

# Yazılar:

GRAFİK ERLER MESLEK KURULUŞU  
Güzelbahçe Sokak Şafak Ap. 13/3, 80200 Nişantaşı, İstanbul Tel. 141 05 95

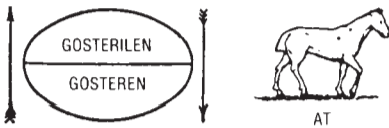
## Yapısalcılık Ve Tipografi

Ellen Lupton, J. Abbott Miller

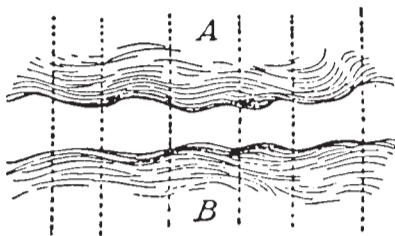
(Emigre, Sayı 15)

Çeviri: Mine Haydaroğlu

Yapısalcılık 20. yüzyılın başlarında İsviçreli dilbilimci Ferdinand de Saussure'un öğretilerinden çıkarılmış bir akımdır. Saussure'un dilbilimsel işaret teorisi daha sonra geliştirilen pek çok düşünce akımını da etkiledi. Bunlar arasında Claude Levi-Strauss'un antropolojisi, Roland Barthes'in toplumsal mitolojisi ve Jacques Derrida'nın "dekonstrüktivist" felsefesi de bulunuyor. Bu yazarlar insana ait olayları -sabun köpüğünden bilinçaltına kadar- karşıtlık sistemleri, tekrarlanan düzenler ve farklılık yapılarına göre incelediler ve bunlardan "anlam" ürettiler. Bu yazıda da tipografi, yapısalcı düşünce açısından inceleniyor. Tipografi ne tür bir işaret (sign) sistemidir? Tipografinin yapısalcı özellikleri nelerdir? Yapısalcılık tipografi tarihini nasıl yorumlar ya da tipografik estetiği nasıl tanımlar? "At" işare-



ti, maddi ve sesli bir ses-imgesini (signifier "anlam veren, işaretle belirten, gösteren") zihinsel bir kavram'a (signified "anlam verilen, gösterilen, işaretle belirtilen") bağlar. Saussure için dilbilimsel işaretin en rahatsız edici yönü rastgeleliği idi. "Anlam verilen"le "anlam veren" arasında hiçbir benzerlik yoktur: maddi ses "at", "evcilleştirilmiş dörtayaklı" kavramını gerçekçi bir şekilde tanımlamaz. İkisini bağlayan hiçbir "doğal" ilişki yoktur. Fakat sosyal bir antlaşma, kültürel bir gelenek vardır.



Saussure'a göre düşünce ve ses, dilin gelişmesinden önce, biçimi,

formu olmayan kütleler olarak vardır. "Anlam veren" in madde açısından üstünlüğü sonsuza dek değiştirilebilecek bir ses sürekliliğine sahip olmasıdır. "Anlam verilen" in kavramsal üstünlüğü de, belirli ve tanımlanabilen kavramlar yerine biçimi olmayan, belirsiz bir algılamalar ve duygular topağı olmasıdır. Dil, bu iki katmanı birbirine bağlar ve bunları birbirinden ayırır ve tekrarlanabilen parçalara ya da işaretlere ayırır. Saussure, "fikirler" in dilden önce gelmediğini ve formu olmayan potansiyel düşüncelerin, ancak ayrı ünitelere bölünüp maddi "anlam verenler" e bağlandığında gerçeklik kazandığını düşünüyordu; bu düşünceleriyle de devrim yarattı. "Anlam veren"



le "anlam kazanan" in arasındaki ilişki temelde rastgeleyse, bu ikisini bağlayan nedir? Eğer "at" sözcüğünün sesiyle, bu sözcüğün çağrıştırdığı kavram arasında doğal ve ikona-vari bir ilişki yoksa, bunları bağlayan şeyi tutarlı ve devamlı kılan nedir? Saussure bu bağlantıyı açıklamak için dilbilimsel değer ilkesini önerdi: Buna göre "işaret" in kimliği işaretin kendisinde yatmaz, ancak diğer işaretlerle olan ilişkisiyle belirlenir. "At" sözcüğünün sesi ancak dildeki diğer seslerin karşısında tanınabilir: at; ot, it, et, vb.den farklıdır. Aynı zamanda, "at" kavramı ancak diğer kavramların karşısında kimlik kazanır, inek, antilop ve midilli gibi. Böylece, bir işaretin "anlam" ının kendi varlığının içinde olmadığını, çevresindeki sistem tarafından üretildiğini anlıyoruz. "Anlam", işaretler arasında gidip gelen kaygan bir sinyaldir.

"You have two goblets before you. One is of solid gold, wrought in the most exquisite patterns. The other is of crystal-clear glass, thin as a bubble, and as transparent... [an] amateur of fine vintages... will choose the crystal because everything about it is calculated to reveal rather than to hide the beautiful thing which it was meant to contain. ...the virtues of the perfect wine glass also have a parallel in typography"

Beatrice Warde, The Crystal Goblet, 1932

Tipografi ne tür bir semiyotik sistemdir? Tipografinin "anlam veren"leri ve "anlam verilen"leri nelerdir? Tipografi daha geniş bir etkinliği olan 'yazmak' eyleminin bir parçasıdır. Saussure yazmayı konuşmadan ayrı bir işaret sistemi olarak tanımlar. Saussure'a göre dil, konuşmanın doğal ve orijinal ortamı, yazmak ise konuşmayı temsil eden bir işaretler sistemidir (örneğin alfabe). Böylece, yazmak, değişmiş bir dildir, yani başka bir dil "hakkında" bir dildir, işaretleri simgeleyen bir işaretler topluluğudur. Buna göre, tipografi iki kere değişmiş bir dildir, tipografide "anlam kazanan"lar da sözcüklerin kendileri değil, daha ziyade alfabe. İdealde, bu iki-kez-değişmiş dilin, "anlam kazananlar"ını bir kristal kadehin parıldayan kasesi gibi ortaya çıkarması gerekir.



Beatrice Warde'in söylediği gibi (1) tipografinin, önceden mevcut bir "içeriği" ya da "anlam kazanan"ı pasif olarak içermesi olası mı? Saussure alfabenin, amacını pasif bir şekilde ortaya çıkaramayan, çiziktirilmiş ve konuşma diline ait karmaşık bir kavanoz olmasından hoşnut değildi. Batılılar alfabe tüm yazı sistemleri içinde en rasyonel ve şeffaf olarak kabul ederler. Konuşma sözcüklerini içeren kristal kadehlerin en temizini olarak görürler. İdeogramlar ve hiyeroglifin tersine, alfabe, ekonomik, kolay ve nispeten tutarlıdır; aynı zamanda resimsel simgelerinde soyuttur ve tarih boyunca kökenlerinden temizlenmiştir. Ama alfabe kadehinin pek çok kusuru vardır, pürüzlüdür. Örneğin, "at" sözcüğünü ve bu sözcüğün karşılaştırılabileceği diğer sözcükleri (ot, it, ek gibi) ele alın. Eğer konuşulan işaretleri yazıdan soyutlayarak incelersek basit fonetik farklılıklar görürüz. Ancak, yazıda alfabenin bu sözcükleri nasıl temsil ettiğinin belirgin bir mantığı yoktur: Konuşmadaki tek bir hece (İngilizcede) çeşitli şekillerde yazılır.

Yazıdaki bu katılık ve tutarsızlık Saussure'u çok kızdırdıyordu. Alfabenin, orijinal ve doğal olan ko-



Old style serif

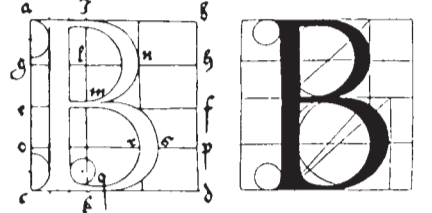
Bodoni serifs

Didot serif

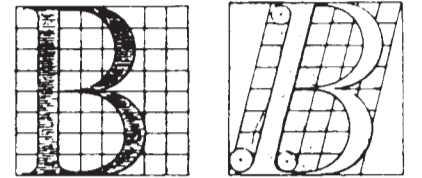
nuşma dilinin masumiyetini doğal olmayan canavarca bir sapkınlıkla bozduğunu düşünüyordu. Yazı, konuşmanın organik evrimini saptırması ve arılığını bozmuştu.

Saussure konuşma dilinde "anlam veren" in öncül rolünü benimsemişti, ama aynı problematiği yazıda kabul edemiyordu. Jacques Derrida, Yapısalcılık-sonrası felsefesiyle Saussure'un bir ikilemini karşısına aldı. Derrida, Saussure'un alfabenin konuşulurken kastedileni yansıtamamasına kızarken, yine Saussure'un dilde olduğu gibi yazıda "anlam veren" in egemenliği önceden mevcut bir "anlam verilen" den farklı bir anlam ürettiğini farkettiğini belirtir.

## Radikal Klasisizm



Tipografi, alfabetik "anlam verilen" e nasıl bir tepki gösterdi? Gutenberg'in fontları el yazısının çeşitlerini ve havasını taklit ederken, 16. yüzyılın başında, hümanist tasarımcılar geometrinin araçlarını kullanarak Roman harflerini yarattılar, böylece harfleri kaligrafiden uzaklaştırdılar. Harfformları artık elle yapılan kalem darbeleri olarak görülüyor, hiçbir teknolojiye bağımlı olmayan kavramsal bir ideal olarak düşünülüyordu. Bu Plato-vari yapı, tipografinin yeni "anlam verilen" i oldu.



1692'de 14. Louis'nin oluşturduğu bir komite alfabe daha da idealle etti. Bilimsel metodlara duyulan ilgiyle, Roman du Roi'da geleksel yazının organik formları üzerine dikgen bir ızgara geçirildi: Bu kaligrafiden bağımsız bir yöntemdi ve gelecekte, 19. ve 20. yüzyılların teknolojisyle oluşturulacak mekanik bükme ve bozmaların habercisi oldu. Komite için, bu ızgara ideal alfabenin görülmesini sağlayan nesnel bir filtreydi, bu sayede yazı bir camera obscura'nın ızgaralı camı üzerine düşen imgenin temizliği kadar kolayca anlaşılacaktı. Tarihçiler, Bodoni ve

Didot'nun fontlarının da kaligrafiden uzaklaşan mantıksal bir gelişimi tamamladığını öne sürüyorlar:

karakterlerinin idealizmiyle daha önceki rasyonel diyagramların idealizmi arasında bir fark vardır. Rönesans teorisyenleri, zamanın mimarlarının dini esaslara bağlı standart arama uğraşlarına katılarak alfabe-yi yöneten kesin orantıları bulmayı umuyorlardı. Roman du Roi'da da, hümanist bir araştırma yerine bilim ruhunu ve bürokrasiyi benimsemesine rağmen, kesin bir norm, rasyonel bir tasarım standardı aranıyordu.

Bodoni ve Didot başka bir türün idealleştirilmesinin habercisi oldu-lar: Yarattıkları fontlarla, alfabe-yi, Plato-vari bir normun yerine, varlığı maddi temsil edilmişleri üzerine kurulu ve rastgele seçilmiş bir ele-manlar sistemi olarak yeniden ta-sarladılar. Saussure'un terminoloji-sinde "anlam verilen" şimdi "an-lam veren"e bağlı görülmektedir.

B

Bodoni ve Didot'nun fontları alfa-beyi bir karşıtlıklar sistemine in-dirger - kalın ve ince, dikey ve ya-tay, serif ve stem. Tipografik form artık ideal ve önceden mevcut bir "alfabe"yi yansıtmak zorunda de-ğildir: Aksine, alfabe, manipülas-yona her zaman açık, bir dilbilim-sel elemanlar topluluğu olarak gö-rülür. Modern tipografinin radikal klasisizmi aynı dönemin neo-klasisist mimarisi gibi, idealizmin yerine göreceliği getirir. Klasik mimari, Rönesans'tan beri 'kutsal' geçmişi sayesinde egemenleşmiş bir standart olarak saygınlık gör-mektedir. Ama, aydınlanma ar-keolojisi antikitenin anıtsal bir ya-pı yerine tutarsız bir kültür oldu-ğunu ortaya çıkardı. "Antikite" uyarılığın en arı kökeni olma sta-tüsünü yitirdi, pek çok kültürden biri haline geldi. Aynı şekilde, formun klasik "dil"i pek çok üs-luptan biri oldu; retorik değerle-rinden dolayı kullanımını sürdürül-dü.



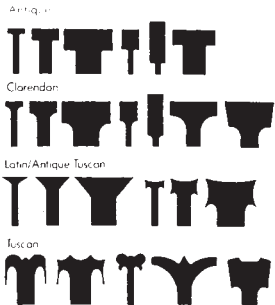
**Bodoni ve Didot'un radikal klasisizmi, 19. yüzyılda reklam tasarımcılarının alfabenin dilbilimsel elemanlarını yenilikçi biçimde manipüle etmelerine yol açtı. 19. yüzyılın ilk yarısından başlayarak Fat Face fontlarıyla Bodoni'nin kalın ve ince elemanları polarize etmesi abartıldı.**



**Bodoni'nin tümüyle dikey olan vurgusu, eski-stildeki italik vurgunun yerini aldı. 1838'de yayınlanan bu Roman Grotesque modern yazı karakterlerinin geometrik düzgünlüğüne bir ikinci ve daha şok edici bir farklılık kazandırdı.**



**Egyptian ya da Antique fontlar serifin dilbilimsel işlevini pasif ve süslemeli bir finiş yerine aktif ve ağırlığı olan bir yapıya dönüştürür.**



**Rob Roy Kelly çok sayıda 19. yüzyıl süslü yazı karakterini kodlayarak bunların birkaç temel stilin çeşitlendirmeleri olduğunu gösterdi. Burada Egyptian ya da "dilim" serif'den çıkarılmış formlardan bazılarının tablosunu veriyor.**



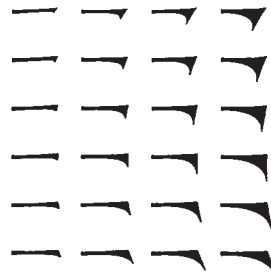
**Manipülasyonun popüler bir diğer formu da fazlasıyla kondanse etmekte. Bu etki, 1870'deki bu ahşap katalog örneğindeki "a" harfinde özellikle şaşırtıcı.**



**Dilbilimsel olasılıkların sapkın incelemelerinden bir diğeri de Italian stildir. Serif'leri ters yüz eder, kalın darbeleri dikeyden yataya döndürür.**



**19. yüzyıldaki sans serif fontları da dilbilimsel bir manipülasyon olarak görülebilir. Bunlarda serif aksı ve kontrast aksı tamamen sıfıra indirgenmiştir. Bu font 1834'de yayınlanmıştır.**



**1980'lerde bilgisayar bilimcisi Donald Knuth Yapısalci tipografiyi bir bilgisayar diline çevirdi. Knuth için, bir "metafont" fontlar hakkında bir fonttur, tipografik aile özelliklerinin bir tanımıdır: Kalının inceyle, yüksekliğin enle, serif'in stem'le olan ilişkileri vb. özellikleri tanımlar. Metafont adlı bilgisayar programı harfformlarını bu tür özelliklere göre tanımlar. Herbiri geometrik manipülasyona açıktır.**

## Yenilik İşaretleri

**1830'larda oluşturulan teknolojiler, bir tasarım üzerine çeşitlemelerin ucuz olarak imal edilmesini sağladı. Mevcut ayrıntılara süslü ayrıntılar eklendi ve bunların yoğunluklarına göre fiyat biçildi.**



Didot ve Bodoni'nin başlattığı ye-nilik 19. yüzyılda da devam etti. Her tür klasik normu reddeden, sürekli yenilik peşinde koşan yazı karakterleri çok sayıda üretilmeye başlandı. Bu dönemin yenilik açı-sından çok zengin olması bir dere-ceye kadar teknolojinin bir etkisi olarak da görülebilir. 1834'de pan-tograf ve frezenin birlikte kullanıl-masıyla tek bir çizimden çıkarak birkaç ebatla fontun mekanik ola-rak gerçekleştirilmesi sağlandı ve bu yazı karakteri üretiminde dev-rim yarattı. Yazı karakteri ölçüleri-ne böyle otomatik ve geometrik bir yaklaşımın sağlanması karşısın-da tarihçi Daniel Berkeley Updike'in pantografı şöyle değer-lendirdi: "İlk başta hayranlık uyandırıcı bir icatmış gibi görün-üyor [...] Yazı karakterlerinin tasa-rımını mekanikleştirmeseydi öyle olurdu da."

Pantograf sayesinde ölçülerde programla farklar yaratmak alfabe-nin, kaligrafik kökeninden arınmış sistematik değişikliklere açık, es-nek bir sistem olarak anlaşılmasını destekledi. "Kavramsal" yazı ka-rakterlerinin bu ani çeşitliliği -sıkıştırılmış, uzatılmış, çizgi için-de, çizgi dışında, gölgeli, sivrileş-tirilmiş, cephelendirilmiş, perspek-tifli, eğrilmiş- tipografinin "anlam verilen"inde bir değişim olduğunu gösteriyor. Yazıformlarının gerekli ve arketipal yapılar olduğu düşün-cesi, harflerin daha geniş bir for-mel özellikler sisteminin üniteleri olarak tanınmasını sağlıyor (ağır-lık, stres, cross-bars, serif, açılar, kıvrımlar, yükseltenler, alçaltanlar, vb.) Bir fonttaki harfler arasındaki ilişki tek tek harfformlarının kimliklerinden daha çok önem kazan-dı. 19. yüzyılda yapılan yazı ka-rakterlerinin deneyselçiliği alfabe-nin belirlenmiş bir semboller top-luluğu olmak yerine esnek bir farklılıklar sistemi olduğunu ima ediyordu.

19. yüzyıl sonlarında, İnce Basım (Fine Press) Akımı'nın ahlakçı tu-tuculuğu, makineyle kompozisyon yapılmaya başlanması ve litografi-nin giderek artan kullanımı, ek-



santriklik yerine tipografik standartların yerleşmesine neden oldu, ayrıca yeni teknoloji geleneksel yazı karakterleri konusunda uyarıldı. Tipograf tarihçileri 19. yüzyılın deneyselciğini, kaba bir müdahale ve hızla endüstriyelşen kentlerin ticariliğine benzeme eğilimi olarak nitelendirdiler. Makineyle kompozisyon yapımına eşlik eden tutuculuk, daha sonra foto ve digital dizgiciliğe dönüşen teknoloji için de bir model oluşturdu. Her safhada, bir önceki teknolojinin tipografik formları, yeni teknolojinin değerlendirilmesinde kriter olarak kullanıldı. Her safhada, üretim şekillerine bağımlı kalmadan harfformlarının “özvarlığı”nı korumak gözetildi. Böylelikle, yazı tasarımında metal harfleri tekrarlayacak yeni teknolojilere gereksinim duyan bir taklit ideali ağır bastı. Bazı “anahtar” mahiyetinde istisnalar dışında, tipografinin teknolojik açıdan çok çeşitli üsluplarının “anlam verilen”i, metal kaptıpta elle kompoze edilmiş olandır. Zanaat ve geleneğe bağları vardır.

## Modernizm

Teknolojik açıdan tertemiz yazı karakterinin baskın estetiği karşısında istisnalar, belli bir yol ya da üsluba özgü yapının formel özelliklerini içerir. Örneğin...

**A B C D E F G H I J**  
**A B C D E F G**

Theo van Doesburg'un fontunun indirgeyici geometrisi (1919), Bart van der Leek'in de Het Vlas için Stijl'in resim ilkelerinden çıkarak alfabe hazırlayan tasarımı (1941):

**a b c d e f g h i j k l**  
**m n o p q r s t u v x**

Josef Albers'in 1925'te yaptığı Bauhaus yazı karakterinin stensil konstrüksiyonu kısıtlı sayıda temel şekillerden alfabetik bir topluluk ortaya çıkarır:

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

Herbert Mayers “universal” fontundaki geometriyi kullanarak, kendi aralarında değişebilir parçalardan oluşan bir alfabe üretmek tipografiyi rasyonelleştirmek istedi:

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

Wladyslaw Streminski'nin 1931'de hazırladığı alfabe dik açılar ve tek bir dairenin arklarından oluşan bir çerçeveye harfformları üretir. Bu istisnalar, bizim “yapısalcı tipografi” diye adlandırdığımız bir

tipografik deneyimcilik üslubuna bağlı. Bu yaklaşım Bodoni ve Didot tarafından başlatıldı ve 19. yüzyılda da devam etti. 20. yüzyılda Modernizm, ideolojik açıdan çok önem kazanarak bu harf tasarımı akımına yatırım yaptı. Yapısalcı tipografi, temel ve idealize edilmiş harfformu kavramına karşı çıkar. Yapısalcı tipografi, tek tek karakterler yerine toplu olarak alfabe yapıları, böylece harfin tek başına kimliğini karşılıklı ilişkili font sistemiyle değiştirir.

Avantgardların yazı karakterleri, sistemi vurgulayarak harflerin tek başlarına kimliklerini bastırır. Örneğin, Strzeminski'nin fontları tüm kodlamadan ayrı ele alınırlarsa anlaşılabilir. Bu fontlar, yapısalcı felsefe ve dilbilimin tipografideki benzerleridir. Ve bunlar Derrida'nın yazdığı gibi “içindeki öğelerin sadece karşıtlıklarıyla ya da ilişkileriyle anlam kazandığı bir içsel yasaya göre düzenlenmiş formu ya da işlevi” bulmaya çalışır. De Stijl, Dada, Fütürizm, Konstruktivizm ve Bauhaus dünyanın “tanınmazlaştırılışını” (defamiliarization) etkilemek istiyorlardı. 1910'larda Rus formalist eleştirmen Viktor Şlovski'nin teorisini geliştirdiği tanınmazlaştırılış güncel dünyanın başka türlü görmeye zorlanmadığı sürece görünmez olduğunu ve sanat yapmanın zaten görülmüş ya da zaten bilineni “garip yapmak” için temel bir yol olduğunu savunur. Sinematik şok teknikleri, fotoğrafın “Yeni Vizyon”u ve tipografik deneyselciğin alışılmışın dışına çıkması Modernizm'in değişik yüzleriydi.

## Neo-Modernizm

Tanınmazlaştırılışın modernist hırsları bizim yapısalcı tipografi dediğimiz akımın içinde bulunan bazı yeni fontların arkasındaki güçtür. Bunlar arasında Emigre'de sunulan pek çok yazı karakteri de vardır. Örneğin:

**A a B b C c D d E e F f G g H h I i J j**  
**A a B b C c D d E e F f G g H h**

Zuzano Licko'nun ekleyici, alçak çözünürlük kullanan parça-harita karakterleri (örneğin Emperor, 1985) ve Jeffrey Kennedy'nin Modernizm'e atfettiği NeoTheo (1989):

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

Max Kisman'ın küçültülmüş açılarla ürettiği Zwartet'i (1988) Albers'in stensil harflerinin (1925) geometrik elemanlarının minimal vokabülerine benzer:

**A a b b c d d e f f g g h i**  
**j k l m n o p p q q r r s s t**

Licko, Variex'i (1988) Bayer'in 1925'de evrensel yazı karakterlerinde görülen sisteme duyulan hayranlığı paylaşır.

**A a B b C c D d E e F f G g H h**  
**I i J j K k L l M m N n O o P p**

Ancak, bu neo-avantgard fontlar, tarihsel avantgardların yapısalcı ilkeyi ulaştırdıkları uçlara uzanmazlar. Örneğin, Licko'nun Lunatix'i alfabeyle olan geleneksel ilişkiyi korur; buna karşın, Strzeminski'nin eliptik fontları minimal elemanlar serisiyle çok geniş bir işlevsel rol yelpazesini ifade eder. Bu Neo-Modern fontlar da, avantgardların fontları gibi estetik ipuçları bulmak için geleneksel tipografiyi taklit etmeye yerine teknolojiye bakarlar. 1920'lerde Bayer endüstriyi evrensel ve demokratik bir toplum için potansiyel taşıyan bir temel olarak gördü. Benzer bir teknolojik iyimserlik pek çok modern yazı karakterinde de görünür: ama bunlar teknolojinin artık özgürlük için zararsız bir kaynak olarak görülmediği endüstri-sonrası ve değişik bir dünyada üretilmektedir.

19. yüzyıl tipografisinin ticari çöküşü 20. yüzyılın avantgard deneyselciğinden farklıdır. Modernizmle birlikte, kendinin bilincinde ideolojik projelerin tipografik arenasına girilir; reklamcılıkta kullanılan yazı karakterlerinin meraklı yenilikçiliğinin yerini avantgardın saldırgan tanınmazlaştırılışını alır. Bunlar tarih içinde kendilerini kitlenin kültürüne ve burjuvaziye karşı konumlandırmışlardır. Avantgardların tavrını yankılayan Neo-Modernizm kendini Pop ana görüşe karşı olarak açıkça tanımlar.

**A E C A E A F A G I R A S S**  
**A B C D E F G H I J K L**

Bunlar arasında Lubalin Graph ve Milton Glaser'in Baby Teeth gibi yeni fontlar var. Neo-Avantgard yazı karakterleri ana görüş kültüründen bir tür kopma mistiği de taşısalar, reklam, yüksek tirajlı dergi ve mağaza grafiklerindeki kullanımları hızla yaygınlaşıyor.

## Yapısalcılık Sonrası

Eleştiri ve felsefede, Yapısalcılık Sonrası teorisi, yazmak yerine konuşan öznenin ürettiği “anlamı” sorgulayarak Saussure'un fikirleri üzerine geliştirilir ve Yapısalcılığı değiştirir. Saussure yazıyı, konuşmayı iletmede şeffaf bir işaret sistemi ya da “kristal kadeh” olma nedenlerinden dolayı kusurlu bulmuştu; Derrida, yazının bu şekilde değersizleştirilmesine meydan okudu, bunu, Batılı felsefenin yazıyı, konuşmayı hatalı yansıtmakla nitelendirilmesinin bir diğer örneği olarak gördü. Batı felsefesi-ne göre akıl diğer bakımlardan do-

ğal çalışır, ama yazıya gelince, bu çalışmaların yapay bir yan etkisi olarak görülür. Derrida buna cevap olarak, yazının tipografik ve retorik gücünü öne çıkarır. Yapısalcılık Sonrası, Marksizm gibi tek bir totaliter yapıya anlam yükleyen “en yetkin kodlar” a karşı şüphe uyandırmıştır. Bu destablize etme eylemi (yapıyı bozma, yapıyı kaldırma) Yapısalcılık Sonrası diye adlandırılan felsefi bir yerinden oynamayı gösterir. Tipografide de yapısalcı olarak nitelendirdiğimiz yaklaşımla, Jeffrey Keedy'nin Manuscript'i (1990), Barry Deck'in Canicopulus Script (1990) ve Template Gothic gibi fontların arasında bir hareket olduğu görünüyor. Bu yazı karakterleri alfabetik sistemi tercih ederek arketipal harfin yapısalcı değersizleştirilmesine katkıda bulunuyorsalarda, tutarlı ve tek sesli olmayan ve tüm harflerin bağlanabileceği esas kodlar olamayan sistemler yaratarak geleneği değiştiriyorlar.

**A B C D E F G H I J K L M**  
**a b c d e f g h i j k l m**

**A B C D E F G H I J K L M**  
**a b c d e f g h i j k l m**

**A B C D E F G H I J K L M**  
**a b c d e f g h i j k l m**

Örneğin, Deck'in Canicopulus Script'i bariz bir şekilde iki fontludur. Klasik tipografi geleneğine uygun olarak iki fontun en iyi yönlerinin bir sentezini yapmaya çalışmaz, onun yerine şizofrenik bir melezdır. Keedy'nin Manuscript'i Modernist geometriyle ilkokul seviyesinde yazarlığın kahrman-karşıtı bir karışımıdır; naif ama temel bir yazmayı yeni öğrenme senaryosudur. Formları makine çağının kesinliğini değil kalem kullanımını çağırır. Deck'in Template Gothic'i de benzer bir şekilde elyazısıyla makine ürününü karıştırır. Albers'in stensil fontu üretim araçlarını öne çıkarıp endüstriyel standartlaştırmayı kutlarken Deck'in Template'i düzensiz ama mekanik olarak ayarlanmış karakterler ortaya koyan kusurlu bir matrisdir. Yapısalcı Sonrası dediğimiz bu fontlar, temsil etme konularıyla ilgilidir: Deck'in Template Gothic'i kesin olmayan, değeri düşürülmüş bir mekanik reproduksiyonu hatırlatır, Keedy'nin Manuscript'i ise ilkokul ödevlerini çağırır - “Reproduksiyon” dıştan gelen teknolojilerin değil, bireyin disiplinli sosyalleşmesinin sonucudur. Bu Yapısalcı Sonrası fontların figüratif, anlatımcı bir karakteri vardır, bu onları Yapısalcı tipografinin kapalı soyut-



lamasından ayırır. Bunlar Modernizm'in daha geniş bir yeniden değerlendirme sürecine katılan bir ti-pografik eylemi ima eder; Avantgard ve sonrasında ortaya çıkan Neo-Avantgard "yeninin şoku"nu kurumsallaştırırken, Post-Modernizm, parodi, alıntı, pastiş ve teknolojiyle rahat olmamayı paylaşan bir yandaşlıkla bu yenileme inancının yerini almıştır. ●

## Yeni Gelenekçilik ve Kurumsal Kimlik Üzerine

**Maud Lavin**

Art Forum, Ekim 1989

Çeviri: Ayşe Erkmen, Sadık Karamustafa

1988 başkanlık seçimi kampanyası sırasında Bob Dole, George Bush için "takım elbiseden ibaret" demişti. Bu zekice iddia ile Bush'u 'babam en iyisini bilir' türünden geri kafalı aile reisi, sıradan bir devlet memuru ya da gri flanel elbiseli şirket personeli olarak tanımlıyordu. Aşağılanmak için söyleniş de Dole'un sözü Bush'un 1950'lerin sıradan üslubunu canlandırmada gösterdiği esrarengiz yeteneğini ortaya koyuyordu.

Bush'un Ocak ayında göreve başlamasından kısa bir süre sonra "Good Housekeeping" adlı dergi bir dizi reklamda -Protestan Amerikalı anneler bir kez daha evde çocuklarıyla oturmayı seçiyorlar- diyerek "Yeni Gelenekçilik" teriminin öncülüğünü yapıyordu. Bu kampanyadan sonra, 50'lerden kalma ama şimdi saldırgan bir tarzda yeniden canlandırılmış olan bir çok markanın -Kool-Aid, Corn Flakes, Geritol reklamlarıyla aşırı derecede fazla karşılaşmaya başladık. Yalnızca altı ay içinde "Yeni Gelenekçilik" terimi ve onun ortaya çıkardığı reklam kampanyaları, gerici bir tüketim ütopyasını, merkezi ailenin kabul gören düzenini ve 50'ler stili yurtseverlik, sadakat ve aileye bağlılığı kışkırtarak destekledi. Bu kadar yıl sonra Barbara'nın köpeğini dolaştırırken ya da George'un nal oyunu oynarken çekilmiş fotoğraflarını gören bizler en sonunda Bush ailesini Yeni Gelenekçi olarak tanımladık. "Yeni Gelenekçiliği" bu denli ürkütücü yapan başkanlık imajı ile kurumsal kimlik arasındaki bu benzerliktir.

Tasarımda, kurumsal kimlik programları yalnızca reklam aracılığı ile değil, ambalaj, logo, basılı kâğıt ve grafikte de bir görüntü oluşturuyor. Bir şirketin halk gözündeki kimliğinin sunuluşu görsel yollarla yapılmaktadır. Son iki yıldır fütüristik olmaktan uzaklaşarak gelenekçiliğe doğru kayan kurumsal kimlik oluşturmaya yönelik tasarım stratejisinde bir değişim oluştu. Burada gelenekçinin anlamı genel olarak, eski güzel günle-

re yapay bir onaylama, savaş sonrası mutluluğuna, geriye bir bakış atma ise de aynı zamanda bu terim tuhaf bir biçimde günceldir. Kurumsal kimlikte "Yeni Gelenekçiliğin" yakın zamana ait iki örneğini ele alalım; 1988'de, diğer ürünlerinin yanı sıra İtalyan yemekleri, Midas ürünleri ve Hussmann soğutucu malzemeleri üreten büyük çokuluslu holding IC Endüstrileri, isminin çok ciddi olduğuna karar verdi. Böylece IC kendi daha domestik markalarından birinin ismini uyarlayarak kendini Whitman Corp. olarak isimlendirdi. Çikolatadan daha güven verici ne olabilir ki? Öte yandan Prudential Life Sigforta Şirketi fütüristik logolara hayranlık duyulan bir dönemde, 1980'lerde, Gibraltar kayasının temsil edildiği o çok bilinen amblemini fiyat kodlama çizgilerini anımsatan bir biçime dönüştürmüştü. Fakat geçen kış Prudential, Yeni Gelenekçilik eğilimine uygun olarak, kayasındaki paralel çizgi düzeninden vazgeçerek, daha basit ve gerçekçi bir Gibraltar kayası desenini amblem olarak kullanmaya başladı. Yalnızca en son tasarım modası olmanın öte olarak ele alınması gereken bu eğilimin incelenmesi gerekir; özellikle yeni gelenekçi görseller tarafından bu yeni fikir birlikteliklerinin altı kuvvetle çizilirken ve yeni formüller oluşturulurken. Takım elbiseli adam eski gücüne kavuştu, ucuz ve iyi kotarılmış tasarım bizim yeniden rahat etmemizi ya da en azından eleştirel olmamamızı sağlıyor.

Kurumsal kimlikte sürekliliğin faydalarına ilişkin hassasiyet konusunda General Elektrik iyi bir örnektir. Halkla ilişkilerde General Elektrik, özellikle promosyonda ve kalıcılıkta uzmandır. (Örnek olarak süpervatansver aktör Ronald Reagan'ı konuşmacı olarak kullanmasını gösterebiliriz.) Buna karşın, şirket, son zamanlarda, General Elektrik'in nükleer silah çalışmaları nedeniyle oluşan müşterileri boykotunun kötü izlerini silme araştırmalarına girişti. Rahat ama buna karşın otoriter bir kurumsal kimlik ihtiyacıyla, 1986'da General Elektrik dünyanın en büyük tasarım firmalarından Landor Associates'i grafik programlarını tekrardan tasarlamak üzere tuttu. İki yıllık araştırmadan sonra Landor çözümünü sundu: Çağımızın ünlü GE logosu -artık çok aşırına olduğu için önemini yitirmişti- yalnızca kıvrımlarından birkaç mm. traş edilmiş olarak kullanılacaktı. Ama GE'nin görünüşünü çağdaşlaştırmak için şimdi logo yeni bir çerçeve ile çevrildi. Bir lazer kontur ve bir dinamik monogram (logonun büyük parçalanmış bir görüntüsünün Landor dili) logonun sürekliliğini vurguluyor ve çerçevesiyor. Landor kampanyası uygulandığında, nostalji ve yüksek

teknolojinin birleştirilerek kullanılması mantıklıymış gibi geldi. Ama aslında bu, toplumun bu yeni düşüncesinin halihazırda ne kadar katı olduğunun çok belirgin bir göstergesidir; Bugünün ütopyaları geçmişin sahneleridir.

Kurumsal logo stillerinin kurnazlığı dışında, gelecek korkusunun yaştırılması en çok reklam kampanyalarında görülür. Yeni Gelenekçi ilanlar izleyiciden bugünü dünle ve yarınla karşılaştırmalarını isterler; bundan sonra ne olacağından endişe duyulmasını isterler, sonra da tutucu ve şefkatli cevaplar verirler; gelecekte de aynı olacaksınız, fakat üzülmeyin demode olmayacaksınız. Şu an için Yeni Gelenekçi reklam kampanyalarında en uç nokta Mazda Miata araba için yapılan televizyon kampanyasıdır. (Miata ismi bile kendi başına çok uygun. En tüketici kelimeye sahip; "me", "ben" ve kulağa Japon ve Amerikan isimlerini birleştiren yeni bir Esperanto 1989 gibi geliyor) İki adet otuz saniyelik spotlar halinde; Miata şehirde ve Miata kırdı. Miata kırdı filmde kamera iyi beslenmiş kır çocuklarını evlerinin ön bahçelerinde oynarken gösteriyor - ışık çok parlak, biraz ürkütücü bir ortam var, dış ses geçmiş zaman kullanıyor. Bu gelecek mi yoksa geçmiş mi? 30'larında bir adam şaşırtıcı bir biçimde 50'lerin saç kesimiyle ve pırlı bluejean'ıyla gösterilmiş. En sonunda parlak kırmızı arabayı görürüz. Slogan mükemmeldir: "Miata size yalnızca 1990'dan bir görüntü sunmaz, sizi geriye de götürür." Son görüntü aileyi kırdı bir tatil gününde gösterir. Ailenin görüntüsü emeklilik ruhu taşıyan bu ütopyaların altını çizer. Miata şehir ilanında bile şehir sokaklarında, arabaların ve gökdelenlerin yanı sıra, bir düğün töreni görüntüsü yer alır.

Bu Yeni Geleneksel ütopya görüntüleri, riskler, değişiklikler ve yeni tatlar içeren ve hayal ettirebilen daha özgür mizansenlerden farklıdır. Bu geriye dönük ütopyaların aşırı tutucu doğası, Nazi Almanyası öncesi yıllarda sağın neden o denli popüler olduğunu araştıran yazar Ernst Bloch tarafından da araştırılmıştı. 1930'ların başlarında politik bir savaş alanı olarak Alman kültürü üzerine yazarken, Bloch şu noktaya dikkat çekti. Bu türden yanlış zamanlı ütopyalara duyulan arzusun arkasında korku vardır ve daha yapıcı değişim hayallerini tuzağına düşürebilir. Aynı zamanda Bloch, anakronik (zaman kayması) ve çağdaş görüşleri birbirine karıştıran kültürel mesajlar tuzağına da dikkati çekti. Bu karıştırma kurumsal kimlik programlarında Yeni Gelenekçiliğin tuzağı; Yeni Gelenekçi ilanlar ve grafikler 50'lerin tecrit politikasını tanıdık ama o kadar da çağdaş bir paket içinde bize sunarlar korkuyu



1896



1950's



1977



1984



1989

ortadan kaldırılır. (80'lerin deyişiyle koza kurmak) İnandırıcı bir biçimde gelecek, geçmişin tamir görmüş bir versiyonu olarak sunulur. Yeni gelenekçilik yalnızca basit olarak gelenekçilik değil bugüne uygun bir tamir etme ya da yenileştirmedir. Üzeri güncel olan ile kaplanmış, geçmişin çok baskın olduğu bir taklittir. Mali açılarından tüketici ürünün eski olduğu kadar yeni özelliklerinin de bulunduğu konusunda ikna edilmelidir. Yoksa niye satın alsın? Özellikle bu eski/yeni ürünler ekonomik endişelere bir merhem gibi sunulur; İlanlar tüketicinin domestik (günlük) konforlarını destekleyerek finans problemlerini geçiştirmelerini kolaylaştırır. Stili olan, eski moda grafikler çocukludumuzdan beri bize tanıdık, bize bakkal ve mutfağın 50'lerden kalma sıcak atmosferini hatırlatır. Bosco, Jiffy ve Jell-O gibi isimlerle kışkırtılıp, bu inandırıcı anılara kapılan bizleri, bunları araştırmaktan ve kurumsal gücü eleştirmekten alkoymasına izin vermemeliyiz ve bir başkandan gri takım elbise ile bize sunulan dışında başka varlık nedenleri de beklemeliyiz. ●

### YAZILAR

Grafikerler Meslek Kuruluşu

Derneği adına sahibi

**Yurdaer Altıntaş**

Sorumlu Yayın Yönetmeni

**Bülent Erkmen**

Uygulama: Feride Ilgüç

Ayda bir yayımlanır, para ile satılmaz.

Tüm hakları saklıdır.

Dizgi: Osman Tülü TIPOGRAF

Basıldığı yer: OFSET YAPIMEVİ