

T.C.  
Haliç Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Grafik Anasanat Dalı

## **TİPOGRAFİDE FONT KİMLİĞİ VE YARATTIĞI ETKİLER**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Timur BAŞ**

**Danışman: Öğr.Gör. Memetşan Yıldızhan**

**İstanbul, 2014**

## Önsöz

Yazılı iletişimin büyük bir parçası olan fontlar her bir yanımızı sarmış durumda. Gittiğimiz her mekanda, okuduğumuz her kitapta ve izlediğimiz her reklamda onları görüyoruz. Her türlü yüzeyde farklı şekilde kullanılmış fontlar tipografi ile daha farklı bir görsel şöleni önümüze sunuyor.

Yapısal bir uyum, hiyerarşi, coşku, dinamiklik, karmaşa, üzüntü ve başka bir çok şeyi font ile çeşnileştiren tipografi, duygu ve düşünceyi biçimsel anlamda bir yüzeye dökmeyi ve bunu tasarıma has bir dil haline getirmeyi sağlıyor. Belli amaçlar doğrultusunda tasarlanan bu dil, kendini size anlatmaya başladığı noktada ise bir kimlik kazanıyor. Bizler bu yeni kimlikler ile iletişime geçtiğimiz süreç içerisinde de yaşadıklarımız, netlik ile karmaşa arasında yön bulmaya çalışıyor. Bu kimlik ile konuşabileceğimiz tek yol ise görsel yapısı ile onu parçalar halinde inceleyip eledikten sonra altında yatan mesajı işlemek. Bu daha çok karşınızdaki kişinin size kendisini anlatması ve sizin hiç yanıt vermeden sadece dinlemeniz ve anlamaya çalışmanız gibi bir durumdur.

Kimliğin anlatımı yeterince açık olmadığı durumlarda aklınıza farklı sorular dayanabilir. Tipografik bir çalışmada bütün temeli font yüklendiğinden dolayı, fontta yapılacak değişimler kimliği arındıracaktır. Bu noktada ise verilecek mesajın temelini kavramış olmanız oldukça önemlidir.

Farklı fontların belli alanlarda çeşitli tipografik çalışmalar çerçevesinde kullanımı, bu kullanım şeklinin nedenlerini ve etkilerini incelemek bu tezin temel amacı olarak belirlenmiştir.

## Özet

### 1.Bölüm: Font ve Tipografi

Tarihsel süreç ile beraber gelişen teknoloji ve yapılan buluşlar fontları da derinden etkilemiştir. İşleme ve tasarım sürecini tamamen değiştiren ve bu zorlu mesleği dijital ortama taşıyarak zenginleştiren ve aynı zamanda basitleştiren bu süreç, fontlar için yeni bir çağ niteliğinde olmuştur. Bu yeni çağ içerisinde tasarlanan yeni ve modern fontlar, tasarım olanaklarını da en üst seviyeye ulaştırmıştır.

### 2. Bölüm: Fontun Yarattığı Etkiler

Tipografik çalışmalar içerisinde kullanılan fontlar, belli düşünce ve planları yansıtmaktadır. Bu doğrultuda ele alınan fikirler her zaman birey yada toplum odaklı olmuştur. Bilgi ve görselliği doğru şekilde aktarmaya çalışan ve bunu başarılı kılmak adına bir çok kimliğe bürünen fontlar, insanları dikkatini çekmek, etkilemek ve aynı düşünceye sahip olmak adına bir çok alanda kendilerini göstermişlerdir. Hedefinde her zaman iki cinsiyeti de bulunduran ve ihtiyaca göre şekillenen, moda gibi sürekli güncellenen ve sınırlara bağlı kalmayan fontlar, bizlerin fark etmediği anlarda işini doğru yapmış olarak kabul edilmektedirler.

**Anahtar Sözcükler: Tipografi, Font Kimliği, Görsel Kimlik, İletişim, Font Anatomisi, Font Cinsiyeti**

# FONT IDENTITY INSIDE THE TYPOGRAPHY AND THE IMPACTS IT HAD CREATE

## **ABSTRACT**

### Chapter 1: Font and Typography

Developing technology along with the historical process has effected existing fonts and the font creation. Changing and altering the process of font design and carrying this hand made craft into a digital world making it even richer but simpler. Digital era have setup new paths for typography and fonts and unlocked a new potential for everyday design.

### Chapter 2: Impacts of The Font

The fonts have been using inside the typographic artworks are reflecting specific ideas. In the center of these ideas, individuals or societies were always the priority. To transfer knowledge along with visual beauty, fonts are always changing their identity to look better and create needed impacts on specific targets. Focusing both genders and morphing through the needs and getting updated everyday life, it holds no boundaries and not even noticed if the design elements done right.

**Key Words: Typography, Font Identity, Visual Identity, Communication, Anatomy of the Font, Font Genders**

## ÖRNEK LİSTESİ

<b>Örnek 1.</b> <i>Bodoni, Didot, Baskerville, Caslon, Garamond fontlarının typeface görünüşleri</i> .....	2
<b>Örnek 2.</b> <i>Gutenberg İncilin'den bir sayfa</i> .....	4
<b>Örnek 3.</b> <i>Gotik fontun İngiliz yorumu. Font ismi: Old English MT</i> .....	4
<b>Örnek 4.</b> <i>Nicolas Jenson'un Roman fontunu kullandığı ilk eserlerinden Laertius</i> .....	6
<b>Örnek 5.</b> <i>Modern Roman fontu</i> .....	6
<b>Örnek 6.</b> <i>İtalyan Hümanist Niccolo de' Niccolli'nin eğri yazısı. Daha sonradan italik yazıya dökülmüştür</i> .....	7
<b>Örnek 7.</b> <i>Modern Roman italik yazı</i> .....	8
<b>Örnek 8.</b> <i>Gravür baskı tekniği</i> .....	9
<b>Örnek 9.</b> <i>MovableType baskı tekniğinde kullanılan tahta harf bloklar. Aynı zamanda tahta baskı (Wood Press) olarak da bilinir</i> .....	9
<b>Örnek 10.</b> <i>2008 yılında ABD'de yapılan seçimlerde kullanılan poster ve Gotham fontu</i> .....	13
<b>Örnek 11.</b> <i>GQ magazin dergisinin ismini kaplayan Gotham</i> .....	13
<b>Örnek 12.</b> <i>Arial MT Black fontunun CocaCola billboard üzerinde kullanımı</i> .....	20
<b>Örnek 13.</b> <i>Helvetica fontunun metro girişindeki kullanımı</i> .....	20
<b>Örnek 14.</b> <i>Fedra Sans fontunun havaalanındaki kapıları ve çıkışı gösteren kullanımı</i> .....	21
<b>Örnek 15.</b> <i>Harflerde başlıca öne çıkan anatomik özellikler</i> .....	23
<b>Örnek 16.</b> <i>Dove Logo (Kadın temizlik ve bakım ürünleri)</i> .....	26
<b>Örnek 17.</b> <i>Dove kadın ve erkek temizlik ürünlerinin logolarındaki farklar</i> .....	26
<b>Örnek 18.</b> <i>La Fresca Logo (Sıvı duş sabunu)</i> .....	27
<b>Örnek 19.</b> <i>She Logo (Deodorant)</i> .....	27
<b>Örnek 20.</b> <i>Suwen Logo (İç giyim)</i> .....	28
<b>Örnek 21.</b> <i>Barbie Logo (Belli yaş aralığındaki kız çocuklar için plastik oyuncak)</i> .....	28
<b>Örnek 22.</b> <i>Orkid Logo (Kadınların özel dönemleri için koruyucu pet)</i> .....	28
<b>Örnek 23.</b> <i>Lydia Puente Fontu</i> .....	29
<b>Örnek 24.</b> <i>Darlana Fontu</i> .....	29
<b>Örnek 25.</b> <i>Crayonette Fontu</i> .....	29

<b>Örnek 26.</b> <i>Adine Kinberg Fontu</i> .....	29
<b>Örnek 27.</b> <i>Champignon Fontu</i> .....	29
<b>Örnek 28.</b> <i>Dove Logo (Erkek temizlik ve bakım ürünleri)</i> .....	30
<b>Örnek 29.</b> <i>Dove kadın ve erkek temizlik ürünlerinin logolarındaki farklar</i> .....	31
<b>Örnek 30.</b> <i>Blax Slab Fontu</i> .....	31
<b>Örnek 31.</b> <i>Tertre Fontu</i> .....	31
<b>Örnek 32.</b> <i>Know Fontu</i> .....	32
<b>Örnek 33.</b> <i>Alfa Slab Fontu</i> .....	32
<b>Örnek 34.</b> <i>Hancock Fontu</i> .....	32
<b>Örnek 35.</b> <i>Helvetica ve Arial benzerlikleri</i> .....	34
<b>Örnek 36.</b> <i>Çocuksu ve genç fontlar</i> .....	36
<b>Örnek 37.</b> <i>Basit ve hassas fontlar</i> .....	37
<b>Örnek 38.</b> <i>Erkeksi ve etli fontlar</i> .....	38
<b>Örnek 39.</b> <i>Able Bots. Bilgisayar programcılığı ayrıca iş hayatında bilgisayar programlarının kullanımını ele alan web sayfası</i> .....	40
<b>Örnek 40.</b> <i>Museum Sheffield. İçerisinde çeşitli kültürlerden parçalar bulunduran sanat galerisinin web sayfası</i> .....	41
<b>Örnek 41.</b> <i>Noted. Müzik albümleri ve sanatçılar üzerine çeşitli haberler paylaşılan web sayfası</i> .....	41
<b>Örnek 42.</b> <i>Redbull Kanatlandırır - Redbull</i> .....	43
<b>Örnek 43.</b> <i>Bir Haftada Bir Ton Daha Beyaz Dişler - Colgate</i> .....	43
<b>Örnek 44.</b> <i>Basında Güven - Milliyet</i> .....	44
<b>Örnek 45.</b> <i>Yaşam İçin Teknoloji - Bosh</i> .....	44
<b>Örnek 46.</b> <i>Yüksek Kalite, Kusursuz Hizmet -Akpct</i> .....	45

# İÇİNDEKİLER

Sayfa no.

Önsöz .....	I
Özet .....	II
Örnek Listesi .....	III
Giriş .....	IV

## 1. BÖLÜM

### FONT VE TİPOGRAFİ

1.1. Font Nedir?.....	1
1.2. İlk Fontlar.....	1
1.2.1. Gotik Fontlar.....	3
1.2.2. Roman Fontlar.....	5
1.2.3. Eğik Yazı.....	7
1.2.4. Matbaadan Önce.....	8
1.2.5. Eskiden Yeniye.....	10
1.2.6. Tipik Amerikan Fontu.....	11
1.2.7. Günümüzde Font Yapımı.....	14
1.2.8. Yeni Yüzeyler.....	15
1.3. Tipografi Anlatımı.....	16
1.3.1. Font ve Tipografi Bağı.....	17
1.4. Tipografinin Amacına Göre Kullanımı.....	18
1.5. Dijital Çağda Tipografi.....	21

## 2. BÖLÜM

### FONTUN YARATTIĞI ETKİLER

2.1. Anatomik Yapı.....	23
2.2. Fontlarda Cinsiyet.....	24

2.2.1. Kadınsı Fontlar.....	25
2.2.2. Erkeksi Fontlar.....	30
2.3. Fontta Kişilik Değişimi ve Benzerlik.....	32
2.3.1. Fontta Kişilik Seçimi.....	34
2.5. Doğru Düzen.....	38
2.5.1. Yanlış Kullanım.....	42
Sonuç.....	46
Kaynakça.....	47



## Giriş

Fontlar yazılı iletişimdeki zorluklara bir çıkış noktası sağlamıştır. İçerisinde bulunduğu zaman dilimi ile birlikte gelişen, kişi veya kişilerin ihtiyaçları doğrultusunda çeşitlenen fontlar harf şeklini almış bloklar dan oluşmaktadır. Henüz matbaanın imkanlarına sahip olunamadığı yıllarda farklı isimlerle anılan fontlar, her zaman iletişim kolaylığı amacıyla ve bu amacı en hızlı şekilde yerine getirmek için kullanılmışlardır.

Günümüzde kullandığımız teknoloji insan yaşamını her açıdan etkilemiştir ve buna bağlı olarak fontlar da bu değişim sürecinden etkilenmişlerdir. Fontları ağır işçilik sürecinden kurtaran dijital çağ, fontların kullanılabilceği yüzeyleri sınırı olmayan bir alana taşımıştır. Bu dijital ağ içerisinde sadece matbaa ve tipograf ustalarına değil, bu ağa bağlanabilecek tüm kişilere yer verilmiştir. Ustalık gerektiren font zanaatkarlığı, bu alana merak duyan her bir kişinin kolaylıkla ulaşabileceği ve hiç bir deneyimi olmadan denemeler yapıp bu denemeleri günümüzün piyasasına kolaylıkla sunabileceği bir duruma getirmiştir.

Tipografi ile aynı kümede yer alan fontlar belli bir yüzey üzerinde dengeli ve diğer öğelerle düzen içerisinde bulunmaları için tipografi den yararlanırlar. Harfleri kağıt veya çok boyutlu bir ortamda görsel olarak düzenlenmesi fontun kendisi kadar önemlidir. Tipografik açıdan doğru düzenlenmiş bir metin, onunla iletişime geçecek olan kişi veya kişilere iletilecek mesajın doğru şekilde yorumlanmasını sağlar. Tasarıma bir kimlik kazandırmada önemli bir rolü olan tipografi, font ile birlikte tasarıma karakteristik bir yapı kazandırır. Metinlerin ağırlıkta olduğu kitap, dergi, gazete ve bazı web sitelerinde kullanılan tipografik düzen içerik kadar görsel görünümü de ön plana çıkarmaktadır.

## **1. BÖLÜM**

### **FONT VE TİPOGRAFI**

#### **1.1. Font Nedir?**

Font yazdırılabilen ya da görüntülenebilen bir dizi metin karakterinden oluşur. İçerisinde harfler, rakamlar, özel karakterler bulundurur ve her font yaratıcısına has özellikler taşır. Fontlar farklı aileler den oluşabilir. Bunu bir soy ağacı gibi düşünebilirsiniz. Aynı soy ağacında bulunan fontlar aynı hatları taşır fakat farklı incelik ve kalınlıklarda ya da farklı düşey ya da yatay uzunluklarda bulunabilir. Bir fontun soyağacı ne kadar geniş ise, farklı alanlarda kullanım şekilleri o kadar yaygındır. Genellikle font ve yazı karakteri kelimesi aynı anlamda kullanılır. James Felici iki terim arasındaki farkı şöyle açıklamaktadır: "Font, bir kurabiye kalıbı iken yazı karakteri kurabiyedir."Yazı karakteri fontun öncüsüdür yani font oluşmadan önce her şey kağıt üzerine serbest el tekniği ile çizilir. Bilgisayar çağından önce bu çizimler küçük demir bloklar haline getirilip sonrasında da matbaa aracılığıyla baskıya verilirdi.

#### **1.2. İlk Fontlar**

Johannes Gutenberg tipo basım yöntemini bulduktan sonra 1438 yılında Avrupa'da ilk matbaacılık adımları da atılmış oldu. Tipo basım yönteminde metal harfler teker teker bir sayfayı dolduracak şekilde baskı makinesine hizalanarak baskıya verilirdi. Bu işlem her ne kadar uzun sürse de, işlem bittikten sonra belli bir sayfayı seri şekilde baskı alma imkanına sahip olunabilmekteydi. Matbaacılık Avrupa'da 15.yy dan sonra oldukça yayıldı ve binden fazla matbaa açıldı. Bu süratli büyüme sürecinde ise ilk font aileleri İngiltere, İtalya ve Fransa'dan çıkmıştır.

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZÀ  
ÅÉÎÏØabcdefghijklm  
nopqrstuvwxyzàåéîø  
&1234567890(\$£.,!?)

Bodoni

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZÀ  
ÅÉÎÏØÛabcdefghijkl  
mnopqrstuvwxyzàåéîø  
ü&1234567890(\$£€,!?)

Didot

ABCDEFGHIJKLMNOP  
QRSTUVWXYZÀÅÉÎÏ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyzàåéîøü&1234567  
8901234567890(\$£.,!?)

Baskerville

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
ZÀÅÉÎÏabcdefghijkl  
mnopqrstuvwxyzàåéî  
&1234567890(\$£.,!?)

Caslon

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZÀ  
ÅÉÎÏØÛabcdefghijkl  
mnopqrstuvwxyzàåéîø  
ü&1234567890(\$£€,!?)

Garamond

Örnek 1: Bodoni, Didot, Baskerville, Caslon, Garamond fontlarının typeface görünümüleri

Günümüzde hemen hemen bütün fontlar bilgisayarlar ile yapılmaktadır. Bu durum seri üretimi de yanında getirerek son yirmi beş yılda milyonlarca yeni fontun tasarlanmasına sebep olmuştur. El yazısı fontları, web fontları, yöresel fontlar ve daha onlarca kategori altında bir çok font tasarlanmıştır.

Tarihte gerilere gittiğinizde en çok karşılaştığımız ilk beş font şunlardır:

Giambattista Bodoni - Fransa - Font ismi: Bodoni  
Firmin Didot - Fransa - Font ismi: Didot  
John Baskerville - İngiltere - Font ismi: Baskerville  
William Caslon - İngiltere - Font ismi: Caslon  
Claude Garamond - İtalya - Font ismi: Garamond,-

### **1.2.1. Gotik Fontlar**

12. yy yani erken Rönesans döneminde yazının henüz el ile yazılmaya ve çoğaltılmaya uğraşıldığı yıllarda, İtalyan Rönesans Hümanistleri 11. yy dan kalma bir parşömeni incelemeye alırlar. Bu parşömen Cermenler'e ait olup üzerindeki metinde kullanılan harfler karmaşık bir kaligrafi tekniği ile çizilmiştir. Harfler metin biçiminde birbirine çok yakın durduklarından dolayı iç içe geçmiş gibi görünüyorlar, ayrık yazıldıklarında da birbirinden kopuk ve çok yer kaplıyorlardı. İtalyan düşünürler bu yazı tipini okunması zor ve kaba görüldüğünden dolayı gotik yani barbarca olarak nitelendirdiler. Batı Avrupa'da yaşanan teknolojik gelişmeler ve kültürel açılımlarla beraber 13. yy dan 17. yüzyıla kadar kullanılan gotik fontlar çizgisel karmaşalarından dolayı matbaa içerisinde çok az yer almışlardır. Matbaa ile buluşmasıyla beraber Textualis ismini alan gotik fontlar, sanat ve kültüre bakış açısının değişmesi ile beraber, Gutenberg tarafından Gutenberg İncilinde kullanılmıştır. Günümüzde batılı ülkelerde yaşayan bazı insanlar Gotik fontları bilgeliğin yazısı olarak da adlandırır. Bunun sebeplerinden bir kaçı ise Gotik

fontların Rönesans döneminde yazılmış olan mimari, sanat ve tıp alanlarını içeren kitap, parşömen ve tabiki de Gutenberg İncili gibi önemli dini sanat yapıtlarının yazımında kullanılmış olmalarıdır.



Örnek 2: Gutenberg İncilin'den bir sayfa.

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

Örnek 3: Gotik fontun İngiliz yorumu. Font ismi: Old English MT

Batı Avrupa'da özellikle Cermenler tarafından kullanılan Gotik yazı, M.S 600 yıllarına kadar uzanmaktadır. Alman bir kabile olan Anglo-Saxon kabilesi tarafından kullanılan bu yazı, devamında gelen 600 yıl içinde de evrim geçirmiştir. Gotik yazının aynı zamanda kara yazı olarak adlandırılmasının sebepleri başlıca kullanıldığı dönem ile beraber onu kullanan insanların gelişmemiş kabilelerden oluşmuş olarak görülmeleridir. Rönesans dönemi içerisinde dekoratif olarak görülmeye başlanan ve bu amaçla kullanılmaya başlanan gotik fontlar Rönesans kitaplardaki yerlerini almaya başlamışlardır. Rönesans döneminde el ile yazılmış hemen hemen her kitapta görebileceğiniz gotik fontlar belli bir düzen içerisinde kullanılmaktadır. Cermenler gibi sayfayı gotik yazıya boğmak ve okumayla beraber göz zevkini azaltmak yerine, yazılar sayfanın belli bir alanında olabildiğince minimum düzeyde kullanılarak, boşta kalan kısımlara ise çeşitli görsel ya da floral desenler işleniyordu.

### **1.2.2. Roman Fontlar**

Bir font, tasarımcısının ya da matbaacının yaşadığı ülke sınırları içerisindeki kültürel ve mimari etkilerden esinlenerek tasarladığı fontlar yöresel izler taşıyabilir. Bunun en eski örneği ise 14. yy da Nicolas Jenson'un tasarımını üstlendiği Roman fontudur. İtalya'da çeşitli binaları inceleyen ve üzerlerinde gördüğü eski Roma harflerinden ilham alan Jenson, tırnaklı ve ince yapılı ayrıca o dönemin modern görünümlü ve okunması kolay olan fontunu tasarlar. Gövdelerin tıpkı Roma sütunları gibi uzun ve bağlantı noktalarının kalından inceye doğru gittiği bu font tipinde, tırnaklar ise harfleri tıpkı bir bina temeli gibi ayakta tutmaktadır. Roman font ailelerinin öncü yaratıcısı olarak da bilinen Jenson, günümüzde kullanılan

Bembo, Trajan, Times New Roman gibi fontların tasarlanmasına yol vermiştir. Roman tipi yazı Latin kökenli olup üç çeşit tarihi fonttan biridir. Kara yazı (gothic) ve eğik yazı (italik) bu grubun diğer üyeleridir.

Quidā eius libros nō ipsius esse sed Dionysii & Zophiri colophoniorū tradunt: qui iocādi causa cōscribentes ei ut disponere idoneo dederunt. Fuerunt autē Menippi sex. Prīus qui de lydis scripsit: Xanthūq; breuiauit. Secūdus hic ipse. Tertius stratonicus sophista. Quartus sculptor. Quintus & sextus pictores: utroq; memorat apollodorus. Cynici autem uolumina tredecī sunt. Neniæ: testamenta: epistolæ cōpositæ ex deorum p̄sona ad physicos & mathematicos grammaticosq; & epicuri fœtus: & eas quæ ab ipsis religiose coluntur imagines: & alia.

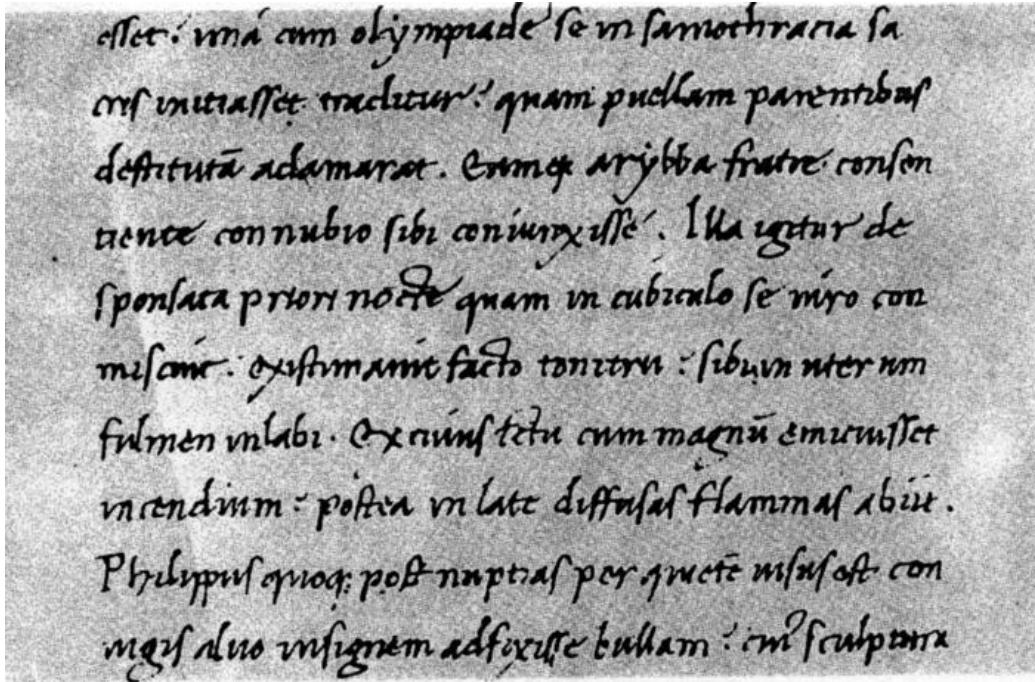
**Örnek 4:** Nicolas Jenson'un Roman fontunu kullandığı ilk eserlerinden Laertius.



**Örnek 5:** Modern Roman fontu.

### 1.2.3. Eğik Yazı

Eğik yazı Rönesans dönemi adıyla (beşeri el yazısı) Rönesans dönemi içerisinde kullanılmaya başlanmıştır. Eğik yazı hafif sağa yatık bir şekilde sanki ileriye doğru yol almıyormuş gibi yazılmaktadır. Düz metinler ağırlıklı olmak üzere, hızlı ve akıcı yazımı ile bir çok kitabın metinlerini süsleyen bu yazı tipi doğal ve insancıl olarak kabul edilmiştir. Yazımında kaligrafi tekniğine benzer bir teknik kullanılmakta olup daha dar hatlar içerisinde yer almaktadır. İlk kez font olarak kesilip şekillenmesi 1490'lı yıllarda gerçekleşmiştir. 1530'lu yıllara doğru ise eğri yazı Roman yazısı ile birleşmiştir ve bu gün kullandığımıza benzer olan italik yazı ortaya çıkmıştır.



**Örnek 6:** İtalyan Hümanist Niccolo de' Niccolli'nin eğri yazısı. Daha sonradan italik yazıya dökülmüştür.

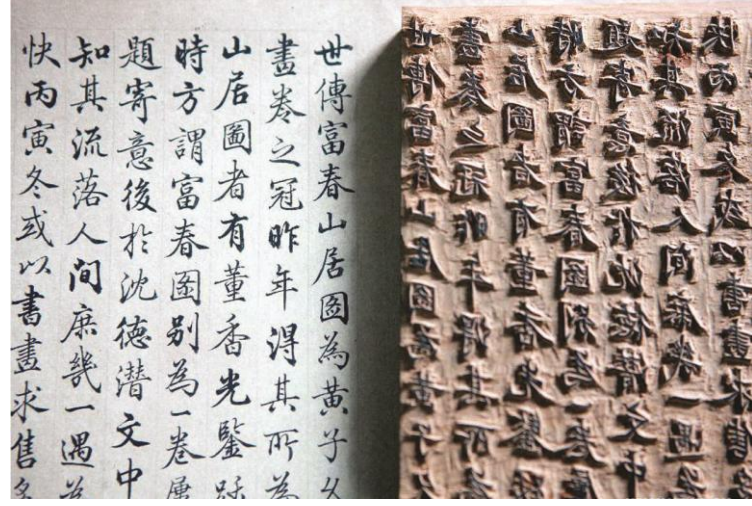


The five boxing wizards jump quickly.  
*The five boxing wizards jump quickly.*

Örnek 7: Modern Roman italik yazı.

#### 1.2.4. Matbaadan Önce

Yerleri değiştirilebilen demir harflerden önceki dönemlerde mekanik yapı içermeyen yöntemler kullanılırdı. Bu yöntemlerden ilki oyma baskı yani Gravür tekniği olarak bilinir. Doğu Asya ve Çin'de MS 200'lü yıllarda kullanılan bu teknik, tahta levhaların üzerine el ile oyulmuş metin ve ya desenin, mürekkep ile sıvandıktan sonra kağıt üzerine insan gücü kullanılarak baskı alma olanağı sağlayabilmekteydi. Sadece istenilen metni içine alan bu levhalar, farklı içerikli bir metin basılacağı zaman üzerinde değişiklik yapılamamaktaydı. İkinci basım tekniği ise MS 1040'lı yıllarında Çinlilerin geliştirdiği taşınabilir harfler (Movable Type) tekniğidir. Bu teknik de Gravür baskı tekniğine benzer olarak yine tahta oymacılığı bulunmaktaydı. Tahta levha yerine küçük tahta bloklar kullanılarak el ile rahat tutulabilecek kadar ufak ve hafif tahta blokların üzerine harfler işlenir ve kullanılacak harfler mürekkebe sıvanıp kağıt üzerine bastırılırdı. İşlem bittikten sonra bu tahta bloklar kutuya kaldırılıp tekrar kullanılmak için saklanırdı. Bu teknik, esnek kullanımı nedeniyle tipografinin de ilk adımlarını atmış bulunmaktadır.



Örnek 8: Gravür baskı tekniği.



Örnek 9: MovableType baskı tekniğinde kullanılan tahta harf bloklar. Aynı zamanda tahta baskı (Wood Press) olarak da bilinir.

### 1.2.5. Eskiden Yeniye

Bir çok nesnel ya da dūşünsel Őeylerin eskiyip unutulması gibi fontlar da bu zamansal aŐınmaya maruz kalmakta. Zamanında modern kabul edilen fontlar gūnūmūzde eski ve zamanını doldurmuŐ olarak gōrūlūyor. Gūnūmūzde geĀmiŐ zamandaki gibi bir font yūz yıl kadar uzun bir zaman dilimi iĀerisinde kitapların sayfalarına tutunamıyor. Eskiyenin yerine yenisi gelmesi elbette dođal bir dōngū fakat bu dōngū kendiliđinden gerĀekleŐmemekte. Kullanım alanları farklılaŐıp fikirler arttıĀça uygun font sayısı da elenerek azalıyor. Bu sayı azaldıkĀa talebi karŐılama amaĀlı daha fazla font tasarlanıyor.

William Caslon'un tasarımıını yaptıđı Caslon fontu Eski Usul olarak nitelendirilmektedir. Temel olarak Eski Usul fontlar kalın gōvde hatları ile beraber kalın tırnaklara sahiplerdir. Ayrıca gōvde ile bađlantı noktaları arasında giderek incelen Āizgi yapıları bulunmaktadır. Gōvde ve bađlatanlarından dolayı dūŐuk kontrasta sahip bu tūr fontlar kūĀuk punto aralıđında rahat okunabilir fakat būyūttūĀe kōtū bir gōrūnūme sahip olurlar.

Modern Fontlar Giambattista Bodoni ve Firmin Didot tarafından tasarlanmıŐtır. Bu tipte gōvde kalınlığı oldukĀa fazla olmasına rağmen tırnak kalınlığı Āok incedir. Bağlantı noktalarına doğru aynı Őekilde incelen bu font, bağlantı noktalarından dolayı harflerinde inceden kalına doğru yūksek kontrast oluŐturur. Eski Usul fontlara gōre okunması daha zor olan bu tip fontla da yūksek punto aralığında kullanılması etkili olabilir.

Geçiş Fontları eski ve modern arasında kalmıştır. Baskerville bu tip fontlara örnek gösterilebilir. Eski Usul fontlara benzeyen bu tip fontlarda gövde kalınlığı aynı tutularak tırnaklar inceltip sivrileştirilmiştir. Orta dereceli kontrasta sahip bu fontlar küçük ve orta dereceli punto aralığında okunaklıdır.

Blok Tırnak fontları her açıdan eşit kalınlığa sahiptir. Tırnaksız fontlar ile karıştırılabilen bu tip fontlar gövde ve bağlantı kalınlıklarına eşit büyükte tırnaklara sahiplerdir. Eşit kalınlıktaki hatlarından dolayı sıfır kontrasta sahip olan bu fontlar uzun metinlerde kullanıldıkları takdirde oldukça yer kaplayıp kolayca göz yorar. Rocwell ve Courier Blok Tırnak fontlarına olarak örnek gösterilebilir.

### **1.2.6. Tipik Amerikan Fontu**

2008 yılında Amerika'da yapılan seçimlerde boy gösteren Gotham fontu şüphe götürmeksizin o yılın en tanınır fontu unvanını kazanmıştır. Bazılarına göre yılın fontu kabul edilen Gotham, ABD başkanı Obama'nın seçimlerinde kullanılan yazılı materyallerin çoğunda yer almıştır. Obama'ya seçimleri kazandıran font olarak da benimsenen Gotham, diğer fontların yanında çokta eski bir geçmişe sahip değildir. 2000'li yılların başlarında Tobias Frere-Jones tarafından erkek magazin dergisinde kullanılmak üzere erkeksi bir fonta ihtiyaç duyulduğu sırada tasarlanan font, derginin ismini kaplamak dışında kendi font ismini duyuramamıştır. Derginin bazı baskılarda imaj arkasına düşürülen font, 2002 yılında telif haklarının bitmesi ile beraber topluma açılmıştır. Bu evreden itibaren gazete başlıkları, şirket logoları, ambalaj tasarımları, film posterleri gibi bir çok alanda yer edinmeye başlayan Gotham fontu, sadece dergi kapağını süslemekten daha önemli işlere atılmaya başlamıştır. Tipik Amerikan fontu ya da işçi (çalışan) kesiminin fontu olarak da

tanımlanan Gotham, bu unvanını Tobias Frere-Jones'un fontun tasarımını esinlendiği ve yorumladığı isimsiz başka bir fonttan almıştır. Bu font New York şehrinde bulunan ve savaş öncesi bir binanın üzerine parça parça yerleştirilmiş harflerden oluşan, New York's Port Authority Bus Terminal isminden gelmektedir. Bu font hiç bir geometrik zorluk olmaksızın gayet düz hatlara sahip bir fonttur. Tobias Frere-Jones bu otobüs terminalinin ismine bakıp şunları demiştir. "Ön kapıda bulunan harfler çok düz geometrik bir yapıya sahip. Bu tür harfler bir tipografin tasarlayacağı türden harfler değil. Bu tür harfler bir mühendisin tasarlayabileceği türden. Yazı tasarımının dışında doğmuş gibi bir duruşu var ve bıraktığı hisse bu doğrultuda." -Tobias Frere-Jones, Helvetica Belgeseli, belgeselden çıkarılan kısımlar.

Frere-Jones'un bu sözleri aslında yeni bir font tipinin doğmasına yol vermiştir. Tipik Amerikan font yüzü olarak piyasaya çıkacak ve kendi soy ağaçlarına sahip olacak bu fontlar, çalışan veya üreten kesimin fontları olarak tanınacaklardır. 2008 seçimlerinde Gotham fontunun Obama ile bağlantısı ise, Obama'nın ülkesine hizmet verdiği yıllar içerisindeki üretkenliği yani bir işçi olarak ülkesine yaptığı katkılardır. Bunların yanında ise font ve başkaları karakteristik yapı ölçüsünde de aynı gözle izlenmektedir. Sağlam duruş, yenilikçi, kararlılık ve her zaman ön planda yer almak.



Örnek 10: 2008 yılında ABD'de yapılan seçimlerde kullanılan poster ve Gotham fontu.



Örnek11: GQ magazin dergisinin ismini kaplayan Gotham.

### 1.2.7. Günümüzde Font Yapımı

15.yy dan bu zamana kadar font yapımı ve gelişimi hiç duraksamadı. Serbest el çiziminden demir işçiliğine ve daha sonra ortaya çıkan blokların sayfa içeriğine göre dizilimine kadar uzun ve zahmetli bir geçmiş. Basılacak kitap ve ya gazete bir yana, kullanılacak her kelimenin içindeki metal harflerin kelime oluşturmak için çoğaltılması ve bu blokların bir odayı dolduracak kadar yer kaplamaları. İşlem bittikten sonra blokların temizliği ve çevresel şartlardan oksitlenmemeleri için bakımları ve tüm bunlara ayrılan bütçe oldukça ağır ve masraflı. Zanaatkarlık olarak kabul edilen bu iş, günümüzde ise en basit düzeye indirgenmiş durumdadır.

Bilgisayar çağı ile birlikte yalnızca bir kişi tarafından minimum düzeyde fiziksel çaba sarf edilerek mükemmel işçilikler çıkarılabilmektedir; lakin eski teknikler hala önemini korumaktadır. Geçmişte olduğu gibi günümüzde de her şey kalem ve kağıt ile çizdiğiniz taslakları geliştirmekle başlıyor. Fontunuzun temel hatlarını oluşturduktan sonra ise bir tarayıcı yardımı ile çiziminizi son halini alacağı programınızla açıp gereken ayarlamaları yapıyorsunuz. Bu kısımda bilinmesi gereken ve font yapımında temeli oluşturan bazı teknik bilgiler vardır. Bu bilgilerden bazıları esnek olup bazıları ise sabittir.

**Punto:** Yazı büyüklüğünü ölçmek için kullanılan ölçü birimi.

**Miniskül:** Küçük harfler.

**Majüskül:** Büyük harfler.

**Dikey Yükseklik:** Bir harfin taban çizgisinden orta çizgiye olan uzunluğudur.

Bu uzunluk miniskül harflerin oranıyla ölçülür. Türkçe harfler ve benzerlerini içeren ş, i, ü, ö, ç, ğ, j gibi harflerin aldıkları nokta, kuyruk vb.. işaretler dikey yüksekliğin dışında tutulur.

**Espas:** İki harf ya da harfler arasındaki dengeli boşluk oranı.

Em: Espas işlevini tanımlamak için kullanılan boş kutu. Harf puntosuna doğru orantılı olarak büyüüp küçülebilir.

En: Emin yarısına eşittir ve aynı şekilde harf puntosuna göre değişiklik gösterir.

Taban çizgisi ızgarası: Yazının üzerinde oturduğu varsayılan hayali bir çizgidir. Tıpkı çizgili defterde olduğu gibi harflerin sayfalarda ki devamlılığını sağlamak amacıyla harfler bu çizgiye oturtulur.

### **1.2.8. Yeni Yüzeyler**

Eş zamanlı çoklu iletişimin evlerimize ve iş yerlerimize taşınması ile sosyal medya, e-kitaplar ve milyonlarca web sitesi de gözlerimizin önüne serilmiş oldu. Artık gazeteleri iş yerinden çıkmadan internetten inceleyip makaleler okuyoruz. Tanıdıklarımıza dijital mektuplar gönderiyoruz. Bunların hepsini belli bir genişlikteki ve milimetrik noktacıklardan oluşan ekranımızdan görerek yapıyoruz. Ekranda okuduğumuz fontlarda bu noktacıkların sıklık ya da seyrekliğine göre rahat okuma kolaylığı sağlıyor. Bilgisayar ekranı çözünürlüğü kağıt yüzeyi gibi mutlak ölçülerde olmadığından, kullanılacak fontlarında bu esnekliğe ayak uydurması ve koşullar ne olursa olsun en okunaklı haliyle görünmesi gerekir. Bu amaçla tasarlanan fontlara (TrueType) fontlar denir. Bu tür fontlar, ekran çözünürlüğü hangi seviyede olursa olsun en net haliyle görülecek şekilde tasarlanırlar. Bu tasarım içerisinde özellikle hatların kalınlığı, tırnaklı fontlarda tırnakların birbirilerine değmemesi ve fontlar arasındaki paralel çizgilerin okunaklılığı engellemeyecek şekilde boşluk verilmesi kuralları önde tutulur.



En yaygın şekilde kullanılan TrueType fontlar şunlardır:

<b>Tırnaksız</b>	<b>Tırnaklı</b>
Verdana	Times New Roman
Arial	Georgia
Trebuchet	Courier New
Tahoma	
Myriad	

### **1.3. Tipografi Anlatımı**

Tipografi font karakterlerinin iki boyutlu veya üç boyutlu bir ortamda yerleştirilme sanatıdır. Aslında bu kısa ve öz açıklamada rolün büyük kısmını 'yerleştirme' kelimesi üstleniyor. Sonuçta etrafımız yazı karakterleriyle çevrilmiş durumda. Her gün istesek de istemesek de yazı ile etkileşim halindeyiz. Her yanımızda kitaplar, dergiler, web siteleri, billboard reklamları var. Bunlara baktığımız zaman, her birinin farklı bir yazı karakteriyle ve bu yazı karakterlerinin farklı yerleşim şekilleriyle tasarlandığını görüyoruz. Yazı karakterini aynı tutsanız bile yerleşim şeklini değiştirmek iki farklı tasarım yaratacağından bu ikisini birbirinden ayırabiliriz. Unutmamak gerekir ki tipografi aslında görünmez bir sanattır çünkü "tipografiyi yapan kişi eğer işini yeteri kadar iyi yapmış ise okuyucu bunu fark etmez çünkü okurken her hangi bir rahatsızlık hissetmez. Eğer ki tipografi kötü tasarlanmış ise, konu ne kadar ilgi çekici ve heyecanlı olursa olsun, gözlerde oluşan rahatsızlık okuma zevkini bitirir."(Jim Williams, 2012, Type Matters)

Tipografi denildiğinde yapılan tasarımın içerisinde okunabilirlik ve okunaklılık da yer almakta. Sonuçta insanlar okuma eylemi ile yapılan tasarımla etkileşime geçer. Okunmakta olan metnin zihinde doğru şekilde algılanması için, iletinin açık ve anlaşılır olması gerekmektedir. Okunabilirlik de seçilen yazı

karakterinin hatları ve espas ayarlarının iyi ölçülmüş olması okunabilirliği etkiler. Tipografinin estetik açıdan göze hitap etmesi yeterli değildir. Estetiğin yanında seçilen yazı karakterinin okunaklı olması okuma sürekliliği sağlar ve okuyucunun gözünü yormaz ya da akılda bir karmaşaya sebebiyet vermez. Okunaklılık etkileşime geçilen tasarımın düzenine yani tasarım kalitesine bağlıdır. Metinlerin sayfa üzerindeki dengeli dağılımı, harf büyüklüğü, kullanılan görseller ya da tasarımın basıldığı kağıdın kalitesi, kokusu, verdiği his okunaklılığa tat katar.

### **1.3.1. Font ve Tipografi Bağı**

Dil ve yazı günümüzde en yoğun şekilde kullandığımız iletişim araçları olsalar bile, fontlar beraberinde çok farklı imkanlar getirmiştir. İlerleyen zaman içerisinde fontlar küçük demir bloklardan, kitaplara ve daha sonra bilgisayarlar, cep telefonu ve başka elektronik cihazlar içerisine doğru gerçekleştirdiği serüvende çok farklı alanlara hizmet vermiştir. Bir fontun yolculuğu başlangıçta sadece kağıt ve kalem arasında yapılan eylem gibi görünse de, tarihsel süreç içerisinde çağlar boyunca birbirinden farklı insanlar tarafından çeşitli amaçlar için tasarlanmış, işlenmiş hatta matbaacılık ile birlikte zamanında elle tutulur bir hale gelmiştir.

Tipografiyi anlamak için ilk başta fontları anlamak gerekir, çünkü temelde tipografi: "basım harfleri ve bunlara ait baskıları düzenleyen sanat, el sanatı ya da yöntem" anlamına gelmektedir. Esnekliği, kültürel değişime uyum sağlaması, koşullara ayak uydurması özellikleri ile kullanım yelpazesi neredeyse sınırsızdır. Tipografiyi ele alırken önemli konulardan biri hiyerarşidir. Bir tasarım içerisinde birden farklı font kullanılırsa karmaşık ve okunması zor olabilecek bir tasarım ortaya çıkabilir. Böyle bir durumda hiyerarşi, görselliği ve verilecek mesajın önemini belirtmek için kullanılan mantıklı bir yöntemdir.

#### 1.4. Tipografinin Amacına Göre Kullanımı

Temelde iki guruba ayrılan fontlar tırnaklı (serif) ve tırnaksız (sans serif) olarak tasarlanır. Gözle görülür bu küçük fark aslında bu iki gurubun çok farklı amaçlar için kullanılmasını sağlar. Tırnaklı fontlar okuma kolaylığı açısından çok yaygın kullanılmaktadır. Bu nedenle tırnaklı fontlar ile karşılaştığımız sayfalar genellikle kitaplar, gazeteler, ansiklopediler ve dergilerdir. Hedeflenmek istenen okuyucunun gözünü yormadan okuma devamlılığını sağlamak ve okunaklılığı en net şekliyle sürdürmektir. Bu doğrultuda kullanılacak fonttaki karakterler yan yana dururken hem bir hiyerarşi içinde olmalı, hem de birbirlerinden ayırt edilebilecek hatlara sahip olmalıdır.

Bir örnek vermek gerekirse İngiliz gazetesi The Times 1931 yılında Times New Roman fontunu gazetesi için standart font olarak belirleyip, 1971 yılına kadar bu fontu kullanmıştır. Oldukça geniş bir okur kitlesine sahip bu gazete, dış politika başta olmak üzere kamuoyu oluşturmada önemli bir politik rolü vardır. Aynı zamanda dünyanın en eski ve sürekli gazetelerinden biri olarak seçtiği iletişim aracını kırk yıl boyunca değiştirmeden ve yayımladığı tüm kitap ve dergilerinde okurun memnuniyeti ve göz alışkanlığını bozmadan devam ettirmiştir.

Başka bir örnek ise Bodoni fontudur. Baskerville fontundan esinlenen Giambattista Bodoni daha kalın çizgi hatları kullanmıştır ve tırnakları daha kıvrak ve belirgin hale getirmiştir. Sonuç olarak Bodoni fontu 18. ve 19. yüzyıl ortalarına kadar neredeyse tüm İtalyan kitaplarında yerini almıştır.

Her ne kadar tırnaklı fontlar okur severler tarafından göze uygun gelse de, tırnaksız fontlar daha modern kabul edilmektedir. Uzun metinlerde kullanılmaya elverişli olmayan bu grup, okuyucu okuduğu metnin uzunluğuna göre konsantre oldukça fontta kullanılan yazıların birbirine geçtiği hissi uyanmaktadır. Bu nedenle

gözü hızlı yorar ve istenilen takip sağlanamaz. Uzun metinlerde kullanılmaya elverişli olmadığından dolayı tırnaksız fontlar da zaman içerisinde kendi yollarını bulmuşlardır.

Tırnaksız fontlar ile karşılaştığımız objeler genel olarak billboard, otobüs, tren, metro, trafik ve uçak levhaları, dijital ve analog göstergeler gibi değişik alanlarda yaygınlığını korumaktadır. Toplum içerisinde ve kalabalık bölgelerde kullanılacağından dolayı çarpıcı olması gerekir. Bu doğrultuda yüksek punto aralığında, kısa ve etrafında olan biten ile ayrı duracak şekilde iki ya da daha çok renk kullanılarak dikkat çekici bir kontrast oluşturulur. Alışıla gelmiş font hatlarının belli kurallar çerçevesince deforme edilerek tipografik düzenlemelerin yapıldığı bu alanlar, sizi gitmek istediğiniz yere yönlendirebileceği gibi aynı zamanda da hiç beklenmedik bir anda gözünüze takılabilecek bir reklam başlığı olabilir.

Örnek olarak bir havaalanına gittiğinizde gözünüze bir çok tabela çarpacaktır. Tabelalarda kafa karıştıran uzun metinler yerine, o anki işinizi göreceğ ve beş altı kelimedenden oluşan mesajlar göreceksiniz. Buradaki amaç sizi gitmek istediğiniz uçak kapısı ya da bilet gişesine zaman kaybetmeden ulaştırmak olduğundan kısa ve öz mesajlar ile yapmak istediğiniz eylemi hızlı bir şekilde gerçekleştirirsiniz.



Örnek 12: Arial MT Black fontunun CocaCola billboard üzerinde kullanımı.



Örnek 13: Helvetica fontunun metro girişindeki kullanımı.



**Örnek 14:** Fedra Sans fontunun havaalanındaki kapıları ve çıkışı gösteren kullanımı.

### 1.5. Dijital Çağda Tipografi

Tipografinin temelleri günümüzde ki tasarım gidişatının sürekli değişim geçirmesi sebebi ile farklılaşmıştır. Bu hızlı değişimin temel sebebi ise grafik sanat endüstrisinin dijital teknolojiye güçlü bir şekilde maruz kalmasıdır. Bilgisayarların evlerimize kadar girmesi ile amatör ya da profesyonel fark etmeksizin, tasarımcı ve iletişimcilerin sanat ve ticaret dünyasına çok az derecede tipografi bilgisi ile girmelerine neden olmuştur. Biçim ve içerik dengesi önemini kavrayamadan piyasaya sürülen bir çok tasarım algıda güçlükler yaratarak göz boyamıştır. Metin yazarlığı, tasarımcı, illüstratör, matbaacılık gibi meslekleri tek bir kişide toparlayan bu yeni çağda fotoğraflar, resimler, simgeler ve görsel efektler biçimi ön plana çıkararak içeriği ikinci plana itmiştir.

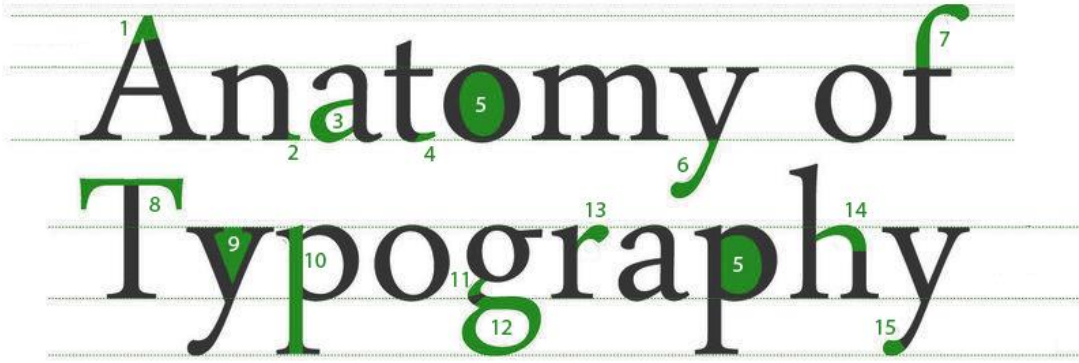
Önceleri erişilmesi güç ve aynı zamanda pahalı olduğu düşünülen programlar artık tek bir hareket ile bilgisayarımızda kullanılmaya hazır. Hiç bir eğitime muhtaç olmadan bu programları kendi çabalarınız ile öğrenip, karalamalar yaptıktan sonra ortaya çıkan işten gurur duyup kendinizi Typographer olarak görebilirsiniz. Durum böyle olunca da dijital çağda durmadan gelişen teknoloji yaratıcılığa zarar verici bir seviyeye ulaşabilir. Kendilerini bu deformasyondan korumak ve yeteneklerini geliştirmek isteyenler ise bu zanaatkarlığı hayal güçlerini kullanarak sadece kağıt üzerinde değil, farklı objeler üzerindeki denemeleriyle de yenilikçi tasarımlar oluşturmaktadırlar.

## 2. BÖLÜM

### FONTUN YARATTIĞI ETKİLER

#### 2.1. Anatomik Yapı

Fontlar tıpkı insan bedeninin de olduğu gibi farklı uzuvlar ve farklı isimlere sahiptirler. Bu uzuvlar fontun geldiği font ailesinden yine kendisine geçmiş ya da tasarım amacına göre geçmemiş olabilir. Fontun karakteristik yapısını belirleyen bu özellikler daha sonra fontun nerede, nasıl ve hangi amaçla kullanılacağını bizlere anlatmaya çalışır. Deneyimli bir göz ile fontun bir parfüm şişesinde mi iyi duracağına yoksa bir kitap kapağına mı yakışacağına daha kesin bir şekilde karar verilebilir.



- |                |               |              |
|----------------|---------------|--------------|
| 1. Tepe        | 6. Alt uzantı | 11. Bağlantı |
| 2. Tırnak      | 7. Üst uzantı | 12. İlmek    |
| 3. Göbek       | 8. Tepe       | 13. Kulak    |
| 4. Bitiş       | 9. Açık alan  | 14. Omuz     |
| 5. Kapalı alan | 10. Gövde     | 15. Kuyruk   |

**Örnek 15:** Harflerde başlıca öne çıkan anatomik özellikler.



Yazı karakterleri arasındaki ince farkları anlamanızı sağlamak, tasarımın farklı şekillerine ve esprilerine anlam kazandırmaya başlamamanızı sağlar. Bir yazı karakterini büyüterek ve çizerek, yazı karakterlerinin nasıl yapılandırıldığı ve onun sıra dışı ve farklı yapan şeyin ne olduğuyula ilgili gerçek bir anlayış kazanabilirsiniz.

## **2.2. Fontta Cinsiyet**

Bizler henüz farkında bile olamadan yaşadığımız toplum içerisinde cinsiyete yüklenen sosyal roller vardır. Günümüzde henüz dünyaya gelmemişken bile cinsiyet belirlenir ve buna göre hazırlıklar yapılır. En basit örnekle, erkek çocuğa mavi, kız çocuğuna ise pembe mendil alınır. Bu belirgin ayırım fizyolojik ve biyolojik farklılıklardan dolayı basit fakat keskin renk ayırımı ile birlikte kullanılacak eşyalardan tüketilecek ürünlere kadar uzayıp gider. Sosyal toplumun zamanla evrimleşmesi ve ihtiyaç duyulan tüketim ürünlerinin farklılaşıp artması ile erkek ve kadınların ihtiyaç farklılıkları zamanla artmıştır. Yaşadığınız sınırlar içerisinde size sunulan ürün ve markaların her gün çığ gibi büyümesi takip gücünü yaratacağından bu eylemi gerçekleştiremezsiniz. Bir mağazaya girip dikkatinizi çeken bir ürüne yöneldiğinizde okuyacağınız ilk yazı marka ismi olacaktır. Bir marka tüketici tarafından hiç kullanılmamış olsa bile, okunuşu ve kullanılan fontun görünüşü ile tüketicinin aklında fikirler oluşturabilir. Kesin olmayan bu fikirleri daha net bir doğruya yöneltme amaçlı, marka ürünün temsil ettiği cinsiyeti kullandığı fonta işler.

### 2.2.1. Kadınsı Fontlar

Yapısı bakımından bir figürü anımsatan ve genellikle kadınlara özel tüketim ürünlerinde marka ismi olarak karşılaştığımız bu fontlar çok farklı yapılarda bulunabilir. Sonuçta kadınlara özel olduğundan ürüne veya ürün tanıtımına o kadınsı havayı yaratacak olan fontu tasarlamak ayrı bir çaba isteyebilir. Örnek olarak piyasaya çıkacak yeni bir ürünü ele alalım. Hedefi kadınların tüketim ihtiyacına yönelik olacağından, bir mağazaya girdiğimizde bu ürün o kadınsı yapıyı görsel anlamda bize yansıtmalıdır. Ürün ambalajı tamamen siyah beyaz renkte olsa bile, sadece font yapısına bakıp bu ürünün kadınlara özel olduğunu anlamalıyız. Bu tür fontlar genellikle ince, kalın, kıvrak, dalgalı, tırnaklı, tırnaksız, el yazısı gibi farklı ama aynı amaca hizmet eden yapıların bir arada kullanılması ile ortaya çıkar. Bir kadın şampuanı markası kadınların saçını dalgalı ve sağlıklı görünmesini hedefliyorsa, seçeceği font ince ve dalgalı hatlara sahip olabilir. Bu tür bir seçim ürünün amacını daha net ortaya çıkarabilir.

Bilindik bir markayı ele alalım. Dove markası feminen bir yapıya sahiptir. Ürünleri kadın bakımına ağırlık verir. Pürüzsüz, ferah, sağlıklı ve her şeyden önemlisi kadınların sahip olmak istediği o doğal dış görünüşü vaat eder. Markada kullanılan fonta baktığımızda ise hafif, ince kıvrımlı ve sert köşeleri olmayan ayrıca hafif sağa yatık bir yapı ile karşılaşıyoruz.

# Dove

**Örnek 16:** Dove Logo (Kadın temizlik ve bakım ürünleri)

- 'D' harfinin kuyruğu tıpkı bir kadının saç telini andıracak gibi uzun ve dalgalı.
- 'O' harfinin yuvarlaktan daha ziyade elips yapısı, fontu fazla kilodan kurtarmış.
- 'V' harfindeki gövde dimdik duran bir kadının sırt kısmının yandan görünüşünü anımsatıyor. Ayrıca gövdeden uzanan kol kısmı, dokunduğunuzda sanki esneyecekmiş gibi hassas ve kırılabilir.
- Son olarak 'E' harfinde de yine 'D' harfinde olduğu gibi fakat bu sefer bukle olmuş bir saç teli şeklini görebilirsiniz.



**Örnek 17:** Dove kadın ve erkek temizlik ürünlerinin logolarındaki farklar

Bir marka kimliğinin font aracı ile kendini toplumdaki belli bir kesime anlatmaya çalışması ve bunun için font hatlarına marka kimliğini işlemesi, modern ve etkili bir yöntem olarak kabul edilebilir. Bu yöntem bütünleştirici bir taktik olduğu kadar, ürünün doğru ellere tereddüt edilmeden ulaşmasını da sağlayacaktır. Aşağıda birbirinden farklı markaların ürünlerinde kullandıkları font stillerini göreceksiniz. Bu fontlardan bazıları, marka için özel olarak tasarlanmış ya da sadece marka ismini yazma amaçlı ve herhangi bir soyağacına bağlı olmayan serbest çizilmiş harflerden oluşmuş olabilir.



**Örnek 18:** La Fresca Logo (Sıvı duş sabunu)



**Örnek 19:** She Logo (Deodorant)



**Örnek 20:** Suwen Logo (İç giyim)



**Örnek 21:** Barbie Logo (Belli yaş aralığındaki kız çocuklar için plastik oyuncak)



**Örnek 22:** Orkid Logo (Kadınların özel dönemleri için koruyucu pet)

**Diğer örnek fontlar**

*Lydia Puente*

**Örnek 23:** Lydia Puente Fontu

**Darlana**

**Örnek 24:** Darlana Fontu

*Crayonette*

**Örnek 25:** Crayonette Fontu

*Adine Kirnberg*

**Örnek 26:** Adine Kinberg Fontu

*Champignon*

**Örnek 27** Champignon Fontu

### 2.2.2. Erkeksi Fontlar

Dişi fontlarda olduğu gibi erkek fontlarda da kendini gösteren özellikler mevcuttur. Kaslı, ince kıyım, centilmen, kaba ya da çekici görünüşlerde olabilirler. Aklınızda erkeksi bir figürü canlandırabilir ve kullanım amacınıza uygun olup olmadığı hissini uyandırabilirler. (Örnek 8)'de kullanılan marka fontu kadınlara yönelik tüketim ürünlerinde kullanılan bir font çeşidi olduğu belirtilmiştir. Aynı markanın erkelere yönelik tüketim ürünlerinde nasıl bir font değişimine uğradığını göreceğiz. Tüm kıvrımlı ve dalgalı hatların minimum tabana çekildiğini ve fontun daha düz bir yapıya büründüğünü harflerle inceleyeceğiz.

The image shows the word "Dove" in a large, elegant, black serif font. The letter 'D' is particularly prominent, with a thick, curved top and a straight vertical stem. The 'O' is a simple, rounded shape. The 'V' has a sharp, pointed top and a straight vertical stem. The 'e' is a simple, rounded shape with a small tail. The overall style is classic and sophisticated.

Örnek 28: Dove Logo (Erkek temizlik ve bakım ürünleri)

- 'D' harfinin kuyruğu kısaltılmış ve kıvrımlı bir gövde yerine daha düz bir gövde gelmiş.
- 'O' harfinde göze çarpan bir değişiklik yapılmamış.
- 'V' harfindeki gövde ve kol köşeli bir ağ ile bağlanmış. Ayrıca kol kısmındaki o kırılğan esnek yapı yerini düz ve sert çıkışlı bir duruşa bırakmış.
- 'E' harfinde yine göze çarpan bir değişim görünmüyor.



**Örnek 29:** Dove kadın ve erkek temizlik ürünlerinin logolarındaki farklar.

Bütün bu değişim iletişim ile paralel bir şekilde ilerlemektedir. Font yaratılırken üzerine işlenen bu görsel kimlik, yine bu kimlik doğrultusunda ve bir amaç içinde kullanılır. Buradaki hedef cilt ve saç bakımı olduğundan dolayı, bu iki farklı font üzerine yine iki farklı cinsiyeti gösterecek metaforlar çizilmiştir. Bu doğrultuda Kadınlara yönelik tüketim ürünlerinde kullanılan (**Örnek 8**) tasarım özellikleri ve amacı doğrultusunda erkekleri hedef alan bir ürün üzerinde yer alması için tasarlanmamıştır. İki farklı cinsiyet için iki farklı font kaleme alınarak araya net bir çizgi çekilmiş ve aklıda karmaşaya yer verilmemiştir.

## **Blax Slab**

**Örnek 30:** Blax Slab Fontu

## **Tertre**

**Örnek 31:** Tertre Fontu



# KNOW

Örnek 32: Know Fontu

# ALFA Slab

Örnek 33: Alfa Slab Fontu

# Hancock

Örnek 34: Hancock Fontu

### 2.3. Fontta Kişilik Değişimi ve Benzerlik

Bir fontu tekrar ele alırken, düzenlemeleri yapacak kişi ondan önce gelen tipografların tasarladığı fontları da göz önünde bulundurmalıdır. Belli bir yüzyıl içerisinde tasarlanmış fontlar farklı tipografların elinden çıkmış olsa bile, bu tasarımlar birbirini takip eden ve gelişip değişen bir döngü içerisinde. Bu döngüye her yıl yeni isimlerin katılması, daireyi genişletmiş olup bunun sonucunda da yeni isimler altında yeni fontlar doğmuştur. Geçmişte günümüzün modern fontlarının temelini atan Giambattista Bodoni ve Firmin Didot gibi güvenilir tipograflar aynı zamanda da onlardan sonra gelecek tipograf ve tasarımcıların önlerine yeni yollar sermişlerdir. 1700'lü yıllardan 2000'li yıllara gelene kadar, küçük el davetiyelerinden geniş sayfalı gazetelerin manşet ve metinlerinde oluşan çizgisel değişim süreci, dikkatli gözlere sahip tasarımcıların aynı zamanda da okur

ve yazarların ilgisini çekmiştir. Özellikle 1920'li yıllarda derginin farklı insan kitlelerinin yaşamlarına girmeye başlamasıyla beraber, tipografi sanatı da farklı kişiliklere bürünmeye başlamıştır.

Bodoni fontu geçmişte oldukça ilgi ve beğeni topladığı gibi ismini günümüze kadar taşımıştır. Güvenilirliğini korumuş fakat yaygınlığını kaybetmiştir. Bunun sebebi ise Bodoni üzerinden temellendirilen modern font düzenlemelerinin, çağımıza ayak uyduramayışdır. Şansı daha yaver giden Didot fontu ise 1896 yılında Alman matbaacılar tarafından tekrar ele alınıp yeni bir modern çağ fontu, Neue Haas Grotesk (Grotesque) ortaya çıkmıştır. Bu font daha sonraki yıllarda Helvetica ismi altında piyasaya sürülecektir. Bu fontun amacı, dikkat çekici olması ön planda tutularak, çeşitli yönlendirme işaretleri üzerine ayrıca mekanik makinelerde kullanılması için tasarlanmıştır. Amaç dikkat çekmek ya da fontu uyarı amaçlı belli yüzeylerde kullanmak olunca, günümüzün basılı ve dijital bilgi ağında, çeşitli yön levhalarında, gazete manşetleri veya web sitesi başlıklarında da bu font sıklıkla görülmeye başlanmıştır.

Helvetica fontunun rakibi olarak görülen Arial fontu belli bir soy ağacına bağlı olmaksızın serbest olarak bilgisayar ağırlıklı kullanılmak üzere tasarlanmıştır. Şüpheli bir geçmişi olan ve Helvetica ile benzerliklerinden dolayı kopyacı olarak tabir edilen Arial, rakibine kıyasla daha hızlı bir yayılımcı tavır izlemiştir. Bunun sebebi ise dünyaca tanınmış bir bilgisayar işletim şirketi tarafından piyasaya sürülmüş olmasıdır. Şirketin pazarladığı dijital ürünlerin içinde gelen but font, bilgisayarınızda bir metin dosyası açtığınızda, standart font olarak kendini göstermektedir. Bazı bilgisayar kullanıcıları için bu can sıkıcı bir durum olsa da,

Arial kendini kabul ettirmiş ve düz metinlerde dahil dünya çapında reklamcılık alanında ağırlıklı olarak kullanılmaktadır.



Örnek 35: Helvetica ve Arial benzerlikleri

### 2.3.1. Fontta Kişilik Seçimi

Grafoloji yani el yazısı bilimi kişinin karakterini, davranışlarını, eğilimlerini tahmin etmekte ve kişilik analizinde en etkili ve güvenilir yöntemlerden biri olarak bilinmektedir. Bizde kullanmak istediğimiz fontu nerede kullanacağımıza karar verirken benzer bir yöntem uyguluyoruz. İnsanlar konuşurken harfleri çıplak kullanır yani gözümüzle göremediğimiz harflere herhangi bir analiz uygulayamayız. Yazıda ise harfler, onu yazan kişiyi gövde, vurgu, bağlantı, çıkıntı ve bunlar gibi anatomik özellikler ile yansıtmaktadır. Tıpkı el yazısı gibi fontlarda birbirine benzemez. Her bir font kendini bir diğerinden farklı kılacak özellikler taşımakta olup bu özellikler belirgin ya da küçük farklılıklar gösterebilir. Geçmişten günümüze doğru gelirken değişip bazılarına göre modernleşen font aileleri, insan ihtiyaçlarının artması ile beraber tekrar ele alınıp, arındırılıp ihtiyaç listesine göre

milenyum çağına yakışır hale getirilmişlerdir. Alanı olabildiğince büyütüp kişinin ruh halini, yaptığı işi, fiziksel yapısını, kazancını ya da bir hobisini bile yansıtabilecek çeşitli yapılara bürünen fontlar, kullanılabilecekleri alanlarında artması ile beraber, tasarımcıların ellerine de daha çok kreatif malzeme imkanı vermiştir. Artan malzeme miktarı ile birlikte tasarımcılar işlerine daha kişisel boyutlarda yaklaşarak, görsel anlatımı daha bol olan işleri piyasaya sürmeye başlamışlardır. Özellikle kişisel kitap, ayrıca da internet sayfalarında karşılaşılan kişisel web siteleri ve blog sayfaları gibi alanlarda kendinizi tanımadığımız bir kitleye açmaya çalışırken, kendinize uygun gördüğünüz fontu seçerek yabancılara da farklı ipucular verme imkanına sahip olabilmekteyiz.

Fontlar arasındaki farklar tasarımı yapacak olan kişinin kafasını font çeşitliliği ile karıştırabilir. Bir web sitesi, bir broşür ya da basit bir el ilanına baktığımızda gördüğümüz font ya da fontların her birinin üzerinde görünmez birer imza vardır. Bu imza zaten font yüzünün tamamına işlenmiş durumdadır ve bunu görmek için fontun yakından ve harf harf incelenmesi gerekir. Her bir kişiden tasarımının içinde kullandığı fontun hangi tipograf tarafından tasarlandığını bilmesini beklemek yanlış olabilir. Bu bilgiye erişmek, kullanılan font ve ailesi hakkında daha detaylı bir bilgiye sahip olmanızı sağlayabileceği gibi, önceden kullanıldığı ve halen ilgi gördüğü tasarım alanlarını da öğrenmenizi sağlayabilir.

Çocuksu ve sürekli genç kalan bir kişiliğe sahip ayrıca farklı görünüp öne çıkmak peşindeyseniz: Questrain, AD Polaquita, Londrina, Robot!Head, Hello Seattle, gibi fontlar ilginizi çekebilir.

**QUESTRIAN**

**AD POLAQUITA**

**Londrina**

**Robot!Head**

**Hello Seattle**

**Chocolat Bleu**

**Örnek 36:** Çocuksu ve genç fontlar

Basit ve anlaşılır olmayı önde tutan insanlar kendilerini anlatırken karmaşaya yer vermemek istemezler. Konu kendileri olmasa bile, bu doğrultuda yapılacak tasarımlara yakıştırılabilecek fontlar: Messner Regular, Contax Pro 25, Superla Thin, Basic Title, Roboto

Contax Pro 35

MESSNER

Superla Thin

BASIC TITLE

Roboto

**Örnek 37:** Basit ve ince fontlar

Erkeksi ama çokta ağır olmayan bir duruşa hakim olmak adına: Quagard Sans, Good Times, Acens, Rational Integer, GemFont One, Flotsam Smart gibi fontlar tasarımınız için kullanıma açık olabilir.

**Quagard Sans**  
**GOOD TIMES**  
**Acens**  
**Rational Integer**  
**GemFont One**  
**FLOTSAM SMART**

**Örnek 38:** Erkeksi ve ağır olmayan fontlar.

#### **2.4. Doğru Düzen**

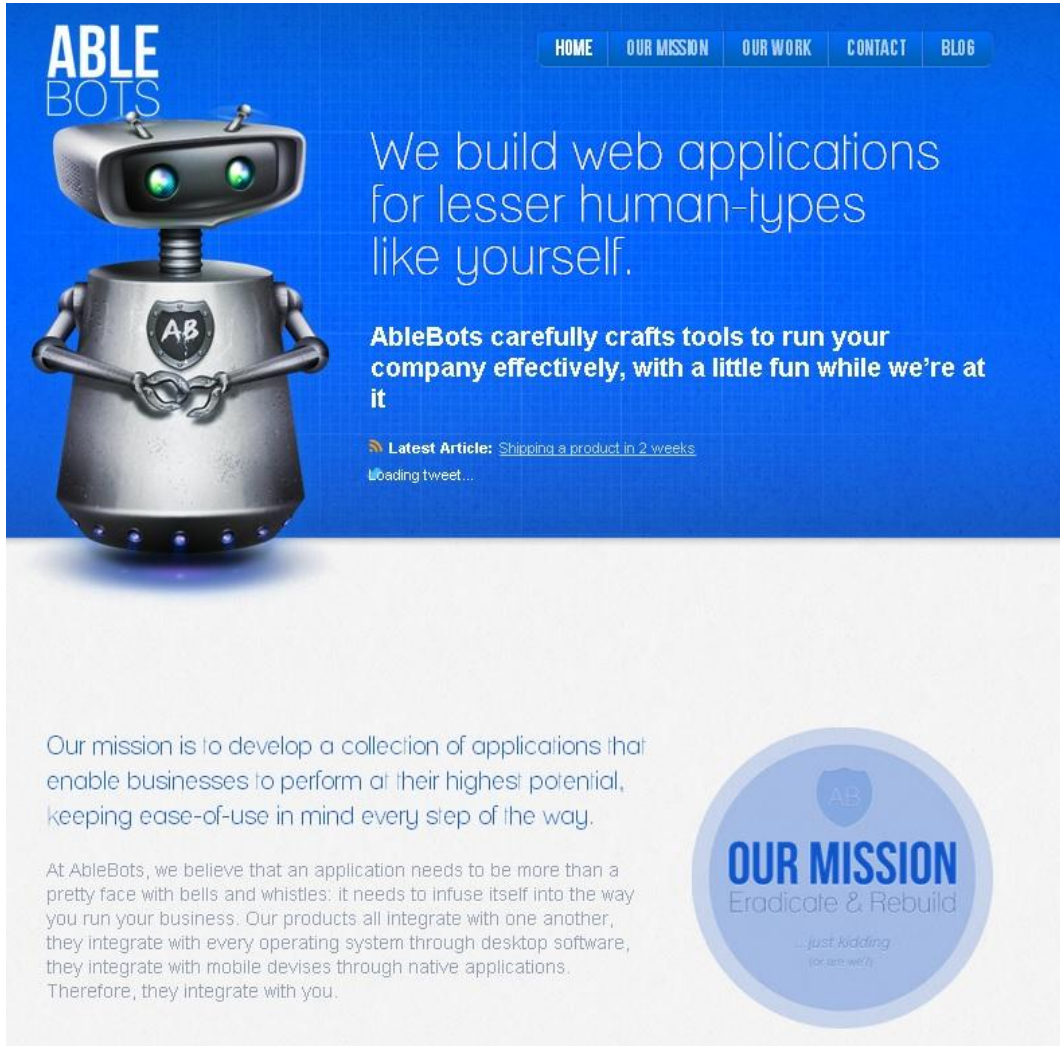
Tasarımın bir sınırı olmayabilir fakat tasarımı bir doğru üzerinde parça parça birleştirirken, belli bir düzen içinde doğru bir şekilde algılanması sağlanmalıdır.

Tıpkı okurken gözlerimizin soldan sağa doğru taraması gibi, bir web sitesine baktığımızda gözümüz yukardan aşağıya doğru tarayacaktır. Bu tarama ve işleme

süresi içerisinde biçimsel iletişim başlar ve bu iletişim adımlar halinde ilerler. İçerisinde kapağı da dahil olmak üzere minimum dört çeşit font kullanılmış bir kitap, okunaklılık ve okunabilirlik çerçevesi içerisinde algılanması güç bir durum yaratmayabilir. Sosyal medya gibi alanlar ise düzensiz kullanılan font çeşitlerinin yanı sıra, incelediğiniz sayfadaki görsel bombardıman önemli ve daha az önemli olan kısımları birbirine karıştırabilir. Böyle bir durumda göz önünde bulunan tasarımın kafa karıştırması normaldir.

Karmaşadan arınmak için önce tasarımınızın formatını belirlemeniz gerekir. Daha sonra ise başlığınızı giyindirecek olan ve tasarımın diğer tüm elementlerinden ayrı fakat aynı zamanda tümüyle uyumlu bir şekilde duracak olan fontunuzu seçmeli ya da tasarlamalısınız. Günümüzün yazılı dijital iletişimde basitlik ve kolay anlayış felsefesi ön planda tutulduğu için, birçok sayfada en az iki en çok dört font çeşidi kullanılmaktadır. Basit tasarımlarda, başlığı ve içeriğin yer alacağı metni ayrı göstermek amaçlı iki ayrı font kullanılabilir fakat bu durum zorunlu değildir. Aynı işlem ikinci bir font seçilmeden sadece punto aralığını değiştirerek de yapılabilir. Daha geniş kapsamlı tasarımlarda basitlik çerçevesi içerisinde farklı elementlerin kolay algılanabilmesini sağlamak doğrultusunda seçilen benzer fontlar, aynı aile içerisinde seçildiği takdirde tasarımın bütünlüğü ile kendini destekleyecektir. Web sayfaları bir kitabın içeriğine, ayrıntılarına ve uzun metinlerine sahip olmamalarından ve açıklama kısımlarını özet olarak sunduklarından dolayı bir çok sayfada tırnaksız (sans serif) fontlarla karşılaşmamız olağan bir durumdur.





**ABLE BOTS**

HOME OUR MISSION OUR WORK CONTACT BLOG

We build web applications for lesser human-types like yourself.

**AbleBots carefully crafts tools to run your company effectively, with a little fun while we're at it**

**Latest Article:** [Shipping a product in 2 weeks](#)

[Loading tweet...](#)

Our mission is to develop a collection of applications that enable businesses to perform at their highest potential, keeping ease-of-use in mind every step of the way.

At AbleBots, we believe that an application needs to be more than a pretty face with bells and whistles: it needs to infuse itself into the way you run your business. Our products all integrate with one another, they integrate with every operating system through desktop software, they integrate with mobile devices through native applications. Therefore, they integrate with you.

**OUR MISSION**  
Eradicate & Rebuild  
... just kidding (or are we?)

**Örnek 39:** Able Bots. Bilgisayar programcılığı ayrıca iş hayatında bilgisayar programlarının kullanımını ele alan web sayfası.

Menü: Bebas Neune

Başlıklar: Arial

Açıklama Kısımları: Lane Narrow

Metinler: Arial



## Our museums



### Millennium Gallery

Sheffield's premier destination for art, craft and design. See the city's unique Metalwork and Ruskin collections. Visit Millennium Gallery



### Weston Park

Discover the real story of Sheffield, from its

## Events

**Get Crafty: Wonderful Wool**  
Wednesday 28 May 2014 - 10:00am

**Big and Bold Botanicals**  
Wednesday 28 May 2014 - 12:00pm

**SOLD OUT: An Evening with Mark Thomas: Comedy and Dissent**

## Support us

You can help Sheffield's museums and galleries thrive.

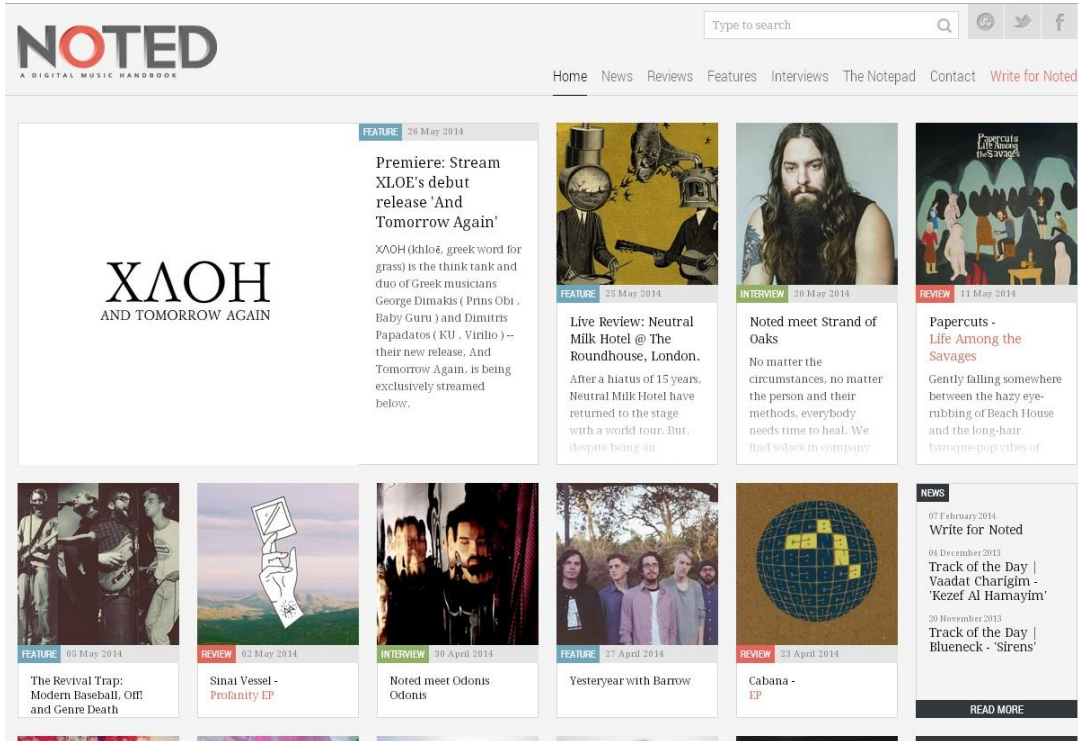
## School visits

Everything you need to make your school visit easy.

## Hire our spaces

**Örnek 40:** Museum Sheffield. İçerisinde çeşitli kültürlerden parçalar bulunduran sanat galerisinin web sayfası.

Menü: Arial Başlıklar: FunctionalPro Metinler: Arial



**Örnek 41:** Noted. Müzik albümleri ve sanatçılar üzerine çeşitli haberler paylaşan web sayfası.

Menü: Roboto Condensed Başlıklar: Droid Metinler: Droid

Ayrıntılı metinler: Roboto Condensed

### 2.4.1. Yanlış Kullanım

Fontlar görsel kimliğin bir parçasıdır. Tasarımın bütünü ile birlikte uyum içerisinde bulunmalıdır. Seçtiğiniz konu doğrultusunda attığınız başlık ve altına yazdığınız metnin hangi iletişim aracı doğrultusunda okurlara ulaşacağı önceden düşünülmesi, seçilen fontların da bu doğrultuda belirlenmesi oldukça önemlidir. Başarılı bir uygulamada kullanılan yanlış font karakterleri görsel imajı zayıflatacağı gibi, birbirinden bağımsız iki farklı çelişki de yaratacaktır. Gündelik yaşam içerisinde ve iş hayatında sıklıkla karşılaştığımız Courier, Arial, Trajan, Impact ve hatta Comic Sans gibi fontlarında, basılı ve dijital bilgi ağı içerisindeki yaygın kullanımı nedeni ile profesyonel ve yaratıcı tasarımlar içerisinde yer alması doğru karşılanmayabilir.

Aşağıda gösterilen örneklerde kullanılan başlıklar, metinler ve kısa mesajların yanlış font kullanımı ile nasıl yn değiştirdiğini göreceğiz. Bu rnekler içerisinde çeşitli markalar, şirketlerin ürünleri için kullandıkları farklı başlıklar veya eylem içeren bir cümlenin yanlış font kullanımı ile bize nasıl yansıdağını göreceğiz.

# REDBULL KANATLANDIRIR

Örnek 42: Redbull Kanatlandırır - Redbull

Gazete ve ya dergi başlıklarında sıklıkla karşılaştığımız etli fontlar dikkat çekmek için etkili bir yöntem olabilir. Bu tür bir başlıkta kullanımı ise kanatlanamayacak kadar ağır bir yapı görünümü yaratmış olduğunu söyleyebiliriz.

*Bir Haftada  
Bir Ton Daha Beyaz  
Dişler*

Örnek 43: Bir Haftada Bir Ton Daha Beyaz Dişler - Colgate

Temizlik ve hijyenden bahseden bu başlıkta kirli ve lekeli görünümlü bir font kullanılarak aksini iddia eden bir düşünce oluşturuyor.

# Basında Güven

## Örnek 44: Basında Güven - Milliyet

Filmlerden görmeye alışık olduğumuz bu font rehin alınan ya da kaçırılan kişinin ardında bırakılan not üzerine yapıştırılmış çeşitli harflerden oluşur. Kimsede güven duygusu oluşturmayacak bir font.

# YAŞAM İÇİN TEKNOLOJİ

## Örnek 45: Yaşam İçin Teknoloji - Bosh

16. ve 17. yüzyıllarda kullanılan bu batılı fontta günümüzün teknolojisini konu alan bir başlıkta kullanılması tam bir çelişki yaratıyor.

# Yüksek Kalite Kusursuz Hizmet

**Örnek 46:** Yüksek Kalite, Kusursuz Hizmet -Akpet

Okumakta olduğunuz bir başlık ya da metinde pixelleri görünen kalitesiz bir font kullanıldığında, okuma zevkiniz gözlerinizde zamanla oluşan rahatsızlıktan dolayı tatsız bir hal alacaktır. Böyle bir durumda kalitesiz bir tasarımla beraber kusurlu bir font kullanılmış olacaktır.

## **Sonuç**

Tarih boyunca fontlar yazılı iletişimin eksilmez bir parçası olmuştur. Gelişen tasarım anlayışı ile birlikte sadece bilgiyi taşımak değil, görsel anlamda da bir kişiliğe kavuşarak bizlere çeşitli duygu ve düşünceler aktarmayı başarmıştır. Fontların tipografi ile birlikte sağladığı uyum, hayatın her bir köşesinde ilgi görmeyi beklerken, bazı alanlarda ise ilgi göstermeyi, bizleri doğru şekilde yönlendirmeyi amaçlamıştır. Geçmişte ve günümüzde fontlar belli kalıplar halinde hazırlanmış olsalar bile iletişim sürecinde bu kalıpların dışında yer almışlardır. Kendi coğrafyalarının dışında başka kültürler ile etkileşime geçerek beğeni kazanmış, bazı durumlarda ise gözden düşmüşlerdir. Font ve tipografinin yüzyıllarca harmanlanması ile geldikleri son nokta sınır tanımaz bir tasarım doğrusudur. Bu doğru üzerinde insanların sürekli değiştirdiği alışkanlıklarının bir sonu olmayacağı gibi, font ve tipografinin tasarım evresi ve adapte olabilme çeşitliliğinin de bir sonu olmayacaktır.

## KAYNAKÇA

Selahattin Ganiz. (2004) Yazı Tasarımcıları, İstanbul: Kastaş Yayınevi

Simon Garfield. (2012) Tam Benim Tıpm, İstanbul: Domingo Yayınevi

Emre Becer. (2007) Modern Sanat ve Yeni Tipografi, İstanbul: Dost Yayınevi

Computer Arts Projects (2011) The Logo Design Bible, İngiltere: MC2 Tasarım Grubu

Bahriye Karaduman. (2007) Bir Derginin Görsel Kimlik Tasarımında Biçim ve İçerik İlişkisi Açısından Tipografinin Önemi, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) MÜ, SBE

Aktaş Duygu. (2009) Tarihsel Süreç İçerisinde Tipografinin Gösterdiği Gelişim ve Grafik Tasarım Eğitimindeki Önemi, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) GÜ, SBE

Ümit Dikmen. (2013) Ekran Fontlarının Kullanılabilirliğe Etkisi, Kırgızistan: MÜ, SBE

Kinross, Robin; (1994) Modern Typography: An Essay in Critical History,, Londra:, Hyphen Press

Uçar, Tefik Fikret. (2004) Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, İstanbul: İnkılap Yayınevi

Gavin Ambrose, Paul Harris (2005) Basics Design: Typography, Ava Academia



## **İnternet**

(2013) [http://old.iupac.org/standing/idcns/italic-roman\\_dec99.pdf](http://old.iupac.org/standing/idcns/italic-roman_dec99.pdf)

(2013) <http://global.britannica.com/EBchecked/topic/297420/italic>

(2013) <http://www.jstor.org/discover>

[/10.2307/3257106?uid=3739192&uid=2&uid=4&sid=21104280155973](http://www.jstor.org/discover/10.2307/3257106?uid=3739192&uid=2&uid=4&sid=21104280155973)

(2013) <http://idsgn.org/posts/know-your-type-din/>

(2013) <http://idsgn.org/posts/know-your-type-gotham/>

(2013) <http://www.typography.com/blog/tag/Obama>

(2013) <http://bonfx.com/typography-quote-of-the-day-typography-as-invisible-art/>

(2013) <http://www.turkcetipografitoplulugu.org/yazilar/ceviri/tipografi-nedir/>

(2013) [http://www.gata.edu.tr/ureme\\_sagligi/toplumsal\\_cinsiyet.htm](http://www.gata.edu.tr/ureme_sagligi/toplumsal_cinsiyet.htm)

(2013) <http://www.grafikyazar.com/yazi-tiplerinin-tarihcesi-animasyon/>

(2013) <http://designworkplan.com/typography-fonts/arial-is-everywhere.htm>

## **Medya**

(2009) Typeface, Belgesel

(2007) Helvetica, Belgesel

(2013) Type Matters, Belgesel