

## YAZI TIPLERİNİN İLETİŞİM AÇISINDAN ÖNEMİ\*

Assist. Prof. Dr. Öznur IŞIR\*

Assist. Prof. Dr. Çiğdem TANYEL BAŞAR\*

Prof. Metin İNCE\*

## Öz

Bir metin yazarken kullanılacak yazı tipi ile ilgili olarak bilinçli ya da bilinçsiz olarak bir tercih yaparız. Bu seçimin ise iletişim açısından ne kadar önemli olduğunun pek çok kişi farkında değildir. Oysa sözlü iletişimde ses tonu ve vurgu söylediğimiz bir “merhaba” kelimesine nasıl içten, resmi, öfkeli ya da alaycı bir ifade katıyorsa, yazılı iletişimde de seçilen yazı tipi de benzer bir işlev görmektedir. Bu açıdan yazı tipi tercihlerinin bilinçli olarak gerçekleştirilmesi mesajın karşı tarafa doğru ve etkili biçimde ulaşması açısından büyük önem arz etmektedir. Bu doğrultuda özellikle genç bireylerde farkındalık yaratmak amacı ile gerçekleştirilen uygulamaya 23 öğrenci katılmıştır. Uygulama sonunda yapılan likert tipi anket ve açık uçlu görüşme formu analiz edilerek bulgular alanyazından alıntılarla desteklenerek sunulmuştur.

**Anahtar sözcükler:** Tipografi, yazı tipi, organik tipografi, grafik tasarım, iletişim tasarımı

## THE IMPORTANCE OF FONTS IN COMMUNICATION

## Abstract

When writing a text, we consciously or unconsciously choose the font to be used. Many people are unaware of how important this choice is in terms of communication. However, just as the tone of voice and emphasis in verbal communication add a sincere, formal, angry, or sarcastic expression to the word "hello", the chosen font also functions similarly in written communication. In this respect, font choices' conscious realization is of great importance in delivering the message to the other party correctly and effectively. In this direction, 23 students participated in the application, which was carried out to raise awareness among young people. At the end of the application, the Likert-type questionnaire and open-ended interview form had analyzed, and the findings had presented with the support of excerpts from the literature.

**Keywords:** Typography, typefaces, organic typography, graphic design, communication design

\* Bu makale 29-31 Ekim 2015 tarihlerinde Antalya/ TÜRKİYE’ de düzenlenen Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Araştırmaları Konferansı’nda “EXPERIMENTAL TYPOGRAPHY IN COMPUTER ERA” ismiyle sunulan sözlü bildirinin genişletilmesi ile hazırlanmıştır.

\* Balıkesir University, Faculty of Fine Arts, Department of Graphic Arts. Orcid No: 0000-0002-7231-0329 oisir@live.com

\* İzmir Demokrasi University, Faculty of Fine Arts, Department of Graphic Design. Orcid No: 0000-0001-5740-336X cigdem.tanyelbasar@idu.edu.tr

\* Anadolu University, Faculty of Education, Department of Fine Arts Education. Orcid No:0000-0002-3282-5512 mince@anadolu.edu.tr

Araştırma Makalesi.

Sayfa Sayısı: 652-664

Makale Geliş Tarihi:13.02.2021

Makale Kabul Tarihi: 26.03.2021

Makale Yayın Tarihi: 05.05.2021

## 1. Giriş

Bir tipografik karakterin harfler sayılar, noktalama işaretleri ve diğer sembollerden oluşan dizisine font” adı verilir. Büyük harfler, küçük harfler, sayılar, noktalama işaretleri, matematiksel semboller, aksanlar ve logogramlar bir fontun temel unsurları olarak sıralanabilir (Becer, 2008: 177). Yazının binyıllar önce kil tabletler üzerinde başlattığı, baskının bulunmasıyla tipografiye devrettiği yolculuğu bugün dijital ortamda tipografinin temel öğeleri olan yazı karakterleri sürdürmektedir (Selamet, 1998: 2). 2000’li yıllarda ilerleyen teknoloji sayesinde imkanlar dahilinde bilgisayar hemen hemen her ofise/eve girmiş ve yeni teknoloji ile FontLab ve Fontographer gibi font tasarım programları geliştirilip tüm bilgisayarlara yüklenebilir hale gelmiştir. Artık tasarımcılar her işe uygun font üretebilme imkanına ulaşmıştır (Yıldız & Keş, 2015: 346). Ancak Tefik Fikret Uçar günümüzde font değiştirmenin sadece birkaç tuşla gerçekleştirilebilecek kadar kolaylaşmasına rağmen her yerde birbirinin aynısı fontların kullanıldığına vurgu yapan şu sözleri kullanır:

“Çoğu kez tasarımcı baştan üretmek yerine tasarlanmış yazı karakterleri arasından doğru ve amaca uygun seçimleri yapar duruma geldi. Artık sözcükleri yazmak yerine tuşlar olduk. Zaman içinde farklı duyguları ve yapıları yansıtan binlerce ayrı yazı karakteri oluştu. Hatta çoğu kez bir metnin iletilmesinde alıcının mesajı nasıl görüntüleyeceğini bile bilemez duruma geldik. Bir SMS mesajının veya e postanın alıcı tarafından nasıl görüleceği onun tercihlerine bağlı artık. Bir mesajda seni seviyorum diyen bir aşğın sesi karşı tarafta comic sans, verdana, ariel bold veya couriel yazı karakterleri ile görüntülenebilir ve hepsi de farklı etkiler yaratabilir. Yaygınlaşan yazı karakterleri sıkça kullanılır hale geldi ve sıradanlaştı. Artık duygusal mesajlar vermek isteyen tasarımcılar aynı el yazısı temelli karakteri, ciddi konuları, yalın mesajlar halinde iletmek isteyenler ise aynı serifsiz yazı karakterlerini kullanmaya başladı” (2008: 144).

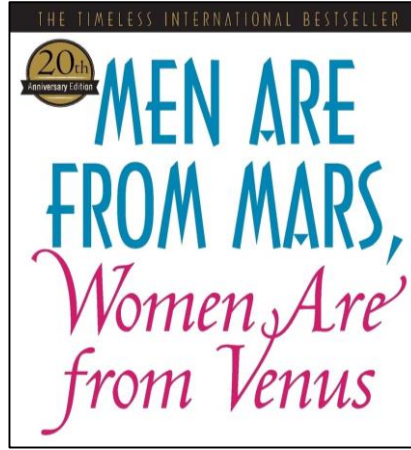
Oysa ki neredeyse insan ırklarının çeşitliliği kadar yazı çeşidi vardır ve yazılar tasarımlar arasında kolayca farklılıklar yapacak şekilde, insanların antropologlar tarafından türlere ayrıldığı gibi sınıflandırılmıştır (Selamet, 1995:53). Eric Spiekerman ve Ginger (2003: 43) “Stop Stealing Sheep & Find Out How Type Works” kitabında yazı fontlarını ayakkabılara benzetir:

“Kimse aynı ayakkabıları dans etmek, bir mil koşmak, dağa tırmanmak ve ofise yürümek için kullanmaz. Ayaklarınız hemen hemen aynı şekilde kalsa da yukarıdaki tüm görevleri ve daha fazlasını gerçekleştirmek için farklı destek, koruma veya geliştirmelere ihtiyaç duyarlar. Yani fontun pratik kullanımları vardır- yürüyebilir, koşabilir, atlayabilir, atlayabilir, tırmanabilir ve dans edebilirler.”

Peki fontlar duyguları da ifade edebilir mi? Yazı karakteri tasarımcısı Oded Ezer bize şu soruları yöneltir; “Tipografi farklı durumlarda nasıl davranır? Harfler mutluyken ne yapar? Utanmışken nasıl gözüdürler? Bir harf dayak yediğinde ya da dövüldüğünde nasıl davranır?” (2005). Bir harfe yakından bakarsanız, fiziksel özelliklerini ifade edilen kişiliği görebilirsiniz: hafif veya ağır, yuvarlak veya kare, ince veya yapılı. Harfler askerler gibi birbirlerinin yanında hazır olda

durabilirler ya da bir çizgi üzerinde incelikle dans edebilirler (Spiekerman ve Ginger, 2003: 45). Öfkeyle bağırabilir, neşe saçabilir, gizemli ya da endişeli görünebilirler.

Başka bir gerçek de yazıların cinsiyetinin olabileceğidir. Çok etli ve çıkıntılı fontların genellikle eril olduğu, kaprisli ve daha ine kıvrımlı fontların da genellikle dişil olduğu düşünülür. Bunun mükemmel bir örneği John Gray'ın “Erkekler Mars’tan, Kadınlar Venüs’ten” (Şekil 1) kitabıdır. Bu kitapta tasarımcı Andrew Newman erkek hatları için Architectura, dişil hatları için de Centaur seçmiştir. Architectura’nın erkeksi durmasının sebebi uzun, sağlam, hafif uzay çağı havalı, ayakları yere sağlam basan ve amansız olmasıdır. Centaur bir boğayı düşündürten ismine rağmen, el yazısını andırır görüntüsü ve ince hatlarıyla son derece çekici ve zariftir (Garfield, 2012: 28). Ve erkeklerin marstan, kadınların venüsten geldiği fikrini karşı tarafa başarılı şekilde iletmek için sadece doğru yazı karakterlerini seçmek yeterli olmaktadır.



**Şekil 1.** John Gray, Erkekler Mars’tan, Kadınlar Venüs’ten kitap kapağı (<https://www.amazon.com/Men-Mars-Women-Venus-Understanding/dp/0060574216>)

Fontların hepsi istinasız notalar gibi farklı bir sese, tona, ritme sahiptirler. Çağrıştırmacı ve anımsatıcı güçleri vardır. Kullanılan fontlar aracılığıyla ciddi, resmi, samimi, inandırıcı, riyakâr, sadık, sağlam, sinirli, sakin, ihtişamlı, huzurlu, feminen vb. anlamlar yükleniriz (İgit, 2019: 85). Fontların farklı görevleri, cinsiyetleri ve duyguları taşıdığını artık biliyoruz. Peki doğru fontu nasıl seçeceğiz? Spiekerman ve Ginger, bir tasarım işi için yazı karakterleri seçmenin, bir yolculuk için bavul toplamakla çok benzer bir deneyim olduğunu söyler:

“Bildiğiniz bazı yazı tipleri var. Belirli koşullar altında nasıl davranacaklarını ve nerede olduklarını biliyorsunuz. Öte yandan, her zaman kullanmak istediğiniz moda türler de var, ancak bu işin denemek için doğru olup olmadığından emin değilsiniz. Bu, seyahatinizde hangi ayakkabıların alınacağını seçmek gibi- rahat olanlar yüksek moda seviyesinde değil, modaya uygun olanlar acıtıyor. Onlara kısa bir resepsiyon için katlanabilirsiniz, ancak alışveriş yapmak için ya da kırsal alanda yürüyüş yapmak için değil” (2003: 61).

Bu söyleme göre doğru fontu seçerken önümüzdeki göreve bakmamız gerekiyor. Bir iş toplantısına mı gidiyoruz yoksa bir düğün davetine mi? Kurumsal bir şirket için bülten tasarımı ile bir parti davetiyesinin tasarımı için font çantamıza aynı fontları alamayız. Peki ya bavulumuza yanlış fontları koyarsak?

Örneğin bir yasak tabelasını tasarlarırken, Impact ya da Arial Black gibi kalın çizgileri olan, dikkat gerektiren bir font uygun olur. Böyle bir mesajı Comic Sans’la dizmek gülünç olacaktır... tıpkı kravatla gidilecek bir yere palyaço kılığında gitmek gibi (Combs & Combs, 2020). Aslında bir *abece tasarımı* kavramıyla ele alındığı ve bir semboller takımı olarak kendi içinde bütünlüğü gözetildiği ve kurulduğu sürece (yani bir uzman, eğitilmiş ya da yetkin bir kişi tarafından tasarlandığı sürece) kötü font yoktur, fontun yanlış kullanımı vardır. Hangi font kullanılırsa kullanılsın önemli olan onun nasıl kullanıldığıdır. Gündelik yaşamda amatörlerce asıl tasarım amacına uygun kullanılmadığı için, Comic Sans’ın başına gelmedik kalmamıştır (Sarıkavak, 2017: 54). Peki Comic Sans neden kullanılmasının yasaklanması için manifestolar yazılıp, web siteleri açılacak kadar çok kullanılan bir font oldu? Yazı karakterinin yaratıcısının bu soruya cevabı “İnsanlar bu fontu seviyor çünkü bir yazı karakterine benzemiyor” şeklinde olmuştur. Simon Garfield’in söylediği gibi bu durum “dijital çağda bile harf hakkında pek bir şey bilmediğimizi ve aslında ondan korktuğumuzu gösteriyor. Karşımızda hayatımızın hep merkezinde yer almış bir şey var ama tıkladığımız menü bize amacımıza uygun yazı karakterini seçme fırsatı verdiği zaman, demek ki biz ilkökul çağımızı en çok hatırlatan seçeneğe yöneliyoruz” (2012: 28). Bu durum tarafımızdan büyük bir sorun olarak görülmüş ve araştırma kapsamında gerçekleştirilen atölye çalışmasının çıkış noktasını oluşturmuştur.

## 2. Yöntem

Çocukların farklı yazı tiplerini ayırt edebilmeleri, yazı tiplerinin üstlerinde nasıl kimlikler taşıdıklarına dikkat etmeleri ve buradan yola çıkarak grup çalışması ve iş birliği içinde kendi yazı tiplerini yaratmaları atölyenin içeriğini oluşturmuştur. Çünkü Uçar’ın (2008: 144) ifade ettiği üzere benzer biçimlerden sıyrılmamanın bir yolu da el ile tipografi yaratmak, kaligrafik arayışlara girmek, hatta organik biçimlerden faydalanarak hareketli, anlık harf formları yaratmaktır.

Çocukların; “İletişim nedir?”, “İnsanlarla ne şekillerde iletişim kurarız?”, “En sık kullandığımız iletişim türü nedir” gibi sorular üzerinde düşüncelerini ve tartışmalarını sağlamak, yazı tiplerinin farklı hisler verdiğini ve farklı durumlar için farklı yazı tipleri kullanılması gerektiğini göstermek, mesajı iletmek için iletişim biçimini doğru seçmenin önemini aktarmak ise atölyenin amaçları olarak belirlenmiştir. Çalışma 20 dakika sunum ve tartışma, 20 dakika düşünme

ve eskiz süresi, 1,5 saat uygulama, 30 dakika sunum ve 10 dakika anket doldurma olmak üzere toplam 2,5 saat süresinde ilköğretim 4. Sınıf öğrencisi olan toplam 23 katılımcı ile İstanbul Kemerburgaz Çocuk Üniversitesi bünyesinde gerçekleştirilmiştir.

**2.1. Uygulama süreci:** Öncelikle öğrencilerin 4 er - 5 er kişilik gruplar şeklinde oturmaları sağlanmıştır. Gruplar oluşturulurken kız-erkek oranının homojen bir yapıda olmasına özen gösterilmiştir. Bir giriş konuşması ile grafik tasarım disiplinin genel hatları çizildikten sonra öğrencilere “Kimler iletişim kurar? Kiminle kurarlar? Neden iletişim kurarlar? Hangi yollarla kurarlar?” soruları yöneltilerek öğrencilerden gelen yanıtlarla iletişimin tanımına ulaşmaları sağlanmıştır. Daha sonra yine soru-cevap şeklinde iletişim türleri konuşulmuştur. Yazılı iletişim konusuna gelindiğinde çocukların bilgisayar, cep telefonu veya kitaplar gibi basılı kaynaklarda farklı yazı türlerini fark edip fark etmedikleri öğrenilmiştir (Şekil 2).



Şekil 2. İletişim şeması

Çocuklara “Sizce neden farklı yazı karakterleri var?” diye bir soru yöneltildiğinde öğrencilerin biri söz alarak “daha iyi anlatabilmek için” cevabını vermesi yapılacak uygulamanın konusuna giriş yapılması adına güzel bir anahtar kelime olarak kullanılmıştır. Bu doğrultuda altı farklı fontla yazılmış “merhaba” kelimesi sırayla projeksiyon perdesine yansıtılmış (Şekil 3), bu fontların kendilerinde ne gibi duygular oluşturduğu ve fontlar arasında ne gibi farklılıklar fark edebildikleri çocuklarla tartışılmıştır.



Şekil 3. Atölye çalışmasında öğrencilere gösterilen fontlar

Aynı kelime farklı şekillerde yazıldığında ne kadar farklı şeyler hissettirdiği, öğretmene ödev hazırlarken veya arkadaşımızın doğum gününü kutlarken aynı yazı tipini kullanmanın, vermek istediğimiz mesajı sağlıklı bir şekilde yansıtmayacağı örneklerle açıklanmıştır. Daha sonra “Peki siz bir yazı tipi hazırlasaydınız nasıl bir yazı tipi tasarladınız?” sorusu ile atölye çalışmasının uygulama kısmına geçiş yapılmıştır. Öğrencilerin bu soru karşısında çok heyecanlandıkları gözlemlenmiştir. Öğrencilere kısaca atölyenin nasıl işleyeceği hakkında bilgi verildikten sonra nasıl bir font tasarlayacaklarını tartışabilmeleri ve eskiz yapabilmeleri için 25 dakika süre verilmiştir. Atölye yürütücüsü de her grupta 5'er dakika vakit geçirerek tasarladıkları yazı tiplerini nasıl uygulayabilecekleri, hangi malzemenin daha uygun olabileceği gibi konularda yardımcı olacak önerilerde bulunmuştur. Gruplar yaptıkları eskizler arasından uygulamak istedikleri yazı tipini ve malzemeyi seçtikten sonra uygulama aşamasına geçmişlerdir (Şekil 4).



**Şekil 4.** Grubun yazı fontu eskizleri ve üretim aşamaları

Grupların uygulamayı iş bölümü ile gerçekleştirmelerine dikkat edilmiş ve her çocuğun grup içinde aktif görev alması sağlanmıştır (Şekil 5). Yaşanılan problemleri ve anlaşmazlıkları aşabilmeleri için grup olarak çalışmalarını desteklenmiştir.



Şekil 5. Öğrencilerin çalışma aşaması

Malzemeler ile çalışırken çocukların zorlandıkları ya da tehlikeli olabilecek teknik konularda gönüllü üniversite öğrencileri çocuklara destek olmuştur. Öğrenciler tasarladıkları çalışmalarını uygulamaya geçirirken bazı problemler yaşamışlardır. Bir grup seçtikleri malzemenin fontlarına uygun olmadığını anlayınca oy birliği ile malzemeyi değiştirmeye karar vermişlerdir. Başka bir grup ise fontlarını kullandıkları malzemeye göre daha uygun hale getirmeyi tercih ederek sorunu aşmıştır (Şekil 6).



Şekil 6. Atölye çalışmasında öğrencilerin ürettikleri yazı tasarımları

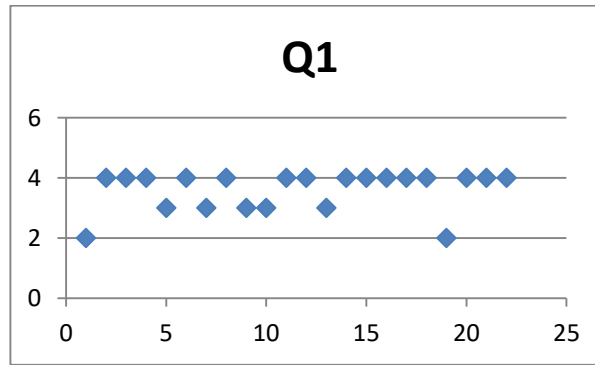
Uygulama sonunda ise her grubun bir sözcü seçmesi istenmiş, çalışmalarını da tüm sınıfa göstererek nasıl bir yazı tipi tasarladıkları, nasıl bir düşünme ve karar verme süreci yaşadıkları, ne gibi problemler yaşadıkları ve bunları nasıl çözdükleri her bir grup tarafından sunulmuştur. Gruplar çalışmalarını anlatırken çalışmalarını iş bölümü ve grup çalışması içerisinde gerçekleştirdiklerini vurgulamışlardır.

### 3. Bulgular ve Yorumlar

Etkinlik sonunda öğrencilere likert tipi olarak hazırlanmış bir eğitim bitiş anketi uygulanmıştır. Likert tipi anket ile elde edilen bulgular açık uçlu soruların yöneltildiği bir görüşme formu ile desteklenmiştir. Likert tipi anket “hiç”, “az”, “biraz” ve “çok fazla” olmak üzere olmak üzere dört kategoride ölçeklenmiştir. Ölçek uygulandıktan sonra cümleler “Çok fazla” kategorisinden başlayarak sırayla 4, 3, 2, 1 olarak puanlanmıştır. Ankette yer alan son iki soru ise “evet”, “hayır”, “kısmen” olmak üzere olmak üzere üç kategoride ölçeklenmiş ve “evet” kategorisinden başlayarak sırayla 1, 2, 3 olarak puanlanmıştır.

Yapılan likert tipi ankette öğrencilere eğitimden sonra konuyu ne kadar öğrendikleri sorulmuş, 23 öğrenciden 15’i konuyu “çok iyi” bildiklerini, 5’i ise konuyu “iyi” bildiklerini belirtmişlerdir (Tablo 1).

**Tablo 1. “Eğitimden Sonra Konuyu Ne Kadar Öğrendin?” Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı**



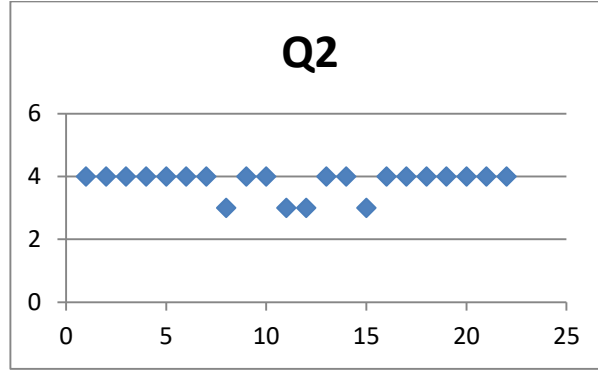
Likert tipi ankette sorulan sorulara daha derinlemesine cevaplar alabilmek için bir de açık uçlu anket uygulanmış ve öğrencilere “Bu etkinlikte neler öğrendin?” sorusu yöneltmiştir. Öğrencilerin çoğunluğunun verdikleri yanıtlar iki kategoride toplanmaktadır. İlk kategori atölye çalışmasının direkt konusu ile ilgili olan cevapları içermektedir; “Yazı tiplerini öğrendim”, “Yazının ne kadar önemli olduğunu öğrendim”, “İletişim ve grafik tasarımcısı öğrendim”, “İletişimi öğrendim”, “Yazıların şeklini ve iletişimi öğrendim”, “Yazıların şeklini”, “Yazı tiplerini öğrendim”, “Bu etkinlikte sözlü iletişim ve grafik tasarımcılığını öğrendim”, “Yazı tiplerini öğrendim”, “Yazı tiplerini”, “İletişim kurma”, “Yazı şekillerini”, “Yazı tiplerini”. Burada verilen cevaplar likert tipi ankette konuyu ne kadar öğrendin sorusuna verilen cevapları doğrular niteliktedir. Öğrencilerin konuyu dinledikleri ve anladıkları yaptıkları uygulamanın yanı sıra verdikleri yanıtlardan da görülebilmektedir. Diğer dört öğrencinin “Takım çalışmasını öğrendim”, “Grup çalışmasını”, “Grup



... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)  
çalışmalarını”, “İş birliğini öğrendim” cevapları ise atölyede öğrencilerin grup çalışması yapabilmek ve iş birliği halinde çalışabilme becerilerinin desteklenmesi amacı ile örtüşür niteliktedir.

Konu senin için ne kadar ilgi çekiciydi sorusuna öğrencilerin 19’u “çok fazla” cevabını vererek konuyu oldukça ilgi çekici bulduklarını göstermişlerdir (Tablo 2).

**Tablo 2. “Konu Senin İçin Ne Kadar İlgi Çekiciydi?” Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı**



Açık uçlu ankette sorulan “Bu etkinlikten en çok aklında kalan ne oldu” sorusuna verilen; “Arkadaşlarımla tasarım yapmayı öğrenmek”, “Yazı tipi”, “Grup çalışması”, “Sanat yapmak”, “Yazı tipleri”, “Yazı tipleri aklımda kaldı”, “Harflerdi”, “Yazı tipleriydi”, “Değişik şekilde kelimelerin değişik anlamları olması”, “Harflerdi”, “Merhaba yazısı”, “Grup çalışması”, “Harfler”, “Merhaba” yanıtlarının atölyenin konusu ile ilgili olduğu görülmektedir. Bir öğrenci ise “Zorlukları yenmemizdi” cevabı ile atölyede yaşadığı süreçten bahsetmiştir. Konunun ilgi çekici bulunması öğrencilerin aklında kalması ile ilintili olduğuna inanılmaktadır. Bu yüzden konuyu çocuklar için ilgi çekici hale getirebilmek amacıyla çocukların bağlantı kurabilecekleri kullandıkları ve günlük yaşantılarında karşılaştıkları grafik tasarım ürünlerinden örnekler vererek konuyu içselleştirmeleri ve ilgi çekici bulmaları sağlanmaya çalışılmıştır. Öğrencilerin yaş grubu göz önünde bulundurularak sıkılmamaları ve konudan soğumamaları için teorik bilgiler oldukça sadeleştirilmiş ve kısa tutulmuştur. Öğrencilerin uygulama yapacakları süre ise mümkün olduğunca uzun tutulmuş ve öğrencilerin bu tasarım ve uygulama süreçlerinden öğrenmeleri arzulanmıştır.

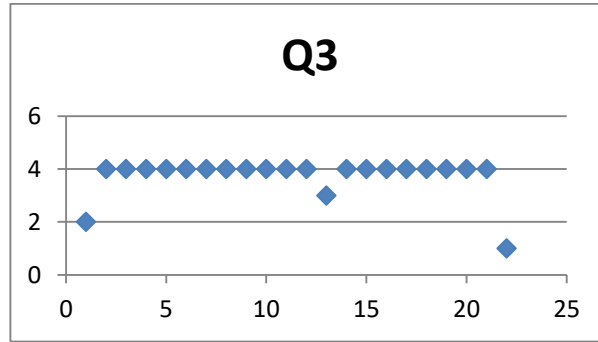
Yapılan uygulama sonucu ortaya çıkan grup çalışması hakkında ne düşündükleri sorulduğunda ise “çok başarılı olduğumu”, “çok mutluyum”, “çok beğendim”, “çok güzeldi”, “memnunum”, “mutluyum”, “çok iyi oldu”, “çok eğlenceliydi”, “arkadaşlarımız bizi beğendi”, “başaramayacağımızı düşünüyordum ama çok iyi yaptık”, “herkes çok güzel yaptı, gurur duyuyorum”, “çok güzel. Başaracağımı hiç bilmiyordum” gibi cevaplar vermişlerdir. Çalışmalarını

... (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi)

çok beğendikleri için bırakmak istememeleri ve okullarında sergilemeyi çok istediklerinden dolayı yanlarında götürmek için izin istemeleri bu görüşlerini doğrular niteliktedir.

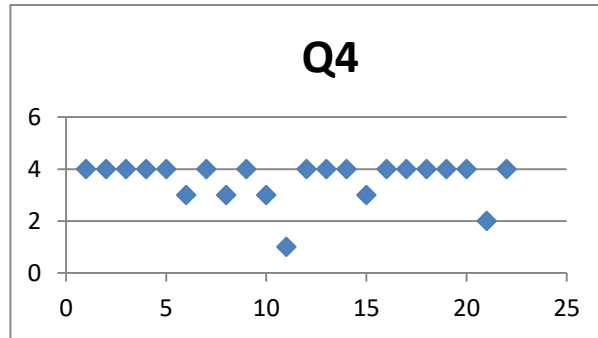
Eğitim ve organizasyon ile ilgili sorulan “Eğitim bilgisi açıklıkla sunuldu mu?”, “Sunulan eğitim materyalleri (görsel, anlatım) yararlı oldu mu?”, “Atölye öğretmeni nasıl öğretti?”, “Eğitimin organizasyonu yeterli miydi?” sorularına verilen yanıtlar öğrencilerin eğitimin yapısını ve organizasyonunu oldukça yeterli bulduğunu göstermektedir (Tablo 3).

**Tablo 3. “Eğitim Bilgisi Açıklıkla Sunuldu Mu?” Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı**



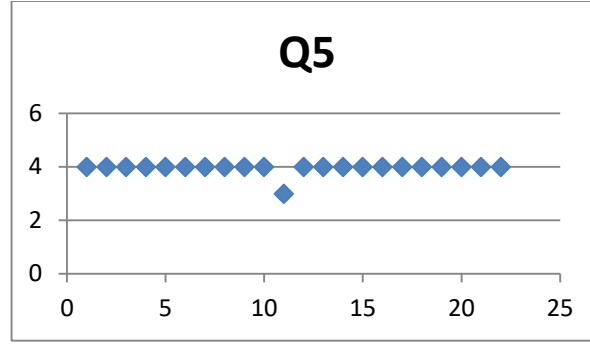
Verilen yanıtlar doğrultusunda öğrenciler eğitim bilgisinin açıklıkla sunulduğunu düşündüklerini belirtmişlerdir.

**Tablo 4. “Sunulan Eğitim Materyalleri (Görsel, Anlatım) Yararlı Oldu Mu?” Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı**



Sunulan eğitim materyalleri çoğunluk olarak yeterli bulunmakla birlikte geliştirilebilir olduğunu düşünen 5 öğrenci olmuştur (Tablo 4). Atölye yürütücüsünün öğretimini ise öğrenciler çok iyi bulduklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 5. “Atölye Öğretmeni Nasıl Öğretti?” Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı



Bu çalışmaya dair değerlendirmeleri sorulduğunda 22 öğrenci “çok iyi”, 2 öğrenci de “iyi” yanıtını vermiştir (Tablo 5). Yapılan açık uçlu ankette de benzer şekilde öğrencilerin tamamı etkinlikte sevmedikleri bir yön bulunmadığını belirtmişlerdir. “Tekrar böyle bir etkinliğe katılmak ister misin?” sorusuna ise öğrencilerin tamamı “evet”, “çok isterim” yanıtlarını vermişlerdir.

### Sonuç

Gerçekleştirilen atölye çalışmasında öğrenci memnuniyetinin çok yüksek olduğu, bir atölye çalışması daha gerçekleştirilirse öğrencilerin tekrar katılmak istedikleri görülmüştür. Öğrenciler iletişim, yazı tipleri ve tasarım hakkında bilgiler edindiklerini belirtirken grup çalışması ve iş birliğine de oldukça vurgu yapmışlardır. Yaptıkları çalışma ile gurur duydukları ve ilk başta yapabileceklerine inanmadıkları ama artık kendilerine güvendikleri hem çocuklar tarafından hem de atölye çalışmasına gözlemci olarak katılan sınıf öğretmenleri tarafından dile getirilmiştir. Yapılan anketlerin sonuçları ve çalışmanın video kayıtları incelendiğinde; farklı yazı tipleri olduğu ve bu yazı tiplerinin bir mesaj iletirken farklı anlamlar taşıyabilecekleri konusunda farkındalık yaratıldığı, öğrencilerin grup çalışması yapabilme, iş bölümü ve problem çözme becerilerine katkı sağlandığı, tasarlama ve onu gerçekleştirme süreçlerinin deneyimlemesi, çalışmalarını sunma ve kendilerini ifade etme yeteneklerini geliştirme açısından uygulamanın amacına ulaştığına inanılmaktadır. Bu amaçlara ulaşmak şu açıdan önemli görülmektedir;

Kaiser Family Foundation’ın 8-18 yaş aralığındaki iki binden fazla Amerikalı ile yaptığı ankete göre; söz konusu yaş grubu, 1999 yılında günde altı saat yirmi dakika iletişim araçlarını kullanmaktadır. Anketin sonuçlarını yorumlayanlar, iletişim araçlarını daha uzun süre kullanmanın neredeyse mümkün olmadığı belirtmiştir. Kaiser Family Foundation 2009’da aynı anketi bir kez daha yapmış ve günlük toplam medya kullanımının şaşırtıcı biçimde %20’den fazla artış göstererek yedi saat kırk dakikaya çıktığı sonucuna ulaşmıştır. Aynı anda birden çok aletin kullanılması hesaba katıldığında; toplam medya kullanımı günde yaklaşık on saat kırk beş dakikaya ulaşmıştır.

Günümüzde, çoğu insanın varsayılan günlük davranışlarından en azından birinin kişiselleştirilmiş medya türüne bağlanmak olduğu ilk defa söylenebilmektedir. Yüzyıldan kısa bir süre önce canlı radyo yayını bir mucize olarak görülürken, bugün bilincimizin açık olduğu sürenin büyük kısmını dünyaya kendimize ait canlı bağlantımız aracılığıyla bağlantılı olarak geçirmemiz sıradanlaşmış durumdadır (Chatfield, 2013: 35).

Sonuç olarak bilgi çağında yazı ile iletişimin kullanılması önceki dönemlerde hiç olmadığı kadar artmıştır. Artık bilimsel araştırmalarımızı internet üzerinden yapıyor, ödevlerimizi bilgisayarlar vasıtası ile raporluyor ve yayınlıyoruz. Bir edebiyat eserini e-book readerımızla okuyor, kitabı internet üzerinden eleştiriyoruz. Haberleri okuyabiliyor, fikirlerimizi sosyal medya üzerinden tüm dünya ile anında paylaşabiliyor, bir ünlüyü, siyasetçiyi ya da yazarı takip edebiliyoruz. İnternet radyoları üzerinden müzik dinleyebiliyor, tiyatro biletimizi internet üzerinden alıyor ve bir filme gitmeden önce kaç puan aldığımızı öğreniyoruz. İş ile ilgili konuları mail üzerinden hallediyor ve sevdiğimizle mesajlaşarak haberleşiyoruz. Ancak yazılı iletişimi bu kadar çok kullanırken, mesajlarımızı taşıyan tipografiye çok az özen gösteriyoruz. Oysa ki tipografi çok yönlü yapısıyla dinamik bir iletişim aracıdır. Tipografik unsurlar, okudukları ve sözle yorumlandıkları sırada izlenmekte, görsel olarak algılanmakta, duyulmakta ve işitsel olarak yorumlanabilmektedir.

Günümüz insanı, tipografik mesaj bombardımanı altındadır. Bu yoğunluk görsel kirliliğe neden olmakta, birçok tipografik mesaj işlevini yitirmektedir (Becer, 2008: 184). Yazı karakteri seçimi ile yalnızca tasarımın genel havasını tamamlamakla kalmayıp, ilk bakışta bile mesajı doğru biçimde iletebilecek etkili bir iletişim sağlamak mümkün olabilmektedir. Yazının fiziksel özellikleri ve bu özelliklerin söylenen söze uyup uymaması yani başka bir deyişle tipografik çağrışımın mesaja örtüşüp örtüşmemesi ile rezonans kuvvetlendirilebilmektedir. Tipografi düşüncelerimizi sunmak için onları giydirmemizdir. Her bir stil çeşitlendirilebilir ama görünüş ortama, çevreye uygun olmalı onun ruhunu taşımalıdır. Bu durumda yazı karakteri seçiminin önemsiz olduğunu düşünmek imkansızdır (Keleoğlu, 2008: 46). Bu yüzden çocukların daha erken yaşlarda tipografi ile tanışmaları, gelecekte doğru ve etkili biçimde iletişim kurabilen topluluklar oluşması açısından oldukça önemlidir.

### **Kaynakça**

Becer, E. (2008). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitabevi.

Chatfield, T. (2013). *Dijital Çağa Nasıl Uyum Sağlarız*. İstanbul: Sel Yayıncılık.

Combs, H., & Combs, D. (2020). *Ban Comic Sans Manifesto*. [www.1000manifestos.com/ban-comic-sans/](http://www.1000manifestos.com/ban-comic-sans/) adresinden 07.03.2020 tarihinde alındı.

- Ezer, O. (2005). “GRAFİST 9”, *GRAFİST 9 Tasarım Günleri Kitapçığı* içinde. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Güzel Sanatlar Üniversitesi Grafik Tasarım Bölümü Yayınları.
- Garfield, S. (2012). Tam Benim Tipim. İstanbul: Domingo.
- Iğit, A. (2019). *Tipografik Karakterler Aracılığıyla Kimliğin İfşası*. The Turkish Online Journal of Design, Cilt:9, Sayı:2 s. 78-89.
- Keleoğlu, B. (2008). *Grafik Tasarımda Tipografinin Sesi, Sesin Tipografisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Grafik Anasanat Dalı.
- Sarıkavak, N. K. (2017). Kaligrafik ve Tipografik Deneysel Tasarımlar. İstanbul: Hayalperest Yayınevi.
- Selamet, S. (1995). *Grafik Tasarım Ögesi Olarak Tipografi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Grafik Anasanat Dalı.
- Selamet, S. (1998). *Tarihsel Gelişim Süreçleri, Anatomik Yapıları, Stilistik Özellikleri, Kullanım Amaçları Ve Taşıdıkları İmajlar Göz Önünde Bulundurularak Yazı Karakterlerinin Sınıflandırılması*. Yayımlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Grafik Anasanat Dalı.
- Spiekerman, E.; Ginger, E. M. (2003). Stop Stealing Sheep & Find Out How Type Works. United States of America: Adobe Press.
- Uçar, T. F. (2008). “Bilgisayar Çağında Organik Tipografi”. *GRAFİST 12 Tasarım Günleri Kitapçığı* içinde. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Güzel Sanatlar Üniversitesi Grafik Tasarım Bölümü Yayınları, s. 144-145.
- Yıldız, M., & Keş, Y. (2015). “Grafik Tasarımda Yeni Nesil Font Tasarımı”, *SDÜ ART-E Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi*, Cilt 8, Sayı 16, s. 331-349.