “heceleri” ifade etmektedir. “Maya” yazısı ise “M.S. 1200-1400” yıllarda kullanılmış ve “doğal ve soyut” işaretlerden yapılmış bir “resim kompozisyonu” görünümündedir (Anderson, 2019).

## 1.1. İlk Alfabe

Mezopotamya ile Mısır arasında yer alan “Suriye” ve “Filistin” bölgesinde yaşayan ve bir halk topluluğunu oluşturan insanlar her iki kültürden de etkilenmiştir. Burada yaşayan halk, topraklarının Mısır ve Mezopotamya kadar verimli olmaması nedeniyle, iki bölge arasında ticaret yaparak geçimlerini sağlamışlardır. Fenikeliler, M.Ö. 1400 yıllarında “çivi yazısı” ve “hierogliften” yararlanarak “ilk alfabe” geliştirmişlerdir. Bu alfabe, insanın çıkarabildiği “çeşitli sesleri simgeleyen” harflerden oluşmuştur. Yazılışı, “sağdan sola” veya “bir sağdan sola”, “bir soldan sağa gidişli” olarak yapılmıştır. İlk alfabede ve sonraki alfabelerde her harf bir sesi simgelediğinden, bu yazılara “fonografi” veya “fonogram” denilmektedir (Carter, Day, & Meggs, 2002).

Fenikelilerin oluşturduğu “İlk alfabe” de harfler, bazı “eşya” ve “canlıları” simgeleyen resimlerden türemiş ve onların isimlerini almıştır. Örneğin, "Adelph (sığır, "Beth (ev, kulübe, "Gaml (deve ve "Delt (kapı gibi. İlk iki harf dizgisinin genel ismi olan "alfabe" olarak kullanılmaktadır ve "Alf" ve "beth" sözcüklerinden türetilmiştir. Fenikelilerin ilk alfabesinde bugün “sesli harfler” dediğimiz “a, o, u” gibi “sesli harfler” yoktur. Bu sesler, “nokta ve çizgi” gibi işaretlerle diğer harflerin “altına” ve “üstüne” konarak sağlanmıştır (Smith, 2020).

Fenikeliler tarafından oluşturulan, sesleri simgeleyen ve şekillerden oluşan “yazı (alfabe)”si önce Akdeniz çevresindeki kültür bölgesine yayılmıştır. Önce “İbraniler” sonra sırasıyla “Eski Yunanlılar” ve “Romalıları” bu yazıyı alarak kendi dillerine uygun yeni harfler ekleyerek kullanmaya başlamıştır. Bu gelişme sonrasında “Eski Slav” topluluklarının kullandığı “Kiril” yazısı türetilmiştir. “Kiril” yazısı günümüzde “Sovyetler Birliği” ve “Bulgaristan”da kullanılmaktadır.

Alfabenin ikinci gelişme kolu, Arabistan, İran ve Orta Asya ülkeleri yönünde olmuştur. Bu kolda türetilen yazılar genellikle sağdan sola yazılan çeşitlerdir. Harf devriminden önce, Selçuklu ve Osmanlı çağlarında kullanılan Arap yazısı bu kolun son yazılarından. Eski Yunanlılar M.Ö. 9. yüzyılda Fenike yazısını alıp ona sesli harfleri eklemişler ve soldan sağa yazmışlardır. Yunan yazısını M.Ö. 7. yüzyılda Romalıları almış, hafif değiştirmelerle “Roma Kapatalis”

denen büyük harf yazısını oluşturmuşlardır. “Roma Kapatalis yazısı”, “hieroglif” kadar dekoratif ve dünyanın en kullanışlı, en kolay okunan yazılarından biridir. Batı uygarlığının hızlı gelişmesinde bu yazının oynadığı rolün önemi oldukça büyüktür.

## 1.2. Yazı Çeşitleri

### 1.2.1. Çin Yazısı

Çin uygarlığının yaratıldığı geniş ülkede, çok çeşitli lehçeler kullanılmıştır. Yazı dili daima konuşma dilinden ayrı tutulmuştur.

Çinin her tarafında, “Mandarin” “lehçesi” ortak yazı dili olarak binlerce yıldır kullanılmaktadır. Diğer konuşma dilleri onun yanında “yazı dili” olarak çok fakir kalmıştır. Birbirinin dilini anlamayan Çinliler mektuplaşarak kolayca anlaşabilmıştır.

“Çince” tek heceli bir dildir. Her hece ayrı bir kelime anlamı taşır. M.Ö. 2000 yıllarından bu yana Çin yazısında fazla değişiklik olmamış ve “ideografik” niteliğini korumuştur. Çin yazısının en eski şekline “Eski Yazı (Ku-Ven)”, sonraki şekillerine “Büyük Mühür Yazısı (Ta-Çvan)” adı verilmektedir.

M.Ö. III. yüzyılda, küçük Mühür Yazısı (Syan-Çvan) denilen daha kullanışlı bir yazı, yöneticiler tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Ancak bu değişmeden sonra, kullanılan yazı araçlarının çoğalması, yazıya yeni gelişmeler getirmiştir. M.Ö. 200’de “kamış kalemlerin” yerine “fırçaların” kullanılması, yazıya zenginlik katmıştır ve böylece “Yönetim Yazısı (Li-Şu)” kullanılmaya başlanmıştır. M.S. IV. yüzyılda ise daha zarif bir yazı türü olan Normal Yazı (K’Yay-Şu) onun yerini almıştır. Zaman içinde halk arasında normal yazının daha akıcı ve sade şekilleri de kullanılmıştır.

Çok eski zamanlardan beri, kamış kalemlerle küçük tahta yüzeylerin üzerine yazılmaktaydı. Ancak olağan dışı hallerde “ipek” üzerine ve M.S. II. yüzyıldan sonra, “kâğıt” üzerine yazılmaya başlanmıştır. Kâğıdın önce Çin’de yapıldığı oradan dünyaya yayıldığı sanılmaktadır.

Çin yazısında 800 kadar esas “hece” vardır. Bunlar yan yana getirilerek birleşik kelimeler yapılır. “Kök (radical)” adı verilen 214 tanesi en önemlileridir. Bir araya toplanan birçok incelikler, Çin yazısını konuşma dillerinden güç duruma getirmiştir.

Çinlilerin günlük gazeteleri anlayabilmeleri için, en az 2500 kelimenin yazılış şeklini, ayrı ayrı öğrenmeleri gereklidir. Bilim adamları için, öğrenilmesi gereken şekil sayısı ise 40.000'in üzerindedir.

Cumhuriyet yönetiminin ilk yıllarından beri Çin devleti, ideografik yazının güçlüklerini ortadan kaldırmak için, sadeleştirme ve kolaylaştırma yollarını araştırmaktadır. 1918 yılında sonuç verecek en olumlu çalışmalar başlamıştır. Yazının yukarıdan aşağı doğru yazılmasının yarattığı güçlükleri ortadan kaldırmak için, soldan sağa doğru yazma çareleri araştırılmıştır. Çeşitli lehçelerin kullanılması yerine, “hem konuşma”, “hem de yazma” dili olarak “Pekin” lehçesinin öğretilmesine geçilmiştir. Son yıllarda Latin alfabesinden alınan, yeni bir yazı türünün öğretilmesine de başlanmıştır.

Çin yazısı değişikliklerle Japonya ve Kore’de de kullanılmaktadır. Fakat Japonlar ideografik işaretlerin yanına, fonetik semboller katarak, yazıya daha kolay ve kesin okunur, telaffuz edilir hale getirmişlerdir. Doğu Asya’da Çin yazısından türemiş, fırça ile yazılan başka yazı çeşitleri de vardır.

### 1.2.2. Yunan Yazısı

“Fenike alfabesi”nden doğan büyük alfabelerden birisi de “Yunan” yazısıdır. Fenike alfabesinin ilk harfi adelph (sığır) Yunanca’da alfa, ikinci harf beth (ev) Yunanca’da beta olmuş, harf dizisine alfabe adı verilmiştir. Ayrıca, yalnız sessiz 22 harften meydana gelen Fenike alfabesine, Yunanlılar sesli harfleri de katmışlardır.

Yunan yazısının gelişme döneminde, “güney”, “doğu” ve “batı” olmak üzere üç kola ayrılmıştır. Soldan sağa yazıldığı gibi, bazen sağdan sola doğru da yazılmıştır. “Miletos alfabesi”Atina devletinin “resmi yazısı” olarak kabul edilmiştir. Ondan sonra M.Ö. IV. yy.’dan başlayarak, bütün Yunan uygarlığının klasik alfabesi haline gelmiştir. M.Ö. III. yy.’dan başlayarak, bir taraftan “Unsial (latence uncia)” denilen kıvrıntılı “majiskül” yazı çeşidi, öbür taraftan, çabuk yazılmaya elverişli olan “kursiv (cursive)” yazı türetilerek, IX. yy.’a kadar geliştikten sonra “miniskül” denilen küçük harfler de kullanılmaya başlanmıştır.

Bizans devrinde kilisenin de etkisiyle, Kıpti, Got ve Kirilik, alfabeleri Unsial denilen kıvrımlı Majüskül Yunan yazısından, Glagolit İslav yazısı da Yunan Miniskül yazısından çıkarılmıştır. Bir süre sonra İslavlar Glagolit yazıyı bırakıp, Kirilik yazıyı sürdürmüşlerdir. Bu yazıyı kullanan Ruslar, Ukraynalılar, Sırp, Bulgarlar, ayrı ayrı bazı eklemeler yapmışlardır. Finlandiyalı dilciler de Kirilik alfabesi üzerinde çalışmışlardır.

### 1.2.3. Latin Yazısı

“Latin” yazısı, “Batı Yunan” alfabesinden türetilmiştir ve Roma İmparatorluğundan ulaştığı tüm ülkelere yayılarak, Dünyada en çok kullanılan “alfabe” haline gelmiştir.

“Yunan” yazısını ilk önce “Etrüksler” İtalya yarımadasına götürerek kullanmışlardır. Dönemin en eski örneği; M.Ö. 600 yıllarında yazılmış olup, 1899 yılında “Forum Romanum”dan çıkarılan siyah bir taş üzerindeki yazıtta bulunmuştur. Zamanla batı kültürünün en çok tercih edilen yazısı haline gelen “Latin” alfabesinin şu türleri görülmektedir.

- “Capital” (Büyük harf) “Eski devirlerde kullanılmıştır”
- “Rustika” “kitaplarda kullanılan süslü büyük harf”
- “Uncial” “kıvrımlı, yuvarlak majüskül” (MS III-IX yy.).
- “Cursive” “çabuk yazılabilen kolay iş yazısıdır ve her zaman “sağ tarafa eğik” yazılmıştır.
- “Minuscule” (küçük harf)

Matbaa icat edildikten sonra “matbaa” yazısıyla “el yazısı” arasında ayrılık ortaya çıkmıştır. Ortaçağda Latin alfabesini kullanan usuller, kendilerine özgü değişiklikler yapmışlardı. Cursive ve Uncial yazıların karıştırılmasından doğan ve ulusal yazılar şunlardır: “Karollu”, “Merovingien”, “Visigot”, “Langobard”, “Anglo-Sakson”, “Gotik (Barbar)”, “Köşeli Gotik”, “Textura”, “Rotunda”, “Bastarda”, “Gotika-Antiqua”.

Gutenberg tarafından keşfedilen matbaa ’da (1450-1456) gotik yazının bir çeşidini kullanmıştır. Avrupa’da basıma geçmeden önce hala IX. yüzyılın siyah ve sevimsiz “Karollu” yazısı kullanılmıştır. 1425 yılında Floransa’da “Niccolo Niccoli” “Yeni Karollu” denilen bir yazı çeşidi geliştirmiştir. Bu yeni yazı daha çok Hıristiyanlıktan önceki eski “layık” yapıtlarının kopyasında kullanıldığından “Littera Antiqua” adını almış, eski yazıya da sadece “Gotik+ (Barbar)” denilmiştir. “Antik” yazı resmi yazışmalarda “dik”, özel işlerde ise “eğik” yazılarak kullanılmıştır. Bugün “Romen” dediğimiz “dik yazılar” ile “İtalik” dediğimiz “eğik yazılar” bu geleneğin devamıdır.

Gutenberg zamanında Avrupa’da başlıca iki yazı türü kullanılmaktaydı, bunlar; Gotica ve İtalya’dan gelen Humanistica’dır. Gotica’dan Alman, İngiliz, Fransız ulusal yazı biçimleri çıkmış, ilk baskılar da bu tür yazılarla yapılmıştır. Humanistica bir zaman yalnız İtalya’da kullanılmış, sonra Rönesans düşüncesiyle bütün Avrupa’ya yayılmıştır.



Aslında “23 harf” olan Latin alfabesini kullanan milletlerin çoğu, kendi dillerinin koşullarına uyararak, harflerin üstüne, altına “diyakritik” işaretler katarak, yeni harfler yaratmışlardır. Latin alfabesinden alınan yeni Türk yazısında “ç, ğ, ö, ü, ş” “diyakritik” işaret almış harflere örnektir.

#### 1.2.4. Hint Yazısı

Hindistan’da kullanılan yazılar doğrudan doğruya “Arami” köküne bağlanıyordu. Bu dönem sonrasında yapılan araştırmalar sonucunda M.Ö. 3000 yıllarına kadar uzanan, eski ve ayrı bir yazı geleneğinin de varlığı ortaya çıkmıştır. Bu geleneğin devamı olan “Hint yazıları” hala “hece” yazısı olarak günümüzde de kullanılmaktadır. Eskiden Hindistan’da “Kharosthi” ve “Brahmi” adlı iki tür alfabe kullanılıyordu. Bu yazı tiplerinde “kök” yerli olmakla beraber her iki çeşit yazı türünde de “Sami” yazılarının etkisi büyük olmuştur.

“Kharosti yazısı”, M.Ö. III. yy.’da kuzeybatı Hindistan’da “Hint ve İskit kralları” tarafından kullanılmıştır. Sayısı yüzü aşan “Hint Tibet” yazıları hep “Brahmi” kökünden doğmuş ve yayılmışlardır.

#### 1.2.5. Arap Yazısı

Çeşitli araştırma ve tartışmaların sonra ulaşılan sonuçlara göre, Arap alfabesinin kaynağı, “soyca Arap” olup sonradan “Aramilemiş Nabati’lerin” yazısıdır. Bu tezi doğrulayan birçok kanıt bulunmuştur.

Miladın ilk yüzyıllarında, “Güney Arap” yazısı kuzeye göç ettiği gibi, “Arami” yazısı da güneye bu arada Sina yarımadasına inmiş ve hepsi karışmıştır. “Arap” alfabesiyle yazılmış ilk anıtlar “Zebed” (512 yılı), “Harran” (568 yılı) yazıtları “Nabati-Nebti” yazıdan türemiş “alfabe” ile kaleme alınmıştır. Harfleri bitişik olarak yazılan “Arap” yazısı bu niteliklerini “Nabati” etkisine borçludur. Çünkü Sami yazılarda harfler ilk defa “Nabati” alfabede bitişik yazılmış, visaklar da orada görülmüştür. İlk “Arap” yazısının harf sırası da bu yazının Arami kaynaktan geldiğinin diğer bir göstergesidir.

“Nabati” ile “Arap” yazısı arasında geçiş tipi olarak, Sina yarımadasında kayalar üzerinde M.S. II.-IV. yüzyıllar arasında özentisizce çizilmiş yazılar – graffiti- görüyoruz.”

VI. ve VII yüzyıllarda “Arap” yazısı hızla gelişmiştir. Hicretten sonra ise sağdan sola doğru yazılan “28 harfli” iki tür meydana gelmiştir. Bunlar:

- Kufi yazı
- Nesih yazı

Bütün Sami yazılar gibi Arap alfabesi da sessiz harflerden meydana gelmiştir. Noktaların belki de İslâmiyetken önce, Süryani yazısından geçtiği sanılmaktadır.

Arap alfabesi zamanla Kufi ve Nesih çeşitlerinden başka, Altı Kalem adı verilen, altı ayrı özellikte yazılmıştır. Bazıları Talik yazıyı da bunlara katarak, Yedi Kalem deyimine kullanırlar. Bu yazı türleri ise;

- Sülüs
- Nesih
- Muhakkak
- Reyhani
- Tevki
- Rıka
- Talik  
dir.

### **1.2.6. Eski “Türk” Yazıları**

Türklerin kullandıkları yazıları İslamiyet’ten önce ve İslamiyet’ten sonra kullanılan yazılar olmak üzere “iki gruba” ayrılmıştır.

#### **1.2.6.1. İslamiyet’ten Önce**

Orta Asya’da yapılan araştırmalar Türklerin çeşitli yazılar kullanmış olduklarını göstermiştir.

MS VI-IX yy’da “Göktürk” ve “Uygur” Türk devletlerinin çok önemli “uygarlıkları” vardır. Bu dönemde ilki “Uygur”, diğeri “Göktürk” alfabesi olmak üzere iki türlü yazı kullanılmıştır.

“Göktürk alfabesinin tek ve güzel örneğini Orhun yazıtlarında görmekteyiz. Yazıtlara verilen addan dolayı, yazıya da Orhun alfabesi denilmiştir. Bazı bilginlere göre, Hz. İsa’nın doğumundan evvelki yüzyıllardan beri, bu alfabe Türkler tarafından kullanılmaktadır”.

Orhun yazıtlarının yan yüzlerinde bulunan Çince yazılardan yararlanarak, Danimarkalı bilgin Wilhelm Thomsen 1924 yılında kesin olarak. Göktürk yazısını okumuştur. Bu konuda, hala birçok çalışma devam etmektedir.

“Orhun alfabesi”, dördü “sesli” olmak üzere, “sağdan sola” doğru yazılan “38 harften” meydana gelmektedir. Harflerden “dokuz tanesi” henüz” hece” harfi halindedir. Yani birden fazla sesi yazmaya yaramaktadır. “Uygur alfabesi” ise “14 harften” meydana gelmiştir.

Hangi yıllarda başladığı bilinmemekle beraber VIII. yy.’dan kalan örnekler şekil benzerliklerinden dolayı, bu alfabenin “Arap-Arami” yazısının Orta Asya’ya kadar uzanan bir kolu olabileceğini göstermektedir. Bu alfabeler de “Arap” alfabeleri gibi “sağdan sola” doğru yazılmıştır.

### 1.2.6.2. İslamiyet’ten Sonra

IX-XI. yy’ da Türkler İslamiyet’i kabul ederken, din ile beraber Kur’an’ın yazıldığı Arap alfabesini de benimsemişlerdir. Kısa zamanda “İslam” dininin koruyucusu, yayıcısı haline gelmişlerdir. Bu arada Arap yazısını da geliştirerek “sanat yazısı” olma değerine ulaştırmışlardır. XII yy ’da Anadolu’da yapılan Selçuklu yapıtlarında, çini, taş, ağaç işleri üzerinde ve kitaplarda oldukça değişik ve güzel yazı örneklerine rastlamaktadır. Osmanlılar döneminde ise “yazı” sanatının başlı başına bir “sanat kolu” haline geldiği görülmektedir.

“Türk” hattatlarının yazdıkları yazıları, yalnızca harf güzelliği açısından değerlendirmemek gerekir. “Leke”, “çizgi”, “nokta” ve “renk” kompozisyonları olarak XX. yy.’ın soyut sanatı zaman zaman bu yazılardan etkilenmişlerdir. Bu yazıları görenler okumasını bilmeseler de, şekil güzelliğinin hayranı olmuşlardır. Binlerce el yazması kitapları dolduran ve kutsal yapıların içinin dışını süsleyen taş, çini levhalar üzerindeki yazılar, ulusal zenginliklerimizin bayında gelirler.

Cumhuriyet’in ilanından sonra “harf devrimi” ile “Arap” harflerinin kullanımdan kaldırılması ile bu harflere dayanan yazım sanatının yaygınlığı da birden bire azalmıştır. Kitapların “Latin” harfleriyle ve baskıyla hazırlanması, bu sanatın kullanım alanını camilerdeki duvar yazılarını indirgemıştır. “Tuğrakeş İsmail Hakkı Altunbezer”, “Kamil Akdık”, “Emin Barın” gibi hattatlar bu kısıtlı alanda yapıtlar yaparak 20. yy’ da “hat” sanatını sürdüren sanatçılar olmuşlardır.

### 1.2.6.3. Yeni ‘‘Türk’’ Alfabeti

Yazı alanında övünmeye değer yapıtlar yapılırken, Arap alfabesini öğrenmenin güçlüğü de ‘‘ulusal’’ bir sorun haline gelmiştir. ‘‘Güzel yazı yazmak’’ başlı başına bir meslek, kazanç yolu olmuştur. Yalnız okuyup yazabilmek için, uzun yıllar harcamak gerekmiştir. Dolayısıyla, toplumumuzda okuma yazma bilenlerin sayısı, bütün çabalara rağmen arttırılamamıştır. Bu durum Milli Eğitimimiz için büyük bir sorun oluşturmuştur. Bu soruna, yurttışı eğitimin öneminin anlaşılmasıyla XIX. yy.’dan itibaren çözüm yolları aranmıştır. Müfit Paşa ve Azerbaycanlı düşünür Fethali Ahunzade gibi aydınlar yazı konusunda tartışmışlar, yenileşme ve çözüm yolları bulma konusunda arayışlar içinde olmuşlardır.

1908 yılından sonra ‘‘Hüseyin Cahit (Yalçın)’, ‘‘Dr. Abdullah Cevdet’’, ‘‘Celal Nuri (İleri)’’ gibi yazarlar ‘‘Latin’’ alfabesinin kabulünü savunmuşlardır. ‘‘Atatürk’’ daha Osmanlı İmparatorluğu devrinde bu konuyu düşünmüştür. Uzun tartışmalardan sonra 1928 yılında kurulan ‘‘Dil Encümeni’’ anadilimize uygun bir yazı çeşidini seçme işini yüklenmiştir.

Önce 20 Mayıs 1928 tarihinde Latin rakamları, 1288 sayılı kanunla kabul edilmiştir. Daha sonra, 1 Kasım 1928’de T.B.M.M.’den 1353 sayılı ‘‘Türk harflerinin kabulü ve uygulanması’’ hakkındaki bu kanunun uygulama tarihi ise 1 Ocak 1929 olarak gösterilmiştir. Daha bu tarihe gelmeden günlük gazeteler yeni Türkçe harflerle yayım denemeleri yapmaya başlamışlardır.

Halk okulları, kurslar ve seminerler ile Türk halkına yeni yazıyı öğretmek için güçlü bir savaşa girişmişlerdir. Başta Atatürk olmak üzere, bütün devlet büyükleri ve memurları bu savaşta önder olmuşlardır. Atatürk yeni yazıyı önce milletvekillerine öğretmekle işe başlamış, daha sonra kent kent dolaşarak öğrencilere öğretmelere kendisi öğretmiştir. Başöğretmen Atatürk’ün bu anılarla ilgili, yazı tahtası başındaki resimleri herkesçe bilinmektedir.

Bugün artık bir yılda çocuklarımıza, daha kısa zamanda yetişkinlere öğretebildiğimiz Türk alfabesi 29 harften meydana gelmiştir.

‘‘Yeni yazımızın kökeni Latin alfabesi olmasına karşın bu alfabenin bazı harfleri dilimizin özelliklerine uyularak hiç alınmamış, bazı harfler ise aynı görüş doğrultusunda gerek görülerek eklenmiştir’’.

### 1.3. İlk Tipografi Çalışmaları

“Tipografi” alanındaki çalışmalar, yazının bulunmasıyla başlamıştır. Bu nedenle de bir “tipografi” alfabenin gelişiminde, “Çince”, “Japonca” gibi diğer yazı sistemleriyle olan farklılıklarının mutlaka bilinmesi gerekir. Alfabeyi bulan kişiler, insanlığa en büyük hizmetlerden birini sunmuştur. “Yazı” ortaya çıkar çıkmaz dönemin insanları, bu konuda çok uzun bir süre uğraş vermişler ve onu güzelleştirmeye çalışmışlardır. Bütün dünya alfabeleri bu yazıdan türemiştir. Bu süreç içinde “el yazmalarının” özel bir yeri vardır. Resimlenmiş, süslenmiş, tezhip edilmiş (yazıyı yıldız ve oya ile bezeme) el yazması geleneği, “tipografların” yaratıcılıklarıyla doğmuştur ve günümüzde bu konuda sayısız kitap mevcuttur. Eski el yazmaları basıldıklarında orijinalindeki yapıyı tam yansıtamazlar bile, güzelliklerinden bir şey kaybetmemişlerdir. Ayrıca baskı yoluyla çoğaltmaları çoğu insana ulaşabilmelerini sağlamıştır. El yazmalarının veya eski baskıların toplanıp bir araya getirilmesiyle olağanüstü güzellikte sergiler ortaya çıkmıştır. Örneğin, 1973’te Victoria ve Albert Müzesinde sergilenen Japonca basılı eserler ve 1975’te “Hayward” Galerisinde “İslam eserleri” sergisindeki “İran el” yazmalarının resimli kenar süsleri şaşırtıcı güzellikteki eserlerdendir. Bunun gibi değerli serelerden oluşan bir koleksiyon da (yıldızlı el yazmaları) British Museum’da bulunmaktadır. Büyük kütüphane ve müzelerin çoğunda çok değerli koleksiyonlar mevcuttur.

“Baskı ve baskıda kullanılan malzemelerin keşfi ilk defa Doğuda yapılmıştır. Kâğıt ilk defa Çin’de bulunmuş ve nasıl yapıldığı Araplar ve Kuzey Afrika yoluyla Doğudan Batıya doğru yavaşça yayılmıştır”.

Avrupa’da “ilk kâğıt” imalathanesi MS 1150’de İspanya’da kurulmuştur. Tahta kalıplardan “basma tekniği” ilk defa Çin’de gelişmiş ve MS 10. yy ’da bir “sanat” haline gelmiştir. British Müzesinde hala muhafaza edilen ve dünya kitaplarının en eskisi sayılan “868” tarihli “Diamond Sutra” bu unvanını 1967’de Güney Kore’de bulunan ve yaklaşık 100 yıl daha öncesine ait olan başka bir kitap taslağına bırakmıştır.

“Çinlilerin 1041 ve 1048 yılları arasında Pi Sheng tarafından pişmiş topraktan yapılmış ve demir formların içerisine yerleştirilen yer değiştirebilen hurufatlarla kitap bastıkları bilinmektedir. Fakat Çin, Japon ve Korelilerin bir alfabeleri olmadığı için hareketli harfler bu ülkelerde önemli bir buluş sayılmamıştır”.

Uzak Doğu dillerinin yazımı 40 bin ayrı sembol üzerine kuruludur, son yılların modern baskı yöntemlerine kadar bu uluslar için hareketli harflerle baskı nadiren pratik olmuştur. Tahta kalıplarla baskının bulunması bu nedenle Çin’de



sadece baskının icadı olarak kalmıştır. Çin ve Japon kitaplarında, tahta kalıp hattatlığında ve renkli baskıda biçimlenen yazı metinleri ve resimler öyle olağanüstü bir uyumla birleştirilmiştir ki, Avrupa sanatında hiçbir yapıt bununla paralel tutulamaz.

Avrupa’da tahtadan kalıp-baskının “ne zaman” başladığı kesin olarak bilinmemekle birlikte 6. yy.’da “tekstil” baskıda tahta kalıpların kullanıldığı tahmin edilmektedir. Çin’de tahta baskı yöntemiyle basılan oyun kâğıtları, banknot para ve kitaplar, Avrupa(ya muhtemelen kalıp-baskı başlamadan önce girmiştir. 14. yy. sonlarında Fransa’da oyun kartlarının popüler olduğu bilinmektedir. Örneğin, 1397’de Paris’te bir kararnameyle, çalışan erkeklerin iş günlerinde oynamalarının yasaklanması bunu göstermektedir. Oyun kâğıtlarının baskı yoluyla üretimi 14. yy. sonu ve 15. yy. baylarında gerçekleşmiştir. Özellikle Ulm’da oyun kâğıtlarının basımı zengin bir endüstri dalı olarak gelişmiştir.

Tahta kalıplar kullanılarak resimli yazıların basılması Avrupa’da hareketli harflerin keşfine esas olmamıştır. Metal harflerin, Metal harflerin, metal kalıpların bulunmasındaki temel, metal bilgisinden kaynaklanmaktadır. Bu buluş, Mainz’de yaşayan bir kuyumcu olan Johannes Gutunberg’e (1398-1468) aittir. 1440’tan önce yaklaşık 10 yıllık veya daha fazla bir zamanda birçok çalışmanın yapıldığı, çok paraların harcandığı bir deneme süreci sonunda bu buluş ortaya çıkmıştır.

#### **1.4. Batıda basılan ilk kitaplar**

15. yy. başlarında kitaplar tamamen el yazısı ile genellikle Parşömene (hazırlanan keçi koyun, dana derisi) yazılıyordu. Ayrıca keten ipliğinden yapılmış kâğıtlar da yazı yazmakta kullanılıyordu. Hattat odalarında, bir metin sesli okunuyor ve anında yazıcılar tarafından yazılıyordu. Böylece bir kitap işi, pazarı oluşmuştu. Kitap sergileri düzenleniyordu. Fakat kitaplar günümüzde olduğu gibi günlük yaşantımızın normal bir parçası değildi. Yalnızca zenginlerin gücü kitap almaya yetiyordu. Bilgi, genellikle sıradan insanların ağızdan ağıza dolaşmaktaydı. Birçok kişi kafasında bir müzik ve edebiyat birikimi taşımaya rağmen çok azı okuyabiliyordu. Bu sırada eğitim yaygınlaşıyor, üniversiteler kuruluyor ve giderek artan kitap ihtiyacını karşılamak için her harfi “elle yazmaktan” daha etkili, kolay ve ucuz bir yöntem arayışı daha da önemli bir konu haline geliyordu.

Gutenberg bir kuyumcu olarak tecrübelerinden dolayı, madeni para gibi nesnelere metal içerisinde kalıba dökmeyi ve harflerle, şekilleri metal üzerine basmayı biliyordu. Onun için önemli olan, bu teknikleri kitap yazılarını kopya etmeye uyarlamaktı, diğer bir deyişle kitap üretimini mekanikleştirmekti. Harfleri teker teker metale dökme fikrinin nasıl ve ne zaman aklına geldiği bilinmemektedir. Harfler kelimelerde birleşecek ve oluşturulan kalıplardan

yararlanılarak baskı işlemi gerçekleştirilecekti. Ulaşılan bu nokta, kültürün yaygınlaşarak dünyamızın hızla değişiminde en önemli etmen olmuştur.

Gutenberg, kolayca eriyebilen, matrisin içinde eşit olarak akıp yayılan, soğutulurken harfin kesinlikle doğru modelini oluşturmak için çok az genleşen ve soğutulduğunda kâğıt veya deri üzerine defalarca basılırken çok çabuk yıpranmayan, basınca dayanabilen sert bir metal bulunmalıydı. Bugüne kadar her metal harfin temelini oluşturan ve Gutenberg'in de kullandığı metal kurşundu. Kurşunun içine, ince çizgileri kuvvetlendirmek ve sertlik katmak için antimon, dayanıklılık kazandırmak ve kurşunun erimesini kolaylaştırmak için de kalay katılmıştı. Modern monotip döküm makinelerinde de durum aynıdır. Harfler dökülürken kurşuna, %6-12 kalay, %15-24 antimon eklenmektedir.

“Gutenberg'in baskısında, kullanılan mürekkep türü, bezir yağı ve ressamın yağlı boyada kullandıkları boya maddelerinin karışımından elde edilmiştir. Gutenberg'in bu mürekkebi siyahi derinlik ve kalıcılık bakımından mükemmel bir karışım oluşturmuştur”.

Gutenberg'in ilk büyük eseri olan 42 satırlık İncil'i basmadan önce kaç deneme veya ufak iş yaptığı bilinmemektedir. Kâğıt pahalıydı ve bilerek ziyan edilemezdi. Bu sebeple değersiz, yıpranmış bez parçaları deneme baskı için kullanıldı. Gutenberg'in 42 satırlık İncil'i, günümüze kadar gelen ilk basılan kitaptır. Bu büyük boy kitap 1286 sayfadan oluşmaktadır.

En büyük kâğıt kopyalarının boyutu 409x290 mm olup, 2 cilt basıldı. Gutenberg aslında 180-200 kopya bastığı tahmin ediliyor ve muhtemelen bunların 30'u parşömen üzerine basılmıştır. Bilinen 48 kopyadan (36'sı kâğıt üzerine, 12'si tirşe üzerine) sadece 21 tanesi eksiksizdir. Tirşe üzerine yapılan her kopya 170 dana derisi gerektiriyordu, böylece 30 kopya 5100 dananın katliamını içeriyordu. Olağanüstü olan ise, talebin zorluklarla karşılaşmamasıdır.

Gutenberg'in İncil'i, Alplerin kuzeyindeki kiliselerde dua kitaplarında ve İncillerde kullanılan yazı çeşitlerindeki harflere benzeyen bir harf karakterine basıldı. Bu yazı karakteri; Gotlarla hiçbir ilgisi olmamasına rağmen, Britanya'daki matbaacıların “Black Letter”, diğerlerinin de “GOTHIC” dedikleri türe aittir. Teknik adı “TEXTURA” dır. Bu karakter, hemen hemen hiç kıvrıma sahip olmayan dikey, köşeli bir yapıya sahiptir. Tıpkı bizim latin harfleri gibi, Şarlman (Charlemagne 768-814) döneminde, İngiliz Alcuin tarafından mükemmel hale getirilen Şarlman yazısından (Carolingian) geliştirilmiştir.

“Textura yazı karakterinde harfler birbirine çok yakındır. Bir satıra mümkün olduğunca çok harf sığdırmak ve kâğıttan tasarruf etme ihtiyacından bu sıklaştırılmış karakter doğmuştur”.

Bu yazı türü Kuzey Avrupa mimarisinin görsel etkilerini taşır. Okunaklılığı yönünden eksik tarafları vardır. Çünkü bütün harfler yeterli derecede farklı yapılmamıştır, birbirine benzer. Örneğin “n” sadece iki “i”den, “m” ise üç “i”den oluşmaktadır ve “imn” kombinasyonu belirsizlik gösterir. Fakat yazının okunaklı olması, ortaçağ yazmanlarının asıl amacı değildi. Textura karakteri ile yazılan sayfalar, siyah etkisi baskın örgü kumaş görünümünü almıştır. Okunaklılıkta kaybettiği güzellikte kazanmıştır.

20. yy. ortalarına kadar değişik türdeki Gotik harfler, Almanya’da en çok kullanılan tür olarak kalmış olsa da, İtalya’daki 15.yy. hümanistleri Romen harflerini tercih etmişlerdir. Rhineland’dan Avrupa’ya baskı yayıldıkça, matbaacılar, karakter olarak müşterilerinin tercih ettiği yazıyı kullanmak zorunda kalmışlardır. Matbaacılık Alpler üzerinden güneye doğru yayıldıkça, harf karakterleri de Gotik’ten Romen’e doğru değişmiştir. Romen harf karakteri, “Sweynheym” ve “Pannartz” isimli Alman matbaacılar tarafından kullanılmıştır. “Romen” adı verilen bu iki Alman matbaacının Roma’ya yerleşmiş olmalarına bağlanmaktadır. Fournier’e göre, Romen harflerinin asıl yaratıcısının, Schöffer’den sonraki ilk harf kazıyıcı olan “Nicolas Jenson” olduğu sanılmaktadır.

Bu zorlu başlangıçtan sonra baskı hızla yayılmaya devam etmiştir. Baskı, 1476’da İngiltere’ye “William Caxton” (tahminen 1422’de Kent’e doğmuştur) tarafından getirilmiştir. Caxton ilgi çekici bir İngiliz olup, teknik açıdan büyük bir matbaacı değildi. Bu sanatı Avrupa’da muhtemelen Köln’de öğrenmiştir. 1475 yılında İngilizce “ilk kitap” olan “Receuil des Histories de Tories”in kendi yaptığı tercümesini “Bruges”te basmıştır. Daha sonra “Westminster”da kendi matbaasını kurmuştur. 1476 yılında ise “matbaa” “İtalya”, “İsviçre”, “Fransa”, “Hollanda”, “Belçika”, “Macaristan”, “Polonya” ve “İspanya”ya ulaşmıştır.

Caxton baskılarında çeşitli Gotik karakterler kullanmıştır. Ondan sonraki ustabaşısı, varisi Wynkyn de Worde, 1520’de Romen harflerini tercih etmiştir. Fakat Romen harflerinin İngiltere’de ilk defa kullanılması. Richard Pynson tarafından basılan bir kitapta 1509’da gerçekleşmiştir. Bundan sonra İngiltere’de Romen harfleri yavaş yavaş Gotik harflerinin yerini almaya başlamıştır.

Bir başka görüşe göre, İngiliz matbaacıların Romen harflerini benimsemeleri bir rastlantı gibi görünmektedir. 16. yy.’da İngiltere’de politik ve dini sebeplerle engellenen matbaacılar, Romen harflerinde karar kılan Fransız matbaacıları taklit

ederek, onların etkisinde kalmışlardır. Shakespeare'nin oyunlarının ilk basımlarında da Romen harfleri kullanılmıştır.

### 1.4.1. Plantin ve Bodoni

16. yy. başlangıcından itibaren basılan kitaplar, önceleri el yazmalarının kopyaları olma niteliğindedir. Fakat daha sonra yapılan birçok değişiklik sonucunda özgün eserler haline geldiler. Bu gelişme mücadelesiz gerçekleşmedi. Baskının gelişimine, bu konuda en önemli kayba uğrayan hattatlar tarafından karşı çıktı. Basılmış bir kitabı kütüphanesine kabul etmeyeceğini beyan eden birçok zengin ise sonrasında “kitap koleksiyoncusu” oldu. Bunlara rağmen, “baskı” ilk önceleri yavaş yavaş, sonra ise hızlı bir şekilde ilerlemeye yayılmaya başladı. Kendi gelenek ve özelliklerini geliştirerek özgürlüğünü kazandı. El yazmalarında nadiren görülen, genellikle matbaacının adının ve ambleminin bulunduğu baş sayfa, basılı yayındaki yerini bu dönemlerde aldı.

İtalya’da İtalic harfler bulundu ve ikiyüz yıl boyunca bir kitap yazısı olarak kullanıldı. İtalic yazı, günümüzde olduğu gibi bazen Romen yazısına yardımcı olarak da tercih edilmiştir. 16. yy.’da, ağaç baskısıyla gerçekleştirilen kenar süsleri ve illüstrasyonları ile tipografik süslerle dekore edilip basılan kitaplar, belki de hiçbir zaman kendisini geçemeyen dekoratif kitap dizaynı için standartları oluşturmuştur. Bu “Estiennes”, “Simon de Colines”, “Geofroy Tory”, “Claud Garamond”, “Jean de Tournes”, “Robert Granjon” ve matbaacılık tarihindeki diğer birçok isimlerin dönemi idi. Bu Ressam Holbein onun bir portresini yaparak ayrıca kitabı için ağaç baskı kenar süsleri dizayn etmiştir.

Belki de bütün 16. yy. matbaacı-yapımcılarının en ünlüsü Christopher PLANTIN’dir (1520-80). Bir Fransız olan PLANTIN, 1555’te Antwerp’e gitmiş ve orada 300 yıl boyunca çalışacak olan bir matbaa kurmuştur. 1589’da PLANTIN’in ölümüyle matbaa üvey oğlu Jan Maretus tarafından işletilmiştir. Arkadaşı Rubens, onun için baş sayfa tasarımları yaparak, bakır üzerine işlemiştir. Plantin matbaasının bulunduğu bina orijinal aletlerin çoğuyla birlikte hala varlığını muhafaza edilmektedir. Antwerp’teki “Plantin Moretus Museum” adıyla bilinen bu yer tipograflar için değerli ve ilgi çekici kutsal bir yer niteliği taşımaktadır.

18. yy.’da İngiltere’de matbaacılığın yükselişi görülmektedir. İngiliz “William Caxton’un” (1692-1766), ilk işi tüfek kundağı oymacılığıydı. Daha sonra değişik harf karakterlerini biçimlendirmeye başladı. Caxton’un hayranlarından ve önemli bir yazı ustası olan “John Baskerville” (1706-1775) bir matbaa kurarak, kendi mürekkebinin yazı, baskı özelliklerine göre kâğıt yaptırdı. 1757’de ilk kitabı “Virgil” Avrupa’daki bütün kütüphanecileri şaşırtacak kadar başarı kazandı. Baskerville, kitapların yazarlardan çok matbaacının adıyla anıldığı Caxton

döneminden beri önemle anılan matbaacılarından biri oldu. Kitaplarında ciddi ve klasik bir tarz gözlenir. Süsleme resimlemeyle kitap baskılarını daha ön plana çıkarmayı hedeflememiştir. Onun dönemindeki birçok kitap aynı özellikte basılmıştır. “Caslon”, harf yapıp satmayı amaçlayan bir esnaf iken, “Baskerville” matbaacılığı zevk için yapan ve bir sanat olarak değerlendiren bir iş adamıydı.

20. yy. başlarında işinde, hem ticari amaçla para kazanan, hem de bir sanatçı olmaya çalışan tipograflarda bu özellikler birleşmiştir. Fakat sanatsal becerilerini ticari uygulamada kullanılan bütün “tipograflar” 17. yy.’dan beri matbaacılık dünyasında yerlerini almıştır. Buna örnek olarak” Baskerville ile aynı dönemde Fransa’da yaşayan Pierro Simon FOURNIER Le Jeune”i (1712-1768) verebiliriz. Matbaacı bir aileden gelmekte olan Fournier ağabeyinin yönetimindeki bir harf dökümhanesinde çalışmaya başlamadan önce Paris’te Academie St Lue’da resim eğitimi görmüştü. 1742’de ünlenmesine neden olan örnek kitabı, “Modeles de Caracteres L’imprimerie”yi ve 1764-1766 yılları arasında ise aynı oranda önemli olan “Manuel Typographique”yi yayınladı. Fournier’in Romen harfleri biraz daha dardı, italiklerin en okunaklısı denilen onun “italik” harfleri ise, önceki tasarımcıların düşüncelerinden farklı olarak, “Romen” harflerle uygunluk fikrini taşımaktaydı.

Fournier’in tasarımını yaptığı kitaplardaki süslemeler incelendiğinde, onun tipografik süslemenin en büyük ustalarından biri olduğu anlaşılır. “Fournier” harf boyutlarını ölçülendirmeye ihtiyaç duyan ilk kişidir ve 1737’de punto sistemini ortaya çıkarmıştır. Fournier matbaacılık tarihinde tüm bu becerileri bir arada görebileceğimiz ender kişilerden biri olmuştur.

Eski yazı “Old face” diye sınıflandırdığımız “Caslon” ve atalarının “romen” harfleri kalın kesik uçlu bir kalemle yapılan şekillere benzemektedir. Kalemli yazılara hareket ettirseniz ince, aşağı doğru hareket ettirseniz kalın bir çizgi oluşur.

Yazanın elindeki kalem 45 derecelik bir açıyla tutulur, e-o gibi yuvarlak harfler üzerindeki etkisi ise Tipografik Terminoloji’de meyilli gölgeleme “Oblique Shading” adıyla tanımlanır.

Tipografi açısından bazen “Mantık Yılı” olarak da adlandırılan 18. yy.’dan itibaren harfler çok değişik karakterler kazanmaya başladı. Fransız “Firmin Didot” gölgeli harflerde değişiklikler yaptı. Bu harfler, çok çabuk yayılarak, özellikle Fransız kitaplarında yaygın bir şekilde kullanıldı.

Bu ilk modern harflerin “Modernes Faces” yaratıcısı “Firmin Didot” (1764-1836), 1775’te Fournier’in punto sistemini geliştirerek standart harf ölçü birimi



olan “Didot” puntosunu (1 punto=0.3759 mm) bulan kişidir. 18. yy.’da “Didot” harfleri Avrupa’nın her yerinde kopya edilerek yayılmaya başladı. Bunların en göze çarpanı ve başarılı olanı İtalyan “Giambattista Bodoni” (1740-1813) tarafından geliştirilendir.

“Bodoni” harflerin sitilini değiştirerek kalın çizgileri daha kalın, ince çizgileri daha ince yapmıştır. Harflerdeki ince ve kalın kontrastlığı çok belirgin hale gelmiştir. “Bodoni” mükemmeli yakalamak istiyor, sıradan okuyucular için çalışmıyordu. “Bodoni” daha aydınlık, hareketli bir baskı yazısı hazırlamak istemiş ve asil görünen ve büyüklük etkisi yaratan bir karakter yaratmıştır. Birçok kitabı çok az kullanarak veya hiç süs kullanmadan basmıştır.

Bugün “Bodoni” adını taşıyan yüzlerce harf karakteri, bu sanatçının büyüklüğünü anlatmak için bir ölçüttür denebilir.

### 1.4.2. 19. ve 20. yüzyılda baskı yazılarının gelişimi

19. yüzyılda okuma materyallerine artan talep ve ucuz baskı yöntemlerine duyulan ihtiyaç, kitap tasarımında kalitenin düşmesine neden olmuştur. Bu dönemde matbaaların çoğu, estetik kaygılardan çok teknik becerilerini sergilemeye odaklanmış olduğundan birçok “Antik” yazı tipi “soğuk” ve “ruhsuz” bir görünüme bürünmüştür. Sanat sitili açısından özgün olmayan, zevkten yoksun tipografler ortaya çıkmıştır. Ancak, bazı tipograflar bu genel kalite düşüşüne karşı durarak yazı sanatına yeni bir soluk kazandırma çabasında bulunmuşlardır. Bu mücadelede öne çıkan isimlerden biri d İngiliz sanatçı “William Morris” olmuştur.

“Morris” uzun yıllar kitap tasarımıyla ilgilendikten sonra “grafik tasarım” ve “baskı” alanında çalışmalar yapmaya karar vermiştir. Bu süreçte, Nicolas Jenson’un 1470-1476 yılları arasında Venedik’te oluşturduğu Romen harf karakterlerinden esinlenmiştir. Ancak Morris, Jenson’un çalışmalarını birebir kopyalamak yerine, bu tasarımların özünü alarak “Golden” adını verdiği ilk harf karakterini geliştirmiştir. Golden harf karakterinin döküm işlemi, Morris’in Kelmscott yakınlarında satın aldığı evde, 1890 yılında gerçekleştirilmiştir. Bu ev aynı zamanda Morris’in kişisel basımevine dönüştürülmüştür.

Morris’in ikinci önemli harf tasarımı, Gotik harf karakterlerinden esinlenerek tasarladığı “Troy” adlı harf setidir. Troy, siyah ağırlıklı ve okunaklı bir yapıya sahiptir. Morris, bu tasarımında Gotik harflerden daha geniş bir yapı tercih etmiş, birbirine benzeyen karakterleri farklılaştırmış ve köşeli şekilleri yuvarlak hale getirmiştir. Troy’un daha küçük boyutta bir çeşidi olan “Chaucer”, Morris’in tasarladığı son harf karakteridir. Morris’in tasarımları “Antik Romen” ve “Gotik”

harf türlerine yeniden ilgi uyandırmış ve Avrupa ile Amerika’da bu tarzda birçok yeni tasarımın yapılmasına öncülük etmiştir.

Morris’in tipografi alanındaki çalışmaları 19. Yüzyılda bozulan kitap tasarımına “kalite” ve “estetik” anlayışını geri kazandırmıştır. Ayrıca, modern “tipografi” ve “grafik tasarım” alanında bir dönüm noktası olarak kabul edilmiş ve bu çalışmalar sonraki kuşak tasarımcıları için ilham kaynağı olmuştur.

Amerika’da 1890’larda William Morris’in kurduğu “Kelmscott Basımevi”nde çalışan iki genç tasarımcı “Bruce Rogers (1870-1956)” ve “Frederic W. Goudy (1865-1947)” kitap tipografisine yeni bir canlılık kazandırmıştır. Frederic W. Goudy, 1895 yılında ilk harf tasarımı olan "Camelot"’u üretmiş ve kariyeri boyunca 122 farklı harf karakteri tasarlayarak verimlilik açısından büyük bir başarı elde etmiştir. “Goudy”nin çalışmaları, basım sektöründe “William Morris”in estetik mirasını devam ettirmiştir. Ayrıca, “Goudy”nin öğrencisi olan “William Addison Dwiggins (1880-1956)” 1938 yılında Amerika’da en yaygın kullanılan kitap harfi tasarımı olan "Caledonia"’yı oluşturmuş ve “grafik tasarımcı (graphic designer)” terimini “ilk kez” mesleki tanımlamalarında kullanmıştır (Carter, Day, & Meggs, 2002).

Bu dönemde, eski harf tasarımı üstatları olan Garamond, Plantin, Caslon, Baskerville ve Bodoni gibi isimlerin çalışmalarına yeniden ilgi duyulmuştur. Eski tasarımlar tekrar incelenmiş ve el ile klavye kompozisyonları için modern tekniklerle yeniden dökülmüştür. Bu yenilikler, 20. yüzyılın ilk otuz yılı boyunca tipografik tasarımın önemli bir parçası haline gelmiştir (Smith, 2020).

William Morris, grafik tasarımın sanat ve endüstriyi bir araya getirebileceğine inanarak, kitap tasarımında estetik anlayışa dayalı bir yaklaşım geliştirmiştir. Kelmscott Basımevi, geleneksel el yapımı kâğıtlar üzerine, el tezgâhlarında büyük bir özenle basılan ve oyulmuş tahta kalıplarla süslenmiş sayfalar üreterek, kitap tasarımını bir sanat formuna dönüştürmüştür. Bu basımevinde üretilen en dikkat çekici eserlerden biri, 556 sayfalık "The Works of Geoffrey Chaucer" dır. Bu eserin hazırlanması ve basımı dört yıl sürmüş ve 42 adet parşömen kopya üretilmiştir. Kitap, tipografi ve tasarım alanında büyük bir başarı olarak kabul edilmektedir. Ancak kitabın basımından üç ay sonra, Haziran 1896’da William Morris vefat etmiştir (Carter, Day, & Meggs, 2002).

Morris’in kitap tasarımındaki estetik anlayışı, sonraki nesillerin kitap tasarımına yönelik çalışmalarını derinden etkilemiştir. “Tipografik” sayfa düzenlerinde kullanılan “grift” bordürler ve dengeli kompozisyonlar, hem “okunaklılık” açısından başarılı hem de “görsel” anlamda ilham vericidir. Morris’in eski yazı karakterlerine ve grafik tasarım tarihine olan ilgisi, baskı için

elverişli ve estetik açıdan güçlü harf tasarımlarının yeniden canlanmasına katkıda bulunmuştur. Ayrıca “Morris”’in “Gutenberg” dönemine ait "Incunabula" adlı kitap örneğinden esinlenen “modüler” ve “tekrarlanabilir” süslemeler oluşturması, endüstriyel üretimin temellerini atmıştır (Smith, 2020).

“Tschichold” 1930’ların sonuna doğru yeni tipografiden uzaklaşmış ve tasarımlarında tekrar “Roma”, “Mısır” ve “el yazısı” kullanmaya başlamıştır. “1923’lerde, yeni tipografinin Alman ve İsviçre tipografisindeki kargaşalığa bir tepki olduğu söylemiş, ancak bugün fazla bir gelişme görülemediği bir noktaya geldiğini” anladığını belirtmiştir (Smith, 2020).

“Yeni tipografi” olan tutkuyla 1920’lerde birçok “serifsiz” harf karakteri üretilmiştir. 1920’lerde “Frank Pick” "London Transport"un kurumsal görüntüsünü oluştururken, yalnızca “Londra Metrosunda” kullanılmak üzere bir yazı karakteri tasarlamak için “Edward Johnston”ı görevlendirmişti. Johnston, "Railway Type" adını verdiği bu serifsiz harf karakterini tasarımında eski Yunan’ın klasik formlarından çıkararak, her harfin temel biçiminin mümkün olabilecek en basit tasarımını gerçekleştirmeyi amaçlamıştır. Bu karakter halen Londra Metrosunun grafiklerinde kullanıldığı gibi, aynı zamanda “Johnston”’un öğrencisi ve arkadaşı olan “Eric Gill tarafından tasarlanan "Gill Sans" serisi için esin kaynağı olmuştur. Bu harf karakteri ailesi, roman geleneğinin oranlarına bağlı kaldığı için aşırı derecede mekanik bir görünüme sahip olmamıştır. Gill’in tarihten etkilenmesi, onun bir “historisist (tarihselci)” olarak nitelenmesine neden olmuştur. Ancak, son derece özgün bir görüş ve düşünce yapısına sahip olması, çalışmalarını yaparken karşısına çıkan tüm engelleri aşarak, yenilikler yapmasına ve özgün “tipografik” karakterler tasarlamasına neden olmuştur. "The Four Gospels" adlı çalışması, eski ile yenin sentezini göstermesi bakımından oldukça farklıdır. “Gill”’in bu kitap için yarattığı "The Golden Cockerel Type" eski stil roman yazısıyla geçiş çizgilerinin bir araya gelmesinden oluşan yenileme çalışmasıdır. Bu kitaptaki tahta baskı illüstrasyonları “arkaik” ve “ortaçağ” izlenimi uyandırıyor da, illüstrasyon, başlık ve metinden oluşan bu kitap, dinamik bir yapı oluşturan son derece modern bir görünümdeydi.

“Gill” "Tipografi Üzerine Denemeler" adlı kitabında “tipografi” tasarımında birbirine eşit olmayan satır uzunluğu kavramını ortaya atarak “blok sütun” ve “serbest sütun” yerine, bu düzenlemenin daha okunaklı olduğunu ve tasarım sorununu çözdüğünü belirtmiştir. 1920’lerde Almanya’da bir dizi geometrik yapıda “serifsiz harf” karakteri tasarlanmıştır. Bu döneme ait tasarımlar içerisinde en başarılı olanı “Paul Renner (1878-1956)” tarafından tasarlanmış olan “Futura” serisidir. Bir öğretmen ve tasarımcı olan “Renner” “devraldığı mirası hiçbir değişikliğe uğratmadan koruyup bir sonraki nesle devretmesinin yanlış olduğunu”

ifade ederek, “her neslin devraldığı sorunları çözmeye çalışıp, kendi zamanını yansıtan çağdaş biçimler yaratması” gerektiğini savunmuştur.

“Hermann Zapf (1918-2015)”, “Rudolf Koch” ve “Edward Johnston”a büyük hayranlık duyan bir “kaligraf” ve “harf karakteri” tasarımcısıdır. Kendi kendini yetiştirmiş bir sanatçı olan “Zapf” tipografik çalışmalarına “Koch”un basımevinde başlamıştır. 22 yaşında “Stempel” bu basımevinde, elliden fazla “harf” karakteri tasarlayarak bunların kalıplarını hazırlamıştır. “Zapf harf karakter” tasarımını “Devrin en çok dikkat çeken görsel ifadelerinden biri” olarak nitelendirmiştir (Carter, Day, & Meggs, 2002).

“Zapf”ın 1940’ların sonra ve 1950’lerin başlarında tasarladığı harf karakterleri, yirminci yüzyılın başlıca harf karakteri tasarımları olarak bilinmektedir. “Palatino (1950)” “serifli” ve “zarif” olanları “Venedik” harf karakterlerini çağrıştıran bir “roman” yazısıdır. “Melior (1950)”ın daha önce yapmış olduğu tasarımlar arasında “en modern” olanıdır. “Optima (1958)” ise “inceli-kalın, serifsiz” yapısıyla, yirminci yüzyılın ikinci yarısında gerçekleştirilmiş en özgün “harf karakteri” tasarımlarının arasında sayılmaktadır. Bu “harf karakterleri” yirminci yüzyılın teknolojilerini bilerek tasarlanmış, geçmişin özelliklerini de üzerinde taşıyan “özgün” buluşlar olarak görülmektedir (Smith, 2020).

“British Monotype Corporation” un ve “Cambridge Üniversitesi” Basımevinin danışmanı olan “Stanley Morison”, 1931 yılında yirminci yüzyılın en büyük gazete ve dergisinin “harf karakteri tasarımı” danışmanlığını yapmak için Londra’da “The Times” tarafından görevlendirilmiştir. 1932 yılında dünyanın en önde gelen gazetelerinden biri olan “The Times”da tasarladığı “küçük ve sert serifli” bu harf karakterine “Times New Roman” adı verilmiş ve bir gün gibi kısa bir zamanda uygulamaya konulmuştur. Geleneksel ve tutucu olduğu bilinen okuyucu kitlesi tarafından bu yeni yazı karakteri, “okunaklılığı ve net görünüşüyle” büyük beğeni toplamıştır. Bundan sonra “Times New Roman” yirminci yüzyılın en yaygın kullanılan karakterlerinden biri olmuştur. Popülerliği daha çok okunaklı olması ve şık görsel bir niteliğe sahip olmasından kaynaklanmış, ince, uzun biçimleriyle ekonomik olmasından dolayı da tercih sebebi olmuştur.

20. yüzyılın ortalarına gelindiğinde, modern tipografi ve harf tasarımı, yeni estetik anlayışlar ve teknolojik yeniliklerle şekillenmiştir. Rus asıllı grafik tasarımcısı “A. M. Cassandre” Paris’e göç ettikten sonra harf dökümhaneleri için tasarladığı “Deberny” ve “Peignot” karakterleri cesur ve yenilikçi harf karakterleri olarak oldukça dikkat çekmiştir. “Cassandre”in çalışmaları, grafik tasarımda yeni

yaklaşımlara öncülük etmiş ve modern tipografinin gelişimine önemli katkılar sağlamıştır (Smith, 2020).

Uluslararası “Tipografik Stil” 1950’li yıllarda ortaya çıkmış ve “serifsiz harf” karakterleriyle “kendine özgü” bir yer edinmiştir. Bu dönemde, 19. yüzyılın “Akzidenz Grottesque” “harf karakteri” yeniden değerlendirilmiş ve “geometrik serifsiz” yazılardan uzaklaşan bir “tipografik” anlayış benimsenmiştir. Modern tasarıma uygun olan bu harf karakterleri “minimal” ve “işlevsel” bir tasarım dili oluşturmuştur (Carter, Day, & Meggs, 2002).

Adrian Frutiger tarafından 1954 yılında Paris'te tasarlanan Univers, modern tipografi dünyasında bir dönüm noktası olmuştur. Frutiger, Univers serisinde, her biri aynı x-yüksekliğine sahip yirmi bir farklı çeşitleme tasarlayarak bir harf karakteri ailesi oluşturmuştur. Tipografik "palet" geleneksel tipografide olduğu gibi “normal”, “italik” ve “kalın” yazılarıyla sınırlı kalmamış ve geniş bir yelpazeye yayılmıştır. “Univers” ailesi, “Univers” 39 (ince/light/extra condensed) ile Univers 83 (extra bold/extended) arasında değişen kodlarla tanımlanmıştır. Bu yapı, farklı harf karakterlerinin uyum içinde kullanılmasını sağlamış ve gri tonlama farklarını minimuma indirmiştir. Frutiger’in tasarımı, majüskül ve miniskül harfler arasındaki ölçü ve ağırlık farklarını dengeli bir şekilde düzenleyerek, tipografide okunabilirlik açısından büyük bir “yenilik” getirmiştir (Smith, 2020). Aynı dönemde, İsviçre’deki Harf Dökümhanesinde “Edouard Hoffmann ve Max Miedinger”, “Akzidenz Grottesque” “HAAS” yazısını geliştirerek, daha modern bir stil olan “serifsiz harf” karakteri tasarlamışlardır. Artık yeni “Haas Grottesque” adlı harf karakteri ortaya çıkmıştır. 1961’de Almanya’da “D. Stempel A.G.” tarafından üretildiğinde bu harf karakterine “Helvetica” adı verilmiştir. “Helvetica” İsviçre’nin Latince adı olduğundan tasarımın kökenine bir gönderme yapılmıştır (Carter, Day, & Meggs, 2002).

Helvetica’nın başarısı, her harfin en doğru biçimde tasarlanmasında ve pozitif/negatif alanların dengeli bir ritim oluşturması sağlamıştır. Bu özellikler “Helvetica”yı, uluslararası düzeyde en çok tercih edilen “yazı tiplerinden” biri haline getirmiştir. Ancak, “Helvetica” serisinin farklı ülkelerde ve farklı tasarımcılar tarafından geliştirilen türevleri, tasarım bütünlüğünü “Univers” kadar koruyamamıştır. Örneğin, italik, kalın/ince ve geniş/uzun varyantlar, “Univers”’in standartlarına göre daha az uyumlu olmuştur (Smith, 2020).

20. yüzyılın sonlarında “Tipografi” alanındaki yenilikler tasarımcıların yaratıcı katkılarıyla zenginleşmiştir. Amerika’da, 1964 yıllarında tasarımcı “Seymour Chwast”, yeni harf karakterleri tasarlayarak tipografiye farklı bir yaklaşım getirmiştir. “Chwast”ın çalışmaları genellikle tasarım sürecinde ortaya çıkan, tek bir harfin alfabeye tamamlanmasıyla gerçekleşmiştir. Örneğin, "Artone"

mürekkepleri için hazırladığı bir kutu tasarımında "a" harfini, akan ve leke bırakan bir sıvı izlenimi verecek şekilde tasarlamış ve bu harfi daha sonra bir alfabeyle dönüştürmüştür (Carter, Day, & Meggs, 2002).

İngiltere’de 1980’lerin en etkili tasarımcılarından biri olan “Neville Brody” yeni tipografinin öncülerinden biri olmuştur. “Brody” tasarladığı alfabelerle, başlıklara daha fazla “esneklik” kazandırmak için bazı harflere alternatifler sunmuştur. 1986 yılında “Face” dergisi için “her harfi bir daire” veya “kare” biçiminden bir hareketle bir harf karakteri tasarlamıştır. Brody’nin yenilikçi yaklaşımları, modern tipografiye “estetik” ve “işlevsellik” kazandırmıştır (Smith, 2020).

Tarihsel açıdan değerlendirildiğinde “tipografi” endüstrisinin temelini atan “Claude Garamond” olmuştur. 1480 yılında Paris’te doğan “Garamond”, “serif fontların” örneklerinden biri olan ve aynı zamanda kendi adıyla anılan en ünlü "Garamond" fontunu tasarlamıştır. Günümüzde halen yaygın olarak kullanılan “Garamond” fontu özellikle kitapların gövde metinlerinde tercih edilmektedir. Sanatçı, 1510 yılında “Simon de Colines” ile birlikte “harf”, “kalıp” ve “kesim” çalışmaları yapmıştır. 1530 yılında tasarladığı harf karakterleri Erasmus’un "Paraphrasis in Elegantiarum Libros Laurentii Vallae" adlı kitabında kullanılarak “tipografi” tarihine kazandırmıştır (Carter, Day, & Meggs, 2002).



**Görsel 1.** Claud Garamond tarafından yapılan, tipografik görsel tasarım (<https://luisflores46.blogspot.com/2013/11/evolucion-de-la-tipografia.html>)

## 2. TİPOGRAFI

### 2.1. Tipografinin Anlamı

Ülkemizde tipografi sanatı çoğu kez bir “baskı türü” olan tipo baskı (yüksek baskı) ile karıştırılmaktadır ve tipografi denildiğinde tipo baskı düşünülmektedir.

“Tipo (type) kelimesi Yunanca’da baskı anlamında olan “typos” kelimesinden gelmiştir. Grafı (graphy) kelimesi ise yine Yunanca’da yazma, tarifleme veya simgeleme sanatı anlamında olan “graphia” kelimesinden gelmektedir. Tipografi’de (typography) bu iki kelimenin anlamı birleşir”.

Kelime anlamının dışında Tipografi “kitap, dergi, gazete, broşür, afiş, bilet” vs. gibi insanlar arası iletişimi sağlayacak her türlü yazılı materyal basımındaki harfler ve kelimelerden oluşan “tasarım ve iletişim” sanatıdır.



Görsel 2. Logonomy.ir Logo tasarımı. (<https://logonomy.ir>)

Tipografi ne kadar “açık ve güzel” tasarlanırsa, iletişim de o kadar iyi kurulmuş olur. Tipografinin, insan düşüncesini açıklayıcı ve başkalarına aktarıcı özellikleri sahip olması önemini daha da arttırmaktadır.

Her türlü basılı yayında görüntü tasarımlarının yani fotoğrafların, illüstrasyonların vb.lerin tasarımı tipografinin dışında ayrı bir özellik taşırsa da, çoğu tipograf bu konuyla da ilgilenmek durumundadır.

Özellikle vurgulanması gerekir ki, basılı iletişimde önemli rol oynayan yazı ve resim birbirinden kopuk değildir. Genellikle bunların ikisi bir arada kullanılır. Ama bir kıyaslama yapacak olursak, kelimelerin yerine görüntünün daha fazla kullanıldığını görürüz. Afişlerde, gazetelerde, dergilerde ve bunlar gibi birçok basılı yayında fotoğraflar görüntü etkisi açısından daha ön plandadır. Çünkü bu görüntüler çabuk anlaşılabilir ve öznlü bir yapıya sahiptir ve farklı dilleri konuşan insanlar tarafından kolayca istenilen mesajı iletir. Bu nedenle yazı ve resim ikilisi genellikle beraber düşünölmelidir. Tasarımcının bu ikiliyi birlikte kullanırken, farklı teknik ve deneysel yaklaşımları da birlikte kullanması gerekir.

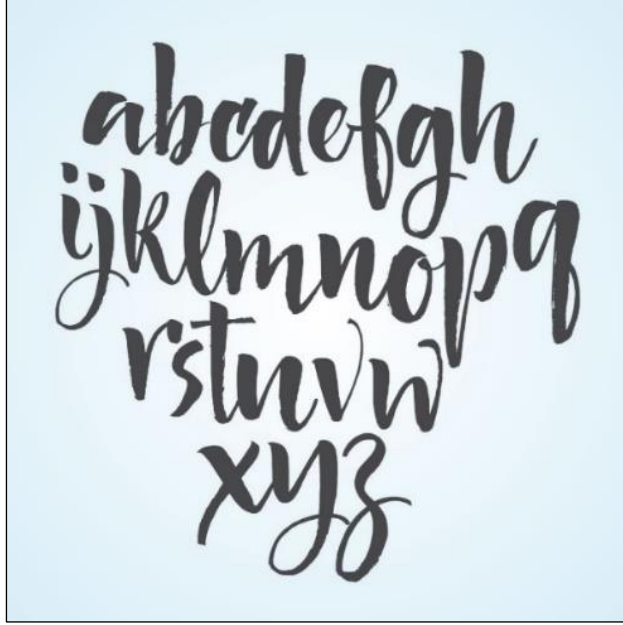
Çağımız insanların ilgisi, merakı, bilgileri zevkleri farklı olduğundan kitle haberleşme araçlarından verilen mesajları, kendi kişisel özelliklerine göre seçmekte ve algılamaktadır. Bu nedenle artık günümüz tipografisinde, bu farklı ihtiyaçlara cevap verebilecek nitelikteki eserleri etkili bir biçimde düzenlemek gerekmektedir. Ayrıca, gelişen teknoloji insanı her konuda yenilikçi düşünmeye ve yaşanan çağın anlayışına ayak uydurmaya zorlamaktadır. “Tipografi” de bu çağa uymak ve onu ürünlerine yansıtmak zorundadır.

Tipografi yapılarının temel işlevi, iletişimi görsel yoldan sağlamaktır. Bu yapıtlar basit görünmelerine karşın, oluşumları sırasında pek çok biçimsel problem ortaya çıkmaktadır. Temelde amaç, baskı harfleriyle iletişim kurabilen ve çağın sanat anlayışını taşıyan bir kompozisyon oluşturmaktır. Öncelikli olarak "okunması" sonra "biçimsel" olarak algılanması istenen bir yazıdaki "satır arası boşluklar" “çok az” ya da “çok fazla” olmamalıdır. Kullanılan harf boyundan fazla ve harf boyunun yarısından az olan boşluk, okumayı zorlaştırır. Başlanılacak olan her yeni satır, okuyucu için bir uyarıdır; okuyucu her satırın başında dinçtir, satırın sonuna doğru yorulur.

Eğer satırlar çok kısa olursa uyarılar sık olur ve göz sık sık sağa sola dolaşmak zorunda kalacağından okuma yorucu hale gelir. 60'dan fazla harfin bulunduğu satırı okumak zordur. Harfler arasındaki boşluk, harf kalınlığının yarısından az olursa kelimeler daha kolay okunur. Bu basit kuralları tipograf bilip gerektiğinde kullanabilmelidir. Yani işlev ve biçimsel düzen, tipografide







**Görsel 4.** El yazısı stili “Tipografi” Örneği (<https://www.shutterstock.com/tr/image-vector/hand-written-alphabet-blackboard-curly-letters-433216651>)

## 2.2. Yazı nedir?

“Yazı” üzerinde uzlaşmış işaretlerden (harflerden) oluşan bir dizgidir. Bu “işaretler” genellikle belirli bir “sese” karşılık gelmektedir. “Harfler” bir araya gelerek “kelimeleri” “kelimeler” ise “anlamli cümleleri” oluşturur. Bu yapı sayesinde yazı, dünyada kullanılan en yaygın “iletişim” sistemlerinden biri haline gelmiştir. Günümüzde kullanılan “yazı sistemleri” tarihsel olarak atası olarak bilinen “piktogramlar”dan ayrılır. “Piktogramlar” yalnızca nesnelere veya fikirleri temsil ederken, modern yazı sistemleri anlamsal dil sistemlerini içerir ve bu sistemlerin kullanılabilmesi için önceden öğrenilmiş olması gerekir (Smith, 2020).

Yazının iletişim aracı olarak geliştirilmesi, insanlığın tarih boyunca bilgi paylaşımını ve kaydını kolaylaştırmıştır. Bu nedenle yazı, bireysel ve toplumsal gelişimin temel bir aracı haline gelmiştir (Carter, Day, & Meggs, 2002).

Yazı, Trajan sütunlarından (hatta çok daha eskilerden) günümüze kadar en yaygın “iletişim” aracı olarak kullanılmıştır. Bu iletişim aracının düzeninin değişmeden günümüze kadar kalıcılığını koruması, sahip olduğu standartların korunmuş olması ile doğrudan ilintilidir.

Yukarıda sözü edilen standartlar, yazı anatomisidir. Yazının uzun metinlerde, küçük puntolarda dizilmiş halde iken ve bunun gibi okunma-algılanma oranı düşük olduğu durumlarda bile okunaklılığını korumasını sağlayan şey yazının anatomisidir. Sağlıklı bir insan bedeninin sahip olması gereken oranlar bulunduğu gibi, yazının da ‘yazı’ olarak algılanabilmesi için birtakım oranları vardır.

Elbette gündelik işlerimizde kullanageldiğimiz bütün fontlar, “Trajan” sütunlarından günümüze değin ulaşan “Roman” standartlarını içlerinde barındırmazlar. Birçok font uzun metinler olarak küçük punto ile dizildiğinde d”-oku oluşturabilme ve rahat okunabilme özelliklerini yitirirler. Bu durum bu tür fontların tasarımı sırasında yapılan bir yanlışlıktan ileri gelmemektedir. Bu durum ilgili fontun tasarlanma amacı ile doğrudan ilgilidir.

### 2.3. “Font” nedir?

Font terimi, etimolojik olarak İngilizce'deki "fountain" yani "su kaynağı" sözcüğünden türemiştir. Bu bağlamda, yazının kaynağı olarak düşünülebilir. Kısaca, "font" yazı tipidir. Daha doğrusu “font” bilgisayarımızda bulunan yazı stillerine verilen addır. Bu yazı stilleri, dil karakter setlerine ve fontun karakteristiğine göre şekiller içerir. Fontlar, tipografi dünyasında önemli bir yere sahiptir ve yazılı iletişimin estetik ve okunabilirlik açısından büyük rol oynar. Her font, belirli bir karakter seti ve stil içerir; bu karakter setleri, harfler, rakamlar, noktalama işaretleri ve özel semboller gibi çeşitli öğeleri kapsar. Fontlar, tasarımcılar ve yazarlar tarafından metinlerin görsel çekiciliğini artırmak ve belirli bir duyguyu veya mesajı iletmek için kullanılır. Ayrıca, dijital dünyada fontlar, web siteleri, uygulamalar ve dijital belgeler gibi çeşitli platformlarda yaygın olarak kullanılır.

İngilizce söylenişi ile dilimizde de kullanılan “font”, “Yazı karakteri” olarak adlandırılır ve bir harf biçiminin belirli bir ölçüdeki ve belli bir karakter sayısındaki bütün “yazı unsurlarını” ifade eder. “Font” “bütün yazı karakterleri yan yana dizildiğinde” optik olarak eşdeğer bir “yoğunluk” ve “bütünsellik” oluşturmaktadır.

#### 2.3.1. Fontların Sınıflandırılması

1450'de Avrupa'daki Rönesans hareketiyle birlikte “Johann Gutenberg”, yazının tipografi tekniğiyle basılmasını sağlayabilecek makine sistemini oluşturmuştur. Tarihte “ilk kez” Gutenberg'in icadındaki “metal harfleri” tanımlamakta “tipografi” terimi kullanılmıştır. Günümüzdeyse “tipografi” terimi bütün “yazı karakterleri” ve “noktalama” işaretlerini sanatsal tasarıma dayalı

özelliklerini ve üretim teknolojilerini konu alan bir “uzmanlık alanı” olarak kabul edilmiştir.



**Görsel 5.** Yazı tipi ve "tipografi" için ilginç bir kullanım örneği  
(<https://cl.pinterest.com/pin/306526318362602172/>).

“Gutenbergin tipografiyi keşfinden sonra günümüze kadar üretilmiş olan yazı karakterlerini tarihsel süreç içinde sınıflandıracak olursak 5 grupta oluşturabiliriz”. Bunlar;

- Old Style Type Faces / Geleneksel Fontları / 15. Yy sonları – 18. Yy başları
- Transitional Style Type Faces / Geçiş Dönemi Fontları / 18. yy
- Modern Style Type Faces / Modern Fontlar / 18. Yy sonları – 19. Yy başları
- Egyptian/Slab Serif Faces / Kalın Tırnaklı Fontlar / 19. Yy başları
- Sans Serif Type Faces / Tırnaksız Fontlar / 19. Yy başları

- Contemporary Type Faces, Dekoratif ve Display Fontlar //
- Çağdaş, Dekoratif ve Başlık Fontları / 19. Yy'ın 2. Yarısından itibaren Sınıflandırmalar yapılmıştır.

### 2.3.2. bir fontun temel öğeleri

“Büyük Harfler”,

“Küçük Harfler”,

“Sayılar”,

“Noktalama İşaretleri”,

“Matematiksel Semboller”,

“Aksanlar”,

“Logogramlardır”.



**Görsel 6.** “El yazısı” ”Vera.holera”nın vektör tasarım örneği  
(<https://depositphotos.com/vector/typographic-characters-and-symbols-calligraphy-brush-10661906.html>)

### 2.3.3. Fontlar kaçaya ayrılır?

Şimdiye kadar tasarlanmış bütün fontları içine girdikleri gruplara göre ayırmak bu sayfalara sığamayacak kadar geniş ayrı bir akademik çalışmayı gerektiriyor. Çünkü fontlar üretildikleri çağdaki üretim tekniklerine sıkı sıkıya bağlı olarak şekillenmişlerdir. Sözelimi; 19. yüzyılda çok yaygın olan litografi tekniği ile basma işlemleri, beraberinde aşırı süslü, aşırı detaylı fontları getirmiştir.

Buna rağmen çok fazla detaya girmeden fontların birbirlerinden nasıl ayrıldıklarına değinmek, yapacağımız çalışmalara ışık tutacaktır.

Fontlar, tırnaklı, tırnaksız, dekoratif amaçlı, el yazısı gibi farklı şekillerde olabilir. Ancak, bu tür ayrımlardan önce harflerin temelini oluşturan iki farklı yapıyı tanımalıyız.

“Eski Biçem (Old Style)”: “Trajan” kapitallerinden beri kullanılagelen bir sistemdir. Eski Biçem’de harfler benzer oldukları geometrik şekli “Daire, üçgen, kare” gibi temel olarak almaktadır.

En çok kullanılan fontlardan “Trajan”, “Albertus”, “Serif Gothic”, “Avant Garde Gothic”, “Lydian” Eski biçeme örnek gösterebileceğimiz “fontlar” arasındadır. Eski Biçem’de “harfler” “geometrik” şekilleri baz aldıkları için metin dizgilerinde espas sorunu oluşabilmektedir.

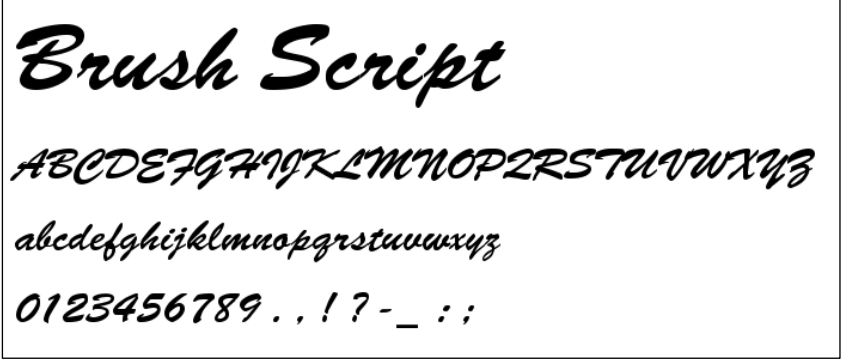
“Eşit En” (Even Width): “Eşit En” oranları da tıpkı Eski Biçem gibi geometrik şekilleri baz almaktadır. Aralarındaki fark ise “Eşit En”de harflerin birbirleri ile aynı “leke” etkisini vermek için tasarlanmış oluşudur. Bu bağlamda “Kare”, “Üçgen”, “Daire” yerine “Dikdörtgen”, “Yamuk” ve “Elipsler” kullanılmaktadır.

Günümüzde kullanılan fontların büyük bir bölümünü eşit en fontlar oluşturur. Bunlar arasında Helvetica, Univers, Futura, Arial, Times, Eurostile ve Triplex bulunur. Eşit En’de harflerin ağırlıkları görsel olarak eşitlendiği için genellikle küçük puntolarda okunma zorluğu ya da espas problemleri yaratmazlar.

Fontlar “biçimlerine”, “serif” yapılarına, “uzunluk” ve “genişliklerine”, “dolgu” tiplerine, “tek” ya da “çift” et kalınlığına sahip olmalarına, taşıdıkları “dekoratif öğelere”, hangi araç kullanılarak yazıldıklarına ve daha birçok değişken özelliklerine göre birbirlerinden ayrılmaktadır.

“Initials”: Bu tür fontlar, kitaplarda, dergilerde paragrafın ilk harfini diğerlerinden ayırarak paragraf başını belirtmek, aynı zamanda da tasarıma dekoratif bir görünüm kazandırmak için kullanılır. İnisyallerin kullanımında dikkat edilmesi gereken nokta; onların sadece ilk harfte “majiskul” olarak kullanılmalrı gerektirir. Aksi takdirde okunaklılığı konusunda problemlerle karşılaşılır.

“Scriptler”, “El” yazılarındaki “serbest” ve “akıcı” biçimsel özellikleri temel olarak tasarlanırlar. Bu tasarımların başlıca örnekleri arasında “Brush Script”, “Vivaldi”, “Mistral”, “Brody” vb. sayılabilir.



Görsel 7. “Brush Script Fonts Type” koleksiyonundan  
([http://www.newdesignfile.com/post\\_brush-script-fonts-type\\_181871](http://www.newdesignfile.com/post_brush-script-fonts-type_181871))

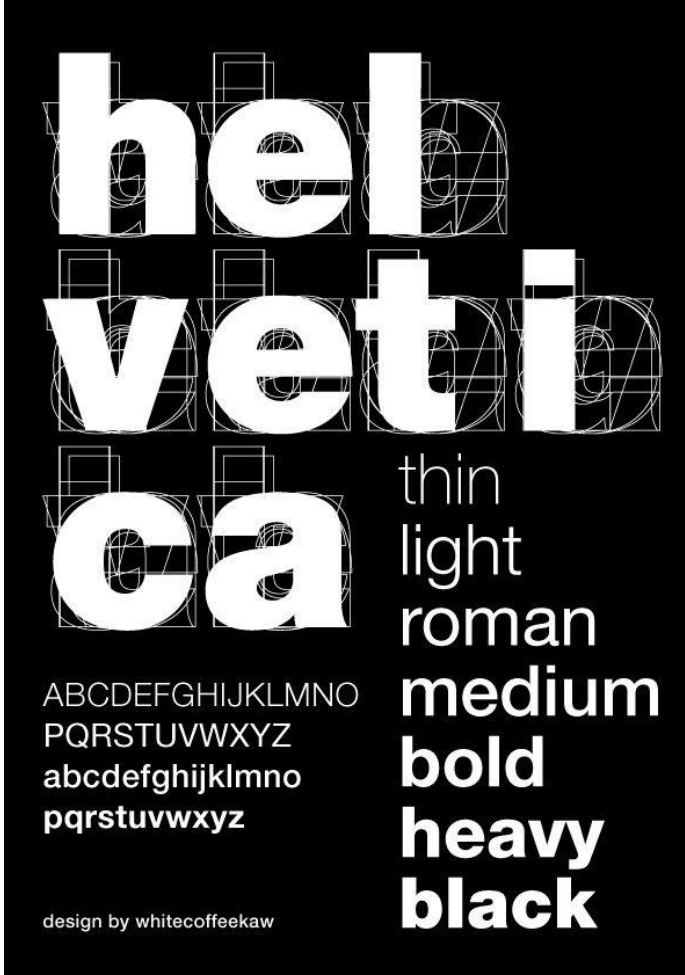
Eski Biçem ya da Eşit En kurallarının dışında kalan el yazısı, kaligrafik yazılar ve trilin gibi yazı araçları kullanılarak hazırlanmış fontlar bu grupta yer alır.

Çoğunlukla scriptler de inisiyaller gibi sadece majiskul olarak kullanılamazlar.

Uzun metinlerin dizgisinde, okuyucunun gözünü yormamak için “Scriptler” kullanılmaz. Bu tür fontlar, özel bir tasarım içerisinde gerektiğinde kullanılmalı, aksi takdirde uzun metinlerde kullanılmamalıdır.

Serifli fontlar, geçmiş dönemlerden bu yana harflerin içerisinde bulunan ve okumayı kolaylaştırıcı öğeler olan seriflere (tırnaklara) sahiptir. Bu fontlar, çift et kalınlığındaki yapıları sayesinde en küçük puntolarda bile okunaklılığını korur. 3 punto ve üzerindeki yazılar, çıplak gözle zorlanmadan okunabilir.

20. Yüzyıla kadar “serifli fontlar” tipografi dünyasında çok önemli bir yere sahip olmuştur. 20. yüzyılda ise “Art Nouveau” ve ardından “Bauhaus” ekolleri “serifli fontların” hâkimiyetini ortadan kaldırmıştır.



**Görsel 8.** “Helvetica Fan Art” Max Miedinger ve Eduard Hoffmann tarafından tasarlandı ([https://www.hongkiat.com/blog/beautiful-helvetica-inspired-artworks-fanart-posters-wallpapers-icons/#google\\_vignette](https://www.hongkiat.com/blog/beautiful-helvetica-inspired-artworks-fanart-posters-wallpapers-icons/#google_vignette)).

“Sans Fontlar”: ‘Sans’ terimi tırnakları bulunmayan fontlar için kullanılır. ‘Serifsiz fontlar’ olarak da adlandırılırlar. 20. Yüzyılda yaygınlık kazanmış olan bu tür fontlar, genellikle Eşit En sistemi üzerine kurulmuşlardır. Çok sık kullanılan Arial, Helvetica, Univers, Futura, Franklin Gothic gibi fontlar bu grup içinde yer alırlar.



“Gotik Fontlar”: Günümüzde nadiren kullanılmasına rağmen özellikle matbaa öncesi dönemde sıklıkla tercih edilmiştir. Kaligrafi ustalarının kullandığı kesik uçlu kalemin olanakları doğrultusunda fonta ilişkin ayırıcı özellikler oluşur. Tıpkı inisyaller ve scriptler gibi gotik fontların da majiskül harflerinin tek başına kullanılması, okuma zorluğu yaratır.

Gotik fontları kullanırken dikkat edilmesi gereken nokta, bazı fontlarda örneğin 's' gibi bazı harflerin yapısal olarak bildiğimiz 's' harfinden farklı olmasıdır. “S” harfi yerine kullandığımız harf daha çok “t” harfine benziyor olabilir.

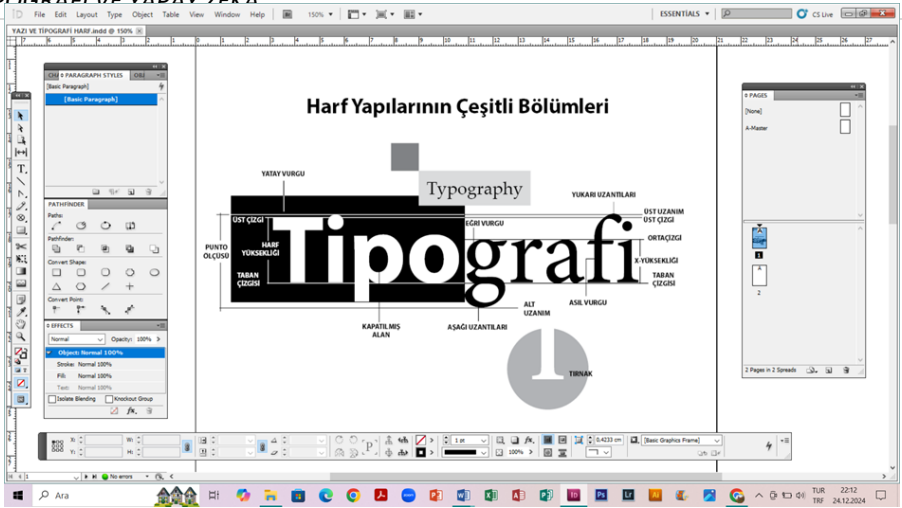
### 2.3.4. Tipografik ölçüler

1737 yılında, Fransız yazı tasarımcısı “Pierre Simon Fournier de Jeune” "Punto" birimini temel alan bir “ölçü” sistemi geliştirmiş ve “tipografik” ölçülerin standardizasyonu oluşturmuştur. "Punto" günümüzde uluslararası geçerliliği olan “tipografik” bir ölçü birimidir ve “1 punto=0.37583” milimetreye eşittir. “Satır uzunluğu” ve “metin derinliği” ölçmede kullanılan "Kadrat" (Amerika'da “Pica”, Almanya'da “Cicero”) 12 puntoya eşittir. “Tipografik” ölçülerin belirlenmesinde, “el dizgisi” için kullanılan “metal harfler (hurufat)” lar esas alınmıştır. Harfin “punto” değerini belirlemede kullanılan “ölçü” “harf” rölyefinin yüksekliği ile değil, “metal harf” bloğunun yüksekliği ile alınmıştır. Baskı yüzeyinde eşit bir düzlem oluşturmak için tüm “tipografik harfler” standart bir yükseklikte üretilmektedir.

#### 2.3.4.1. Fontun “anatomisi”

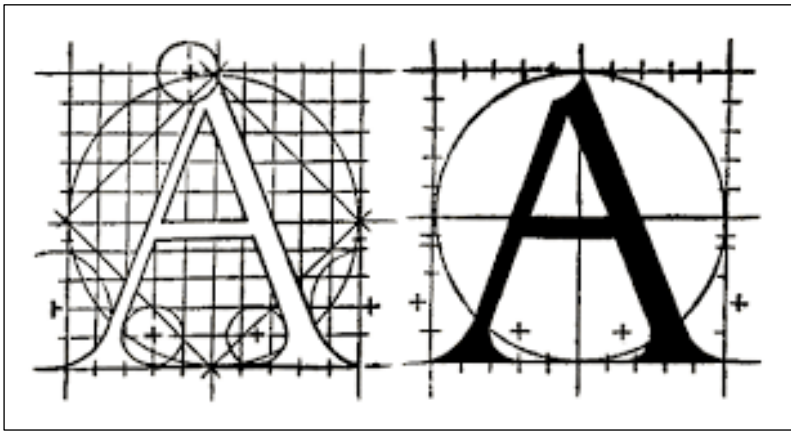
Elle yazılmış bir yazı ile bir font tasarımını ayıran iki temel nokta vardır. İlk olarak, bir font içindeki tüm “harfler”, “rakamlar”, “noktalama işaretleri” ve “diğer semboller” aynı sistematiği taşımaktadır. Harflerin geometrik şekilleri farklılık gösterebilir, ancak “A” harfinin görsel etkisi ile “S” harfinin görsel etkisi aynı olmalıdır. Bu prensipten hareketle, herhangi bir font tasarımcısı, bir fontun herhangi bir harfini gördüğünde bu harfi baz alarak karakter ailesinin tamamını tasarlayabilmektedir.

“Font” tasarımlarında her harfin kendine “özgü” bir yapısı vardır. Aynı “font” içinde bazı harfler "yuvarlak" şekiller üzerine (örneğin: “C, G, O, Q”) bazı harfler, "üçgen" şekiller üzerine (örneğin: “A, V, W, Y”) ve bazı harfler ise "kare" veya "dikdörtgen" şekiller üzerine (örneğin: “E, F, H, L, M, N, T, Z”) tasarlanmıştır. “Font” tasarımı yaparken, harflerin tek tek anatomilerini göz ardı etmeden, tüm font ailesinin tek bir standardı yakalamasını sağlamak önemlidir



Görsel 9. Harf yapılarının çeşitli bölümleri.

Aşağıda gördüğümüz şema, harflerde bulunan yapısal bölümleri göstermektedir. Bu şema, özellikle bir font tasarımı ile uğraşırken, tüm font takımının bir standart kalıba oturtulması sırasında gerekli olabilecek bilgiler içerir. Bunu bir örnekle açıklamak gerekirse, içinde bulunan bütün kapalı alanları farklı bir açıda yerleştirilmiş olan bir font tasarımı düşünün. Yukarıdaki gibi standart kalıplar dâhilinde tasarlanmış olan bir font sadece kapalı alanlarının açıları değiştirilerek bambaşka bir kimliğe dönüşebilir. Burada önemli olan nokta bir harfi oluşturan birçok değişken arasından sadece birinin değiştirilmesi sonucunda çok farklı bir font elde edilmiş olmasıdır. Bu açıdan bakıldığında bir arada kullanılan “harfi” oluşturan etmenleri tanımak, bir font tasarımı sırasında tasarımcının “yazı” üzerinde daha fazla hâkim olmasını sağlar.



Görsel 10. Harflerde bulunan yapısal bölümler (<http://www.arts-graphiques.wikibis.com/reale.php>).

Bir yazıda harflerin kalınlığı "et kalınlığı" olarak adlandırılmaktadır. Bazı fontlar birden fazla et kalınlığına sahip olabilir. Yazı karakterinin önemli tanımlarından biri de formunu oluşturan siyahlanmadır ve bu da "et kalınlığı" olarak bilinmektedir. Fontun "Et kalınlığı"nın az veya çok olması yazıdaki "büyük harf (majüskül)" yüksekliğine oranla belirlenmektedir.



**Görsel 11.** Harflerin "et kalınlığı" örneği ([https://silo.tips/download/resim-1-ayn-yaz-karakterin-et-kalnlina-gre-varyasyonlar#google\\_vignette](https://silo.tips/download/resim-1-ayn-yaz-karakterin-et-kalnlina-gre-varyasyonlar#google_vignette))

Uluslararası alanda "gazete" ve "roman" gibi uzun metin dizgileri içeren "grafik" işlemlerinde kullanılan "et kalınlığı" yani "uzun tekstler" "normal kalınlık" olarak kabul edilmiştir. Matematiksel bir ölçüt vermek gerekirse "et kalınlığı"nın yazı yüksekliğinin "1/7"si kadar olması gerekir. "İnce et" kalınlığındaki yazılar özel amaçlarla daha fazla olan "et kalınlığındaki" yazılar için "ara başlık" ve "başlık" metinlerinin dizgisinde kullanılmaktadır. Elektronik dizgi sistemlerinde mevcut pek çok yazı karakterinin "ince", "daha ince", "normal" ve "kalın" gibi varyasyonları da bulunmaktadır.

"Tipografik" karakterler et kalınlıklarına göre beş gruba ayrılırlar:

- "Tam beyaz" (Extralight)
- "Beyaz" (Light)
- "Yarım siyah" (Medium)
- "Siyah" (Bold)
- "Tam siyah" (Extrabold)

“Harfin X Yüksekliği”: Harflerin üst ve alt uzantılarının dışında kalan yüksekliğidir. Kısaca x harfinin yüksekliği ölçülerek bulunabilir.



Resim: 2 Büyük küçük harf yüksekliği

**Görsel 12.** Yazı karakterinin” et kalınlığına” göre varyasyonları  
(<https://silo.tips/download/resim-1-ayn-yaz-karakterin-et-kalnlina-gre-varyasyonlar>)

- “Punto Yüksekliği” Harflerin üst ve alt uzantıları arasında kalan toplam yükseklik, harfin punto değerini verir.
- “Düşey Vurgu” B, D, E, F, H, I, K, L, T gibi harflerde bulunan “dikey çizgiler” harflerin düşey vurgularıdır ve “ana vurgu” olarak da adlandırılır.
- “Yatay Vurgu” B, E, F, H, I, K, L, T gibi harflerde bulunan “yatay çizgiler” harflerin yatay vurgularıdır.
- “Eğri Vurgu” B, D, G, O, S gibi harflerde bulunan “eğri çizgiler” harflerin eğri vurgularıdır.
- “Aşağı Uzantı” g, j, p, q, y gibi harflerde harfin x yüksekliğinin altında kalan kısımlar “harfin aşağı uzantısı” olarak adlandırılır.
- “Yukarı Uzantı” b, d, f, h, k, l, t gibi harflerde harfin x yüksekliğinin üstünde kalan kısımlar “harfin yukarı uzantısı” olarak adlandırılır.
- “Kapalı Alan” A, B, D, O, P, R gibi harflerde harfin ortasında kalmış boşluk alanlarına “kapalı alan” denir.
- “Diakritik İşaretler” Bir harfin imlediği ses üzerinde değişiklik yapmak için harfin üzerine eklenen parçalara “diakritik” işaretler denir. Örneğin, “C” harfinin altına eklenen çengel ile “Ç” yapılması veya “O” harfine eklenen noktalarla “Ö” harfinin oluşması.

## 2.4. Grafik Tasarımda Tipografi

Tipografi; harfler, kelimeler ve satırlar ile boşluklar gibi diğer öğelerin belirli bir sayfa üzerinde “görsel” ve “işlevsel” olarak düzenlenmesine denir. “Tipografik karakterler” genellikle, optik olarak hayali bir “yatay çizgi” üzerine hizalanmaktadır. Küçük harflerin gövde yüksekliklerini belirleyen “yatay çizgi” ile “satr çizgisi”nin arasındaki mesafe “X” yüksekliği olarak adlandırılmaktadır.

“Gutenberg” ‘in "hareketli hurufat" sisteminden bu yana “tipografik” verilerin üretimi ve kullanımında önemli teknolojik gelişmeler yaşanmıştır. Günümüzde tamamen “dijital” ortama uygun bir tipografi anlayışından bahsedebiliriz. Teknolojiler değişebilir ve gelişebilir, ancak harflerin yaratıcı ve doğru kullanım ilkelerine dayanan iyi tipografi her zaman sabit kalmaktadır.

“Harf” tipografi düzenlemenin en temel ögesi ve alfabenin her bir harfini ifade etmektedir. Bir alfabe içindeki her bir “harf”, “sayı” ve “noktalama işareti” “karakter” olarak adlandırılmaktadır. Büyük harfler "majiskül" veya “kapital”, küçük harfler ise "miniskül" olarak bilinmektedir.

“Yazı karakter takımı (font, yazı tipi)” bir harf biçiminin tüm alfasesidir. Başka bir deyişle “aynı dizide, aynı ölçüde ve hizada” sayılan “noktalama işaretlerini” de içeren tüm harflerin parçalarının birlikte uygun bir şekilde toplanmasıdır. Yazı fontları “karakter” çeşitleri ve “sayıları” font tasarımına ve üretim ihtiyaçlarına göre değişebilmektedir. Genellikle kabul görmüş “fontlar” bütün alfabenin “büyük” ve “küçük” harf karakterlerine “1'den 0”a kadar olan sayıları ve tüm noktalama işaretlerini içermektedir. İçlerinden bazıları da “yabancı aksan” işaretlerine ve çizgilere sahiptir (Carter, Day, & Meggs, 2002).

### 2.4.1. Yazı ailesi

Her bir “yazı karakterinin” değişik et kalınlıklarında “daraltılmış”, “genişletilmiş”, “eğimli”, “kontürlü” ve “gölgeli” türlerinin bir araya gelerek oluşturduğu gruba “yazı ailesi” denir. Dizgi sistemleri içinde bir yazı seçimi yapılırken yanlışlık yapmamak için font isminden başka niteliklerin de belirtilmesi gerekir. Örneğin, bir “yazı ailesi” olan "Helvetica" için seçim yapılırken, "extra bold" (çok kalın) veya "condensed" (dar) gibi font ismi dışındaki nitelikleri de belirtmek gerekir. Bazı font niteliklerinin “Türkçe” karşılıkları:

- “Yarım siyah” (Orta kalın): “Regular”, “normal”, “roman”, “book”, “medium”
- “Yarım kalın” (Medium ile light arası): “Demi”
- “Beyaz” (İnce): Light, lightline, slim, hairline
- “Siyah” “Black”, “massive”, “elephant”, “heavy”, “thic”k, “fatface”
- “Kalın” “Bold”
- “Daraltılmış” “Condensed”, “narrow”, “contracted”, “compressed”
- “Genişletilmiş” “Expanded”, “extended”, “wide”, “stretched”

Bir “yazı ailesi” içinde yer alan “tipografik” çeşitlemeleri adlandırmada kullanılan standart bir terminoloji bulunmamaktadır. Değişik yazı karakterleri ile birlikte kullanılan pek çok terim aslında aynı anlamı içermektedir.

### 2.4.2. Yazı tipleri

Yazı tiplerini seçerken dikkat edilmesi gereken, “iki önemli unsur” vardır. Bunlar; “okunabilirlik” ve “netlik”. “Okunabilirlik” yazının ne kadar kolay okunduğunu ifade eder. Seçilen “yazı tipi” metni “hızlı ve rahat” bir şekilde okutmalıdır. Bu, özellikle uzun metinler için kritik bir faktördür. “Netlik” ise her bir harfin kolayca birbirinden ayırt edildiğini belirtir. Başlıklar ve ana başlıklar için oldukça önemlidir.



**Görsel 13.** Tipografi karakteri “Wilmary Rosas”

([https://issuu.com/wilmaryrosas29/docs/examen\\_1.\\_tipograf\\_a\\_2.\\_wilmary\\_rosas](https://issuu.com/wilmaryrosas29/docs/examen_1._tipograf_a_2._wilmary_rosas))



**Görsel 14.** Font ve Yazı stillendirme (<https://hyturkyilmaz.com/css-dersleri-bolum-5-fontyazi-bicemi-stillendirme>).

Binlerce farklı yazı tipi tasarlanmış olmasına rağmen, bunları dört ana grupta sınıflandırabiliriz: "Serif", "Sans Serif", "Script" ve "Dekoratif" Yazı

Tipleri. "Serif" yazı tiplerinde, her harfin bitiş noktalarında küçük yatay çizgiler bulunur. Bu çizgiler, her harfin şeklini belirginleştirir ve harfler arasındaki geçişi kolaylaştırır.

Dikey çizgileri, yatay çizgilerinden daha kalındır. "İnce" ya da "kalın", "eşit" kalınlıkta, incelen şekilde veya yuvarlak olabilirler.

"Serifli" yazı tipleri, uzun metinlerin yer aldığı tasarımlar ve genel metinler için sık sık tercih edilir. Bu yazı tipleri, okunabilirliği en yüksek olanlardır. "Sans serif" yazı tipleri ise daha "sade" bir yapıya sahiptir ve "serif" yazı tiplerindeki "bitiş çizgileri" bulunmaz. Genellikle eşit kalınlıkta çizgilerden oluşurlar ve başlıklar için idealdirler.

"Sans serif" yazı tiplerinin açıklığı en iyidir ve uzaktan iyi seçilirler. "Arial", "Helvetica" ve "Univers", "sans serif" yazı tipinin tipik örnekleridir.

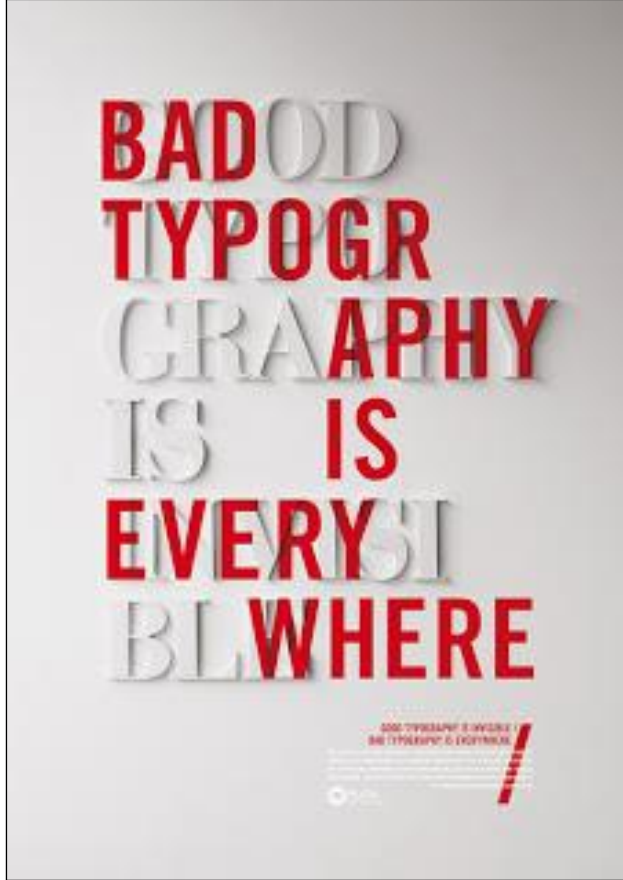


**Görsel 15.** Font ve Yazı stillendirme Arial "Sans Serif Type Face"  
(<https://dafontfile.com/zero-font>)

"Tırnaksız" Fontların Karakteristik Özelliklerinden Bazıları:

- Tırnakları yoktur.
- "Harfin" ana ve ikincil çizgisinin göze eşit gözükmemesinden dolayı vurgu yok denecek kadar azdır.
- Büyük harflere oranla küçük harfler geniş gövde yüksekliğine sahiptir.
- Genelde harfin ana çizgisi köşelidir.

“Tırnaksız” yazı tipleri genellikle hem başlık, hem de içerik metinlerinde yaygın olarak kullanılır. “Tırnaklı” ve “tırnaksız” yazı tipleri aynı anda farklı amaçlar için de kullanılabilir. Örneğin, “başlık” ve “içerik metni” veya “başlık” ve “alt başlık” gibi kombinasyonlarda kullanılabilirler.



**Görsel 16.** Font ve Yazı stili “Craig ward typography” (<https://blog.iso50.com/2139/craig-ward-typography>).

“Tırnaklı” ve “tırnaksız” yazı tiplerini bir arada kullanmak zordur. Bu duruma dikkat edilerek, okunabilirliği artırabilir şık tasarımlar yapılabilir. “Script” yazı tipleri el yazısına benzer ve resmiyetten uzak, samimi bir hava yaratırlar. Dizgide bazı harfler birleşirken bazıları birbirlerine dokunmaz. Bu yazı tipleri “davetiye” vb. gibi, az yazı gerektiren samimi yazışmalarda kullanılır. “Dekoratif” olan yazı tipleri ise “özel imajlar” için tasarlanmıştır. Genellikle başlıklarda, afişlerde ve diğer sanatsal çalışmalarda kullanılır.



### 2.4.2.1. Yazı stili

Bir yazı tipinde farklı yerlere vurgu yapmak için çeşitli “yazı stilleri” kullanılır. “Normal”, “kalın”, “italik”, “koyu”, “kalın italik”, “altı çizili” ve “gölgeli” gibi yazı stilleri mevcuttur. “Kalın” yazı tipinin aşırı kullanımı, harf başına düşen boşluğu azaltarak okuyucunun gözlerini yorabilir. Bu nedenle “kalın yazı tipi” ana başlıklarda, başlıklarda ve alt başlıklarda kullanılmalıdır. “İtalik” yazı tipi el yazısına benzetilmek için yeniden tasarlanmış ve “eğik” hale getirilmiştir. İnceliği ve açısı nedeniyle okunabilirliği düşüktür. Ancak, “tipograflar” tarafından tasarlanan “italik harfler” bilgisayar tarafından açı verilerek oluşturulan italik harflere göre daha okunaklıdır. “Eğik yazı tipi” ise normal yazının bilgisayar tarafından açı verilerek hafif eğilmiş halidir. Eğer “fontun” orijinal olarak tasarlanmış “italik” formu varsa burada bilgisayar tarafından açı verilerek oluşturulan “eğik yazıyı” tercih etmek gerekir.

“Kalın italik” yazı tipleri “eğik” karakterleri ve “kalın” çizgileriyle zor okunmasına rağmen, pek çok kullanıcı tarafından tercih edilmektedir. Bu “stil” daha çok “alt başlıklarda” tercih edilmelidir.

“Yazının kalınlığı” çoğu yazı tipinde normal ve kalından daha fazla alternatif sunar. Örneğin, “sans serif” yazıların büyük bir kısmı “hafif” ve “ağır” yazı seçeneklerini içerir. Bu seçenekler, genel metin yazısında kullanılmaya uygun olmasa da başlıklara “renk” ve “hareket” etkisi katarlar. “Light”, “regular”, “bold”, “black” ve “ultra black” gibi seçenekleri de bulunmaktadır.

“Yoğunlaştırılmış yazı karakterleri” başlıkların etkisini artırırken fazla yer kaplamazlar. Bu karakterler “sıkıştırılmış” veya “bozulmuş” anlamına gelmemektedir. Aksine, daha fazla etki yaratmak için yeniden tasarlanmışlardır. Her karakterin içindeki boşluğun artması için “x” yükseklikleri artırılır. Bu da yazıya netlik kazandırır. “Harf” “satır” ve “paragraf arası boşluklar” deneyimli ve deneyimsiz ya da “özenli” ve “özensiz” olan tasarımcılar arasındaki en önemli fark “harf”, “satır” ve “paragraf” arası boşluklara verdikleri önemden anlaşılır. Harf arası boşluklar, hem okunabilirliği hem de netliği etkilemektedir. Aynı zamanda metinlerde ve başlıklarda harf arası boşlukları ayarlayarak, büyük farklılıklar yaratılabilir.

Harf, satır ve paragraf arası boşlukları hesaplarken, iki kavramı unutmamak gerekir. “İzleme” ve “ayarlar” da “izleme” tüm dokümandaki “harf arası boşlukların” aynı olması anlamına gelir. “Ayarlar” ise belirli “çift karakterler” arasındaki boşlukları daha yüksek oranda ayarlamayı gerektirmektedir.

### 2.4.2.2. Tipografi dili

Yazı tipi seçiminde iki önemli faktör vardır: “okunabilirlik” ve “netlik”. “Okunabilirlik” yazının ne kadar kolay okunduğunu ifade etmektedir. Seçilen “yazı tipi” metni “hızlı ve rahat” bir şekilde okunmalıdır. Bu özellikle “uzun metinler” için “kritik” bir faktördür. “Netlik” ise harflerin ne kadar kolay ayırt edilebildiğini belirtir ve başlıklar ile ana başlıklarda kullanılır (Carter, Day, & Meggs, 2002).

Yazı Tipi ve Puntosu; “serifli yazı tipleri”, “sans serif” yazı tiplerine göre daha geleneksel bir hava vermektedir. Aynı metinde “farklı yazı büyüklükleri kullanmak” standart kullanıma göre daha yenilikçi bir görünüm yaratır. Az “x” yüksekliğinde dizilmiş metinler, çok “x” yüksekliğinde dizilmiş olanlara göre daha geleneksel bir hava vermektedir. Sola hiza yazının, blok hiza yazıdan daha az resmi bir görünüm verdiği kabul edilir. “Asimetrik” dengelenmiş sayfalar, “simetrik” dengeli sayfalara göre daha az “resmi” görünür. “Kırmızı ve yeşil” renkler, “mavi ve mor” renklere göre daha “genç” bir hava vermektedir (Smith, 2020).

Dizgi yaparken “okunabilirliğe” dikkat etmek gerekmektedir. “Font” tasarımları “güzel” olmaktan önce “okunabilir” olmalıdır. Eğer “inisyel”, “script”, “gotik ya da özel bir “font tasarımı” söz konusu değilse her durumda uzun veya kısa metinler, büyük başlıklar rahat okunabilir olmalıdır. Yazıda, okunabilirliği sağlayan şey sadece tasarımcının “yaratıcılığı” değil, bu alanda yüzyılların birikiminden doğan kurallardır. Uzun yazılan metinlerde “serifli” yazılar daha rahat okunacaktır. Çünkü “serifliler” tipografinin yatay hareketini destekleyerek harflerin ayırıcı özelliklerini daha çok vurgular. Yan yana getirilen harfler, sözcükler halinde algılanırlar. Küçük harflerle dizilen sözcüklerde değişken yapı okumayı kolaylaştırır. Sözcüklerin tamamı “majiskül (büyük)” harflerle dizildiğinde, eşit yüksekliklerdeki harfler “durağan bir hat” oluşturduğundan “okuma güçleşir” ve “algılama süresi uzar” (Anderson, 2019).

Harf arası boşlukları, okunabilirliği etkilemektedir. Metnin tamamı içinde kullanılan boşluklarda “tutarlılık” ve “süreklilik” olmalıdır. Boşlukların belirlenmesinde “harf boyutu”, “satır uzunluğu” ve “satır arası” boşlukları gözetilerek düzenli bir yapı oluşturulmalıdır. Bunlara dikkat edildiğinde zor anlaşılan metinler bile okunabilirlik kazanabilir.



**Görsel 17.** Font ve Yazı stiline tasarımında kullanımı  
(<https://eodev.com/gorev/13095551>).

“Harf boyutu” belirlenirken baskı yüzeyi ile göz arasında 25-35 cm mesafe olduğu unutulmamalıdır. Metin yazılarında, normal okuma uzaklığından en iyi algılanabilen yazı büyüklükleri “9-12 punto” arasındadır. Harf boyutu belirlenirken, metni okuyacak “hedef kitlenin” özellikleri göz önünde bulundurulmalıdır. Okumayı yeni öğrenen çocuklar ve görme problemi yaşayan yaşlılar için daha büyük puntolar tercih edilmelidir. “Çok kısa” veya “çok uzun” satırlar okuyucuyu yorar. “Kısa satırlar” gözün dikey hareketini zorlaştırırken, “uzun satırlar” bir alt satırı bulmayı güçleştirecektir. Metin yazıları için “9-12 punto” arasında bir boyut belirlendiğinde her satırda “10-12 kelime” bulunmalıdır. Başka bir deyişle, her satırda “60-70 tipografik” karakter yer almalıdır.

“Satır arası boşlukların” az veya çok olması, metnin okunabilirliğini olumsuz etkilemektedir. Bu nedenle “9-12” puntoluk metinlerde punto büyüklüğüne “iki-beş” punto ekleyerek uygun satır arası boşluk belirlenebilir. Örneğin; “10 puntoluk” bir metinde satır arası boşluklar “12 ile 15” punto arasında olmalıdır (Carter, Day, & Meggs, 2002).

Yazı tipinin “et kalınlığı” da “okunabilirliği” etkiler. Çok “ince yazılar” zeminde kaybolurken, çok “kalın yazılar” algı zorluğu yaratır. Yazı karakterinin genişliği “okunabilirliği” etkiler. Daraltılan karakterler “normal” genişliklerden daha zor okunur (Smith, 2020).



**Görsel 18.** Font ve Yazı stiline tasarımında kullanımı “okunaklılık”  
(<https://hayatabirkitapilemola.blogspot.com/2014>).

Yazı tipinde kullanılan “Renk” okunabilirliği etkileyen önemli faktörlerden biridir. Okuyucular genellikle “beyaz zeminde” “siyah yazı” okumaya alışkındır. Ancak güçlü “kontrast renkler” seçildiğinde “okunabilirlik” bozulmaz. Yine de okumayı yeni öğrenen ilköğretim öğrencilerinin ders kitaplarında “beyaz zemin” tercih edilmelidir (Anderson, 2019).

Paragrafların birbirinden rahatlıkla ayırt edilmesi için “iki temel yöntem” vardır. “Birincisi” paragrafı oluşturan cümlelerin sol bloğun biraz içinden

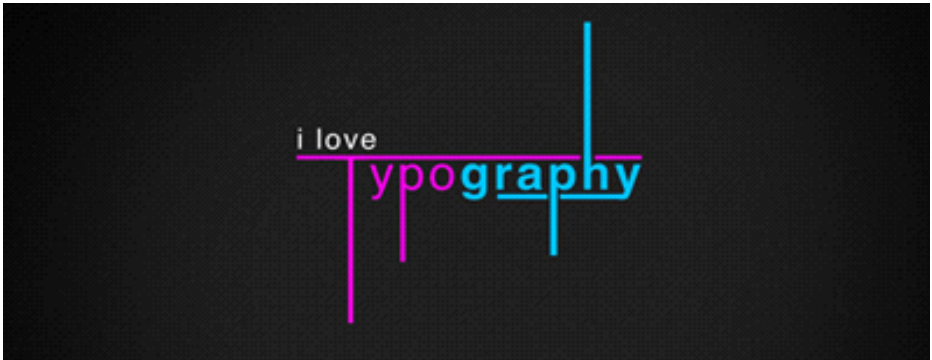
dizilmesidir. Metnin uzunluğuna göre içerlek değişebilir. “İkinci” yöntem ise paragraflar arası boşluğun artırılmasıdır (Carter, Day, & Meggs, 2002).

### 2.4.2.3 İyi bir “font” tasarımının kuralları

Tasarımlarda kullanılacak olan “font” seçimleri, ortaya çıkacak işin dikkat çekiciliğini ve mesajın doğruluğunu belirler. Tasarım sürecinde renkten yerleşime, imajlardan puntoya kadar birçok detay önemlidir. Yeni bir tasarımın başarılı olmasında tipografinin üstlendiği rol bazen göz ardı edilebilir. Doğru font seçimi tasarımcılar için zaman zaman zorlayıcı olabilir. Ancak, bazı temel bilgiler işinizi kolaylaştırabilir.

Metni Bölümlere Ayırma; Tasarımcılar, çalışmalarının başında genellikle tek bir “kutucuk” kullanarak bütün metni aynı “font” ve “boşluklarla” yerleştirirler. Ancak, “tek tip” fontlar ve “boşluklar” hedef kitlenizin dikkatini çekmede yeterli olmayabilir. Bunun yerine, “metni bölümlere ayırmayı” deneyin. Böylece “fontlarla”, “puntolarla” ve “renklerle” oynayarak tasarımınızı daha ilgi çekici hale getirebilirsiniz.

Tasarımlarda metni yerleştirirken tüm kutuların aynı yöne hizalandığından emin olunması gerekir. Genellikle “sağa”, “sola” veya “ortaya” hizalamadan biri tercih edilir. Örneğin; “Lululemon Athletica”nın “Facebook” sayfasında kullanılan iki farklı tasarım incelenebilir. İlk örnekteki “blog” makalesi için hazırlanan “kapak” “sola” hizalanmışken, ikinci örnekte “kutucuk” “ortada” kullanılmıştır. Her iki örnekte “metin”, “arka plan imajına” uygun şekilde yerleştirilmiştir. “İmaj” boşlukları “metnin” yerleşimine karar verirken göz önünde bulundurulması gerekir (Carter, Day, & Meggs, 2002).



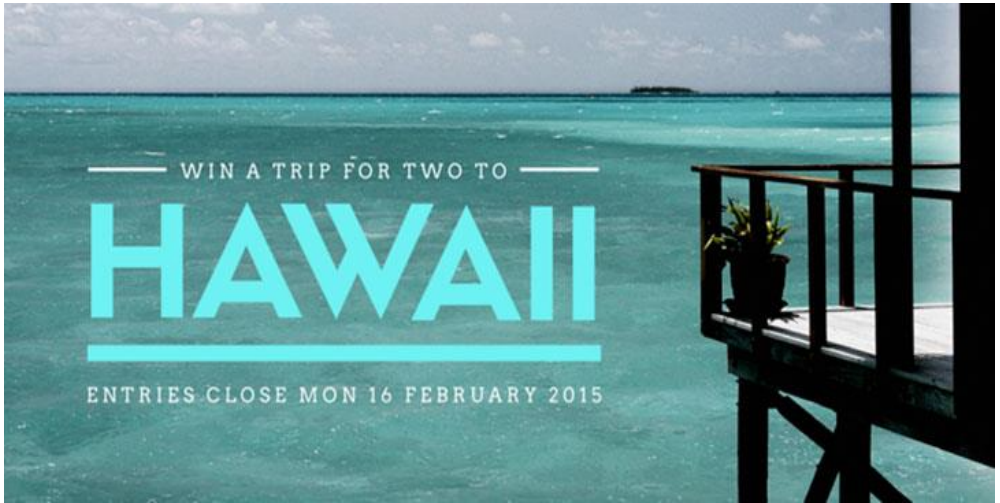
**Görsel 19.** Tasarımda “Font” seçimi (<https://www.astajans.com/blog/tasarimda-font-secimi-ve-tipografi-orneklere>).

Okunaklılık; Özellikle uzun metinlerde “okunaklı bir font seçimi” çok büyük önem taşımaktadır. Sunumlarda ve blog yazılarında uzun metinlerin kolayca ve hızla okunabilmesi gerekir. Karmaşık fontlardan veya büyük harflerle yazılmış uzun metinlerden kaçınmak gerekir.

Farklı Punto Kullanımı; Farklı puntolar kullanarak tipografik hiyerarşi yaratabilir ve vurgu yapmak istediğiniz kısmı ön plana çıkarabilirsiniz. İnsanlar ilk önce büyük ve dominant elementleri görürler. Bu nedenle ana başlığınız için en büyük, alt başlığınız için daha küçük ve gövde metni için en küçük puntoyu kullanın.

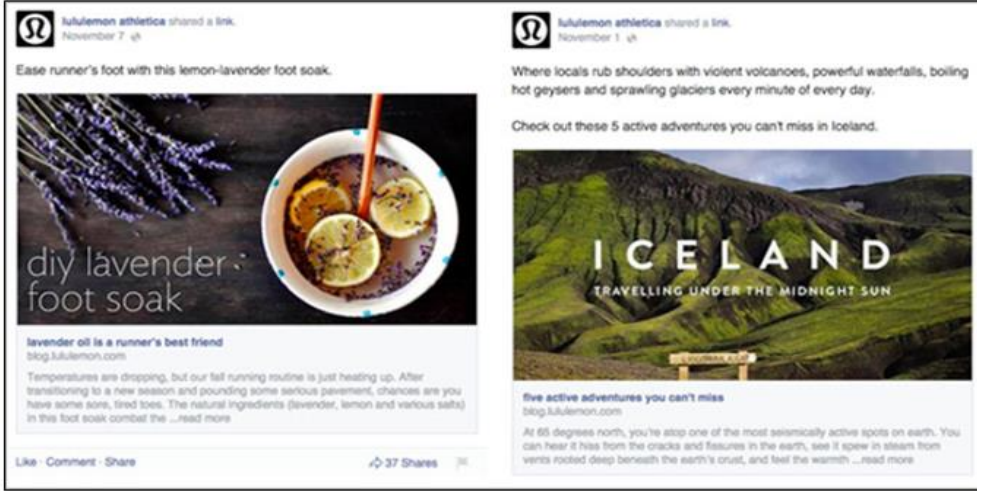
Büyük Harf Kullanımı; Metninizi tamamını büyük harflerle yazarak güçlü ve modern bir tasarıma ulaşabilir daha büyük bir etki yaratabilirsiniz. Ancak, metniniz çok uzun değilse bu yöntemi tercih edin.

Harf Boşlukları; Kelime boşluklarını artırarak tipografinizin nefes almasını sağlayabilir veya azaltarak yoğun bir tasarım elde edebilirsiniz. Kelime boşlukları ayrıca farklı uzunluklardaki metinlerin aynı genişlikte kullanılabilmesini sağlar. Böylece daha simetrik satırlar elde edebilir ve grafiğinize daha dengeli bir tarz katabilirsiniz.



**Görsel 20.** Tasarımda “Font” seçimi (<https://justtheskills.com/10-useful-tips-to-decide-on-the-right-font-choice-for-your-texts/>).

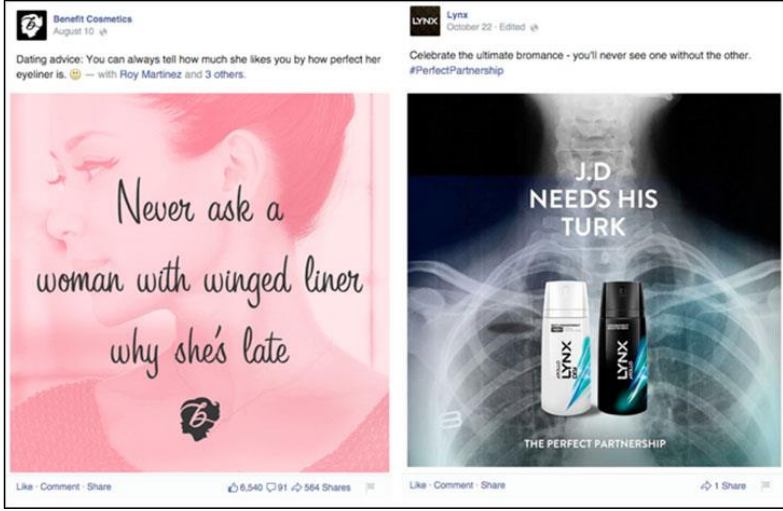
Farklı Fontları Bir Arada Kullanma; Birbiriyle uyumlu fontları bir araya getirebilmek tasarımda önemli bir yetenektir. Birlikte kullanıldığında farklı fontlar farklı etkiler yaratır. Örneğin, dekoratif bir font olan “Sunshine” ile geometrik sans serif font olan “The Bright Side” birlikte kullanılarak birbirini başarılı bir şekilde dengeler.



**Görsel 21.** Tasarımda “Font” seçimi (<https://www.dijitalajanslar.com/tasarimda-font-secimi-tipografi-orneklere>)

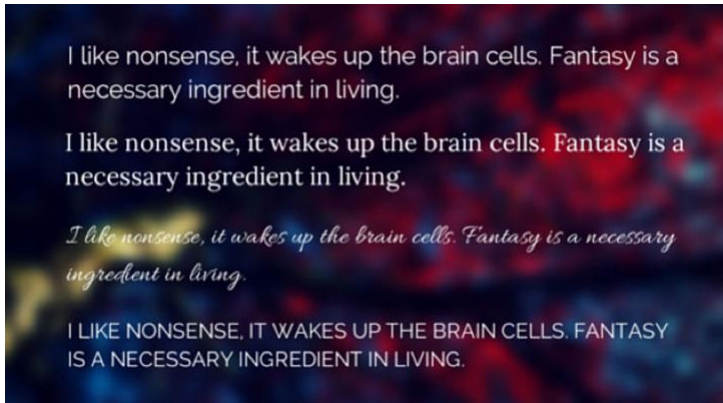
Metni Yerleştirme; Temiz ve açık alanlar metnizi yerleştirmeniz için idealdir. “Havaiana”nın göz alıcı tasarımı bu konuyu yeterince iyi açıklar. Tasarımınızı planlarken vermeniz gereken mesajı en kısa şekilde ifade etmeye çalışın. Bir cümlenin anlamını kaybetmeden kısaltmanın birçok yolu vardır. Tasarım yalnızca görüntü değil, nasıl iletişim kurduğunuzla da ilgilidir.





**Görsel 22.** Tasarımda “Font” seçimi (<https://justtheskills.com/10-useful-tips-to-decide-on-the-right-font-choice-for-your-texts/>).

Fontlar, tasarımın her alanında önemli bir yer tutar. Facebook pazarlama grafiklerinden sanatçıların albüm kapaklarına kadar her yerde tipografiyle karşılaşabiliriz. Bu nedenle, tasarımcıların font seçimi ve tipografi konusunda kendilerini geliştirmeleri büyük önem taşır. Tasarımlarımıza uygulayacağımız küçük detaylar bile pazarlama ve marka bilinirliği konusunda büyük farklar yaratabilir. Farklı punto kullanımıyla tasarımı zenginleştirmek; Farklı puntolar kullanarak tipografik hiyerarşi yaratabilir ve vurgu yapmak istenilen kısmı ön plana çıkarabilir.

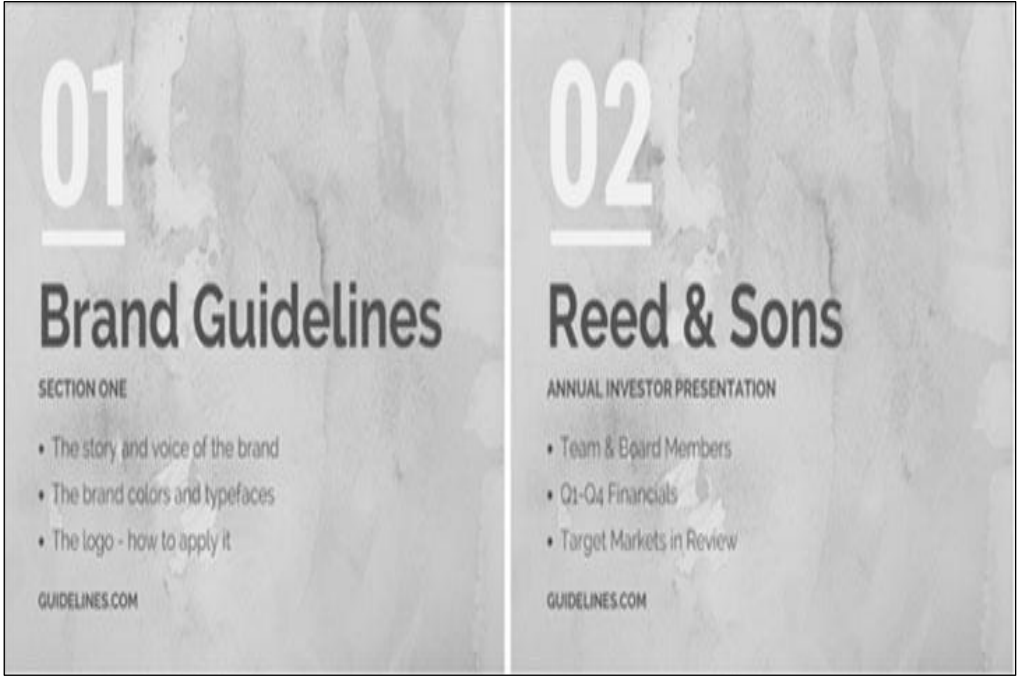


**Görsel 23.** Tasarımda “Font” seçimi (<https://justtheskills.com/10-useful-tips-to-decide-on-the-right-font-choice-for-your-texts/>).



İnsanlar, doğal olarak büyük ve dominant elementleri ilk önce görürler. Bu nedenle ana başlık için en büyük, alt başlık için küçük ve gövde bölümü içinse en küçük puntoyu kullanmak gerekir.

- Tüm metni büyük harflerle yazmak; Tasarımda bulunan metin genellikle düz cümlelerde olduğu gibi ilk kelime büyük, diğerleri ise küçük harflerle yazılmış şekilde karşımıza çıkar. Ancak, metin çok uzun değilse tamamını büyük harflerle yazarak güçlü ve modern bir tasarıma ulaşabilir ve daha büyük bir etki yaratabilir.
- Harf boşluklarından faydalanın; Kelime boşlukları Canva' da manuel olarak artırılabilir ve azaltılabilir. Bu boşluğu artırarak - tipografinizin nefes almasını sağlayabilir ya da azaltarak yoğun bir tasarım elde edebilirsiniz.



**Görsel 24.** Tasarımda “Font” seçimi (<https://justtheskills.com/10-useful-tips-to-decide-on-the-right-font-choice-for-your-texts/>).



**Görsel 25.** Tasarımda “Font” seçimi (<https://sharethis.com/best-practices/2020/02/the-ideal-facebook-banner-size/>).



**Görsel 26.** Tasarımda “Font” seçimi (<https://www.dijitalajanslar.com/tasarimda-font-secimi-tipografi-ornekleri/>).

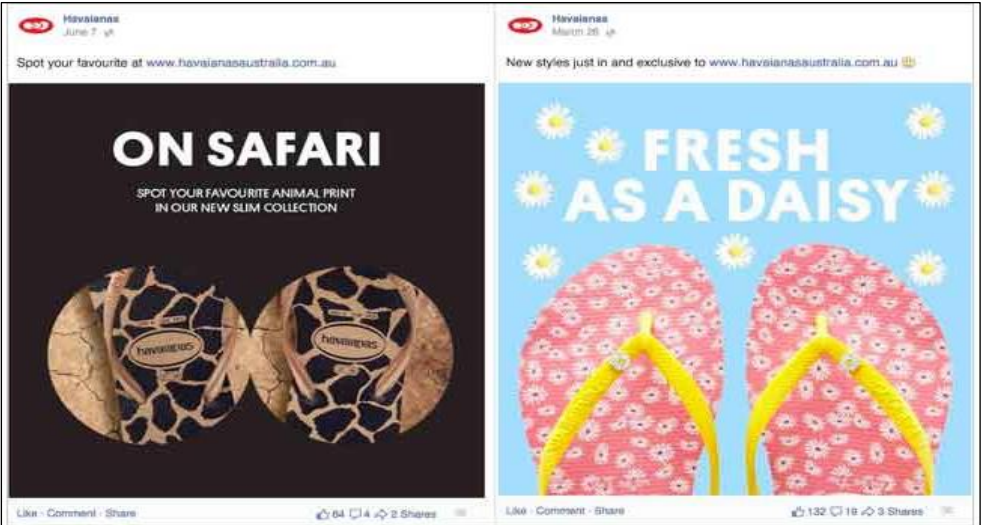
- Kelime boşlukları ayrıca farklı uzunluklarda metnin aynı genişlikte kullanılabilmesini sağlar. Böylece daha simetrik satırlar elde edebilir ve grafiklere daha dengeli bir tarz katılabilir.
- Farklı fontları bir arada kullanmak; Birbiriyle uyumlu fontları bir araya getirebilmek tasarımda en önemli yeteneklerden biridir. Birlikte kullanıldığında farklı fontlar farklı etki yaratır.



**Görsel 27.** Tasarımda “Font” seçimi (<https://trithucviet.net/tong-hop-font-chu-dep/>).

Örneğin, dekoratif bir font olan “Sunshine” ile geometrik sans serif font olan “The Bright Side” birlikte kullanılarak birbirini çok başarılı bir şekilde dengeler.

- Metninizi kolayca görülecek şekilde yerleştirin: Temiz ve açık alanlar metninizi yerleştirmeniz için idealdir. “Havaiana”’nın göz alıcı tasarımı bu konuyu yeterince iyi açıklıyor.



**Görsel 28.** Tasarımda “Font” seçimi (<https://trithucviet.net/tong-hop-font-chu-dep/>).

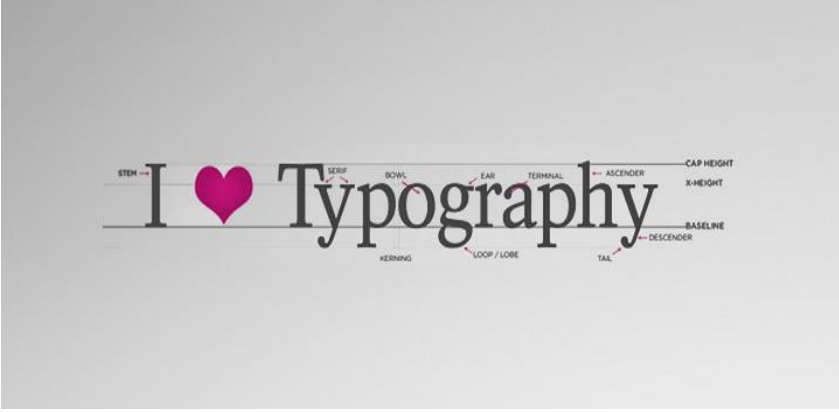
- Tasarımları planlarken verilmesi gereken mesajı en kısa şekilde ifade edilmelidir. Bir cümlenin anlamını kaybetmeden, kısaltmanın birçok yolu vardır. Tasarım yalnızca görüntüden ibaret değildir, nasıl iletişim kurduğunuzla da ilgilidir. Örnekte gördüğümüz küçük bir “Twitter” ikonu bize “Twitter” ile ilgili önemli bir şeyler olduğunu haber veriyor. Bu yüzden kullanılan fontlar, tasarımın her alanında çok önemli bir yer tutmaktadır. “Facebook” pazarlama grafiklerinden sanatçıların albüm kapaklarına her yerde tipografiyle karşılaşmak mümkün. Bu nedenle tasarımcıların font seçimi ve tipografi ile ilgili olarak kendini geliştirmesi büyük önem taşımaktadır. Tasarımlara uygulanacak olan ufacık detaylar bile gözleri “pazarlama” ve “branding” konusunda markanın üzerine çekebilir.

#### 2.4.2.4. Font Örnekleri ve anlamları

Bir tasarımda “font seçimi” ve “tipografi”, sürecin sonunda ortaya çıkacak işin “ne kadar dikkat çekeceğini ve mesajın ne kadar doğru iletildiğini” belirler.

Yaratıcı tasarımcılar açısından ruhsal, anlamı büyük olan fontlar ve içerdiği anlamları şöyle sıralayabiliriz.

- “Times New Roman”: Güven verici, güvenli,
- “Helvetica” : Evrensel,
- “Ariel” : Modern,
- “Bodoni” : Etkileyici,
- “Georgia” : Saygın, saygılı,
- “Garamond” : Azimli,
- “Courier” : Güçlü
- “Baskerville” : Geleneksel,
- “Verdana” : Temiz,
- “Calibri” : Stabil (rutin)
- “Clarendon” : Sağlam,
- “Bevan” : İhtişamlı,
- “Lobster” : Feminin (kadınsı),
- “Zaphino” : Seçkin,
- “Pacifico” : Arkadaş, dost canlısı,
- “Politica” : Zeki
- “Lucida” : Şaşırtıcı, şaşırtan,
- “Eurostyle” : Modaya uygun,
- “Majaram” : Stil sahibi.



**Görsel 29.** Grafiksel çalışmalarda “Font” seçimi  
(<https://www.bulrogtwebtasarim.com/grafiksel-calismalarda-font-secimi>).

### 3. WEB TASARIMI VE “TİPOGRAFI”

Günümüzde, “İçerik pazarlama” alanının hızla gelişmesini sürdürdüğü web tasarımcılarına çok büyük sorumluluklar düşmektedir. Tasarımcının seçeceği “yazı karakterleri”, web tasarımının başarılı olması açısından onu destekleyen ve güçlendiren bir unsur olarak önemini korumaktadır.

Tasarımcılar dışındaki insanlar için, "tipografi" ve "font" kavramları arasında belirgin bir fark yokmuş gibi gözükebilir. Hatta bu kelimeler, halk arasında sıklıkla birbirinin yerine kullanılmaktadır. Ancak, bu temel konseptler bazı web tasarımcılar tarafından da halen tam olarak anlaşılmamış olabilir (Carter, Day, & Meggs, 2002).

"Tipografi" özellikle “reklam” amaçlı faaliyetlerde mesajı “ikna edici” ve “dikkat çekici” kılmak amacıyla kullanılmaktadır. “Yazı tipi”, “renk paleti”, “satır uzunluğu” seçimi, yazının “yerleşim” ve “tasarım” entegrasyonu gibi web tasarımını etkileyebilecek her tür elementi kapsayan “tipografi” hem bir “sanat” hem de bir “teknik” olarak literatüre geçmiştir. Her şeyden önce, tipografi yalnızca font seçimi değildir. Bu hataya düşen web tasarımcıların, web tasarımında tipografinin yeri ile ilgili öğrenmesi gereken birçok şey bulunmaktadır (Smith, 2020).

Tipografinin “web tasarımına” bütünleşmesinden sonra, pek çok insanın tipografi amacının “web sitesini güzelleştirmek” olmadığı ortaya çıktı. Bir “web sitesinin” % 95’i içerik’ ten oluşmaktadır. “Tipografi” içeriği gösterme sanatıdır. Dolayısıyla web tasarımında tipografi sitelerin en önemli unsurunu oluşturur.

#### 3.1.Web Tasarımda Tipografi

Tipografinin yalnızca birkaç süslü grafik ve eğlenceli yazı tipi seçmekten ibaret olmadığı ve web sitenizin içeriğini desteklemek için ona niçin ihtiyaç duyacağınızı birkaç nedenle anlatmak gerekir:

- “Tipografi”; web sitesinin görsel bir özetini sunar: Herhangi bir web sitesine baktığınızda, sitenin sizde uyandırdığı “işten anlayan”, “eğlenceli” veya “bilgilendirici” gibi çağrışımlarda, tipografinin yardımı elbette göz ardı edilemez. Web sitesinin görünüşüne ek olarak font ve renk seçiminin, sayfadaki metin düzeninin izlenim yaratma konusunda etkisi büyüktür. Web sitenizin tasarımı, hedef kitlenizle aranızda bir bağ kurabilir ya da onları tamamen uzaklaştırabilir.



**Görsel 30.** Web sayfası çalışmalarında “Font” seçimi ([https://rampagesoft.com/article\\_details.php?ID=375](https://rampagesoft.com/article_details.php?ID=375)).

- Markayı geleceğe taşır; Tipografinin marka kimliğinde gerçekten rolü var mıdır? Elbette! Popüler bir markayı alın, logosunun yazı tipini değiştirin ve tekrar bakın. Marka algınız ve markaya bakışınız tümüyle değişti değil mi? Logo, markayı geniş boyutta tanımlar ve marka kimliğini oluşturur. Ancak harika bir marka logosuna sahip olup, bunu web sitenizin tipografik tasarımı ile tamamlamamak, işinizi yarım yapmaktır. Öte yandan, logo ile web sitesinin “tipografik” uyumu yakalandırıldığında gerçekten başarılı olunacaktır.
- İçeriği Dikkat Çekici Hale Getirir: “Tipografi” içeriğinizi ilgi çekici kılar. Ancak, bu durumun kötü bir içerik için geçerli olmadığını belirtmekte fayda vardır. Öncelikle, kaliteli ve değer yaratan içerikler oluşturulduğundan emin olunmalıdır. İyi hazırlanmış bir içerik, sıradan bir “tipografik” sunumla başarısız olabilir. Kaliteli içeriği iyi bir “tipografi”

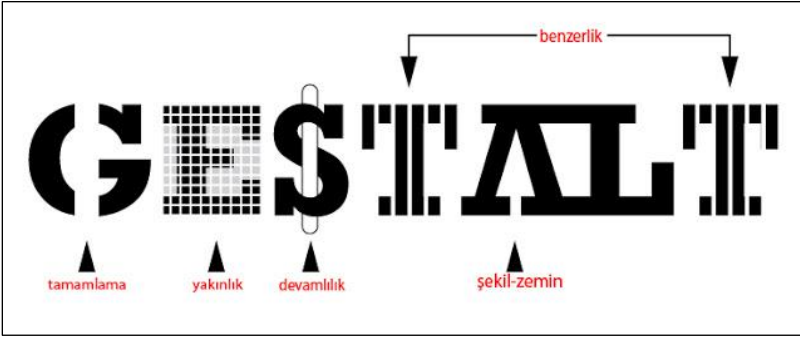
kullanımı ile desteklendiğinde amaca ulaşılması çok daha kolay olacaktır (Carter, Day, & Meggs, 2002).

- Okuyuculara “içerik” üzerinden rehberlik eder: İyi bir “içeriğe” sahip olmak tek başına yeterli değildir. Bu “içeriğin” nasıl sunulduğu da önemlidir. “Tipografi” içeriği sunmaya yardımcı olmaktadır. Seçilen renklerden, metnin boyutuna, içeriklerin sayfa düzenindeki konumu, kullanılan yazı tipi “içeriğin” okunma oranlarını etkileyecektir. Okuyucuları, bir sayfadaki bilgilerin “en önemli noktalarına” yönlendirir ve web sitesinin yapısı, akışı hakkında bilgi verir. “Başlık” “ne kadar ilgi çekici olursa olsun” “1500 kelimeyi” geçen bir yazıyı dikkat dağıtmadan takip etmek zor olacaktır. Ancak, birkaç düzeltme yapılarak, örneğin; farklı yazı tipleri, boyutları ve renkleri kullanarak içeriği daha çekici ve okunabilir hale getirmek mümkündür (Smith, 2020).
- İyi bir “tipografi” web sitesinin tutarlılığını korur: İnternet kullanıcıları ziyaret ettikleri her web sitesinde düzen arar. Web sitesinin “kurallarını ve yapısını” keyfi olarak değiştirilmesi, kullanıcıları rahatsız edebilir. İyi bir tipografi web sitesini bir arada tutar ve bütün olarak gösterir. Bir web sayfasındaki font, yazı boyutu, renk gibi tüm öğelerin tutarlı olması kullanıcı deneyimini geliştirir ve dönüşüm oranlarını artırır.

### **3.2. Gestalt Kuramı ve Tipografi**

Şekil/ Zemin (figür-fon) İlişkisi: Algılamada her zaman bir şekil ve zemin ilişkisi bulunur. Şekil bireyin dikkatini çeken unsurdur. Zemin ise şeklin arkasında kalan ve genellikle fark edilmeyen kısımdır. Şekil zemine göre daha dikkat çekici özelliklere sahiptir. Bazı durumlarda şekil ve zemin yer değiştirebilir. Örneğin: Bir optik illüzyonda bir nesne, bir an için “şekil” olarak algılanırken, bir sonraki an da “zemin” olarak algılanabilir. Bu ilişkiye görsel tasarım ve sanat eserlerinde sıkça rastlanmaktadır.

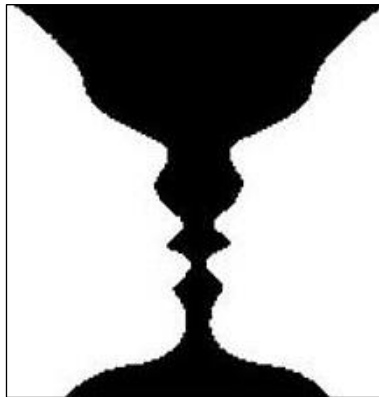




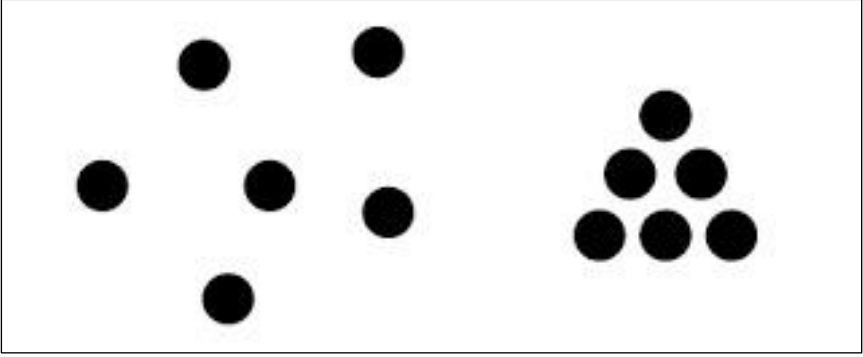
**Görsel 31.** “Gestalt” kuramı ve algı ile algıda örgütlenme (<https://www.ekdergi.com/gestalt-kurami-almi-ve-almida-orgutlenme>).



**Görsel 32.** Kendini açıklayan kelimeler “vignette” ([https://www.gencgrafiker.com/kendini-aciklayan-kelimeler/#google\\_vignette](https://www.gencgrafiker.com/kendini-aciklayan-kelimeler/#google_vignette)).



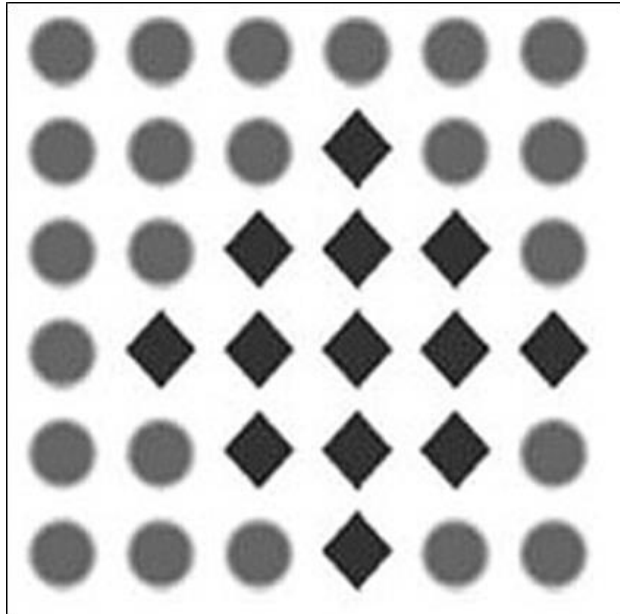
**Görsel 33.** “Gestalt” kuramı ([https://handegrafik.blogspot.com/2013/03/gestalt-kuram\\_27.html](https://handegrafik.blogspot.com/2013/03/gestalt-kuram_27.html)).



**Görsel 34.** “Gestalt” kuramı “Yakınlık- Uzaklık”  
([https://handegrafik.blogspot.com/2013/03/gestalt-kuram\\_27.html](https://handegrafik.blogspot.com/2013/03/gestalt-kuram_27.html)).

“Yakınlık Yasası”: İnsanoğlu, birbirine yakın olan nesnelere gruplandırarak “algılama” eğilimindedir.

“Benzerlik Yasası”: Aynı büyüklük, şekil ve kalitedeki nesnelere birbirinden farklı olarak değişik bir grup olarak gözlenirler.



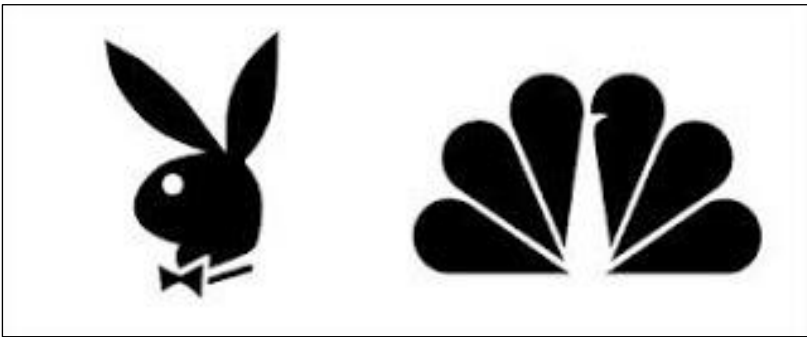
**Görsel 35.** “Gestalt” kuramı “Benzerli yasası”  
([https://repository.dinus.ac.id/docs/ajar/4.\\_Gestalt\\_.pdf](https://repository.dinus.ac.id/docs/ajar/4._Gestalt_.pdf)).

“Tamamlama Yasası”: “Gestalt” kuramına göre tamamlanmamış görüntüler tamammış gibi algılanmakta ve anımsanmaktadır. Bu doğal eğilimin yanı sıra insanlar tamamlanmamış yaşantılarını, tamamlanmış olanlardan daha önce ve daha net bir şekilde anımsama eğilimindedir. Bu eğilime “Zeigarnik etkisi” adı verilir.



**Görsel 36.** Logo tasarımı ([https://www.researchgate.net/figure/Figure-2-represents-a-logo-for-The-USA-Network-logo-redesigned-in-2005-makes-use-of\\_fig1\\_380885023](https://www.researchgate.net/figure/Figure-2-represents-a-logo-for-The-USA-Network-logo-redesigned-in-2005-makes-use-of_fig1_380885023)).

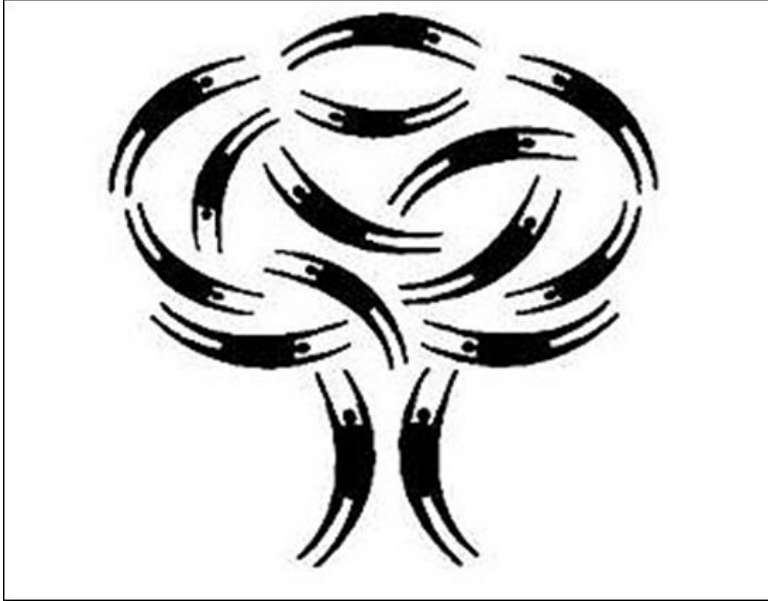
“Devamlılık (Süreklilik) Yasası”; Aynı yönde ilerleyen noktalar, çizgiler ve benzeri unsurlar birlikte gruplandırılarak algılanmaktadır. Algısal alanda aynı yönde hareket eden birimler birbirleriyle ilişkili olarak görülmektedir. Bu algısal eğilim “süreklilik” olarak adlandırılır. “Süreklilik yasası” ani değişikliklerden ziyade düz bir şekilde devam eden sürekliliği algılama eğilimli olduğunu belirtir. Örneğin, bir dizi çizgi veya nokta aynı yönde ilerlediğinde beynimiz bu unsurları bir bütün olarak algılar ve aralarındaki bağlantıyı kurar.



**Görsel 37.** “Gestalt Kuramı” Logo tasarımı ([https://handegrafik.blogspot.com/2013/03/gestalt-kuram\\_27.html](https://handegrafik.blogspot.com/2013/03/gestalt-kuram_27.html)).



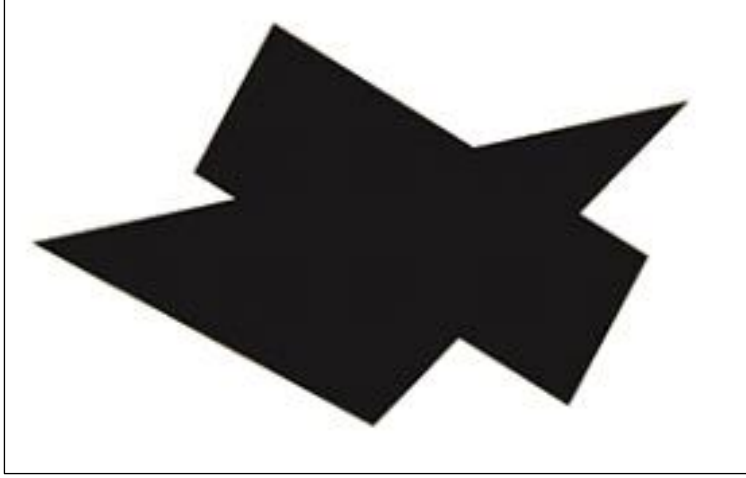
**Görsel 38.** Kendini açıklayan kelimeler “vignette”  
([https://www.pngwing.com/tr/search?q=coca-cola+C5%9Firketi#google\\_vignette](https://www.pngwing.com/tr/search?q=coca-cola+C5%9Firketi#google_vignette)).



**Görsel 39.** Yukarıdaki on beş şekil birbirlerine yakın olmaları nedeniyle birleşik bir bütün (bir ağacın şekli) oluşturmaktadır (<https://tr.pinterest.com/pin/unified-tree-shape-design--445082375650159667/>).

Basitlik Yasası; bireylerin “düzenli” ve “basit” nesne ve şekilleri algılama eğiliminde olduğunu belirtmektedir. Bu yasa insanların simetrik, düzenli ve iyi organize edilmiş figürleri daha kolay algıladığını ifade etmektedir. Algılarımız, karmaşıklıktan ziyade düzen ve sadeliğe yönelir.

Bu yasa “Gestalt” psikolojisinin temel prensiplerinden biridir. “Gestalt” psikolojisi insanların dünyayı nasıl algıladığını ve organize ettiğini anlamaya çalışmaktadır. “Basitlik Yasası” bu bağlamda, beynimizin karmaşık bilgileri daha basit ve anlaşılır bir biçimde düzenleme eğiliminde olduğunu göstermektedir. Bu, günlük yaşamda da kendini gösterir; örneğin, bir sanat eserine baktığımızda, gözümüz ilk olarak düzenli ve simetrik olan unsurları fark eder. “Basitlik Yasası” algılarımızın düzen ve sadelikten yana olduğunu ve beynimizin karmaşık bilgileri daha basit ve anlaşılır bir biçimde organize etme eğiliminde olduğunu vurgular.



**Görsel 40.** “Gestalt” kuramı “figür yasası”  
(<https://blog.baskiadam.com/kategori/genel/>).

“Pragnanz Yasası” her psikolojik örgütlenmenin "iyi biçim, iyi şekil, iyi bütün" olma eğiliminde olduğunu belirtir. Başka bir ifadeyle her psikolojik olayın “basit”, “anamlı” ve “tam” olma eğilimini ifade eder. Bu yasa psikolojik dengeyi koruma eğilimindedir.

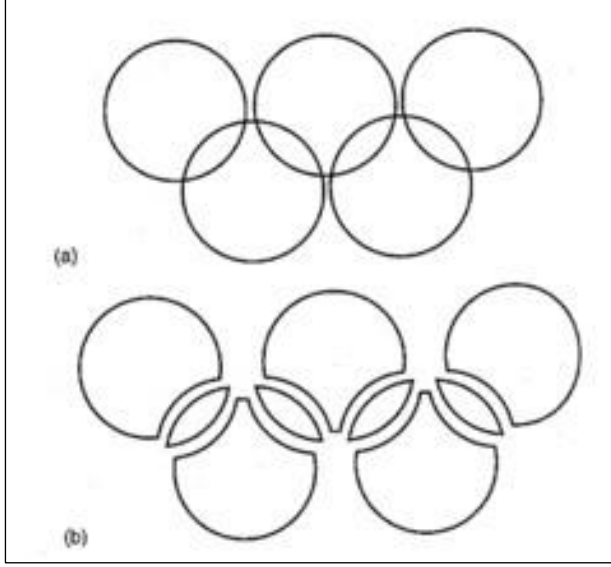
“Gestalt” psikolojisinin temel prensiplerinden biri olan “Pragnanz Yasası”, beynimizin karmaşık bilgileri daha basit ve anlamlı bir biçimde organize etme eğiliminde olduğunu gösterir. Bu, günlük yaşamda da kendini gösterir; örneğin, bir sanat eserine baktığımızda, gözümüz ilk olarak düzenli ve simetrik olan unsurları fark eder.

### 3.2.1. Algısal değişmezlik

Algısal değişmezlik, nesne veya olayların farklı koşullarda bile aynı şekilde algılanmasıdır. Bu, bir objeyi değişen koşullara rağmen aynı şekilde görmemizi sağlar. Algısal değişmezlik, daha önce edindiğimiz standartlardan etkilenir.

“Büyüklik değişmezliği” Bir cismin uzaklığına bakılmaksızın aynı büyüklükte algılanmasıdır.

“Biçim değişmezliği” Görüş açısı ne olursa olsun bir nesnenin biçimini değişmeden algılama eğilimidir.



**Görsel 41.** “Gestalt” kuramı “figür yasası”  
(<https://www.yorku.ca/jrivest/courses/Recognition.color.pdf>).

“Renk değişmezliği” Işık koşulları ne olursa olsun, bir nesneyi aynı renkte algılama eğilimidir. Örneğin, beyaz bir at karanlıkta gri görünse de, onu beyaz olarak algılarız.

“Parlaklık değişmezliği” Bir nesnenin ışık koşulları nasıl olursa olsun değişmez bir parlaklıkta algılanmasıdır.

“Algısal değişmezlik” beynimizin çevremizi daha tutarlı ve anlamlı bir şekilde algılamasına yardımcı olur. Bu, günlük yaşamda nesnelere ve olayları tanımamızı ve onlarla etkileşimde bulunmamızı kolaylaştırır. Algısal değişmezlik görsel algının temel prensiplerinden biridir ve çevremizdeki dünyayı daha istikrarlı bir şekilde algılamamızı sağlar.

### 3.2.2.1 Algıda seçicilik

Algıda seçicilik, insanların çevrelerinden gelen sayısız uyarıcıdan sadece belirli bir kısmına odaklanarak algılamasıdır. Bu, bireylerin dikkatlerini belirli uyarıcılara yönlendirip diğerlerini göz ardı etme eğilimidir.

Algıda seçicilik, beynimizin bilgi işlem kapasitesini optimize etmesine yardımcı olur. Çevremizdeki her detayı algılamak yerine, önemli ve anlamlı olanlara odaklanmamızı sağlar. Bu, günlük yaşamda dikkatimizi dağıtan unsurları filtrelememize ve önemli bilgilere odaklanmamıza yardımcı olur.

Örneğin, kalabalık bir odada bir arkadaşınızla konuşurken, diğer konuşmaları ve gürültüleri arka planda bırakıp arkadaşınızın söylediklerine odaklanabilirsiniz. Bu, algıda seçiciliğin bir örneğidir.

Kısaca; algıda seçicilik, beynimizin çevremizdeki bilgi yığını yönetme ve önemli olanları seçme yeteneğidir. Bu, dikkatimizi verimli bir şekilde kullanmamıza ve çevremizdeki dünyayı daha anlamlı bir şekilde algılamamıza yardımcı olur.

“M.C. Escher”in eserlerinde “Gestalt” yasalarının etkisi belirgin bir şekilde görülmektedir. “Gestalt” psikolojisi, insanların dünyayı nasıl algıladığını ve organize ettiğini anlamaya çalışır. “Escher”in çalışmaları, bu yasaların sanatta nasıl uygulanabileceğine dair mükemmel örnekler sunar. Özellikle, “Escher”in eserlerinde simetri, düzen ve bütünlük gibi “Gestalt” ilkeleri sıkça kullanılır.

Örneğin, “Escher”in "Görelilik" adlı eseri, izleyicinin algısını manipüle ederek farklı perspektifler sunar. Bu eser “Gestalt”ın "bütünlük" ilkesini vurgular, çünkü izleyici eserin tüm parçalarını bir araya getirerek anlamlı bir bütün oluşturur. Benzer şekilde "Yükselen ve Alçalan" adlı eseri izleyicinin algısını yanılarak sonsuz bir döngü hissi yaratır. Bu “Gestalt”ın "şekil-zemin" ilişkisini kullanarak izleyicinin algısını yönlendirme örneğidir.

### 3.3. Tipografi Örnekleri



**Görsel 42.** “Retro font” , Büyük -küçük harf örneği  
(<https://www.vectorstock.com/royalty-free-vector/retro-font-uppercase-and-lowercase-letters-vector-38240007>).





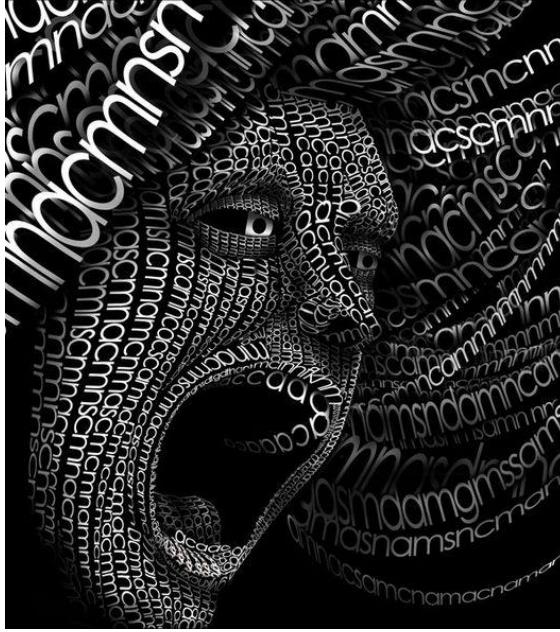
Görsel 43. Tipografiyi fotoğrafa giydirme örneği

([https://www.reddit.com/r/blender/comments/zzblg0/is there easy way to create something like this/?rdt=41416](https://www.reddit.com/r/blender/comments/zzblg0/is_there_easy_way_to_create_something_like_this/?rdt=41416)).

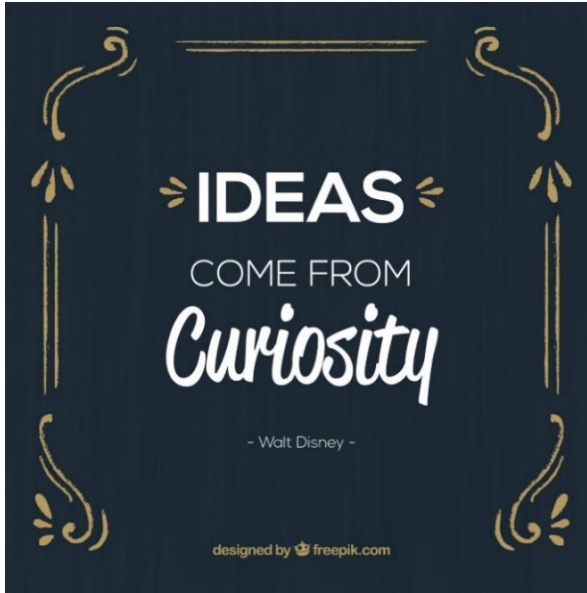


Görsel 44. Tipografiyi fotoğrafa giydirme örneği

(<https://www.coroflot.com/berkayergonenc/T%C4%B0POGRAFIY%C4%B0-TIPOGRAFIYI>).



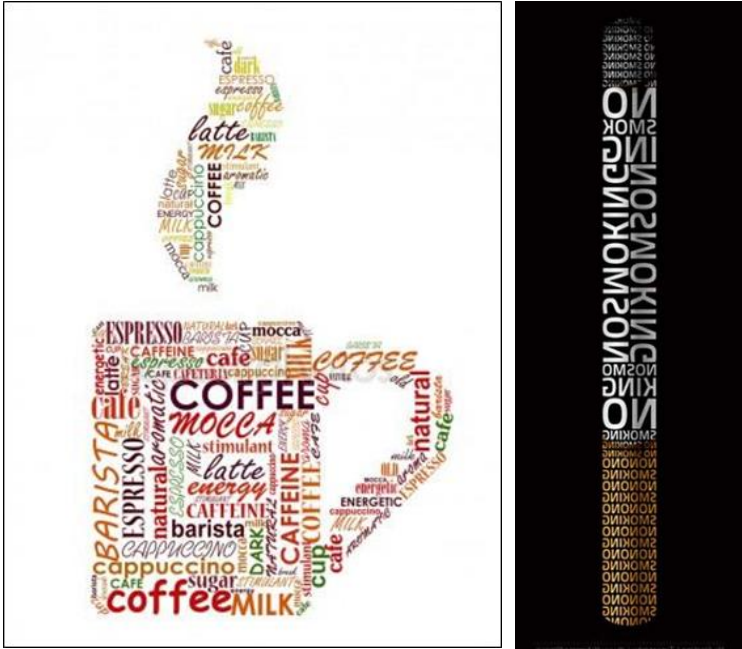
**Görsel 45.** Tipografiyi fotoğrafa giydirmeye örneği (<https://tr.pinterest.com/pin/35-examples-of-creative-and-meaningful-typography-art-designbeep--40813940343283089/>).



**Görsel 46.** Görsel tasarımda tipografi örneği (<https://in.pinterest.com/pin/free-vector--654570127068659009/>).



Görsel 47. Görsel tasarımda tipografi örneği  
(<https://www.designspiration.com/save/86641281094541/>).



Görsel 48. Görsel tasarımda tipografi örneği  
(<https://in.pinterest.com/pin/627055948136546905/>).





}

 2001  
 Typodermic
 
{

Dado justu non zero

Es un hecho estético que existe  
 tanta cosa fea y realizable  
 estético en un sólo con varias  
 tipos de familia.

Regular

Ideal para todos contextos. Como  
 títulos y encabezados

Bold

Ideal para titulares. Es además  
 un perfecto complemento para  
 lettering y grandes campañas

X-Bold

Ideal para grandes titulares. Da  
 más fuerza visual para generar  
 un alto impacto

¡CORRAHN  
 ES GODZILLA!

Muy, muy lejos, más allá de las morfi-  
 fias de palabras, alejados de los países  
 de las vocales y las demás consonan-  
 tes, viven los textos simulados. Viven  
 aislados en casaca de letras, en la cos-

RUUAHN IT'S  
 GODZILLAHH!

Viven aislados en caballos de letras,  
 en la costa de la semántica, un gran  
 océano de varias lenguas groseras.  
 Un arroyo llamado Popyos fluye por  
 su pueblo y los abastece con agua.

GOJIRA JIKKŌ  
 SARE TE IRU!

Hablamos de un país paraisomático  
 en el que a uno le caen pedacitos de  
 frases asadas en la boca sucia.  
 Ni siquiera los todopoderosos sig-  
 nos de puntuaciones se daban lujo.

# S T E E L F I S H

[ # \$ % & @ \$ f d ( ) e f Æ Å ß æ € ]

Benjamín pidió una bebida de kiwi  
 y fresa. Noé, sin vergüenza, la más  
 exquisita champaña del menú.

A B C D E F G H I J K  
 L M N Ñ O P Q R S T  
 U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l  
 m ñ o p q r s t u v  
 w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

2001 / Madrid / JAFIN

CATEGORÍA GANS SCRIPE,  
 SETE VARIABLES DE  
 LICENCIA GRATUITA  
 400 PICTOGRAMAS  
 Tipografía diseñada por  
 Ray Larino  
 Fuente 2001 y actualizada  
 en Ruzafa Spain

Nota por la familia  
 TYPODERMIC  
 la más performante y versátil.

Görsel 50. Görsel tasarımda tipografi örneği  
 (https://tr.pinterest.com/pin/31595634865345685/).

## 4. YAZI KARAKTERLERİNİ TÜRKÇELEŞTİRMEK

Bilgisayar ortamlarında kullanılan yazı karakterlerini tasarlamak, klavyeden yazılabilir bir font haline getirebilmek ve var olan yazı karakterlerini Türkçeleştirmek için, kullanımı kısa sürede öğrenilebilecek font editör programları vardır. Bu programların genel mantığını anlamak önemlidir. Bu programlardan en çok bilinenlerden biri "Fontographer" yazılımıdır (Carter, Day, & Meggs, 2002).

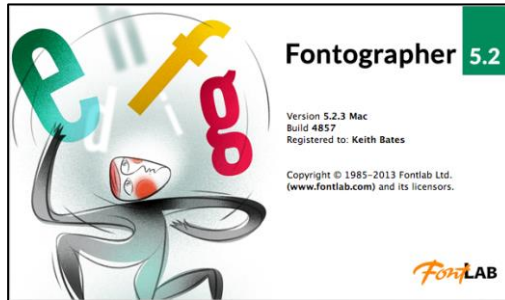
Günümüzde bilinçli bir şekilde metin yazmak için font ararken, binlerce seçenek arasından sadece birkaç tanesi öne çıkar. Örneğin, her bilgisayarda bulunan "Times New Roman" fontu, küçük nüanslarla dört kez değiştirilmiştir. "Helvetica" ve "Futura" fontları, yazı tiplerinde yapılacak olan küçük değişikliklerle farklı isimlerle yeniden tasarlanmıştır (Smith, 2020).

Kurum kimliğine sahip olan firmalar genellikle fontlarını ajanslara kendileri temin eder veya ajansların önerdiği fontları satın alıp "Türkçeleştirilmesi" için "ek ücret" öderler. Ancak, bu tür firmaların sayısı oldukça azdır. Günümüzde aynı fontu "kurum kimliği"ne ait tüm işlerinde kullanan büyük kuruluşlar da bulunmaktadır (Anderson, 2019).

Font seçimi markanın kimliğini ve iletmek istediği mesajı yansıtmak için önemli bir rol oynar. Doğru font seçimi markanın profesyonelliğini ve güvenilirliğini artırabilir. Bu nedenle font seçiminde dikkatli ve özenli olmak gerekir.

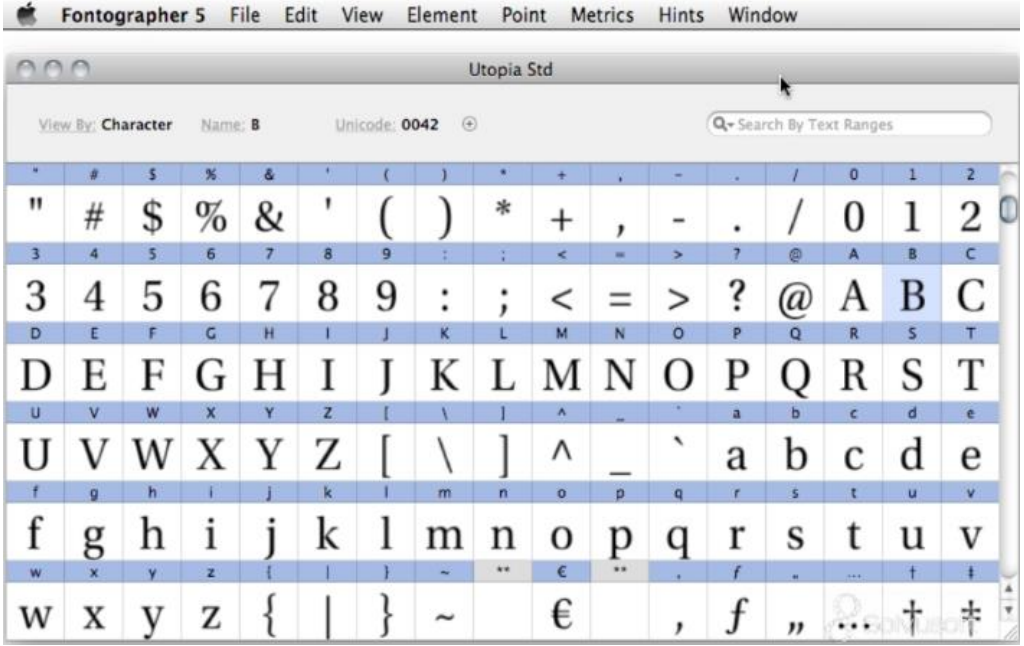
### 4.1. "Fontographer" ile Türkçeleştirmek

"Fontographer"; "Windows" ve "Mac" işletim sistemleri için kullanılabilir, tasarımcılar için bir yazı editörüdür. Fontographer yeni yazı biçimleri tasarlamak ve mevcut fontları özelleştirmek için kullanılır.



Görsel 51. Fontographer programı açılış görüntüsü

Font deyince ilk bilinmesi gereken ID numarasıdır. Bilgisayar bir fontu tanımlarken o fontun ID numarasına bakar. Eğer yeni yüklediğiniz bir fontun ID numarası bilgisayarınızda daha önce tanımlanmış bir fontun ID numarası ile çakışıyor ise bu fontu görmez.



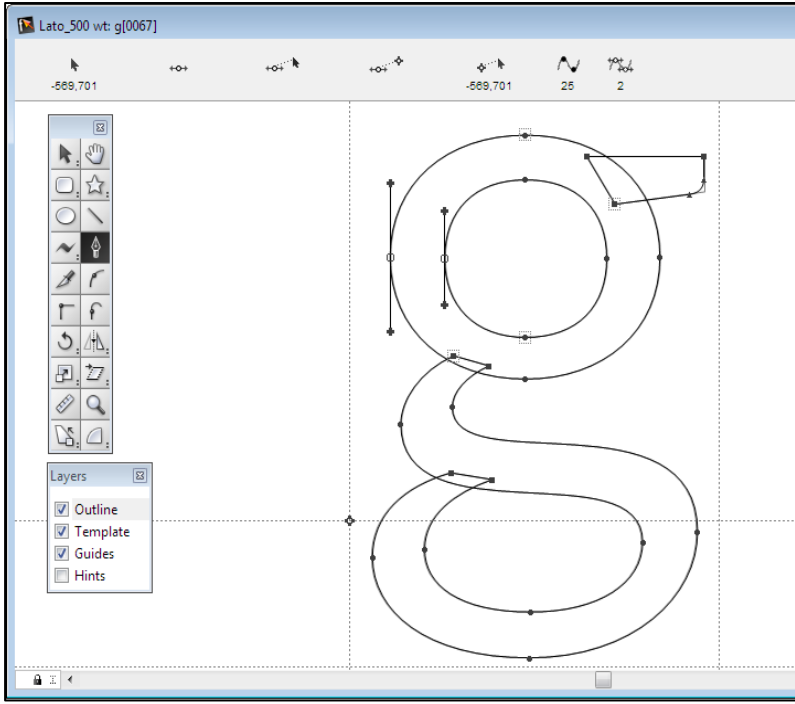
Görsel 52. Fontographer programı ekran görüntüsü

Bu yüzden fontların ID numaraları bir sistem dâhilinde düzenlenmelidir. Bu sebeple font Generate edilirken ID numarası planlanan sisteme göre verilmelidir. (Maalesef bunun bir standardı yok. Bu yüzden siz kendi standardınızı oluşturmalısınız. Diğer fontlarla çakışmaması için “10000” in üzerinde numaralar vermenizi öneririm.)

Türkçe karakterleri bulunmayan veya yanlış Türkçeleştirildiği düşünülen fontu “Fontographer”da açtıktan sonra “Ğ, ğ, Ş, ş, İ, I” fontlarını oluşturmak için işlem basamaklarını sırasıyla anlatacak olursak;







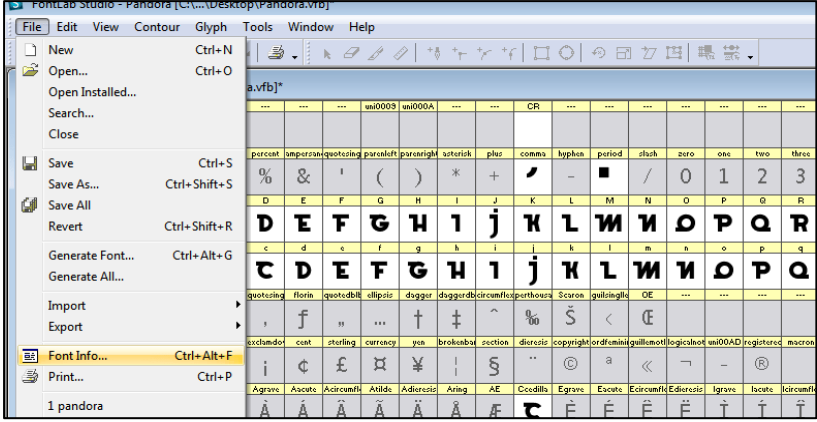
**Görsel 54.** Fontographer programı uygulama ekranı görüntüsü

Son olarak “File/Generate Font Files” yapılmalıdır. “Generate” dendiğinde font “Türkçe” olarak kayıt edilmiş demektir. Burada dikkat edilmesi gereken önemli bir nokta, oluşturulan fonta isim verirken “Türkçe” karakter kullanılmaması gerektiğidir. Güzel bir çelişki değil mi? Diğer önemli husus ise fonta isim verirken arada boşluk olmaması gerektiğidir. Aksi takdirde oluşturulan font sisteme dâhil edilemeyecektir. Halen font çalışmaz ise bilgisayarı yeniden başlatılmalıdır.



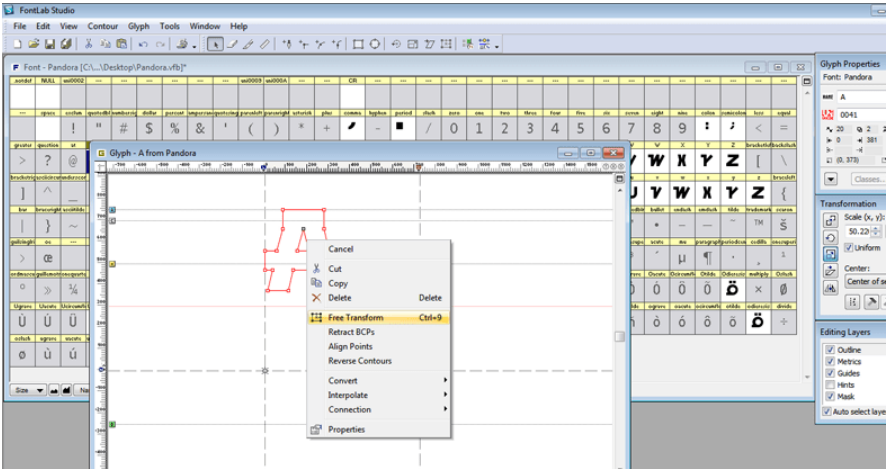
**Görsel 55.** FontLab Studio ile Türkçeleştirmek  
(<https://www.fontlab.com/news/fls5-fog5-tt3-macos-catalina/>).

“FontLab”da ki mühendisler “Fontographer” programının şimdiye kadar ki en iyi bir üst versiyonu yaptılar. Arayüzün güncellemesi, daha modern bir görünüm sağlarken tanıdık “Fontographer” hissini koruyor ve çok sayıda iyileştirme ve yeni özellik var. Bu yükseltme için çok fazla düşünce, zaman ve çaba harcadığı açık ve tüm bu çalışmalar için çok minnettarım.



Görsel 56. FontLab Studio ile Türkçeleştirmek

En sevdiğim yeni ve geliştirilmiş özellikler, karakter yumuşatma, OpenType ve Unicode desteği, FontLab Studio .vfb dosya formatlarıyla çalışma yeteneği ve yeni ipucu yetenekleridir. Sadece bu birkaç şey tek başına iş akışımı çok daha iyi hale getirecek ve bunlar uzun iyileştirmeler listesinin sadece küçük bir parçası.



Görsel 57. FontLab Studio ile Türkçeleştirmek

Fontographer 5'i önceki sürümlerden yükseltmeyi düşünen veya yazı tipi yapmayı öğrenmeyi düşünen herkese şiddetle tavsiye ederim. Deneyimli kullanıcılar buna bayılacak ve diğer çizim programlarında yetenekli yeni bir kullanıcının bile onu kullanmaya çabucak adapte olacağını hissediyorum." (George Thomas yazı tasarımcısı, Majus).

Başka bir bağımsız font geliştirme aracı olan "Fontographer by Altsys, Macromedia" tarafından satın alındıktan sonra geliştirmeyi durdurdu. Macromedia'nın 2005'te "Adobe Systems" tarafından satın alınması sırasında Macromedia, "Fontographer'ın" haklarını ve kodunu "FontLab Ltd"ne satmıştır.

Dolayısıyla ara yüzü daha iyi olsa da "Fontographer" da yapılan her türlü tasarım bu programda da yapılabilir.

## 5. YAPAY ZEKÂ VE “TİPOGRAFI”

### 5.1. Zekâ

“Zekâ” kelimesinin sözlük anlamında “bireylerin problem çözme, bilgi edinme, soyut düşünme ve çevreye uyum sağlama yeteneği” olduğu yazılıdır. Bu yetenek “öğrenme, hafıza, dikkat, algı ve dil” gibi bilişsel süreçleri içermektedir. “Zekâ” genellikle “IQ” testleri ile ölçülür. Ancak, bu testler zekânın tüm yönlerini kapsamayabilir. “Zekâ” sadece “akademik başarı” ile sınırlı değildir, aynı zamanda “sosyal beceriler”, “duygusal zekâ” ve “pratik beceriler” gibi diğer alanları da kapsamaktadır.

Howard Gardner'ın “Çoklu Zekâ Kuramı”; zekânın farklı biçimlerde ortaya çıkabileceğini savunmaktadır. Bu kurama göre, zekâ türleri arasında “mantıksal-matematiksel”, “dilsel”, “görsel-uzamsal”, “bedensel-kinestetik”, “müzikal”, “sosyal” ve “işsel” zekâ bulunmaktadır. “Mantıksal-matematiksel” zekâ, problem çözme ve mantık yürütme yeteneğini içerirken, “dilsel zekâ” sözel iletişim ve yazma becerilerini kapsamaktadır. “Görsel/ uzamsal zekâ” görsel bilgileri “anlama” ve “manipüle” etme yeteneğidir. “Bedensel/kinestetik zekâ” fiziksel hareketleri ve becerileri kullanma yeteneğini ifade etmektedir. “Müzikal zekâ” müzik ve ritimle ilgili becerileri içermektedir. Sosyal zekâ; “diğer insanlarla etkileşim kurma ve sosyal ilişkileri anlama” yeteneğidir. İşsel zekâ; “bireyin kendi duygularını ve düşüncelerini anlama yeteneğini” kapsamaktadır.

Gardner'ın kuramı, eğitimde ve kişisel gelişimde önemli bir rol oynar. Farklı zekâ türlerinin tanınması “bireylerin güçlü yönlerini keşfetmelerine ve bu alanlarda gelişmelerine” olanak tanır. Bu eğitimcilerin ve ebeveynlerin, çocukların farklı yeteneklerini desteklemelerine ve geliştirmelerine yardımcı olabilir. Ayrıca, iş dünyasında da farklı zekâ türlerinin tanınması, ekiplerin daha verimli ve yaratıcı çalışmasına katkıda bulunabilir.

“Zekânın anlaşılması” bireylerin potansiyellerini en üst düzeye çıkarmalarına sağlarken yaşamlarında da daha başarılı olmalarını sağlayacaktır.

### 5.2. Yapay Zekâ ve Tarihsel Süreci

Modern bilimin başlangıcı, teknolojik gelişmelerin hız kazandığı yılların sonunda gerçekleşmiştir. 20. yüzyılda bilim, profesyonel bir hal almış ve “bilimsel bilginin” değeri toplumlar üzerinde artmaya başlamıştır. Bu dönemde “matematik”, “ekoloji”, “biyoloji”, “tıp”, “astronomi”, “jeoloji”, “geometri”, “fizik”, “kimya”, “antropoloji”, “sosyoloji”, “psikoloji”, “ekonomi”, “dil bilimi”, “siyaset bilimi” ve “sosyal bilimler” gibi birçok bilim dalı gelişmiştir. Bu

gelişmeler, modern yaşamı ve teknolojiyi doğurmuş ve modern bilimin, günümüz bilgisayar teknolojisinin temelini oluşturmuştur.

Bilgisayar teknolojisinin başlangıcı M.Ö. ki dönemlere kadar uzanır. “Çin, Girit ve Miken'de” kullanılan "abaküs" adlı “basit hesap aleti”, “verilerin hesaplamasına” ve “matematiksel işlemleri gerçekleştirmesine” yardımcı olmuştur. 1642'de “Pascal” mekanik bir hesap makinesi tasarlamıştır (Özgül, 2010). II.

II. Dünya Savaşı sırasında “ENIAC” adlı bilgisayar 1945 yılında “J. Presper Eckert” ve “John W. Mauchly” tarafından yapılmıştır (Swaine & Freiburger, 2020). Kullanılan ilk bilgisayarlar, bir odanın içini kaplayacak kadar büyük boyutlardaydı. Bugünkü bilgisayarlar ise insan cebine sığacak kadar küçülmüş, insan hayatının gündelik, vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Aynı zamanda “Bilgisayar teknolojisi” ile birlikte “yapay zekâ” teknolojisi de gelişmiştir.

Yapay zekâ teknolojisinin öncüsü “Alan Mathison Turing”dir. “Turing” bilgisayar biliminin babası ve yapay zekânın kurucusu olarak tanınmaktadır (Say, 2018). “Yapay zekâ” herhangi bir şekilde insan müdahalesi olmadan, karmaşık görevleri gerçekleştirme potansiyeline sahiptir (Pirim, 2006). Sözlük anlamına göre “yapay zekâ” “bir bilgisayarın veya bilgisayar kontrollü bir robotun akıllı bir canlı gibi çeşitli faaliyetleri gerçekleştirme yeteneğidir” (Tandoğan, 2019).

“Yapay zekâ” insan davranışlarını taklit etme, mantık yürütme, görüntü, hareket ve ses algılama vb. birçok beceriye sahip makineler olarak tanımlanmaktadır. Bilgisayar teknolojisi “donanım ve yazılım” alanındaki ilerlemelerle birlikte gelişmiştir. “Yapay zekâ”, muhakeme etme, öğrenme ve anlama konularında oldukça yeteneklidir. Günlük hayatta karşılaşılan problemlere çözümler sunarak, iş gücü ve zamandan tasarruf sağlamaktadır (Kaçtıoğlu, Kılağız, 2000).

“Yapay zekâ” literatürde "Artificial Intelligence" olarak adlandırılır. Yapay zekâ insanların yaşam standartlarını yükseltmek ve toplum kalitesini artırmak gibi amaçlara sahiptir (Yıldız, 2019). Günümüzde yapay zekâ, Apple firmasının kişisel asistanı “Siri”, Google'ın algoritma tabanlı arama motoru ve otonom sürüş gibi günlük hayatımızı etkileyen bir “olgu” haline gelmiştir (Ballı, 2020). Böylece, bilgisayarların “gücü” artmakta, algoritmalar daha “karmaşık” hale gelmekte ve dünya “yapay zekâyâ” gücünü veren bir çeşit yakıt haline gelmiştir (Bughin et al., 2017).

Günümüz robotları, yalnızca görevleri gerçekleştirmez bundan çok daha fazlasını yapar. Artık akıllı cihazlar olarak tanımlanan bu robotlar, yapay zekâ teknolojileriyle donatılmış olup, sürekli olarak geliştirilmektedir. Yapay zekânın

tarihsel süreci, 1950'de Alan Turing'in "Makineler düşünebilir mi?" sorusuyla başlamıştır (Turing, 1950). 1956'da Dartmouth Konferansı'nda ilk kez "yapay zekâ" terimi kullanılmıştır (Potenza, 2021). Yapay zekâ, uluslararası anlamda ilk başarısını 1997'de dünya satranç şampiyonu "Kasparov"u yenerek göstermiştir (Higgins, 2017).

Yapay zekânın tarihi hızla gelişen ve çağımızda birçok sorunun çözümüne katkı sağlayan bir teknoloji olarak dikkat çekmektedir. Yapay zekâ teknolojileri, "insan hayatının hemen her alanında yardım sağlayabilecek ve gerektiğinde yanında olabilecek" bir unsur haline gelmiştir. Bu teknolojiler "taklit etme ve öğrenme" yeteneğine sahiptir (Sucu & Ataman, 2020).

"Yapay zekâ" sağlık, eğitim, finans ve ulaşım gibi birçok alanda devrim niteliğinde yenilikler sunmaktadır. Örneğin, sağlık sektöründe hastalıkların erken teşhisi ve tedavi planlamasında yapay zekâ kullanımı yaygınlaşmaktadır. Eğitimde, kişiselleştirilmiş öğrenme deneyimleri sunarak öğrencilerin başarılarını artırmaktadır. Finans sektöründe "risk analizi" ve "yatırım stratejileri" alanında da "Yapay zekâ algoritmaları" kullanılmaktadır. Ulaşımında ise otonom araçlar ve akıllı trafik yönetim sistemleri, yol güvenliğini ve verimliliği artırmaktadır. Yapay zekânın bu çok yönlü uygulamaları, gelecekte daha da yaygınlaşarak hayatımızın her alanında etkisini hissettirecektir.

### 5.3. Tasarım

"Tasarım" kelimesi, Latince "designare" kelimesinden türemiştir ve zamanla Fransızca ve İngilizce'de "designer" olarak kullanılmıştır (Dictionary, 2021). Türkçede ise "bir eserin, yapının veya teknik ürünün "ilk taslağı", tasar" "çizim", "dizayn" anlamına gelmektedir (TDK, 2021). Becer'e göre, tasarım tüm sanatların temelinde yer alan etkileyici bir sözcüktür ve belirli bir amaç doğrultusunda yaratıcı eylem olarak tanımlana bilinmektedir (Becer, 2011).

Tasarım, insanların çevresindeki "olaylar" ve "objelerle" "fiziksel ve ruhsal" olarak zihinsel bir "manipülasyon" yapması veya yeniden düzenlemesidir. "Tasarım süreci" problemleri tanımlamakla başlar, ardından "bilgi toplama" ve "yaratıcı süreç" gelmektedir. İyi bir tasarım süreci, fikirlerin hayata geçirilmesiyle sona erer. Dieter Rams; "iyi tasarımın 10 kuralı vardır: "yenilikçi", "kullanışlı", "estetik", "anlaşılır", "göze batmayan", "dürüst", "uzun ömürlü", "eksiksiz", "çevre dostu" ve "sade" olmalıdır" demiştir (Rosenfield, 2012).

"Tasarımcılar" hayal güçleri ile dış dünyayı birleştirdiği noktada kendilerini ifade edebilmek için "nokta, çizgi, form, renk, doku, espas ve tipografi "öğelerine ihtiyaç duyarlar. Tasarım sürecinde ayrıca 8 temel ilke ele alınabilir: "bütünlük",

“denge”, “hiyerarşi”, “karşıtlık”, “vurgu”, “hareket”, “oran-orantı” ve “ritim”. Tasarım, zihinde başladığı andan itibaren “temel ilke ve öğelerle” bir bütünlük sağlanarak oluşturulur.

## 5.4. Grafik Tasarım

Sanatsal açıdan “Grafik tasarım” çok köklü bir geçmişe sahiptir. Grafik tasarımın kökeni Latince "graphe" kelimesine dayanmaktadır ve bu da “Yazı/çizim” anlamına gelmektedir (Etymonline, 2021). Grafik tasarımın modern anlamda gelişimi 1920'lere kadar uzanmaktadır. Almanya'daki “Bauhaus” gibi kurumlar, grafik tasarımı evrensel bir algıya temellendirmeye çalışmış ve “language of vision (görme dili)” terimini keşfetmişlerdir (Lupton & Phillips, 2015). “Grafik tasarım” terimi “ilk kez” 1922'de “William Addison Dwiggins” tarafından kullanılmıştır. “Dwiggins” eserlerinde, görselleri nasıl organize ettiğini açıklamak için bu terimi kullanmıştır (Thomson, 1994).

“Grafik tasarım” mesajları “etkili, bilgi verici ve estetik bir şekilde iletmekle yükümlü” bir sanat dalıdır. “İşaretler”, “semboller”, “kelimeler” ve “resimleri” içeren farklı unsurlar sayesinde bir “mesaj” oluşturur. Yeni nesil grafik tasarımcılar, bilgisayar teknolojisinin sunduğu olanaklarla daha geniş bir “yazı karakteri” ve “görüntü” yelpazesine artık kolayca ulaşabilmektedir (Selamet, 1995).

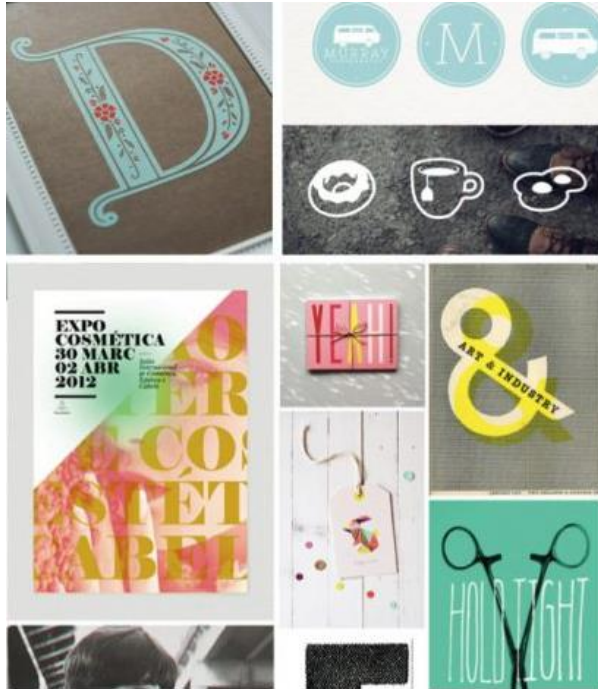
“Grafik tasarım” fikirleri, görüntüler ve kelimelerle birleştirerek “bilgi iletmek” ve belirli bir “etki yaratmak” için kullanılan “görsel iletişim” sanatıdır. Başka bir deyişle, grafik tasarım “iletişim” tasarımıdır. Bu alan, “reklam tasarımı”, “kullanıcı arabirimi tasarımı”, “kurumsal tasarım”, “yayın tasarımı”, “hareketli tasarım”, “infografik”, “mekân tasarımı”, “web tasarımı”, “ambalaj tasarımı” ve “3D tasarım” gibi alt dallara sahiptir (Wahl, 2021).

Grafik tasarım, “gönderici (tasarımcı)” ve “alıcı yani “hedef kitle” arasında kurulan bir “grafiksel iletişim” olarak tanımlanabilir. Günümüzde, “grafik tasarım” dinamik bir yapıya sahip olup, teknoloji ile birlikte sürekli gelişmektedir.

Grafik Tasarım Örnekleri:

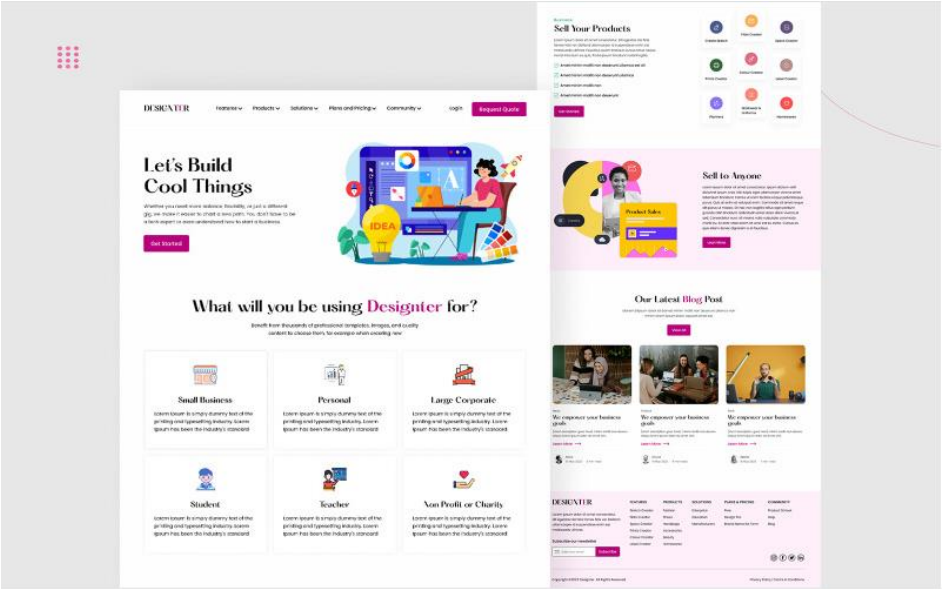


Görsel 58. StoryboardThat Reklam Öyküsü Örneği (<https://teknolojitarasim.com/storyboardthat-reklam-oykusu-ornekleri/>)

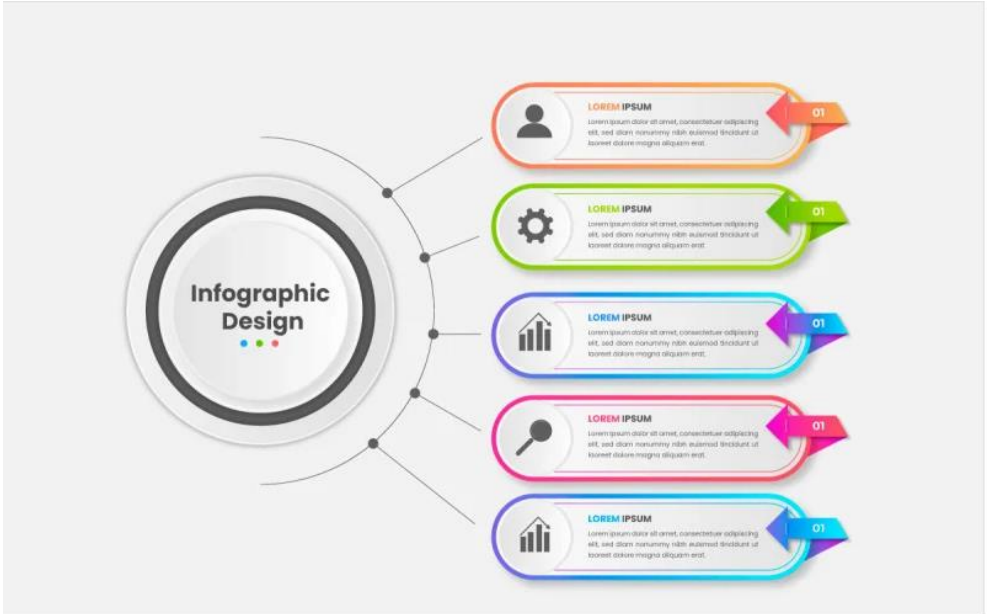


Görsel 59. StoryboardThat Reklam Öyküsü Örneği (<https://teknolojitarasim.com/storyboardthat-reklam-oykusu-ornekleri/>).





**Görsel 60.** Tasarım Ajansı Açılış Sayfası “Kullanıcı Ararbirimi” Tasarımı Örneği (<https://www.templatemonster.com/tr/ui-elements-339615.html>).



**Görsel 61.** İş şablonu için “infografik” tasarım örneği (<https://www.templatemonster.com/tr/illustrations-312452.html>).



Görsel 62. Cips “Ambalaj Tasarım” örneği (<https://ambalajtasarim.com.tr/tasarimlar>).



Görsel 63. 3D Tasarım örneği (<https://tr.pinterest.com/pin/595882594419172399/>).

## 5.5. Yapay zekâ ve Tipografi

“Grafik tasarım” dijital ortama uyum sağlamadan önce yavaş bir gelişim süreci geçirmiş, ancak, bilgisayar teknolojileri ile “entegre” olduktan sonra, grafik tasarımını destekleyen birçok “uygulama programı” ve “yapay zekâ” tabanlı uygulamalar geliştirilmiştir. “Bilgisayar teknolojisi” ve “yapay zekâ”, “grafik ve tasarım” alanında da kendini geliştirerek birçok soruna çözüm ve yenilik sunmaktadır. Son dönemlerde “grafik tasarım” alanında yapay zekâ tabanlı uygulamaların kullanımının arttığı gözlemlenmektedir. Bu gelişmeler doğrultusunda ise grafik tasarımın başlangıcından itibaren “en hızlı gelişim” gösterdiği dönemdir diyebiliriz.

Schank’a göre “–her akıllı varlığın bir dereceye kadar yaratıcılığa sahip olduğu varsayılabilir” der ve “Yaratıcılık, kişinin çevresindeki değişikliklere uyum sağlama ve deneyimlerinden öğrenme yeteneğidir” demiştir (Schank, 1987). Yapay zekânın makine öğrenimi süreçlerinin önemli bir özelliği “korelasyonları” ve “kalıpları” tespit etme yeteneğidir. Bu, insanın “yaratıcı süreci” üzerine yapılan araştırmalarla da örtüşmektedir. “Yaratıcılık” daha önce ilişkilendirilmemiş fikirleri ilişkilendirme yeteneğinden gelmektedir. “Makineler” bu tür “çağrışımları” ve “korelasyonları” herhangi bir insandan çok daha hızlı yapabilme yeteneğine sahiptir. “Makineler” büyük veri havuzlarına sahiptir ve bu “veri setini” yeni “sanatsal” üretimlere çevirebilmektedir (Gervais, 2019).

Bu hızlı gelişimle birlikte teknolojinin “grafik tasarım” alanında, tasarımcıların çoktandır hayalini kurduğu tasarımlara, bilgisayar yardımıyla çok daha kolay bir şekilde erişimi sağlanmaktadır. Grafik tasarımın dalları olan “illüstrasyon”, “üç boyutlu tasarım”, “hareketli tasarım” ve “etkileşimli” alanlarına son dönemde ilgi artmıştır. “OpenAI”, “GPT-3”, “Adobe” ve “Nvidi”a gibi şirketler, “yapay zekâyı” “görsel algılama” alanında üst düzeye çıkarmayı amaçlamakta ve birçok web sitesi, yeni gelişen “yapay zekâ” tabanlı yazılımlar ile grafik tasarımcılara ve kullanıcılara kolaylık sağlamaktadır.

Atiker ve Şen'e göre; “Yapay zekânın gelişmesiyle birlikte teknolojinin konumu ve rolü de değişmeye başlamıştır. Teknolojinin rolünün değişmeye başladığı alanlardan biri de grafik tasarımdır”. “Algoritmalar”, “makine öğrenmesi” tabanlı “derin öğrenme modelleri” ile “grafik tasarım” alanında yeni şeyler yapabilmektedir (Atiker & Şen, 2020).

“Yapay zekâ”, tipografi alanında da önemli katkılar sağlamaktadır. Tipografi tasarımında otomasyonu artırarak verimliliği önemli ölçüde artırmaktadır. “Yapay zekâ” destekli araçlar, tekrarlayan görevleri otomatikleştirerek tasarımcıların daha karmaşık olan, daha yaratıcı işlere

odaklanmalarını sağlar (Smith, 2020). Ayrıca, “Yapay zekâ” kullanıcı verilerini kolayca analiz ederek “kişiselleştirilmiş tipografi” çözümleri sunabilmektedir (Johnson, 2021).

“Yapay zekâ destekli tipografi araçları” tasarımcıların, yazı tiplerini daha verimli ve yaratıcı bir şekilde kullanmalarına ve yeni çıkan uygulamalar sayesinde yazı tiplerini değiştirerek kendilerinin yapmak istedikleri, hayal ettikleri fontları üretebilmektedir. Bu araçlar, tipografi tasarımında “otomasyonunu artırarak daha hızlı ve daha etkili” bir şekilde problemlere çözüm üretebilmelerini sağlamaktadır (Brown & Green, 2019). Kişiselleştirilmiş tipografi, kullanıcı verilerini analiz ederek her bireye özel yazı tipi önerileri ve düzenlemeleri sunar. Bu özellikle web ve mobil uygulama tasarımlarında önemli bir avantaj sağlar (Lee, 2020). Bu araçlar “web ve mobil tasarımı”, “grafik tasarım”, “yayıncılık”, “reklam ve pazarlama”, “eğitim ve öğretim” ile “sanatsal ve deneysel tipografi” alanlarına olan katkılarıyla çok önemli avantajlar sağlamaktadır. Bu araçlar, tasarım süreçlerini optimize ederek daha etkili ve estetik çözümler üretmeye olanak sağlamaktadır (Anderson, 2019).

“Yapay zekâ” ve “tipografi” alanında gelecekte beklenen “trendler” ve “yenilikler” tasarım dünyasında devrim yaratacak potansiyele sahiptir. “Dinamik” ve “uyarlanabilir yazı tipleri”, “kişiselleştirilmiş tipografi”, “yaratıcı” ve “yenilikçi” tasarımlar, gerçek zamanlı “işbirliği” ve “geri bildirim”, “sürdürülebilir” ve “erişilebilir” tasarımlar gibi “trendler” tasarım süreçlerini “verimli, yaratıcı ve kullanıcı” odaklı hale getirecektir (Smith, 2020).

## **5.6. Yapay Zekânın Tipografi Alanında Tasarım Süreçlerine Etkisi**

“Yapay zekâ (YZ)” tipografi tasarımı alanında, tasarım süreçlerine önemli katkılar sağlamaktadır. Bu katkılar, yazı tiplerinin seçimi, düzenlenmesi ve kullanımı gibi alanlarda kendini göstermektedir. Yapay Zekânın tipografi üzerindeki etkisi, tasarım süreçlerini daha verimli, yaratıcı ve kişiselleştirilmiş hale getirmektedir. Bu bölümde, Yapay Zekânın tipografi alanındaki tasarım süreçlerine etkileri detaylı bir şekilde ele alınacaktır.

“Yapay zekâ” tipografi tasarımında otomasyonu verimliliği önemli ölçüde artırmaktadır. “Yapay Zekâ” destekli araçlar, tekrarlayan görevleri otomatikleştirerek tasarımcıların daha karmaşık ve yaratıcı işlere odaklanmalarını sağlar (Smith, 2020). Örneğin, Yapay Zekâ algoritmaları, “yazı tiplerinin hizalanması”, “harf aralığı” ve “satır aralığı” gibi düzenleme işlemlerini “otomatik” olarak gerçekleştirebilir. Bu, “tasarım sürecinin hızlanmasına” ve “malîyetlerin düşmesine” katkıda bulunur (Brown & Green, 2019).

Yapay Zekâ, kullanıcı verilerini analiz ederek “kişiselleştirilmiş tipografik” çözümler sunmaktadır. Bu da özellikle “web ve mobil uygulama” tasarımlarında önemli bir avantaj sağlar. Kullanıcıların davranışlarını ve yaptıkları tercihleri analiz eden “Yapay Zekâ”, her bireye” özel yazı tipi” önerileri sunar (Johnson, 2021). Örneğin: bir “e-ticaret” sitesinde, kullanıcıların alışveriş alışkanlıklarına göre “yazı tipi boyutları” ve “stilleri” otomatik olarak ayarlanabilir. Bu ise kullanıcı deneyimini iyileştirir ve müşteri memnuniyetini artırır (Lee, 2020).

Aynı zamanda “Yapay Zekâ” tasarımcıların “yaratıcılıklarını artırmalarına ve yenilikçi çözümler üretmelerine” olanak tanır. Yapay Zekâ destekli tasarım araçları, tasarımcılara ilham verici öneriler sunarak yaratıcı süreçleri destekler (Miller, 2018). Örneğin, Yapay Zekâ algoritmaları, mevcut tasarımları analiz ederek yeni ve özgün tasarım önerileri sunabilir. Bu, tasarımcıların sınırlarını zorlamalarına ve daha yenilikçi fikirlerle yeni projeler üretmelerine yardımcı olur (Davis, 2019).

Yapay Zekâ, dinamik ve uyarlanabilir yazı tiplerinin geliştirilmesine olanak tanımaktadır. Bu yazı tipleri, kullanıcıların cihazlarına, ekran boyutlarına ve kişisel tercihlerine göre otomatik olarak uyarlanabilir. Bu, metinlerin her ortamda okunabilir ve estetik olmasını sağlar (Smith, 2020).

Yapay zekânın tipografi üzerindeki etkisi, otomasyon ve verimlilik, kişiselleştirilmiş tipografi, yaratıcılık ve yenilikçilik, veri analizi ve geri bildirim, dinamik ve uyarlanabilir yazı tipleri ile sürdürülebilir ve erişilebilir tasarımlar gibi çeşitli alanlarda kendini göstermektedir. Gelecekte “Yapay Zekâ destekli tipografi” araçlarının daha da gelişerek “tipografi tasarımında” yeni fırsatlar yaratması beklenmektedir.

## 5.7. Tipografinin Eğitici ve Bilgilendirici Tasarımlara Katkısı

“Eğitici ve bilgilendirici” tasarımlar bilgi ve öğrenme materyallerinin görsel olarak “etkili ve anlaşılır” bir şekilde sunulmasını amaçlar. Bu tür tasarımlar eğitim materyallerinin daha etkili olmasını sağlar ve öğrenme sürecini destekler. “Tipografi” bu tasarımların önemli bir bileşenidir ve metinlerin okunabilirliğini, anlaşılabilirliğini ve estetiğini artırır (Cullen, 2012). Bu tür tasarımlar, “öğrenme sürecini” destekler ve bilgilerin “daha kolay anlaşılmasını” sağlar. Eğitici ve bilgilendirici tasarımlar, özellikle eğitim materyalleri, infografikler, öğretici videolar ve sunumlar gibi çeşitli formatlarda kullanılır (Lupton, 2010). Başarılı eğitici ve bilgilendirici tasarımlar, tipografinin etkili bir şekilde kullanıldığını gösterir. Örneğin, “Khan Academy” eğitim videolarında ve materyallerinde “sade ve okunabilir yazı tipleri” kullanarak bilgilerin “net” ve “anlaşılır” bir şekilde sunulmasını ve öğrencilerin konuları daha kolay anlamalarını sağlar (Johnson,

2021). “TED-Ed” öğretici videolarında ve sunumlarında dikkat çekici ve estetik yazı tipleri kullanarak, bilgilerin ilgi çekici ve etkili olmasını ve izleyicilerin dikkatini çekip, bilgilerin daha iyi anlaşılmasını sağlar (Lee, 2020). “National Geographic”, infografiklerinde ve makalelerinde görsel olarak çekici ve okunabilir yazı tipleri kullanarak, bilgilerin net ve anlaşılır olmasını ve okuyucuların bilgileri daha kolay anlamalarını sağlar (Miller, 2018). Gelecekte, tipografinin eğitici ve bilgilendirici tasarımlardaki rolü daha da artarak, öğrenme materyallerinin daha etkili sonuçlar vermesi düşünülmektedir.

## 5.8. Sanatsal ve Deneysel “Tipografi”

“Sanatsal ve deneysel tipografi”, “geleneksel tipografik” kurallarının ötesine geçerek, yazı tiplerinin ve metinlerin “estetik” ve “yaratıcı” bir şekilde kullanılmasını sağlar. Bu tür tipografi, “görsel sanatlar”, “grafik tasarım” ve “reklamcılık” gibi alanlarda yaygın olarak kullanılır. “Sanatsal” ve “deneysel” tipografi metinlerin, sadece bilgi iletmekle kalmayıp aynı zamanda “görsel bir deneyim” sunmasını sağlamaktadır (Cullen, 2012). “Sanatsal ve deneysel tipografinin” kökenleri 20. yüzyılın başlarına kadar uzanmaktadır. Bu dönemde “modernist” sanat hareketleri tipografinin geleneksel kurallarını sorgulamaya ve “yeni ifade biçimleri” aramaya başlamıştır (McLean, 1980). Özellikle “Bauhaus” ve “Dada” hareketleri tipografinin “estetik” ve “deneysel” kullanımına öncülük etmiştir. Bu gelişim, “yazı tiplerinin ve metinlerin” görsel sanatın bir parçası olarak kullanılmasını teşvik etmiştir (Carter, Day, & Meggs, 2002). “Sanatsal ve deneysel tipografi” yazı tiplerinin “şekilleri”, “boyutları”, “renkleri” ve “düzenlemeleri” ile oynayarak “metinlerin” görsel bir değişim deneyimi sunması amaçlanmaktadır (Meggs, 2016). Sanatsal ve deneysel tipografi ve çeşitli teknikler:

- **Tipografik Manipülasyon:** Yazı tiplerinin şekillerinin, boyutlarının ve düzenlemelerinin değiştirilmesiyle yapılan manipülasyonlar, metinlerin “estetik” ve “yaratıcı” bir şekilde kullanılmasını sağlar (Spiekermann & Ginger, 2003). Bu teknik, metinlerin görsel bir sanat eseri gibi kullanılmasını amaçlar.
- **Tipografik Kolaj:** “Farklı yazı tiplerinin ve metinlerin” bir araya gelmesiyle oluşturulan “kolajlar” metinlerin “estetik ve deneysel” bir şekilde kullanılmasını sağlar (Lupton, 2010). Bu teknik, metinlerin görsel bir bütünlük içinde sunulmasını amaçlar.
- **Tipografik İllüstrasyon:** Yazı tiplerinin ve metinlerin, görsel illüstrasyonlar oluşturmak için kullanılmasıdır. Bu teknik, metinlerin görsel bir sanat eseri gibi kullanılmasını sağlar (Meggs, 2016).

- Tipografik Animasyon: Yazı tiplerinin ve metinlerin hareketli grafikler ve animasyonlar oluşturmak için kullanılmasıdır. Bu teknik metinlerin “dinamik” ve “etkileşimli” bir şekilde sunulmasını sağlar (Johnson, 2021).

#### Deneysel Tipografi Alanında “Başarılı” Uygulama Örnekleri:

Başarılı sanatsal ve deneysel tipografi örnekleri, yazı tiplerinin ve metinlerin estetik ve yaratıcı bir şekilde kullanıldığını gösterir. İşte bazı örnekler:

- David Carson: Sanatsal ve deneysel tipografinin öncülerinden biridir. Carson, yazı tiplerini ve metinleri estetik ve yaratıcı bir şekilde kullanarak, görsel iletişimde devrim yaratmıştır (Lee, 2020).
- Stefan Sagmeister: Sanatsal ve deneysel tipografi alanında tanınmış bir tasarımcıdır. Sagmeister, yazı tiplerini ve metinleri estetik ve yaratıcı bir şekilde kullanarak, görsel sanat eserleri oluşturmuştur (Miller, 2018).
- Paula Scher: Bu alanda oldukça önemli bir isimdir. “Scher” yazı tiplerini ve metinleri “estetik ve yaratıcı” bir şekilde kullanarak, görsel iletişimde “yeni ifade” biçimleri geliştirmiştir (Wilson, 2020).

### 5.9. Yapay Zekâ Tipografisi Kullanan Tipografi Tasarımcıları

Jessica Walsh: Yaratıcı ajans &Walsh'un kurucusu, yakın zamanda kendi yazı tipi tasarım şirketi Type with Feeling'i kurdu. Walsh, her zaman teknolojinin ön saflarında yer almış bir tasarımcı olarak bilinse de, şu anda yazı tipi tasarımında yapay zekânın sınırlı bir rol oynadığını belirtiyor. Ancak, yeni yazı tiplerinin geliştirilmesinde fikir aşamasında yapay zekâyı kullanıyor.

Yeni stüdyosu, belirli hisleri uyandıran yazı tiplerinde uzmanlaşıyor. Örneğin, Satori, "ani aydınlanma hislerinden" esinlenen geometrik bir sans-serif iken, Ssonder, "karşılaştığınız her kişinin kendi karmaşık ve benzersiz hayatına sahip olduğu derin farkındalığın hissinden" esinlenen bir serifdir. Walsh, yapay zekânın bu kavramları geliştirmede yardımcı olduğunu belirtiyor. "Farklı hisleri ve duyguları araştırmak ve bu hisler etrafındaki duyguları farklı dillerde hızlı bir şekilde kontrol etmek için kullandık," diyor. Ancak yapay zekânın sınırlamalarını da kabul ediyor ve "Her şeyi algılamıyor," diye ekliyor.

Jessica Walsh, Adobe Sensei gibi yapay zekâ destekli araçları kullanarak tasarımlarını optimize ediyor. Adobe Sensei, rutin görevleri otomatikleştirerek tasarımcıların daha yaratıcı işlere odaklanmasını sağlıyor. Walsh, J. (2024).

Örnek: Walsh, bir kampanya için Adobe Sensei'yi kullanarak büyük veri setlerinden anlamlı desenler çıkardı ve bu desenleri tasarımlarına entegre etti. Bu, tasarım sürecini hızlandırdı ve daha etkili sonuçlar elde etmesini sağladı.



Görsel 64. Jessica Walsh'un Yapay zekâ destekli programlarla yaptığı tasarım örneği



Görsel 65. Jessica Walsh'un Yapay zekâ destekli programlarla yaptığı tasarım örneği



Neville Brody: Neville Brody, dijital tipografi ve grafik tasarım alanında öncü bir isimdir. Brody, yapay zekâ destekli araçları kullanarak tipografi tasarımında yenilikçi yaklaşımlar geliştirmiştir. Özellikle, yazı tiplerinin dijital ortamda nasıl kullanılabilceği konusunda önemli çalışmalar yapmıştır (Smith, 2023). Neville Brody'nin tasarım geçmişi, plak kapakları oluşturmaktan ve dergi tasarımını ve sanat yönetmenliğini yeniden düşünmekten «Christian Dior, Nike ve BBC» gibi dünyaca ünlü şirketlerle çalışmaya kadar evrilmiştir. Büyük ölçüde tipografiye odaklanan Brody, «The Face» dergisi ve deneysel tipografik platform FUSE için elle çizdiği başlıklardan «Coca-Cola, Samsung ve Channel4» için küresel yazı tiplerine kadar, yazı tipi kültüründeki birçok gelişmenin ön saflarında yer aldı.

Uygulamalar: Neville Brody, FontLab ve Adobe Creative Suite gibi araçları kullanarak yapay zekâ destekli özelliklerden faydalanıyor.

BEOWOLF

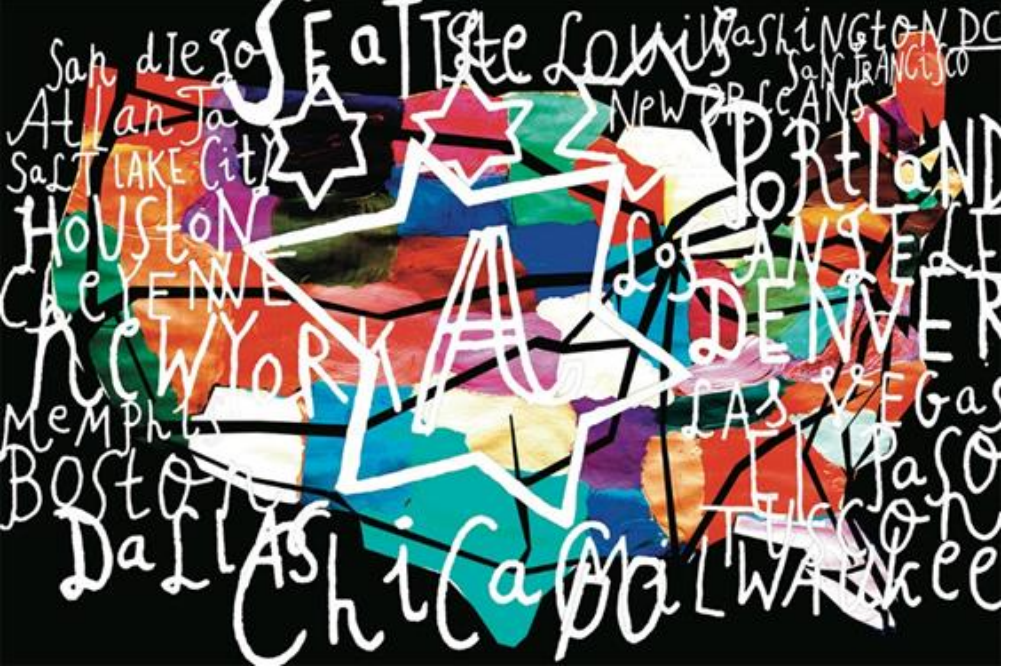
E E E E  
E E E E  
E E E E



**Görsel 66.** Neville Brody'nin Yapay zekâ destekli programlarla yaptığı tasarım örnekleri

David Carson: David Carson, Adobe Photoshop ve Illustrator gibi araçlarla birlikte yapay zekâ destekli özellikleri kullanarak deneysel ve yenilikçi tasarımlar yaratmaktadır.

Örnek: Carson, bir dergi kapağı tasarımında Adobe Photoshop'un yapay zekâ destekli özelliklerini kullanarak, görüntüleri otomatik olarak optimize etti ve çeşitli efektler ekledi. Bu, tasarımın daha çarpıcı ve dikkat çekici olmasını sağladı.



Görsel 67. Neville Brody'nin Yapay zekâ destekli programlarla yaptığı tasarım örnekleri

Erik Spiekermann: Erik Spiekermann, tipografi dünyasında tanınmış bir tasarımcıdır. Yapay zekâ teknolojilerini kullanarak yazı tiplerinin optimize edilmesi ve kişiselleştirilmesi üzerine çalışmalar yapmıştır. Spiekermann, yazı tiplerinin okunabilirliğini ve estetiğini artırmak için yapay zekâ algoritmalarını kullanmıştır (Johnson, 2022).



Görsel 68. Erik Spiekermann tarafından yapılan Tipografi tasarım örneği  
 (<https://it.pinterest.com/pin/800022321276530698/>).

Jessica Hische: Jessica Hische, el yazısı ve kaligrafi tarzı yazı tipleriyle tanınan bir tasarımcıdır. Hische, yapay zekâ destekli araçları kullanarak el yazısı stilinde yazı tipleri oluşturmuş ve bu yazı tiplerini dijital ortama taşımıştır. Bu çalışmalar, kişiselleştirilmiş ve özgün tipografik tasarımlar oluşturulmasına olanak tanımıştır (Brown, 2020).



**Görsel 69.** Jessica Hische tarafından yapılan Tipografi tasarım örneği (<https://dribbble.com/shots/197571-another-HP-sneak-peek>).

## 5.10. Yapay Zekâ Destekli “Tipografi” Araçları

### 5.10.1. Adobe Illustrator

“Adobe Illustrator” tasarımcılar için vazgeçilmez bir “vektör tabanlı” programdır. Bu program tasarımcılar için eşsiz bir araç olup vektörel tasarımlar için büyük kolaylıklar sağlar. Tasarımcılar, Adobe Illustrator programında “posterler, semboller, logolar, desenler, simgeler” vb. tasarımların çok daha fazlasını oluşturmak için kullanmaktadır.

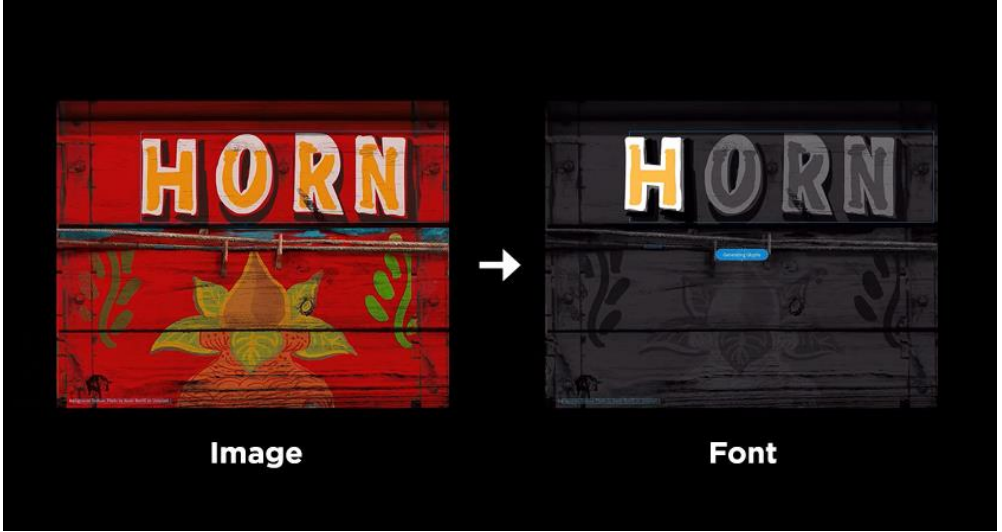
“Fontlar” tasarımcılar için büyük önem taşır. Çünkü tasarımdaki en etkin elemanlardan biri olan “fontlar” tasarımı daha “etkili”, “çekici” ve “kaliteli” hale getirir. Fontların “doğru” ve “etkili” kullanımı tasarıma “güç katar” ve tasarımı “eşsiz” yapar.

Gelişen teknolojiye sürekli uyum sağlayan “Adobe” firması, “Adobe Illustrator” programı içerisinde birçok özellik barındırmaktadır. “Adobe Max” 2018’in tanıtımı yapılan “Fontphori” adlı yapay zekâ aracı, yalnızca bir harfin “stilize” olarak değiştirilmesi ile birlikte, diğer “tüm yazı karakterleri” üzerinde de değişikliğin aynı anda yapılmasını sağlamaktadır. “Fontphoria”, 25.000 benzersiz yazı tipiyle eğitilmiştir ve bu yapay zekâ için 26 karakterlik bir yazı tipi

oluşturmak oldukça kolaydır. Kullanılması imkânsız olan özetlenmiş (outlined) ve birçok bağlantı noktasına sahip “glif”lerin değiştirilmesi imkânsız gibi gözükse “yazı karakterlerini” dahi “Fontphoria” ile aynı “glifleri” üretebilmektedir. Üretmekle birlikte özetlenen yazı karakterlerini orijinal metne çevirebilmekte ve istenildiği gibi tasarruf hakkını tasarımcıya bırakmaktadır.

“Adobe Illustrator” tasarımcıların hayal gücünü gerçeğe dönüştürmelerine olanak tanıyan güçlü bir araçtır. Program, “kullanıcı dostu arayüzü” ve “geniş özellik yelpazesi” ile tasarımcıların iş akışını optimize etmektedir. Vektör tabanlı yapısı sayesinde tasarımlar ölçeklendirildiğinde kalite kaybı yaşanmaz, bu da baskı ve dijital medya için idealdir. Adobe Illustrator, grafik tasarımın yanı sıra “illüstrasyon”, “üç boyutlu tasarım”, “hareketli tasarım” ve “etkileşimli tasarım” gibi alanlarda da kullanılmaktadır.

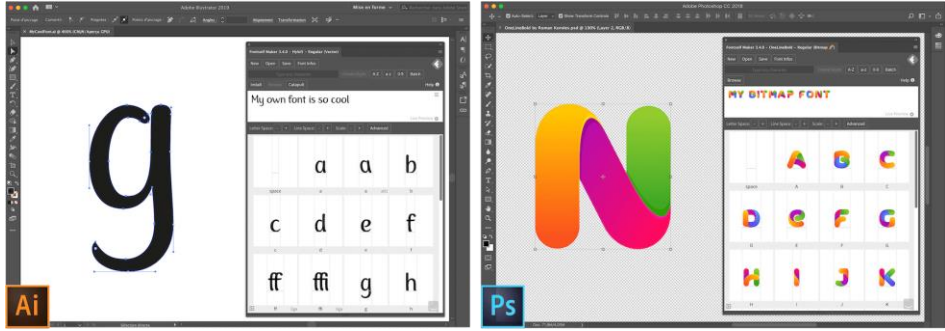
“Yapay zekâ destekli” özellikler tasarımcıların işlerini daha hızlı ve verimli bir şekilde yapmalarına yardımcı olur. Örneğin, Fontphoria'nın yanı sıra, Adobe Illustrator'da bulunan diğer yapay zekâ tabanlı araçlar, renk paletleri oluşturma, nesnelere otomatik olarak hizalama ve düzenleme gibi işlemleri kolaylaştırır. Bu özellikler, tasarımcıların daha yaratıcı ve yenilikçi projeler üretmelerine olanak tanır.



**Görsel 70.** Adobe Illustrator programında Yapay zekâ desteği ile yapılan tasarım örneğidir.

### 5.10.2. Fontself

“Fontself”, kullanıcıların kendi yazı tiplerini kolayca oluşturmaya olanak tanıyan bir font oluşturma aracıdır. “Fontself” programı, Adobe Illustrator ve Photoshop CC için bir eklenti olarak çalışır ve kullanıcıların herhangi bir çizimi “OpenType” yazı tiplerine dönüştürmelerini sağlar. “Fontself” vektör tabanlı grafiklerin yazı tiplerine dönüştürülmesini kolaylaştırarak tasarımcıların yaratıcı projelerinde kullanabilecekleri benzersiz yazı tipleri oluşturmaya yardımcı olur. “Kullanıcı dostu arayüzü” ve “geniş özellik yelpazesi” ile “Fontself” yazı tipi oluşturma sürecini hızlandırır ve daha erişilebilir hale getirir. Program “hem amatör hem de profesyonel” tasarımcılar için ideal bir araçtır ve yazı tiplerinin “renk”, “gölge”, “gradyan” ve “opaklık” gibi özelliklerini desteklemektedir (Fontself, 2021)



Görsel 71. Fontself programı uygulaması görüntü ekranı

### 5.10.3. Fontjoy

“Fontjoy” tasarımcıların projeleri için en uygun “yazı tipi eşleştirmelerini” hızlı ve kolay bir şekilde bulmalarına yardımcı olur. Bu program, derin öğrenme ve yapay zekâ teknolojilerini kullanarak, kullanıcıların yazı tiplerini uyumlu bir şekilde eşleştirmelerini sağlar. “Fontjoy” kullanıcı dostu arayüzü ile yazı tiplerini seçme, kilitleme ve düzenleme işlemlerini basit hale getirir. Kullanıcılar, yazı tiplerini manuel olarak seçebilir veya otomatik olarak oluşturulan eşleştirmeleri kullanabilirler. “Fontjoy” grafik tasarımcılar ve web geliştiricileri için ideal bir araç olup, projelerin estetik açıdan zengin ve uyumlu olmasını sağlar (Fontjoy, 2021).





**Görsel 72.** Fontself programı uygulaması görüntü ekranı

#### 5.10.4. Simplified AI Font Generator

“Simplified AI Font Generator” kullanıcıların metinleri çeşitli “stil ve yazı tiplerine” dönüştürmelerine olanak tanıyan güçlü bir araçtır. Bu program kullanıcıların “sosyal medya profillerini süslemek, mesajları daha çekici hale getirmek ve görsel olarak etkileyici metinler oluşturmaları” için kullanılmaktadır. “Simplified AI Font Generator”, kullanıcıların metinlerini hızlı bir şekilde girip, kopyalayıp yapıştırması kolay çeşitli benzersiz ve şık yazı tipleri elde etmelerine yardımcı olur. Program, kolay kullanılan arayüzü sayesinde kolayca bulunan, yazı tipi seçenekleri ile metinlerinizi daha yaratıcı ve estetik hale getirmenize olanak tanır. Ayrıca, “yazı tipi boyutu”, “rengi” ve “aralığı” gibi ayarları kolayca özelleştirmenize imkân tanır. “Simplified AI Font Generator”, sosyal medya kullanıcıları, “tasarımcılar” ve “içerik oluşturucular” için ideal bir araçtır (Simplified, 2021) (Awesome AI Tools, 2021).



**Görsel 73.** Simplified AI Font Generator programı görüntü ekranı

### 5.10.5. Appy Pie

Appy Pie, kullanıcıların kodlama bilgisi olmadan “mobil uygulamalar” oluşturmalarına olanak sağlayan bir platformdur. Bu program, “sürükle ve bırak” yöntemiyle “kullanıcı dostu bir “arayüz” sunarak “Android” ve “iOS” için uygulamalar geliştirmeyi kolaylaştırır. “Appy Pie” işletmelerin mobil pazarda yer almasını sağlamak, çevrimiçi sipariş almak, sosyal ağları bağlamak ve çeşitli hizmetleri sunmak için idealdir. Ayrıca, uygulama içi reklamlarla gelir elde etme ve gerçek zamanlı analizlerle kullanıcı deneyimini iyileştirme imkânı sunar. “Appy Pie” kullanıcıların hayal ettikleri uygulamaları dakikalar içinde oluşturmalarına ve yayınlamalarına olanak tanır (Appy Pie, 2021).



Görsel 74. Appy Pie programı uygulaması görüntü ekranı



### 5.10.6. pageGBT

“pageGBT” kullanıcıların metinlerini çeşitli “stil ve yazı tiplerine” dönüştürmelerine olanak tanıyan bir araçtır. Bu program, özellikle “sosyal medya profillerini süslemek, mesajları daha çekici hale getirmek ve görsel olarak etkileyici metinler oluşturmak” için kullanılır. “pageGBT” kullanıcıların metinlerini hızlı bir şekilde girip, kopyalayıp yapıştırması kolay çeşitli “benzersiz ve şık yazı tipleri” elde etmelerine yardımcı olur. “pageGBT” “sosyal medya kullanıcıları”, “tasarımcılar” ve “içerik” oluşturucular için ideal bir araçtır (pageGBT, 2021).



Görsel 75. Appy Pie programı uygulaması görüntü ekranı

### 5.10.7. Calligraphr

“Calligraphr”, kullanıcıların kendi el yazılarını veya kaligrafiilerini kolayca yazı tiplerine dönüştürmelerine olanak tanıyan bir çevrimiçi font oluşturma aracıdır. Bu program, kullanıcıların “yazı tiplerini” oluşturmak için şablonları indirip doldurmalarını ve ardından tarayıp yüklemelerini sağlar. “Calligraphr” karakterlerin rastgeleleştirilmesi, ligatürler ve karakter düzenleme gibi özellikler sunarak yazı tiplerinin daha doğal ve kişisel görünmesini sağlar. Hem amatör hem de profesyonel tasarımcılar için ideal bir araçtır. Program, yazı tiplerinin “yüksek kaliteli” “TrueType” veya “OpenType” formatlarında indirilmesine olanak tanır ve kullanıcıların yazı tiplerini ticari amaçlarla kullanmalarına izin verir (Calligraphr, 2021).

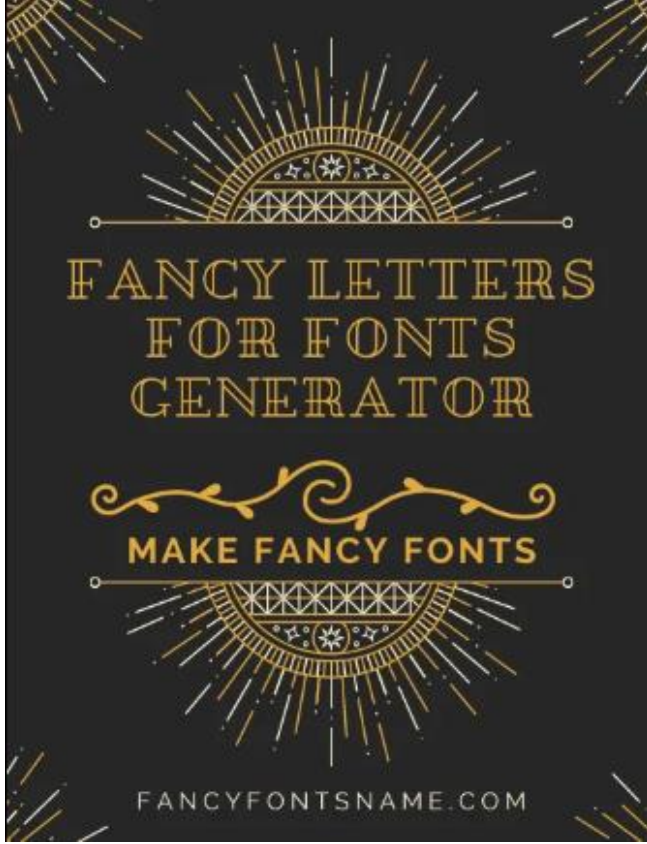
Lorem ipsum dolor sit amet,  
 consectetur adipiscing elit, sed do  
 eiusmod tempor incididunt ut labore et  
 dolore magna aliqua. Ut enim ad minim  
 veniam, quis nostrud exercitation  
 ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea  
 commodo consequat. Duis aute irure  
 dolor in reprehenderit in voluptate

Görsel 76. Calligraphr programı uygulaması görüntü ekranı

### 5.10.8. Fancy Font Generator Programı

“Fancy Font Generator”, kullanıcıların “metinlerini çeşitli stil ve yazı tiplerine dönüştürmelerine” olanak tanıyan bir araçtır. Bu program “özellikle sosyal medya profillerini süslemek”, “mesajları daha çekici hale getirmek” ve “görsel olarak etkileyici metinler oluşturmak” için kullanılır. “Fancy Font Generator” kullanıcıların metinlerini hızlı bir şekilde girip, kopyalayıp yapıştırması kolay çeşitli benzersiz ve şık yazı tipleri elde etmelerine yardımcı olur. Program,

kullanıcı dostu arayüzü ve çok fazla bulunan yazı tipi seçenekleri ile metinlerinizi daha yaratıcı ve estetik hale getirmenize olanak tanır (Fancy Font Generator, 2021).

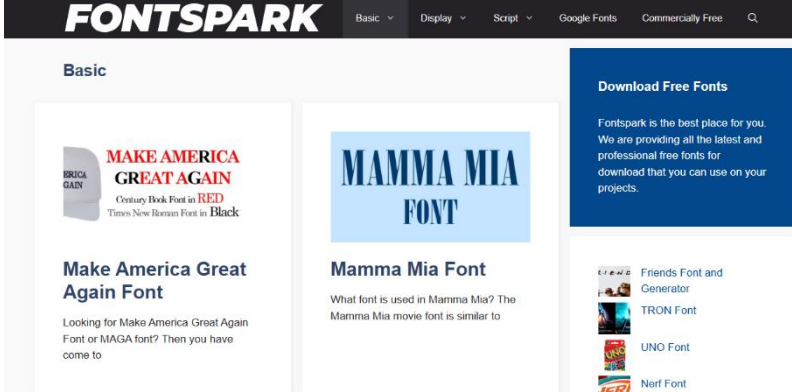


Görsel 77. Calligraphr programı uygulaması görüntü ekranı

### 5.10.9. FontSpark

“FontSpark” tasarımcıların projeleri için “en uygun yazı tiplerini hızlı ve kolay bir şekilde bulmalarına yardımcı olan” bir araçtır. Bu program, popüler web yazı tiplerinden oluşan kütatörlü bir listeden rastgele yazı tipleri üreterek, tasarımcıların sürekli olarak aynı yazı tiplerini kullanma alışkanlığından kurtulmalarını sağlar. FontSpark, kullanıcı dostu arayüzü ile içerisinde çok fazla bulunan yazı tipi seçenekleri ile tasarımcıların daha yaratıcı ve çeşitli yazı tipleri kullanmalarına olanak tanır. “HTML”, “JavaScript” ve “CSS” kullanılarak geliştirilen “FontSpark” yazı tiplerinin hızlı bir şekilde keşfedilmesini ve

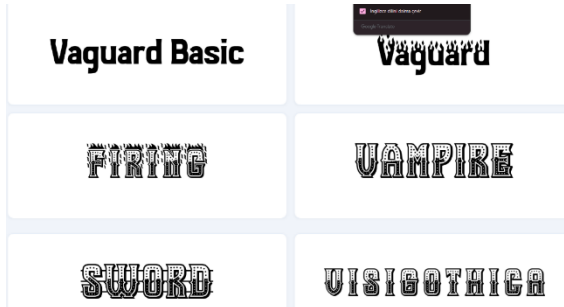
projelerde kullanılmasını sağlar. Bu özellikler, tasarımcıların iş akışını optimize eder ve projelerini estetik açıdan zenginleştirir (FontSpark. (2021)).



Görsel 78. FontSpark programı uygulaması görüntü ekranı

### 5.10.10. FontGet Programı

“FontGet” kullanıcıların çeşitli yazı tiplerini ücretsiz olarak indirmelerine ve kullanmalarına olanak tanıyan bir font indirme ve oluşturma aracıdır. Bu program, geniş bir yazı tipi koleksiyonuna sahip olup, kullanıcıların projeleri için en uygun yazı tiplerini bulmalarını sağlar. “FontGet” “hem amatör, hem de profesyonel tasarımcılar” için ideal bir kaynaktır. “Kullanıcı dostu arayüzü ve kolay kullanımı” ile dikkat çeken “FontGet” yazı tiplerinin hızlı bir şekilde keşfedilmesini ve projelerde kullanılmasını sağlar. Ayrıca, “FontGet”in font oluşturma aracı, “kullanıcıların kendi yazı tiplerini oluşturup kişiselleştirmelerine” imkân tanır. Bu özellikler, tasarımcıların iş akışını optimize eder ve projelerini estetik açıdan zenginleştirir (FontGet. (2021)).



Görsel 79. FontGet programı uygulaması görüntü ekranı

### 5.10.11. Font Generator Guru Programı

“Font Generator Guru” “kullanıcıların metinlerini çeşitli stil ve yazı tiplerine dönüştürmelerine olanak tanıyan” bir araçtır. Bu program, özellikle “sosyal medya profillerini süslemek, mesajları daha çekici hale getirmek ve görsel olarak etkileyici metinler oluşturmak” için kullanılır. “Font Generator Guru” kullanıcıların metinlerini hızlı bir şekilde girip, kopyalayıp yapıştırması kolay çeşitli benzersiz ve şık yazı tipleri elde etmelerine yardımcı olur. (Font Generator Guru. 2021).

## Font Generator Guru

Type Your Text Here

SQUARES FONT

YOUR TEXT

OLD ENGLISH FONT

Your Text

FLIP FONT

ıxəL ınoΛ

MEDIEVAL FONT

Your Text

INVERTED SQUARES FONT

YOUR TEXT

WIDE FONT

CHECK OUT THIS FONTS:

DISCORD

VAPORWAVE

CURSIVE

GLITCH

BOLD

COOL TEXT

SMALL

TINY

WEIRD

Like this website?

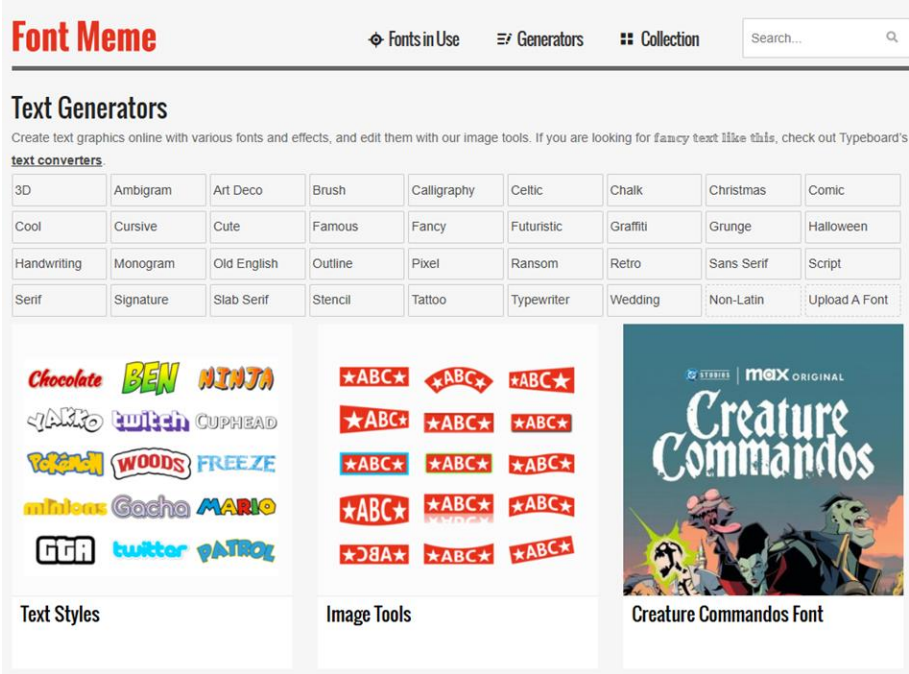
Share it with your friends

<https://www.fontgeneratorguru.com/>

Görsel 80. Font Generate Guru programı uygulaması görüntü ekranı

### 5.10.12. Font Meme Programı

“Font Meme” kullanıcıların çeşitli yazı tiplerini keşfetmelerine ve kullanmalarına olanak tanıyan bir font kaynağı ve yazı tipi oluşturma aracıdır. Bu program, özellikle grafik tasarımcılar, web geliştiricileri ve içerik oluşturucular için idealdir. “Font Meme” geniş bir yazı tipi koleksiyonuna sahip olup, kullanıcıların projeleri için en uygun yazı tiplerini bulmalarını sağlar. Program, “Font Meme” kullanıcıların metinlerini farklı yazı tiplerine dönüştürmelerine ve bu yazı tiplerini projelerinde kullanmalarına olanak tanır. Ayrıca, “Font Meme” popüler kültürden ilham alan yazı tipleri ve fontlar sunarak, kullanıcıların yaratıcı projelerine katkıda bulunur.



Görsel 81. Font Meme programı uygulaması görüntü ekranı

### 5.10.13. FontStruct

“FontStruct” kullanıcıların geometrik şekillerden oluşan yazı tiplerini kolayca oluşturmalarına olanak tanıyan ücretsiz bir çevrimiçi font oluşturma aracıdır. “FontShop” tarafından geliştirilen bu program, kullanıcıların “FontStructions” adı verilen yazı tiplerini oluşturmak için “FontStructor” adlı font düzenleyiciyi kullanmalarını sağlar. Kullanıcılar, bu araçla yazı tiplerini hızlı bir

şekilde tasarlayabilir ve yüksek kaliteli TrueType fontları olarak indirebilirler. “FontStruct”, kullanıcıların kendi yazı tiplerini oluşturup paylaşmalarına olanak tanırken, aynı zamanda diğer kullanıcıların oluşturduğu yazı tiplerini keşfetmelerine ve indirmelerine de imkân tanır. (FontStruct. 2021).

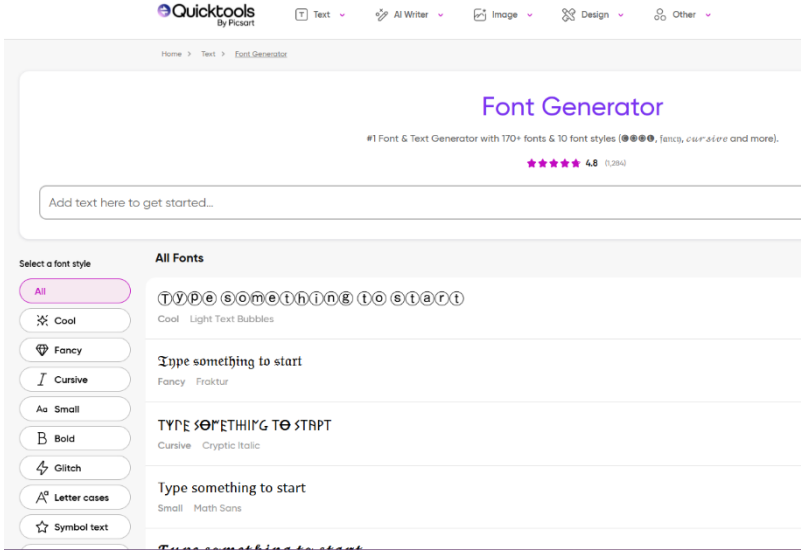


Görsel 82. Fontstruct programı uygulaması görüntü ekranı

#### 5.10.14. Quicktools by Picsart

Quicktools by Picsart, kullanıcıların metin, görüntü ve tasarım oluşturma ihtiyaçlarını karşılamak için geliştirilmiş 50'den fazla ücretsiz çevrimiçi araç sunar. Bu araçlar, yapay zeka destekli metin oluşturma, görüntü düzenleme, renk paleti oluşturma ve PDF dönüştürme gibi çeşitli işlevler içerir. Quicktools, kullanıcı dostu arayüzü ve modern teknolojileri ile herkesin kolayca erişebileceği ve kullanabileceği bir platform sağlar. Özellikle sosyal medya içerik oluşturucuları, tasarımcılar ve pazarlama profesyonelleri için ideal olan Quicktools, kullanıcıların yaratıcı projelerini, “hızlı” ve “etkili” bir şekilde gerçekleştirmelerine yardımcı olacaktır. Picsart'ın yaratıcı ekosisteminin bir parçası olan Quicktools, güvenlik, gizlilik ve kullanıcı deneyimi konularında en iyi uygulamaları sunarak kullanıcıların güvenini kazanmayı hedefler (Quicktools by Picsart. 2021).

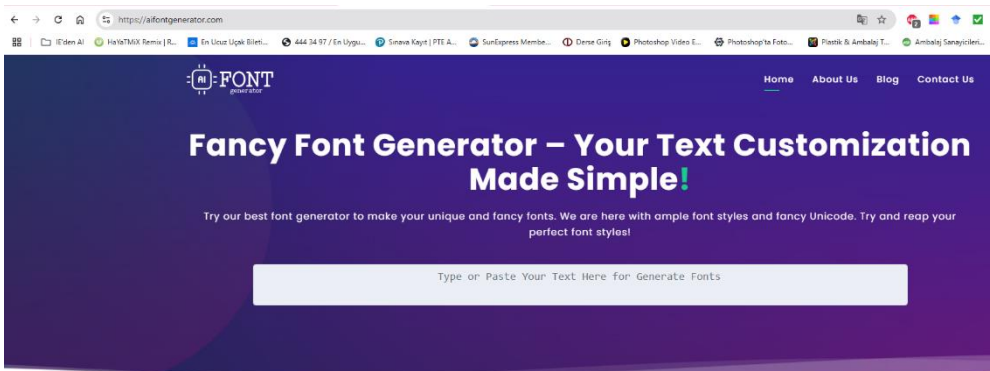




Görsel 83. Quicktools by Picsart programı uygulaması görüntü ekranı

### 5.10.15. Aifontegenerator Programı

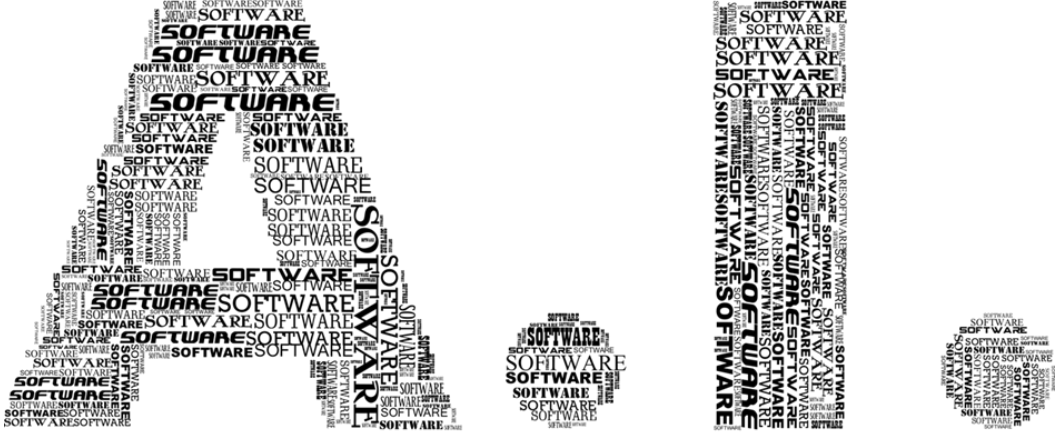
“Aifontegenerator” “yapay zekâ” teknolojisini kullanarak kullanıcıların metinlerini çeşitli “stil ve yazı tiplerine” dönüştürmelerine olanak tanıyan yenilikçi bir araçtır. Bu program, özellikle “sosyal medya kullanıcı profillerini süslemek, mesajları daha çekici hale getirmek ve görsel olarak etkileyici metinler oluşturmak” için kullanılır. “Aifontegenerator” kullanıcıların metinlerini hızlı bir şekilde kopyalanıp, yapıştırılması kolay, çeşitli, benzersiz ve şık yazı tipleri elde etmelerine yardımcı olmaktadır. (AI Mojo, 2024).



Görsel 84. Aifontegenerator programı uygulaması görüntü ekranı



## Yapay Zekâ ve Tipografi Örnekleri:



Görsel 85. Yapay zekâ, Yazılım, Tipografi görseli örneği



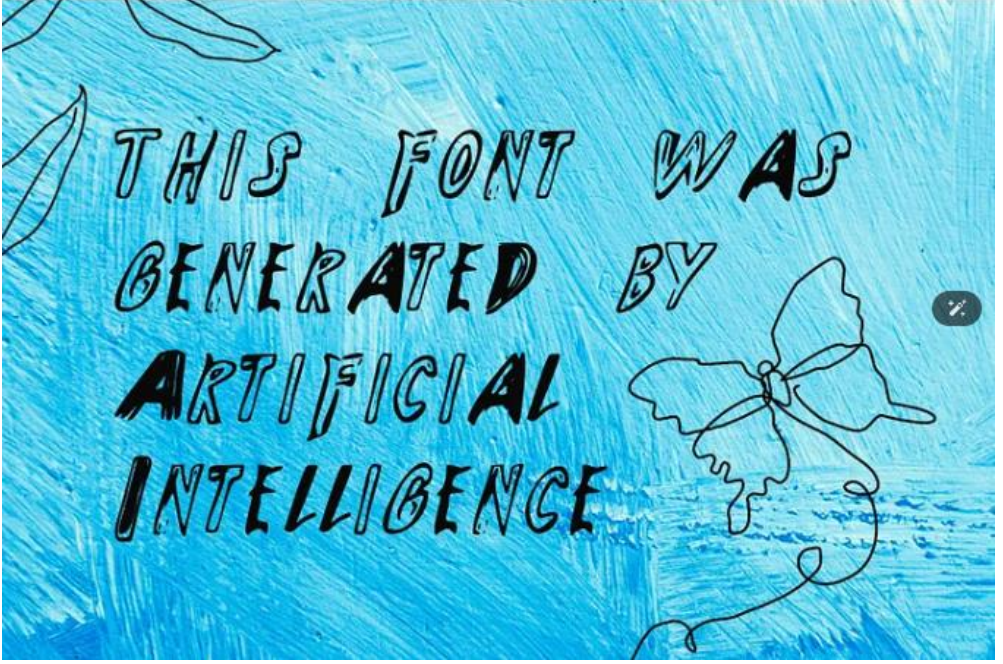
Görsel 86. Ukiyo-e kültüründen ilham alan tipografi örneği



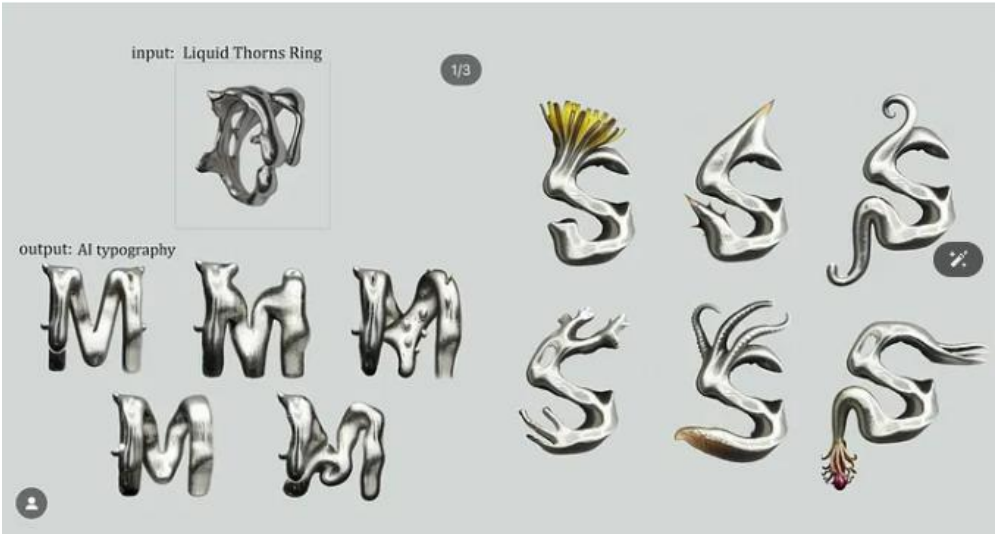
Görsel 87. Yapay Tipografi örneği <https://www.pentagram.com/work/artificial-typography/story#40494>



Görsel 88. Adobe Express ile oluşturulan Tipografi örneği  
(<https://www.adobe.com/tr/products/firefly/features/text-to-image.html>).



Görsel 89. “Noah” AI yazı tipi. Picsart tarafından oluşturulan Tipografi örneği

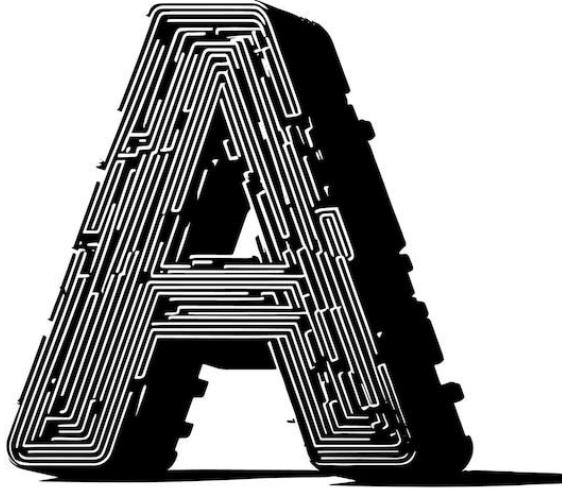


Görsel 90. “Midjourney kullanılarak oluşturulan Tipografi örneği





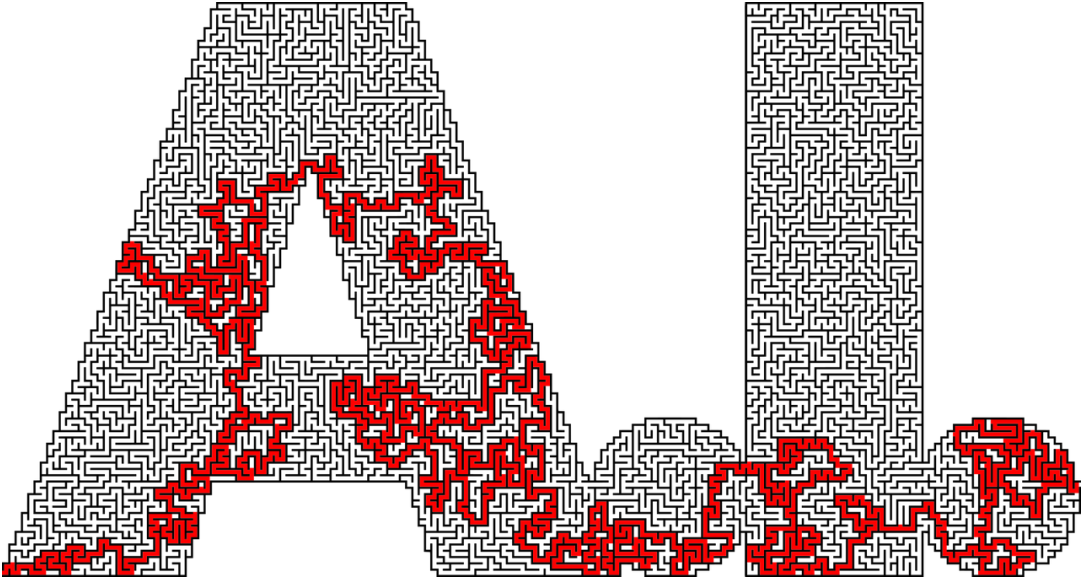
**Görsel 91.** Photoshop'ta düzenlenmiş Tipografi örneği  
(<https://www.adobe.com/tr/products/firefly/features/text-to-image.html>).



**Görsel 92.** Yapay zekâ ile yapılmış Tipografi örneği örneği  
(<https://pixabay.com/tr/vectors/yapay-zeka-yaz%C4%B1%C4%B1m-tipografi-ai-7443689/>)



**Görsel 93.** Yapay zekâ ile yapılmış Tipografi örneği örneği  
(<https://pixabay.com/tr/vectors/yapay-zeka-yaz%C4%B1%C4%B1m-tipografi-ai-7443689/>).



**Görsel 94.** Yapay zekâ ile yapılmış Tipografi örneği örneği  
(<https://pixabay.com/tr/vectors/yapay-zeka-yaz%C4%B1%C4%B1m-tipografi-ai-7443689/>).



**Görsel 95.** Yapay zekâ ile yapılmış Tipografi örneği (<https://pixabay.com/tr/vectors/yapay-zeka-yaz%C4%B1%C4%B1m-tipografi-ai-7443689/>)



**Görsel 96.** Yapay zekâ ile yapılmış Tipografi örneği örneği (<https://pixabay.com/tr/vectors/yapay-zeka-yaz%C4%B1%C4%B1m-tipografi-ai-7443689/>)



**Görsel 97.** Yapay zekâ ile yapılmış Tipografi örneği (<https://pixabay.com/tr/vectors/yapay-zeka-yaz%C4%B1%C4%B1m-tipografi-ai-7443689/>)

## 6. TİPOGRAFİK KİMLİK VE MARKALAŞMA

“Tipografik kimlik” bir markanın görsel kimliğinin önemli bir bileşenidir. Tipografi, markanın kişiliğini, değerlerini ve mesajını iletmek için kullanılan “yazı tipleri” ve düzenlemelerden oluşmaktadır. Markalaşma sürecinde tipografinin rolü, markanın tanınabilirliğini artırmak, tutarlılığı sağlamak ve “hedef kitle” ile “duygusal” bir bağ kurmaktır (Cullen, 2012). Doğru seçilmiş ve uygulanmış bir tipografi, markanın profesyonel, güvenilir ve özgün görünmesini sağlar (Bringhurst, 2004). “Tipografi” markanın mesajını net bir şekilde iletmek ve “hedef kitle” üzerinde kalıcı bir etki bırakmak için kullanılır. Ayrıca, tipografi, markanın diğer görsel unsurlarıyla uyumlu olmalı ve genel marka stratejisine katkıda bulunmalıdır (Carter, Day, & Meggs, 2002). Başarılı bir “tipografik kimlik” kullanan örnekler, markaların, seçmiş oldukları tipografiyi, etkili bir şekilde kullandığını göstermektedir. Örneğin, Apple sade ve modern yazı tipleri kullanarak markasının yenilikçi ve kullanıcı dostu olduğunu vurgular (Johnson, 2021). Nike, güçlü ve dinamik yazı tipleri kullanarak markasının enerjik ve motive edici olduğunu yansıtır (Lee, 2020). Google ise renkli ve eğlenceli yazı tipleri kullanarak markasının erişilebilir ve kullanıcı dostu olduğunu vurgular (Miller, 2018). Gelecekte, tipografinin markalaşma sürecindeki “rolü” daha da artacak ve markaların “görsel kimliklerini” güçlendirmelerine yardımcı olacaktır.

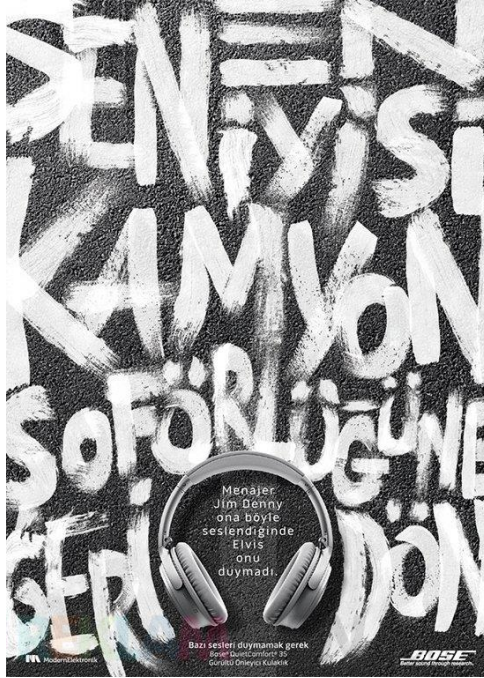


Görsel 98. Görsel Kimlik örneği



## 6.1. Reklam ve Pazarlama Kampanyalarında Tipografi

Tipografi, reklam ve pazarlama kampanyalarının başarısında kritik bir rol oynar. Doğru seçilmiş ve uygulanmış tipografi marka kimliğini güçlendirmek için kullanılır (Cullen, 2012). Tipografinin reklam ve pazarlama kampanyalarındaki rolü, dikkat çekme, mesajın iletilmesi ve marka kimliğinin güçlendirilmesi gibi çeşitli şekillerde kendini gösterir. Büyük, kalın ve dikkat çekici yazı tipleri, mesajın hızlı bir şekilde “dikkat çekmesini” sağlayacaktır (Lupton, 2010). Doğru yazı tipi seçimi, mesajın tonunu ve duygusunu yansıtabilir. Örneğin; resmi bir mesaj için serif yazı tipleri tercih edilirken, daha samimi ve rahat bir mesaj için sans-serif yazı tipleri kullanılabilir (Carter, Day, & Meggs, 2002). Tutarlı bir tipografik kimlik, markanın tanınabilirliğini artırır ve güvenilirlik sağlar (McLean, 1980). Başarılı reklam ve pazarlama kampanyaları, tipografinin etkili bir şekilde kullanıldığını gösterir. Örneğin, Coca-Cola'nın kıvrımlı yazı tipi, markanın samimi ve nostaljik kimliğini yansıtır (Meggs, 2016). Nike, güçlü ve dinamik yazı tipleri kullanarak markasının enerjik ve motive edici olduğunu vurgular (Johnson, 2021). Apple ise sade ve modern yazı tipleri kullanarak markasının yenilikçi ve kullanıcı dostu olduğunu vurgular (Lee, 2020).



**Görsel 99.** Reklamcılıkta başarılı tipografi örneği

(<https://www.reklamgen.com/reklamcilikta-basarili-tipografi-ornekleri/>)



## 7. GELECEKTE TİPOGRAFİ VE YAPAY ZEKÂ

Gelecek yıllarda “Yapay zekâ ve tipografi” tasarım dünyasına önemli değişiklikler ve yenilikler getirecektir. Yapay zekânın “tipografi” üzerindeki etkisi ile tasarımı daha verimli, yaratıcı ve kişiselleştirilmiş hale gelecektir. Gelecekte beklenen “trendler” arasında dinamik ve uyarlanabilir “yazı tipleri”, “kişiselleştirilmiş tipografi”, “yaratıcı” ve “yenilikçi” tasarımlar, gerçek zamanlı işbirliği ve geri bildirim, sürdürülebilir ve erişilebilir tasarımlar yer almaktadır. Dinamik ve uyarlanabilir yazı tipleri, kullanıcıların cihazlarına ve kişisel tercihlerine göre otomatik olarak uyarlanabilir, bu da metinlerin her ortamda okunabilir ve estetik olmasını sağlar (Smith, 2020). Sürdürülebilir ve erişilebilir tasarımlar, Yapay zekâ algoritmaları ile “enerji” verimliliğini artırmak ve “çevresel etkileri” azaltmak için optimize edilebilir, ayrıca “görme engelli” kullanıcılar için daha erişilebilir “tipografik” çözümler sunması beklenmektedir (Anderson, 2019). Gelecekte, Yapay zekâ destekli tipografi araçlarının daha da gelişerek, tasarım dünyasında yeni fırsatlar yaratması beklenmektedir.

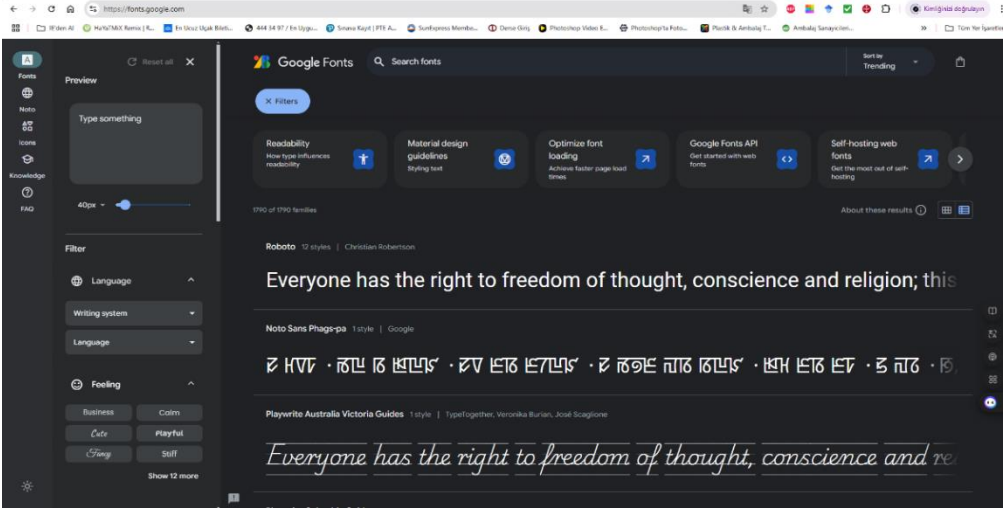
### 7.1. Yapay Zekânın Tipografiye Katkıları ve Sürdürülebilir ve Erişilebilir Tipografi

“Yapay zekâ” “tipografi” alanına, önemli katkılar sağlamaktadır. Tasarım sürecini kısalttığı için tasarımcı, zamanını daha verimli kullanır ve daha çok iş çıkarmasını sağlar. Yapay zekânın tipografiye olan katkıları, yazı tiplerinin seçimi, düzenlenmesi ve kullanımı gibi çeşitli alanlarda kendini göstermektedir. Yapay zekâ destekli araçlar, tekrarlayan görevleri otomatikleştirerek tasarımcıların daha karmaşık ve yaratıcı işlere odaklanmalarını sağlar (Smith, 2020). Ayrıca, Yapay zekâ kullanıcı verilerini analiz ederek kişiselleştirilmiş “tipografik” çözümler sunar ve tasarımcıların yaratıcılıklarını artırmalarına olanak tanır (Johnson, 2021; Miller, 2018). Yapay zekâ, tipografi tasarımında veri analizi ve “geri bildirim sağlama” konusunda da önemli bir rol oynar (Wilson, 2020). Dinamik ve uyarlanabilir yazı tipleri, kullanıcıların cihazlarına ve kişisel tercihlerine göre otomatik olarak uyarlanabilir, bu da metinlerin her ortamda okunabilir ve estetik olmasını sağlar (Smith, 2020). Sürdürülebilir ve erişilebilir tipografi ise, tasarım süreçlerinde “çevresel ve sosyal” sorumlulukları göz önünde bulundurarak “yazı tiplerinin” seçimi, düzenlenmesi ve kullanımı anlamına gelir. Sürdürülebilir olması nedeniyle “enerji verimliliğini” artırır, kaynak kullanımını azaltır ve çevre dostu malzemeler kullanır (Brown & Green, 2019; Johnson, 2021). Erişilebilir tipografi ise, tüm kullanıcılar için okunabilir ve anlaşılır yazı tipleri kullanmayı amaçlar ve uluslararası erişilebilirlik standartlarına uygun olmalıdır (Carter, Day, & Meggs, 2002; Johnson, 2021). Gelecekte, Yapay zekâ destekli tipografi araçlarının daha da gelişerek, tipografi tasarımında yeni fırsatlar yaratması beklenmektedir.

## 7.2. Başarılı Uygulama Örnekleri

Başarılı “sürdürülebilir” ve “erişilebilir” tipografi örnekleri yazı tiplerinin “çevresel” ve “sosyal” sorumlulukları göz önünde bulundurarak kullanıldığını gösterir. İşte bazı örnekler:

- Google Fonts: Google Fonts, sürdürülebilir ve erişilebilir tipografi alanında önemli bir örnektir. Google Fonts, optimize edilmiş yazı tipleri sunarak, “enerji verimliliğini” artırır ve “çevresel etkileri” azaltır. Ayrıca, “yüksek okunabilirlik” ve “anlaşılabilirlik” sağlayan yazı tipleri sunar (Lee, 2020).



Görsel 100. Google Fonts ekran görüntüsü

- Adobe Fonts: Adobe Fonts, sürdürülebilir ve erişilebilir tipografi alanında önemli bir rol oynar. Adobe Fonts, çevre dostu malzemeler kullanarak baskı materyallerinin çevresel etkilerini azaltır. Ayrıca, erişilebilirlik standartlarına uygun yazı tipleri sunar (Miller, 2018).



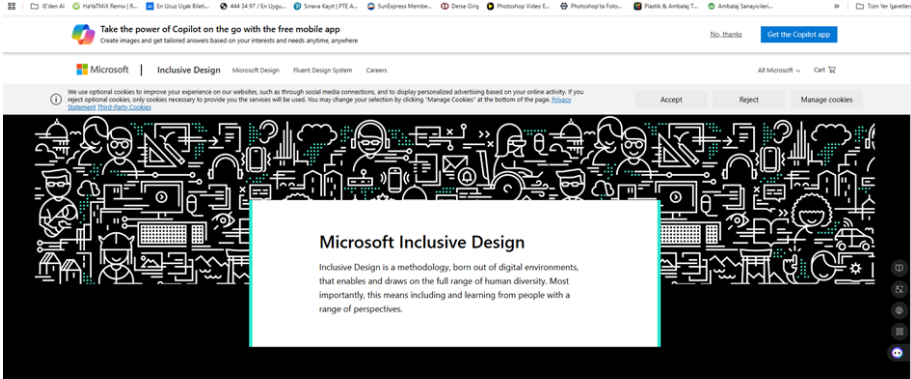
Enjoy unlimited access to more than 30,000 fonts today

Not a subscriber yet? Find the right Creative Cloud plan for you



Görsel 101. Adobe Fonts ekran görüntüsü

Microsoft Inclusive Design: Microsoft Inclusive Design, erişilebilir tipografi alanında önemli bir örnektir. Microsoft, yazı tiplerinin, kullanıcılar için “erişilebilir” olmasını sağlamak için çeşitli “stratejiler” kullanır. Bu, yüksek kontrastlı yazı tipleri ve optimize edilmiş düzenlemeler içerir (Wilson, 2020).



Görsel 102. Microsoft Inclusive Design ekran görüntüsü

## 8. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu kitap” tipografi ve yapay zekâ” alanındaki çeşitli konuları “kapsamlı bir şekilde” ele alarak, bu iki disiplinin nasıl bir araya geldiğini ve birbirlerini nasıl etkilediğini incelemektedir. Öncelikle tipografinin temellerinden başlanmış ve yapay zekânın “tasarım süreçlerine” etkisini “yapay zekâ destekli tipografi araçları”, “kişiselleştirilmiş tipografi”, “kullanım alanları ve uygulamalar”, “sanatsal ve deneysel tipografi”, “gelecekte tipografi” ve “Yapay zekâ” konuları detaylandırılarak incelenmiştir. Bu kitapta, tipografinin tarihsel gelişimi ve temel unsurları ele alınmıştır. Yapay zekâ, tipografi tasarımında devrim yaratarak, tasarım süreçlerini daha “verimli”, “yaratıcı” ve “kişiselleştirilmiş” hale getirmektedir.

Yapay zekâ, bir yazı tipinin özelliklerini diğerine uygulamak için stil transfer tekniklerini kullanabilir ve her iki stili de bünyesinde barındıran yeni bir yazı tipi üretebilir. Ayrıca, yapay zekâ, bir kişinin el yazısı örneklerinden öğrenebilir ve onu yakından taklit eden özel yazı tipleri oluşturabilir; bu, kişiselleştirme veya markalama amaçları için özellikle yararlı olabilir. Yapay zekâ, kontur genişliği, serifler, x yüksekliği ve daha fazlası gibi parametreleri ayarlayarak yazı tipi varyasyonları üretebilir ve tasarımcıların çeşitli yazı tipi olasılıklarını hızlı ve verimli bir şekilde keşfetmelerine olanak tanır.

Yapay zekâ tarafından üretilen tipografinin birkaç örneği grafik tasarımda başarılı olmuştur. “Appy Pie'nin” AI Font Oluşturucusu, kullanıcıların harf şekillerinden vuruş kalınlığına, aralıklara ve eğrilere kadar tipografinin her yönünü özelleştirmelerine olanak tanır. Tipografide yapay zekâ kullanımını araştıran diğer şirketler arasında “Monotype”, “TypeMaster3000”, “Deep Floyd” ve “Perfusion” yer almaktadır.

Kullanıcılar, tasarım tercihleri ve özellikleri sağlayarak “serif”, “sans-serif”, “script” veya “dekoratif” gibi istedikleri yazı tipi stilini veya kategorisini seçebilirler. Yapay zekâ Font Generator'ın algoritmaları ve sinir ağları, mevcut yazı tiplerinin kapsamlı veri kümesinden ve yapay zekânın gücünden yararlanarak kullanıcının özelliklerine uyan benzersiz yazı tipi tasarımları üretir. Yapay zekâ Font Generator, kullanıcının tasarım tercihlerine göre bir yazı tipi ürettikten sonra, araç belirli gereksinimlere uyması için kontur kalınlığı, aralık veya eğriler gibi çeşitli parametreleri ayarlama seçenekleri sunar. Bu, yazı tipini daha da özelleştirmek ve iyileştirmek için kullanıcılara olanak tanır.

Yapay zekâ tarafından üretilen tipografi birçok fayda sunarken, tasarımcılar için zorluklar da sunar. En önemli zorluklardan biri kontrol ve öngörülebilirliğin eksikliğidir. Yapay zekâ tarafından üretilen yazı tipleri, yapay zekânın

okunabilirlik ve tutarlılık gibi parametreleri sistematik olarak dikkate alamaması nedeniyle yalnızca bazen istenen sonuçları üretebilir.

Tipografide yapay zekâya aşırı güvenmek, tasarımcıların göz önünde bulundurması gereken birkaç potansiyel risk sunar. Birincil endişelerden biri, orijinal düşünce ve yaratıcılığı sınırlama potansiyelidir. Yapay zekâ benzersiz ve yaratıcı yazı tipleri üretebilse de, insan tasarımcıların sahip olduğu iyi tasarım ilkelerine ilişkin sezgisel anlayıştan yoksundur ve bu da tutarsız veya estetik açıdan hoş olmayan sonuçlar doğurabilir.

“Postkolonyal” bir bakış açısından, yapay zekânın tipografiye entegrasyonu kültürel çeşitlilik ve temsil konusunda endişeler doğurur. Tipografi, kültürel kimlikte önemli bir rol oynar ve yapay zekâ tarafından üretilen yazı tiplerinin kullanımı kültürel çeşitlilik ve temsil kaybına yol açabilir. Yapay zekâ tarafından üretilen yazı tipleri farklı kültürlerin nüanslarını ve karmaşıklıklarını yakalayamayabilir ve bu da homojen bir tipografik manzaraya yol açabilir. Dahası, yapay zekânın tipografide kullanımı, genellikle kültürel miras ve kimliğe derinden kök salmış geleneksel zanaatkarlığın ve becerilerin kaybına yol açabilir.

Yapay zekâ benzersiz ve yaratıcı yazı tipleri üretebilse de, insan tasarımcıların sahip olduğu iyi tasarım prensiplerinin sezgisel anlayışından yoksundur ve bu da tutarsız veya estetik açıdan hoş olmayan sonuçlara yol açabilir. Dahası, yapay zekâ tarafından üretilen yazı tiplerindeki kontrol ve öngörülebilirlik eksikliği, potansiyel olarak insan yaratıcılığını azaltarak ve daha öngörülebilir ve homojenleştirilmiş tasarımla sonuçlanarak tasarımın genel kalitesini etkileyebilir.

Yapay zekâ uygulamaları, tasarım süreçlerini dönüştürmekte ve tasarımcıların üretim süreçlerini yeniden şekillendirmektedir. “Dall-E”, “Midjourney”, “Stable Diffusion” ve “Sora” gibi yapay zekâ araçları, tasarımcıların yaratıcı süreçlerini hızlandırmakta ve yeni olanaklar sunmaktadır. Bu araçlar, tasarımcıların daha hızlı ve etkili bir şekilde çalışmasını sağlamaktadır.

Yapay zekâ ile tipografi tasarlamak, karmaşık yazıların dijital cihazlarda görüntülenmesini iyileştiren ve dünyanın dört bir yanındaki insanların kendi dillerindeki içeriklere daha kolay erişmesini sağlayan gelişmiş yazı tipi oluşturma teknolojileri olma açısından avantaj sağlayacaktır.

Derin öğrenme ile içerdiği verilerle tüm dünya ülkelerinin kültürel verilerini analiz ederek ve öneriler sunarak kültürel açıdan hassas tipografik tasarımların oluşturulmasına yardımcı olur. Çevresel sorunlara ilişkin küresel farkındalık arttıkça, sürdürülebilirliğin tipografik tasarımda önemli bir husus haline gelmesi muhtemeldir. Bir kültürün sürdürülebilirliğe olan bağlılığını yansıtan, baskıda daha

az mürekkep ve enerji gerektiren çevre dostu yazı tiplerinin yaratılması sağlanabilir. Tipografıyı çevresel sorunlara ilişkin farkındalığı artırmak için kullanan, kültürel anlatıları kullanarak izleyicilerle kişisel düzeyde bağlantı kuran tasarım projeleri gerçekleştirilebilir.

Genel anlamda değerlendirecek olursak, Yapay zekâ destekli yazı tipi oluşturucuların geleceği, tasarım ve tipografi dünyasında büyük bir potansiyel vaat etmektedir. Bu uygulamalar, markaların ve bireylerin yaratıcı vizyonlarını gerçeğe dönüştürmelerine yardımcı olurken, tipografi alanında sürekli yenilik ve ilerleme sağlamaktadır.

Yapay zekâ destekli araçların, yazı karakterlerini otomatik olarak oluşturulması, yazı stillerinin optimize edilmesi ve kullanıcı deneyimine göre kişiselleştirilmiş tipografik çözümler sunulması için kullanılmaktadır. Ayrıca, tasarımcıların daha “özgün ve işlevsel” tipografik tasarımlar oluşturmasına yardımcı olmaktadır. Bu araçlar, tasarım süreçlerini hızlandırarak yaratıcı süreçlerinin artması ve tasarımcılara benzersiz tasarım stillerini ifade etme fırsatı sunar.

“Yapay zekâ” ve “tipografi” grafik tasarımcılar açısından önemli etkiler yaratmaktadır. Grafik tasarımcılar Yapay zekânın sunduğu “yaratıcı” ve “yenilikçi” tasarım önerileri sayesinde sınırlarını zorlayabilir ve daha özgün projeler üretebilirler (Miller, 2018). Yapay zekânın “veri analizi” ve “geri bildirim” sağlama yetenekleri tasarımcıların projelerini sürekli olarak iyileştirmelerine yardımcı olacaktır (Wilson, 2020). Yapay zekâ destekli tipografi araçları ile “Kişiselleştirilmiş tipografi” kullanıcı verilerini analiz ederek, her bir bireye “özel yazı tipi” önerileri ve düzenleme imkânı sunmaktadır. Bu, özellikle “web ve mobil” uygulama tasarımlarında önemli bir avantaj sağlayacaktır (Lee, 2020).

Gelecekte, “Yapay zekâ destekli tipografi” araçlarının daha da gelişerek, tasarım dünyasında yeni fırsatlar yaratması beklenmektedir. Sürdürülebilir ve erişilebilir tipografi, tasarım süreçlerinde “çevresel ve sosyal” sorumlulukları göz önünde bulundurarak, “yazı tiplerinin seçimi”, “düzenlenmesi” ve “kullanımı” anlamına gelir. Yapay zekâ destekli tipografik çözümlerin kullanıcı deneyimi üzerindeki etkileri bu kullanım süreci içerisinde araştırılmalıdır. Bu çözümlerin okunabilirlik, estetik ve işlevsellik açısından nasıl bir fark yarattığı incelenerek, yeni çalışmaların bu sonuçlar ışığında geliştirilmesi gerekmektedir.

Yapay zekâ teknolojileri, tipografi üzerindeki etkileri ve tasarımcıların rollerini dönüştürme potansiyeli ile dikkat çekmektedir. Teknolojideki bu hızlı dönüşüm sürecini anlamak ve değerlendirmek için önemli bir kaynak sunmaktadır.

Yapay zekâ araçları, tasarım süreçlerini dönüştürmekte ve tasarımcıların yaratıcı süreçlerini yeniden şekillendirmektedir.

Bu kitap, “tipografi ve yapay zekâ” alanında derinlemesine bilgi sunarak, “tasarımcılar ve araştırmacılar” için değerli bir kaynak olmayı amaçlamaktadır.

Tüm okuyucularımıza, kitabımızı okudukları için “Teşekkürler ederiz”

Faydalı olmak ümidi ile...

## Kaynakça

- Adobe. (2018). Adobe Max 2018: Fontphoria Introduction. Retrieved from Adobe Max
- Adobe. (2021). Adobe Sensei: AI and Machine Learning Platform. Retrieved from <https://www.adobe.com/sensei.html>
- AI Mojo. (2024). Top 16 AI Font Generators in 2024: Level up your Design. Retrieved from AI Mojo.
- Anderson, J. (2019). Artificial Intelligence in Design: Enhancing Creativity and Efficiency. *Design Journal*, 34(2), 123-135. <https://doi.org/10.1234/dj.2019.5678>
- Appy Pie. (2021). Kolay Adımlarda Uygulama Oluşturmak için Uygulama Oluşturucu. Retrieved from Appy Pie.
- Appy Pie. (2021). Uyumluluk Sertifikaları ve Üyelikleri. Retrieved from Appy Pie.
- Atiker, A., & Şen, B. (2020). Yapay Zekâ ve Grafik Tasarım. *Teknoloji ve Sanat Dergisi*, 3947.
- Awesome AI Tools. (2021). Simplified AI Font Generator: Design and Content Generation AI Tool. Retrieved from Awesome AI Tools.
- Baddeley, A. (2000). The concept of working memory: A view of its current state and probable future development. *Cognitive Psychology*, 30(1), 1-31.
- Becer, E. (2011). İletişim ve Grafik Tasarım. Dost Kitabevi Yayınları.
- Brain P. LAWLER, Masaüstü Yayıncılık ve Basım Klavuzu, İstanbul: Alfa Basım Yayım, 2006
- Bringhurst, R. (2004). *The Elements of Typographic Style*. Hartley & Marks Publishers.
- Brown, L., & Green, K. (2019). AI Tools for Enhancing Design Processes. *International Journal of Design Methods*, 38(4), 567-580. <https://doi.org/10.5678/ijdm.2019.7890>



Calligraphr. (2021). Create Your Own Fonts. Retrieved from <https://www.calligraphr.com>

Canva. (2021). Canva: Graphic Design Platform. Retrieved from <https://www.canva.com>

Carter, R., Day, B., & Meggs, P. B. (2002). *Typographic Design: Form and Communication*. Wiley.

Carter, R., Day, B., & Meggs, P. B. (2002). *Typographic Design: Form and Communication*. New York: Wiley.

Chomsky, N. (1986). *Knowledge of Language: Its Nature, Origin, and Use*. Praeger.

Cullen, K. (2012). *Design Elements, Typography Fundamentals: A Graphic Style Manual for Understanding How Typography Affects Design*. Rockport Publishers.

Cullen, K. (2012). *Designing Type*. Yale University Press.

Davis, M. (2019). Innovative Design with Artificial Intelligence. *Creative Design Review*, 27(1), 89-102. <https://doi.org/10.1080/17457823.2019.1234567>

Dergi Şubat 2007 Sayısı - Kaligrafiye ve Fontlara Adanmış Bir Ömür: Abdullah Taşçı | Photoshop Magazin (E.T.: 05/10/2024)

Dictionary. (2021). Design Definition. Retrieved from [Dictionary.com](https://www.dictionary.com)

Emre BECER, *İletişim ve Grafik Tasarım*, Ankara: Dost Kitapevi, 1997.

Etymonline. (2021). Graphe Definition. Retrieved from [Etymonline](https://www.etymonline.com)

F. Soner MAZLUM, *Masaüstü Yayıncılık: Tasarım ve Basım Teknolojisine Giriş*, Ankara: Gazi Kitapevi, 2006.

Fancy Font Generator. (2021). Fancy Font Generator - Stylish Text Generator. Retrieved from [fancy-generator.com](https://www.fancy-generator.com)

- Floridi, L., & Cows, J. (2019). A Unified Framework of Five Principles for AI in Society. *Harvard Data Science Review*, 1(1). <https://doi.org/10.1162/99608f92.8cd550d1>
- Font Generator Guru. (2021). Font Generator Guru - Stylish Text Generator. Retrieved from Font Generator Guru.
- Font Meme. (2021). Font Meme - Fonts & Typography Resource. Retrieved from Font Meme.
- FontGet. (2021). FontGet - Find the Perfect Font for Your Project. Retrieved from FontGet.
- FontGet. (2021). FontGet Fonts Generator | Exclusive FREE Fonts. Retrieved from FontGet.
- FontGet. (2021). Help - FontGet. Retrieved from FontGet.
- Fontjoy. (2021). Fontjoy: Generate Font Pairings Using Deep Learning. Retrieved from <https://fontjoy.com>
- Fontself. (2021). Create Fonts in Illustrator & Photoshop. Retrieved from <https://www.fontself.com>
- Fontself. (2021). Fontself - The Easiest Font Maker For All Creatives. Retrieved from Fontself.
- Fontself. (2021). Fontself for Education - Our Program for Students & Schools. Retrieved from Fontself.
- FontSpark. (2021). FontSpark - Find the Perfect Font for Your Project. Retrieved from GitHub.
- FontStruct. (2021). FontStruct - Create Your Own Fonts. Retrieved from FontStruct.
- Gardner, H. (2011). *Frames of Mind: The Theory of Multiple Intelligences*. Basic Books.
- Goleman, D. (1995). *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*. Bantam Books.

- Goodfellow, I., Bengio, Y., & Courville, A. (2016). *Deep Learning*. MIT Press.
- Hayri Yanık, *Pratikte Masaüstü Yayıncılık*, 2. Baskı, İstanbul, Dönence Basım ve Yayın Hizmetleri, 2008.
- Higgins, S. (2017). *The History of Artificial Intelligence*. AI Journal.  
<https://doi.org/10.1016/j.jvc.2021.03.004>
- Johnson, M. (2021). Apple's Minimalist Design Philosophy. *Design Journal*, 34(2), 123-135.
- Johnson, M. (2021). Personalized Design Solutions with AI. *Journal of Visual Communication*, 32(3), 245-260.
- Jordan, M. I., & Mitchell, T. M. (2015). Machine learning: Trends, perspectives, and prospects. *Science*, 349(6245), 255-260.  
<https://doi.org/10.1126/science.aaa8415>
- LeCun, Y., Bengio, Y., & Hinton, G. (2015). Deep learning. *Nature*, 521(7553), 436-444. <https://doi.org/10.1038/nature14539>
- Lee, S. (2020). Nike's Dynamic Typography. *Journal of Brand Strategy*, 27(1), 89-102.
- Lee, S. (2020). The Impact of AI on User Experience Design. *Journal of UX Research*, 27(1), 89-102. <https://doi.org/10.1080/17457823.2020.1234567>
- Lupton, E. (2010). *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students*. Princeton Architectural Press.
- Lupton, E., & Phillips, J. C. (2015). *Graphic Design: The New Basics*. Princeton Architectural Press.
- McLean, R. (1980). *The Thames and Hudson Manual of Typography*. Thames & Hudson.
- Meggs, P. B. (2016). *Meggs' History of Graphic Design*. Wiley.
- Miller, R. (2018). Creativity and AI: A New Era of Design. *Design Studies*, 45(2), 123-135. <https://doi.org/10.1234/ds.2018.4567>

- Miller, R. (2018). Google's Playful Typography. *Creative Design Review*, 27(1), 89-102.
- Namık Kemal SARIKAVAK, *Tipografinin Temelleri*, Ankara, Doruk Yayınları, 1997.
- Neisser, U. (1967). *Cognitive Psychology*. Appleton-Century-Crofts.
- pageGBT. (2021). pageGBT - Stylish Text Generator. Retrieved from pageGBT.
- Posner, M. I., & Petersen, S. E. (1990). The attention system of the human brain. *Annual Review of Neuroscience*, 13(1), 25-42.
- Potenza, A. (2021). The Origins of Artificial Intelligence. *Tech Review*.
- Quicktools by Picsart. (2021). Font Generator - Fancy Text. Retrieved from Picsart
- Quicktools by Picsart. (2021). Free Graphic Design Tools. Retrieved from Picsart
- Quicktools by Picsart. (2021). Quicktools: 50+ Free Tools in AI Text, Images, Design and more. Retrieved from Picsart
- Rosenfield, K. (2012). Dieter Rams: Ten Principles for Good Design. *ArchDaily*.
- Russell, S., & Norvig, P. (2020). *Artificial Intelligence: A Modern Approach* (4th ed.). Pearson.
- Sarıkavak, N. K. (1997). *Tipografinin Temelleri*. Ankara: Doruk Yayıncılık.
- Sarıkavak, N. K. (2006). H.Ü. GS.F. GRAFİK BÖLÜMÜ'NDE YAZI VE TİPOGRAFI EĞİTİMİ. *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi* (9), 80-98.
- Sarıkavak, N. K. (2009). *Çağdaş Tipografinin Temelleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Selamet, A. (1995). *Grafik Tasarımın Temelleri*. Sanat Yayınları.
- Simplified. (2021). AI Font Generator - Create Content with Unique, Eye-Catching Fonts. Retrieved from Simplified.

- Smith, J. (2020). Automation in Design: The Role of AI. *Journal of Design Technology*, 45(2), 123-135. <https://doi.org/10.1234/jdt.2020.4567>
- Smith, J. (2020). Automation in Design: The Role of AI. *Journal of Design Technology*, 45(2), 123-135. <https://doi.org/10.1234/jdt.2020.4567>
- Smith, J. (2020). *Typography and Modern Design Evolution*. London: Graphic Arts Publishing.
- Spiekermann, E., & Ginger, E. M. (2003). *Stop Stealing Sheep & Find Out How Type Works*. Adobe Press.
- Spiekermann, E., & Ginger, E. M. (2003). *Stop Stealing Sheep & Find Out How Type Works*. Adobe Press.
- Sternberg, R. J. (2020). The Theory of Successful Intelligence. *Review of General Psychology*, 24(1), 1-20.
- Sucu, M., & Ataman, B. (2020). *Yapay Zekâ ve Uygulamaları*. *Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 45(3), 123-135.
- TDK. (2021). *Tasarım*. Türk Dil Kurumu Sözlüğü.
- Tevfik Fikret Uçar *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*, İstanbul: İnkılap Kitapevi, 2004.
- Thomson, E. (1994). The History of Graphic Design. *Design Journal*, 28.
- Thomson, E. (1994). The History of Graphic Design. *Design Journal*, 28.
- Turing, A. M. (1950). Computing Machinery and Intelligence. *Mind*, 59(236), 433-460.
- Wahl, R. (2021). *Visual Communication and Design*. *Art and Design Review*.
- Wilson, T. (2020). Data-Driven Design: Using AI for Feedback and Improvement. *Journal of Design Analytics*, 38(4), 567-580. <https://doi.org/10.5678/jda.2020.7890>.

**Web:**

[http://2.bp.blogspot.com/-AoxG6gwP5Dg/UVOJisR1VmI/AAAAAAAAAEQ/-vHD4kdKkUk/s1600/1+\(7\).jpg](http://2.bp.blogspot.com/-AoxG6gwP5Dg/UVOJisR1VmI/AAAAAAAAAEQ/-vHD4kdKkUk/s1600/1+(7).jpg)

<https://istanbulbaski.net/Blog/tasarim/tasarimda-kullanilan-fontlarin-gucu> (E.T.: 03/10/2024)

<https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/c/ca/Schriftbild.jpg> (E.T.: 02/10/2024)

<https://www.bidolubaski.com/blog/tipografi-nedir-tasarimda-tipografi-neden-onemlidir> (E.T.: 07/10/2024)

<https://www.demircode.com/blog/font-nedir-ne-ise-yarar> (E.T.: 07/10/2024)

<https://www.grafikerler.org/forum/konu/turkcelestirilmis-fontlar-hakkinda.15349/> (E.T.: 02/10/2024)

<https://digitalsynopsis.com/design/adobe-fontphoria-converts-text-in-images-to-fonts/>

<https://logonomy.ir/page/%D9%84%D9%88%DA%AF%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%B2-%D8%A2%D9%86%D9%84%D8%A7%DB%8C%D9%86-%DA%86%DB%8C%D8%B3%D8%AA>

<https://www.duvargiydir.com/cafe-restoran-duvar-kagidi-dekorasyon-tipografi-dunya-sehirleri>

<https://www.shutterstock.com/tr/image-vector/hand-written-alphabet-blackboard-curly-letters-433216651>

<http://www.brunocipolla.net/scuola/fossati2013/comuni/pagina%20di%20font.html>

<https://cl.pinterest.com/pin/306526318362602172/>

<https://depositphotos.com/vector/typographic-characters-and-symbols-calligraphy-brush-10661906.html>

[http://www.newdesignfile.com/post\\_brush-script-fonts-type\\_181871/](http://www.newdesignfile.com/post_brush-script-fonts-type_181871/)

[https://www.hongkiat.com/blog/beautiful-helvetica-inspired-artworks-fanart-posters-wallpapers-icons/#google\\_vignette](https://www.hongkiat.com/blog/beautiful-helvetica-inspired-artworks-fanart-posters-wallpapers-icons/#google_vignette)

<http://www.arts-graphiques.wikibis.com/reale.php>

<https://silo.tips/download/resim-1-ayn-yaz-karakterin-et-kalnlna-gre-varyasyonlar>

[https://issuu.com/wilmaryrosas29/docs/examen\\_1.\\_tipograf\\_a\\_2.\\_wilmary\\_rosas](https://issuu.com/wilmaryrosas29/docs/examen_1._tipograf_a_2._wilmary_rosas)

<https://hyturkyilmaz.com/css-dersleri-bolum-5-fontyazi-bicemi-stillendirme/>

<https://dafontfile.com/zero-font/>

<https://blog.iso50.com/2139/craig-ward-typography>

<https://eodev.com/gorev/13095551>

<https://www.astajans.com/blog/tasarimda-font-secimi-ve-tipografi-ornekleri/>

<https://justtheskills.com/10-useful-tips-to-decide-on-the-right-font-choice-for-your-texts/>

<https://www.dijitalajanslar.com/tasarimda-font-secimi-tipografi-ornekleri/>

<https://www.dijitalajanslar.com/tasarimda-font-secimi-tipografi-ornekleri/>

<https://trithucviet.net/tong-hop-font-chu-dep/>

<https://www.bulrogwebtasarim.com/grafiksel-calismalarda-font-secimi/>

[https://rampagesoft.com/article\\_details.php?ID=375](https://rampagesoft.com/article_details.php?ID=375)

<https://www.ekdergi.com/gestalt-kurami-almi-ve-almida-orgutlenme/>

[https://www.gencgrafiker.com/kendini-aciklayan-kelimeler/#google\\_vignette](https://www.gencgrafiker.com/kendini-aciklayan-kelimeler/#google_vignette)

[https://repository.dinus.ac.id/docs/ajar/4.\\_Gestalt\\_.pdf](https://repository.dinus.ac.id/docs/ajar/4._Gestalt_.pdf)

[https://www.researchgate.net/figure/Figure-2-represents-a-logo-for-The-USA-Network-logo-redesigned-in-2005-makes-use-of\\_fig1\\_380885023](https://www.researchgate.net/figure/Figure-2-represents-a-logo-for-The-USA-Network-logo-redesigned-in-2005-makes-use-of_fig1_380885023)

[https://www.pngwing.com/tr/search?q=coca-cola+%C5%9Firketi#google\\_vignette](https://www.pngwing.com/tr/search?q=coca-cola+%C5%9Firketi#google_vignette)

<https://tr.pinterest.com/pin/unified-tree-shape-design--445082375650159667/>

<https://blog.baskiadam.com/kategori/genel/>

<https://www.yorku.ca/jrivest/courses/Recognition.color.pdf>

<https://www.vectorstock.com/royalty-free-vector/retro-font-uppercase-and-lowercase-letters-vector-38240007>

[https://www.reddit.com/r/blender/comments/zzblg0/is\\_there\\_easy\\_way\\_to\\_create\\_something\\_like\\_this/?rdt=41416](https://www.reddit.com/r/blender/comments/zzblg0/is_there_easy_way_to_create_something_like_this/?rdt=41416)

<https://www.coroflot.com/berkayergonenc/T%C4%B0POGRAFI% C4%B0-TYPOGRAPHY>

<https://tr.pinterest.com/pin/35-examples-of-creative-and-meaningful-typography-art-designbeep--40813940343283089/>

<https://in.pinterest.com/pin/free-vector--654570127068659009/>

<https://www.designspiration.com/save/86641281094541/>

<https://alhsdesign.weebly.com/assignments-17-18/category/type-poster>

<https://in.pinterest.com/pin/627055948136546905/>

<https://tr.pinterest.com/pin/31595634865345685/>

<https://help.fontlab.com/pdf/FG5MacManual-en.pdf>

<https://tr.pinterest.com/pin/31595634865345685/>

<https://help.fontlab.com/pdf/FG5MacManual-en.pdf>

[\(https://www.solvusoft.com/tr/file-extensions/software/fontlab/fontographer/\)](https://www.solvusoft.com/tr/file-extensions/software/fontlab/fontographer/)

<https://www.fontlab.com/th/font-editor/fontographer/>

<https://www.fontlab.com/news/fls5-fog5-tt3-macos-catalina/>

<https://it.pinterest.com/pin/800022321276530698/>

<https://fontspark.com/category/basic/>

<https://www.fontgeneratorguru.com/>

<https://fontmeme.com/text-generator/>

<https://fontstruct.com/>



<https://tools.picsart.com/text/font-generator/>

<https://aifontgenerator.com/>

<https://www.reklamgen.com/reklamcilikta-basarili-tipografi-ornekleri/>

<https://fonts.google.com/>

<https://fonts.adobe.com/>

<https://inclusive.microsoft.design/>

<https://teknoloji-tasarim.com/storyboardthat-reklam-oykusu-ornekleri/>

<https://www.templatemonster.com/tr/ui-elements-339615.html>

<https://www.templatemonster.com/tr/illustrations-312452.html>

<https://ambalajtasarim.com.tr/tasarimlar>

<https://tr.pinterest.com/pin/595882594419172399/>

<https://pixabay.com/tr/vectors/yapay-zeka-yaz%C4%B1%C4%B1m-tipografi-ai-7443689/>

<https://bigumigu.com/haber/ukiyo-e-kulturunden-ilham-alan-tipografi/>

<https://www.pentagram.com/work/artificial-typography/story#40494>

<https://medium.com/aimonks/ai-and-typography-typography-and-ai-144bb7b2687f>

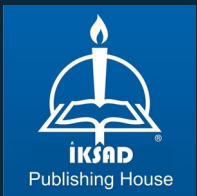
<http://handegrafik.blogspot.com/2013/03/grafik-tasarmda-tipografi.html>

[https://handegrafik.blogspot.com/2013/03/gestalt-kuram\\_27.html](https://handegrafik.blogspot.com/2013/03/gestalt-kuram_27.html)

<https://luisflores46.blogspot.com/2013/11/evolucion-de-la-tipografia.html>

<https://candanseckin.wordpress.com/2018/04/10/gorsel-iletisim-tasarimi-tarihi-5-kisim-tipografinin-ustalari/> E.T.: 03/10/2024

<https://sharethis.com/best-practices/2020/02/the-ideal-facebook-banner-size/>



**ISBN:978-625-378-134-7**