



YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SANAT VE TASARIM ANASANAT DALI

**MODERN SANAT MÜZELERİNDE KULLANILAN
MÜZE GRAFİKLERİNİN ULUSLARARASI TİPOGRAFİK STİL
BAĞLAMINDA İNCELENMESİ VE BİR UYGULAMA ÖNERİSİ**

HAKAN DAĞ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

LEFKOŞA
2020

**MODERN SANAT MÜZELERİNDE KULLANILAN
MÜZE GRAFİKLERİNİN ULUSLARARASI TİPOGRAFİK STİL
BAĞLAMINDA İNCELENMESİ VE BİR UYGULAMA ÖNERİSİ**

HAKAN DAĞ

YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SANAT VE TASARIM ANASANAT DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEZ DANIŞMANI
PROF. ERDAL AYGENÇ

LEFKOŞA
2020

KABUL VE ONAY

Hakan Dağ tarafından hazırlanan “**Modern Sanat Müzelerinde Kullanılan Müze Grafiklerinin Uluslararası Tipografik Stil Bağlamında İncelenmesi ve Bir Uygulama Önerisi**” başlıklı bu çalışma, 10 / 01 / 2020 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

JÜRİ ÜYELERİ

.....
Prof. Erdal Aygenç (Danışman)
Yakın Doğu Üniversitesi
Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi
Grafik Tasarım Bölümü

.....
Ünvan Ad Soyad (Başkan)
Üniversite Adı
Fakülte ve Bölüm Adı

.....
Ünvan Ad Soyad
Üniversite Adı
Fakülte ve Bölüm Adı

.....
Ünvan Ad Soyad
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

BİLDİRİM

Hazırladığım tezin, tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt ederim. Tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının Yakın Doğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

- Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezim sadece Yakın Doğu Üniversitesi'nde erişime açılabilir.
- Tezimin iki (2) yıl süre ile erişime açılmasını istemiyorum.

Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde tezimin tamamı erişime açılabilir.

Tarih:

İmza:

Ad Soyad:

TEŞEKKÜR

Bu uzun soluklu çalışmada emeği geçen başta danışmanım Prof. Erdal Aygen'e, varlığı ile hayatımı anlamlandıran eşim Elif Songür Dağ ve kızım İpek Kıvılcım Dağ'a sonsuz teőekkürlerimle...

ÖZ

MODERN SANAT MÜZELERİNDE KULLANILAN MÜZE GRAFİKLERİNİN ULUSLARARASI TİPOGRAFİK STİL BAĞLAMINDA İNCELENMESİ VE BİR UYGULAMA ÖNERİSİ

Bu tezin odak noktası, modern sanat müzelerindeki müze grafiklerinin incelenmesidir. İsviçre Tasarım Üslubu olarak da bilinen Uluslararası Tipografik Stil, bu araştırmada bir çerçeve olarak kullanılmıştır. Müze grafikleri ile ilgili yapılan tezde, Uluslararası Tipografik Stil'in bir bağlam olarak ele alınmasının nedeni, "modern müze" kavramını görsel olarak pekiştiren bir tasarım yaklaşımı sunup sunmadığının irdelenmesidir.

Uluslararası Tipografik Stil'in tipografik yaklaşımlarında öne çıkan, kolay okunurluk, sade ve gösterişsiz tasarım dili gibi özellikleri ile modern müze grafik tasarımları için elverişli bir tarz olup olmadığı, tezde literatür taraması ve vaka analizi yöntemleri ile araştırılmıştır. Araştırmada, müzelerin doğuşu ve gelişim süreci kısaca incelenerek, modern sanat müzelerine geçiş süreci ele alınmıştır. Dünyada öne çıkan bazı modern sanat müzelerinin, müze grafikleri Uluslararası Tipografik Stil özellikleri doğrultusunda incelenmiş, elde edilen bulgular ışığında, Kıbrıs Modern Sanat Müzesi için tasarlanacak müze grafikleri için bir model önerisi sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Müze Grafikleri, Grafik Tasarım, Uluslararası Tipografik Stil, Modern Sanat Müzeleri, Kıbrıs Modern Sanat Müzesi.

ABSTRACT

ANALYSIS OF MUSEUM GRAPHICS USED IN MODERN ART MUSEUMS IN THE CONTEXT OF INTERNATIONAL TYPOGRAPHIC STYLE AND AN APPLICATION PROPOSAL

The thesis focuses on the analysis of museum graphics in modern art museums. The International Typographic Style, also known as the Swiss Design Style, was used as a framework in this research. The reason why the International Typographic Style is considered as a context in the thesis on museum graphics is to examine whether it presents a design approach that visually reinforces the concept of “modern museum”.

Whether the International Typographic Style is a suitable style for modern museum graphic designs with its features such as easy-to-read, simple and pure design language, which is prominent in its typographic approaches, has been investigated with literature review and case analysis methods. In this research, the birth and development process of museums is examined briefly and the process of transition to modern art museums is discussed. The museum graphics of some of the most prominent modern art museums in the world have been examined by the International Typographic Style characteristics and a model proposal has been presented for the museum graphics to be designed for the Cyprus Modern Art Museum.

Keywords: Museum Graphics, Graphic Design, The International Typographic Style, Modern Art Museum, Cyprus Modern Art Museum.

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY

BİLDİRİM

TEŞEKKÜR	iii
ÖZ	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
GÖRÜNTÜLER DİZİNİ	viii
TABLolar DİZİNİ	xi
KISALTMALAR	xii

GİRİŞ	1
-------------	---

1. BÖLÜM

MÜZ'LERİN ÇAĞINDAN MÜZELERE	4
1.1 Müz Kavramı ve İlk Müzeler	5
1.2 Müzelerin Sanat ile Buluşması	11
1.3 Modern Sanat Müzelerinin Doğuşu ve Gelişimi	15

2. BÖLÜM

ULUSLARARASI TIPOGRAFİK STİL'İN DOĞUŞU ve GELİŞİMİ	18
2.1 Grafik Tasarım Tarihine Kısa Bir Bakış	18
2.2 Sanayi Devrimi ile Birlikte Değişen ve Gelişen Grafik Tasarım	21
2.3 İki Dünya Savaşı ve Yeni Arayışlar Dönemi	25
2.4 Uluslararası Tipografik Stil'in Etkilendiği Hareketler	26
2.5 Yeni Tipografi Hareketi	33
2.6 Uluslararası Tipografik Stil'in Doğuşu ve Gelişimi	34
2.7 Uluslararası Tipografik Stil'in Günümüz Yansımaları	41

3. BÖLÜM

MODERN SANAT MÜZELERİ İNCELEMELERİ	46
3.1 Zürih Tasarım Müzesi (The Museum Für Gestaltung Zürich)	46
3.2 MoMA (The Museum Of Modern Art)	54
3.3 Tate Modern	63
3.4 Genel Değerlendirme	69

4. BÖLÜM

KIBRIS MODERN SANAT MÜZESİ (KMSM)	71
4.1 KMSM Genel Tanım ve Fiziki Özellikler	72
4.2 KMSM Müze Grafikleri ve Tasarım Önerileri	73
4.3 KMSM Kurum Kimliği Önerisi	75
4.3.1 KMSM Logotype Çalışması.....	75
4.3.2 KMSM Logotype Renk Önerileri	78
4.3.3 KMSM Logotype Oran ve Güvenlik Alanı.....	79
4.3.4 KMSM Logotype Farklı Zemin Kullanım Örneği	80
4.3.5 KMSM Kurumsal Yazı Karakterleri.....	80
4.4 KMSM Müze Tanıtım Materyalleri	84
4.4.1 KMSM Sergi Afiş Tasarım Örnekleri	85
4.4.2 KMSM Sergi Katalog Tasarımı Örnekleri	87
4.4.3 KMSM Sergi Bilet ve Üye Kartı Tasarım Örnekleri.....	89
4.4.4 KMSM Web Sitesi ve Sosyal Medya Tasarım Örnekleri	90
4.4.5 KMSM Açık hava Tanıtım Materyalleri Tasarım Örnekleri	91
4.4.6 KMSM Sergileme ve Müze Mekân Tasarımları	95
4.4.7 KMSM Promosyon Ürünleri Tasarım Önerileri	98
SONUÇ	99
KAYNAKÇA	101

GÖRÜNTÜLER / TABLOLAR DİZİNİ

Görüntü 1: Apollo ve Müz'lerin Dansı – Baldassarre Peruzzi	4
Görüntü 2: İskenderiye Müzesi ve Kütüphanesi (Temsili Çizim)	6
Görüntü 3: Neptün veya Hera Tapınağı, M.Ö.438	7
Görüntü 4: Washington Ulusal Sanat Galerisi, 1937.....	7
Görüntü 5: Nadire Kabinelerine bir örnek Domenico (1620-1699).....	9
Görüntü 6: Ashmolean Sanat ve Arkeoloji Müzesi.....	10
Görüntü 7: Medici Riccardi Sarayı, Floransa, İtalya.....	10
Görüntü 8: İnsanlara Önderlik Eden Özgürlük, Eugène Delacroix, 1830.....	11
Görüntü 9: The British Museum.....	12
Görüntü 10: Louvre Müzesi'nin Doğu Cephesi, Paris, 19. yüzyıl	13
Görüntü 11: Johan Zoffany- Uffizi Tribunaları	14
Görüntü 12: Metropolitan Sanat Müzesi (MET)	16
Görüntü 13: Modern Sanat Müzesi (MoMA)	17
Görüntü 14: Lascaux Mağarası duvar resimleri, Fransa	19
Görüntü 15: Rahip Luenna tarafından, gönderilen mektup.....	20
Görüntü 16: Johann Gutenberg'in harf döküm sistemi	21
Görüntü 17: Henry van de Velde, 1899 Tropon posteri	22
Görüntü 18: Morris, William, Hiçbir Yerden Haberler	23
Görüntü 19: Henri de Toulouse-Lautrec Cabaret du Chat Noir (1892)	24
Görüntü 20: Alphonse Mucha, Rêverie, 1897.....	24
Görüntü 21: Tarih Boyunca Grafik Tasarım.....	25
Görüntü 22: De Stijl Dergisi Kapağı Cilt 1, No: 1 Delft Ekim 1917	27
Görüntü 23: Nagy & Doesburg, Kapak çalışması	28
Görüntü 24: Siyah Kare, Kazimir Malevich Boyama, 1915	29
Görüntü 25: Sovyet Propaganda Afişi, 1924, Aleksandr Rodchenko.....	30
Görüntü 26: Bauhaus Okulu Dessau	31
Görüntü 27: Pnevmatik László Moholy-Nagy 1924.....	32
Görüntü 28: Bauhaus: 1919–1928 Sergisi MoMA	33
Görüntü 29: Die Neue Typographie 1928 Jan Tschichold	34
Görüntü 30: Josef Müller-Brockmann Bazı Afiş Tasarımları	35
Görüntü 31: Ernst Keller afişi (solda) Rietberg afişi (sağda)	37
Görüntü 32: Josef Müller-Brockmann Grafik Tasarımda Grid Sistemleri	38

Görüntü 33: William Caslon English Egyptian Fontu	39
Görüntü 34: Akzidenz-Grotesk Yazı Karakterleri ile yapılmış iki afiş	40
Görüntü 35: Helvetica Font Yapısı	41
Görüntü 36: MIT Design Lab.....	42
Görüntü 37: Uluslararası Tipografik Stilna göre hazırlanmış bazı logolar	43
Görüntü 38: Josef Müller-Brockmann Beethoven Posterı 1955	44
Görüntü 39: Zürih Tasarım Müzesi	47
Görüntü 40: Zürih Tasarım Müzesi Logosu.....	48
Görüntü 41: Zürih Tasarım Müzesi Eski Logo.....	48
Görüntü 42: Zürih Tasarım Müzesi 1980'li yıllardan iki sergi afişi	49
Görüntü 43: Zürih Tasarım Müzesi SBB Sergisi davetiye örneği	50
Görüntü 44: Zürih Tasarım Müzesi web sayfası masaüstü	50
Görüntü 45: Zürih Tasarım Müzesi web sayfası mobil.....	51
Görüntü 46: Zürih Tasarım Müzesi Kitap ve Sergi Katalogları	51
Görüntü 47: Zürih Tasarım Müzesi Dış Mekân Raket Afiş	52
Görüntü 48: Zürih Tasarım Müzesi SBB Sergi Alanı.....	52
Görüntü 49: MoMA Kurucuları	54
Görüntü 50: MoMA'nın ilk sergisinin kurulum görüntüsü, 1929	55
Görüntü 51: MoMA Logoları.....	56
Görüntü 52: Ivan Chermayeff'in tasarladığı Mobil ve MoMA Logoları	56
Görüntü 53: Franklin Gothic, Matthew Carter'in MoMA Gothic dönüşümü ..	57
Görüntü 54: Pentagram tarafından geliştirilen yeni logo ve kullanımı	58
Görüntü 55: Pentagram tarafından geliştirilen yeni logo ve kullanımı	58
Görüntü 56: MoMA müze grafikleri ızgara sistemi	59
Görüntü 57: MoMA müze grafikleri ızgara sistemi ve logo kullanımı	60
Görüntü 58: MoMA sergi katalog örnekleri	60
Görüntü 59: Nxlte tarafından üretilen MoMA sergi tarihleri afiş çalışması ..	61
Görüntü 60: MoMA sergi alanları düzenlemeleri	61
Görüntü 61: MoMA Web sayfası ekran görüntüsü	61
Görüntü 62: Tate Modern Londra	63
Görüntü 63: Tate solda eski logolar, sağda yeni logo	64
Görüntü 64: Tate logosundaki noktalardan oluşturulan ürünler	65
Görüntü 65: Tate Modern sergi afişleri	65
Görüntü 66: Tate Britain sergi afişleri	66

Görüntü 67: Tate Modern	66
Görüntü 68: Tate Modern broşürleri tasarımcı: James Ladbury.....	67
Görüntü 69: Tate Modern yönlendirmeleri	67
Görüntü 70: Kıbrıs Modern Sanat Müzesi Modellemesi.....	71
Görüntü 71: Kıbrıs Modern Sanat Müzesi İnşaat Çalışması, 2019	71
Görüntü 72: Modern sanat müzeleri logolarından örnekler.....	73
Görüntü 73: Kıbrıs Modern Akzidenz-Grotesk Next Medium	75
Görüntü 74: Harf aralıklarının ve “O” harfinin yeniden düzenlenmesi	76
Görüntü 75: KMSM “O” harfinin vurgulanmasının çıkış noktası	76
Görüntü 76: sanat müzesi ve art museum Akzidenz-Grotesk Next Light.....	77
Görüntü 77: sanat müzesi ve art museum dönüştürülmüş kullanım	77
Görüntü 78: Kıbrıs Modern Sanat Müzesi Logosu	77
Görüntü 79: Kıbrıs Modern Sanat Müzesi Logotype Renk Kodları	78
Görüntü 80: Kıbrıs Modern Sanat Müzesi Logotype	78
Görüntü 81: Kıbrıs Modern Sanat Müzesi Logotype Oranları	79
Görüntü 82: Kıbrıs Modern Sanat Müzesi Logotype Güvenlik Alanı	79
Görüntü 83: KMSM Logotype Farklı Zeminlerde Kullanım Örneği.....	80
Görüntü 84: KMSM Birinci Grup Kurumsal Yazı Karakterleri	81
Görüntü 85: Arial Yazı Karakterleri	82
Görüntü 86: Arial Helvetica farkı	82
Görüntü 87: DIN Yazı Karakterleri Alman Standartları.....	83
Görüntü 88: KMSM Afiş Grid (Izgara) Sistemi	85
Görüntü 89: KMSM Rembrandt Özel İşler Sergisi Afiş Örneği.....	86
Görüntü 90: KMSM Özbekistanlı Altı Sanatçı Sergisi Afiş Örneği.....	87
Görüntü 91: KMSM Sergi Kataloğu Kapak Tasarımı Izgara Sistemi.....	88
Görüntü 92: KMSM Sergi Kataloğu Tasarımları	88
Görüntü 93: KMSM Sergi Bilet örneği.....	89
Görüntü 94: KMSM Sergi Bilet örneği.....	89
Görüntü 95: KMSM Müze Kart Örnekleri	90
Görüntü 96: KMSM Web Sayfası ve Sosyal Medya Izgara Sistemi	91
Görüntü 97: KMSM Şehir içi Raket Reklam Örnekleri	92
Görüntü 98: KMSM Raket Reklam Örnekleri	92
Görüntü 99: KMSM Billboard Örnekleri	93
Görüntü 100: KMSM Dikey Bayrak Sergi Afişi.....	93

Görüntü 101: KMSM Duvar Tabelası	94
Görüntü 102: KMSM Sergi Rollup Tasarım Örnekleri	94
Görüntü 103: KMSM Dikey Tabela Örnekleri	95
Görüntü 104: KMSM Sergi Mekânı ve Eser Künye Tasarım Örneği	96
Görüntü 105: KMSM Giriş bölümü, sergi ve yönlendirme panoları	97
Görüntü 106: KMSM pigtogram örnekleri	97
Görüntü 107: KMSM Çanta ve T-Shirt Örnekleri	98

TABLolar DİZİNİ

Tablo 1: Zürih Tasarım Müzesi Vaka Analizi Çizelgesi	53
Tablo 2: MoMA Vaka Analizi Çizelgesi	62
Tablo 3: Tate Modern Vaka Analizi Çizelgesi	68
Tablo 4: Modern Müze Değerlendirmeleri Sonuç Analizi Çizelgesi	69

KISALTMALAR

ABD Amerika Birleşik Devletleri

DIN Deutsches Institut für Normung (Alman Standardizasyon Enstitüsü)

IAA International Art Association

ICOM Council of Museums (Uluslararası Müzeler Konseyi)

IMMA Irish Museum of Modern Art (İrlanda Modern Sanat Müzesi)

KMSM Kıbrıs Modern Sanat Müzesi

M.Ö. Milattan Önce

M.S. Milattan Sonra

Mam São Paulo Museum of Modern Art (Sao Paulo Modern Sanat Müzesi)

MET The Metropolitan Museum of Art (Metropolitan Sanat Müzesi)

MIT Massachusetts Teknoloji Enstitüsü (Massachusetts Institute of Technology)

MoMA Museum of Modern Art (Modern Sanat Müzesi, New York)

SBB Schweizerischen Bundesbahnen (İsviçre Federal Demiryolları),

SFMA San Francisco Modern Sanat Müzesi

TDK Türk Dil Kurumu

UNESCO United Nations Educational Scientific and Cultural Organization
(Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu)

ZHdK Zürcher Hochschule der Künste (Zürich Sanat Üniversitesi)

GİRİŞ

Bu tezin amacı, modern sanat müzelerinde kullanılan müze grafiklerinin tipografi başta olmak üzere grafik tasarım uygulamalarının sorun ve olanaklarını “Uluslararası Tipografik Stil” bağlamında inceleyerek, Kıbrıs Modern Sanat Müzesi için, müze grafiklerinin oluşturulmasında bir yol haritası önermektir. Bu çalışmayı yürütürken, İsviçre Tasarım Üslubu olarak da bilinen Uluslararası Tipografik Stil bir araştırma ve örnekleme çerçevesi olarak kullanılmıştır. Uluslararası Tipografik Stil, köklerini Bauhaus’tan alan ve etkisi günümüz tasarımında halen devam etmekte olan bir tasarım yaklaşımıdır. Uluslararası Tipografik Stil’in tasarım disiplini yaklaşımlarında öne çıkan, kolay okunurluk, sade ve gösterişsiz tasarım dili, tipografinin aynı zamanda tasarımda bir görsel öge olarak kullanılması gibi özellikleri ile modern sanat müzeleri grafik tasarımları için elverişli bir tarz olup olmadığı araştırılmıştır. Araştırma, literatür taraması ve vaka analizi yöntemleri ile gerçekleştirilmiştir.

Birinci bölümde, “müz” kavramından “müze” kavramına geçiş ve müzelerin sanat ile buluşması süreci araştırılmıştır. Bu bölümde, modern sanat müzelerinin doğuşu ve gelişimi süreçleri kısaca incelenmiştir.

İkinci bölümde, tezin ana savını oluşturan “Uluslararası Tipografik Stil’in modern sanat müzeleri müze grafikleri için bir model oluşturması” önerisine giden süreç detaylı olarak incelenmiştir. Özellikle modern sanat müzelerinin, tipografi ağırlıklı logo çalışmaları, tipografiyi grafik tasarım çalışmalarının başına koyan Uluslararası Tipografik Stil ile bir bağ kurulmasını sağlamıştır. Sanayi Devrimi sonrası bugünkü anlamı ile kullanılan grafik tasarım kavramı incelenerek, stilin tarih sahnesine çıkmasının nedenleri araştırılmış ve stilin özellikleri irdelenmiştir. İki dünya savaşı arka planda varlığını devam ettirirken hem sanatsal anlamda hem de tasarım anlamında kesişmeler, ayrımlar, birliktelikler ve yer değiştirmeler incelenmiş, Uluslararası Tipografik Stil’in, Bauhaus, De Stijl ve Yeni Tipografi Hareketi gibi hareketler ile bağlantıları araştırılmıştır. Bu tarihsel araştırma sonucunda Uluslararası Tipografik Stil’in günümüze taşınan belli başlı özellikleri saptanmıştır.

Üçüncü bölüm, modern sanat müzeleri incelenmelerine ayrılmıştır. MoMA ve Tate Modern modern sanat müzeleri kapsamında incelenmiş, Zürih Tasarım Müzesi ise hem modern bir müze hem de Uluslararası Tipografik Stil'in tarihsel dayanaklarından biri olması nedeni ile ayrıca değerlendirilmiştir. Zürih Tasarım Müzesi, aynı zamanda Zürih Sanat Üniversitesi'nin bir parçası olarak kurulması bağlamında önemli bulunmuştur. Modern sanat müze incelemeleri ile elde edilen bulgular, Kıbrıs Modern Sanat Müzesi müze grafikleri için bir model oluşturmuş ve uygulanmıştır.

Dördüncü bölüm ise Kıbrıs Modern Sanat Müzesi için müze grafiklerinin nasıl uygulanacağı üzerine bir öneriyi içermektedir. Henüz yapımı devam eden ve 2020 yılının sonuna doğru açılması planlanan Kıbrıs Modern Sanat Müzesi için öneriler, uygulama örnekleri ile sunulmuştur.

Problem

Kıbrıs Modern Sanat Müzesi müze grafikleri için evrensel bir grafik tasarım dili oluşturulmasında, Uluslararası Tipografik Stil bir yöntem olarak uygulanabilir mi? Uygulanabilir ise, bu stilin genel bir grafik tasarım dili olarak müze grafiklerinde nasıl kullanılacağı, hangi özelliklerinin öne çıkartılacağı, problem ve olanaklarının neler olacağı, tez araştırmasının üzerine kurulacağı temel problemi anlatmaktadır.

Amaç

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nin ilk modern sanat müzesi olan Kıbrıs Modern Sanat Müzesi için, yukarıda bahsedilen ana problem ekseninde incelemeler yapılarak, evrensel ölçekte grafik tasarım dilinin oluşturulması ve bu doğrultuda uygulanabilir bir modelin önerilmesi amaçlanmıştır.

Önem

Kıbrıs Modern Sanat Müzesi için yapılan bu tez çalışması, hem yeni kurulacak müze için bir görsel aidiyet yol haritası oluşturacak, hem de daha sonra bu alanda çalışma yapmak isteyen araştırmacılar için bir referans kaynağı olabileceği düşünülmektedir.

Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini modern sanat müzelerinin müze grafikleri tasarım uygulamaları oluşturmaktadır. Örneklem ise, Kıbrıs Modern Sanat Müzesi müze grafikleri olarak belirlenmiştir.

Sınırlılıklar

1900'ler ile başlayan ve 1970'li yıllara kadar devam eden Uluslararası Tipografik Stil'in en etkin yılları, stilin yapısı, tarihsel arka planı, üreticileri ve teorisyenlerinin ortaya koyduğu stratejik yapılar bağlamında genellenebilir bir grafik tasarım tarihi anlatısı olarak incelenmiştir. Bu stilin hali hazırda günümüzde de devam eden 4 temel özelliği; sans-serif (tırnaksız) tipografi kullanımı, asimetrik formlar, fotoğraf ve görsellerin tarafsız kullanımı ve ızgara (grid) sistemi bu araştırmanın sınırlarını oluşturmuştur. Özel sınırlılık ise bu stilin sadece Modern Sanat Müzeleri bağlamında incelemelerini içermektedir.

Yöntem

Yürütülen tez çalışmasında basılı kaynakların saptanması, belgelerin incelenmesi, konu kapsamı ile ilişkili olduğu düşünülen diğer araştırmaların taranması, tarihsel süreçlerin belgeler yardımıyla karşılaştırılması dikkate alınarak, problem durumu ve amaç betimleme yöntemi ve vaka analizi kullanılarak çalışma tamamlanmıştır. Araştırma sonuçlarına dayanarak bir uygulama çalışması, tezin son bölümünde neden ve sonuçlarının detaylı bir biçimde belirtildiği örnek tasarımlar ile sonuçlandırılmıştır.

1. BÖLÜM

MÜZ'LERİN ÇAĞINDAN MÜZELERE

Müze teriminin etimolojik kökeni, Yunan mitolojisindeki Mouseion kelimesine dayanır. Mouseion, “müz”lerin yaşadığı yer, müzlere adanmış olan ‘şey’ anlamına gelmektedir. Yunan mitolojisinde esin perileri (bkz. Görüntü 1) olan müzler, baş tanrı Zeus ile bellek tanrıçası Mnemosyne’in kızlarıdır. “Müze, müzlerin mekânı. Dokuz müzden her biri ayrı bir yaratıcı uğraşı gözetir, ona esin kaynağı olur. Örneğin, Melpomene zaten müz sözcüğünden türeyen müziğin, Erato lirik şiirin, Kalliope epik şiirin, Kleio tarihin müzleridir” (Artun, 2018, s. 11).



Görüntü 1: Apollo ve Müz'lerin Dansı – Baldassarre Peruzzi (1481-1536)
 (https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/4/40/Baldassare_Peruzzi_Dance_of_Apollo_and_the_Muses.jpg)
 Erişim Tarihi: 12 Ekim 2019

Müzlere can veren hafıza tanrıçası Mnemosyne, aslında bugün bile müzelere atfedilen özelliklerin başında gelen hafıza, bellek mekânları olmalarının, mitolojik karşılığı olarak da okunabilir. Gerçekten de ilk müzelerden günümüze müzelerin temel işlevlerinin başında, buldukları toplumun ortak hafızası, konumunda olmaları gelmektedir. Geçmiş ile bugün, bugün ile yarın arasında

bir köprü vazifesi de gören müzeler, hem kendi tarihselliği içerisinde ana uğraşı müze olan disiplinlerde, hem de birçok farklı disiplin alanlarının gündeminde olmuş ve tartışıla gelmiştir. Müzeler felsefeden sosyolojiye, antropolojiden dil bilimine, mimariden grafik tasarıma kadar birçok disiplinin uygulama alanları olarak başlı başına bir laboratuvar görevi görmektedir.

1.1 Müz Kavramı ve İlk Müzeler

Girişte de söz edildiği üzere, müze kavramının kökensel karşılığını açıklamak için, Müz'lere bakmak gerekmektedir. Müz'lere adanmış evler, tapınaklar vb. yapılar günümüzdeki müzenin karşılığını oluşturmaktadır. Türk Dil Kurumu (TDK) Güncel Türkçe Sözlükte müze kavramını şöyle açıklamaktadır; "Sanat ve bilim eserlerinin veya sanat ve bilime yarayan nesnelerin saklandığı, halka gösterilmek için sergilendiği yer veya yapı" (TDK Türkçe Sözlük).

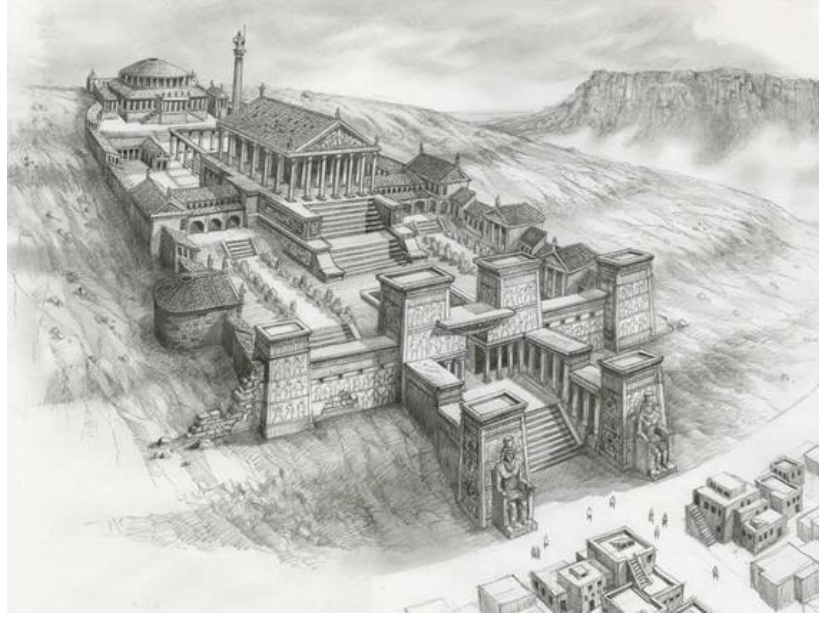
Uluslararası Müzeler Konseyi (ICOM), yakın bir zamanda müze tanımının yeniden yapılması üzerine bir oturum gerçekleştirmiştir. Japonya'daki Kyoto Uluslararası Konferans Merkezi'nde 9 Eylül 2019 tarihinde yapılan toplantı sonucu aşağıdaki tanımlamanın genel müze tanımlamasına dâhil edilmesini karara bağlamıştır.

ICOM müze tanımını şöyle yapmaktadır;

"Müzeler, geçmişler ve gelecekle hakkında kritik diyaloglar için demokratikleştirici, kapsayıcı ve çok sesli alanlardır. Günümüzün çatışmalarını ve zorluklarını kabul edip ele alarak, topluma olan güvende eserler ve örnekler tutar, gelecek nesiller için farklı hatıraları güvence altına alır ve tüm insanlar için eşit haklar ve mirasa eşit erişim sağlar. Müzeler kâr amaçlı değil, katılımcı ve şeffaftırlar ve insan onuruna ve sosyal adalete, küresel eşitlik ve gezegensel refah düzeyine katkıda bulunmayı amaçlayan, dünyadaki anlayışları toplamak, korumak, araştırmak, yorumlamak, sergilemek ve geliştirmek için aktif ortaklıklar içerisinde çalışırlar." ("museum definition", 2019).

Müzeler, batı uygarlığının kendisini dayandırdığı Antik Yunan döneminden bu yana, değerli ve önemli şeyleri saklamak ve göstermek üzerine kurulan

mekânlar olarak da okunabilir. Artun (2018) konu ile ilgili şunları aktarır; müze bu dönemde Müz'lere adanan bahçe, kutsal kalıntı odaları, tapınak gibi birçok yeri de tariflemek için kullanılmıştır. Bu tanım, İskenderiye Kütüphanesi için yapılan tariflemelerle örtüşmektedir. “Hem Platon’un Akademi’sinde hem de Aristoteles’in Lykeion’unda bir mouseion mevcut. Ama asıl müze efsanesini yaratan, M.Ö. 4. yüzyılda kurulan ve en az yedi yüzyıl etkin olan İskenderiye Müzesi’dir” (s. 13).



Görüntü 2: İskenderiye Müzesi ve Kütüphanesi (Temsili Çizim)
(<https://www.wannart.com/bilimin-yakilisi-iskenderiye-kutuphanesi/>)
Erişim Tarihi: 12 Ekim 2019

Tunay (1970), İskenderiye Kütüphanesi (bkz. Görüntü 2) olarak bilinen bu yapının, bugünkü anlamıyla yalnızca bir kütüphane olmanın ötesinde, felsefe, sanat ve bilim gibi alanları da kapsayan aktif bir yerleşke olduğundan bahsetmiştir. Müze kavramı ile birlikte koştur düşünelen bir diğer kavram da “koleksiyon” kavramıdır. TDK koleksiyon kavramını, “öğrenme, yarar sağlama veya zevk amacıyla bir araya getirilmiş ve özelliklerine göre sınıflara ayrılmış nesnelerin bütünü, derlem” olarak tanımlamıştır (TDK Türkçe Sözlük). Bu tanıma göre ilk koleksiyonlar, eski Yunan tapınaklarında tanrılara sunulan adaklar olarak da değerlendirilebilir. Artun (2018) “Müze ve Modernlik” kitabında, bu adakların toplandığı alanları aynı zamanda bir koleksiyon odası olarak belirterek, bu alanları da müze kapsamına almıştır. Olympia’daki Hera

Tapınağı, Paestum'da ki Neptün ya da Hera Tapınağı (bkz. Görüntü 3) aynı zamanda bir müze alanı olarak da değerlendirilen en ünlü yapılar olmuştur.



Görüntü 3: Neptün veya Hera Tapınağı, M.Ö.438
(<http://www.paestum.org.uk/temples/neptune/>)
Erişim Tarihi: 23 Eylül 2019

Antik Yunan medeniyetinden çok uzak olan yeni kıta Amerika'da bile neredeyse ilk inşa edilen müzeler, Antik Yunan tapınaklarına biçimsel bir öykünme içerir. Günümüzde de özellikle arkeoloji, antropoloji, doğa tarihi ve benzeri müzeler, ilk öncüleri gibi tapınak biçiminde inşa edilmektedir (bkz. Görüntü 4).



Görüntü 4: Washington Ulusal Sanat Galerisi, 1937
(https://aeaconsulting.com/news/the_national_gallery_of_art_announces_new_appointments_and_aea_consultings_strategic_plan)
Erişim Tarihi: 15 Eylül 2019

Antik dünyadan Orta Çağ'a doğru ilerlerken güncel anlamda müze görülmemekle birlikte, koleksiyonlar özellikle dinsel bir ekseninde pratik olarak yer bulmaktaydı. Bu koleksiyonlarının varlığını Yücel (1999), Orta Çağ Avrupa'sında dinsel eşyalardan derlenmiş olan koleksiyonlar olarak kilise ve manastırlarda bulunduğunu vurgulamıştır. Sözü edilen bu dinsel önem taşıyan eserlerin bir kısmı, Haçlı Seferleri ile doğudan taşınan eşyalar oluşturmaktadır. Orta Çağ Avrupa'sında pek çok farklı ülkeden paralı asker, Doğu'ya yapılan akınlara katılmış, pek çok önemli eşyayı kilise koleksiyonuna getirmişlerdir. Zamanın Doğu ve Batı Roma İmparatorları kadar güç ve etki sahibi olmayan Kuzeyli krallar, Haçlı Seferlerine katılmış olmayı kendi iktidarlarını ispatlama ve etki alanlarını genişletme amacını da gütmüşlerdir (Beyazoğlu, 2019). Kutsal Kâse, Eski Ahit Sandığı gibi dönemin dinsel olarak önem taşıyan eşyalarına ulaşma çabası neticesinde, ulaşılabilen eserler, ait oldukları topraklardan kaçırılarak kilise ve manastırların zengin koleksiyonlarına eklenmiştir. "Orta Çağ'da kilisenin toplumda baskın bir yeri vardır. Bu nedenle, geçmişten içinde buldukları döneme kadar önemli buldukları dini niteliğe sahip eserleri kilise toplamıştır. Eserler kiliselerde muhafaza altına alınmıştır" (Keleş, 2003, s. 3). Haçlı seferleri ile doğu toplumundan dinsel nesne ve eserlerin yanı sıra tıp, felsefe gibi bilim alanlarıyla ilgili düşünceler de toplanmış, böylece Avrupa'nın Orta Çağ'dan Rönesans'a dönemine doğru geçişini tetikleyecek adımlar da gerçekleşmiştir.

Koca (2017), Haçlı seferlerinin sebep ve sonuçları ile ilgili yazdığı makalede Haçlı seferlerinin, Batı insanının dış dünyaya açılmasında çok önemli bir yeri olduğunu vurgulamaktadır. Özellikle, I. Haçlı seferinden sonra, doğunun ticaret yollarının keşfedilmesi ve doğu mallarının batıya taşınması, Avrupa'da bir tüccar sınıfının da doğmasına neden olmuştur diye belirtmektedir. "Avrupa'da taşımacılık, gemicilik, bankacılık ve sigortacılık gibi iş alanlarının gelişmesini sağladığı gibi, coğrafya keşiflerinin de temel alt yapısını ve şartlarını hazırlamıştır" (s. 32).

Orta Çağ'dan Rönesans dönemine doğru gelindiğinde, özellikle Avrupa'nın yeni toprakları keşfetme süreci ile birlikte, Avrupa'da olmayan merak uyandıran, değerli ürünler vb. materyaller belli odalarda saklanmaya,

korunmaya başlamıştır. Bu toplamalar bugünkü anlamda da koleksiyon fikrinin de ilk tohumlarını oluşturmuştur. Modern anlamda “müze” kavramına daha zaman olmasına karşın, bu toplamalar ve sergilemeler yepyeni bir dönemin de kapılarını açmıştır.



Görüntü 5: Nadire Kabinelerine bir örnek, Domenico (1620-1699)
 (<https://www.wga.hu/frames-e.html?/html/r/remps/cabinet.html>)
 Erişim Tarihi: 15 Eylül 2019

Nadire Kabineleri (bkz. Görüntü 5) olarak da bilinen bu dönem 15 ve 16. yüzyılda Fransa’da görülmeye başlanmış ve tüm Avrupa’ya yayılmıştır. Bu kişisel koleksiyonlar için, Orta Çağ öncesi bilgiye ulaşma gayreti ile Rönesans ve Orta Çağ arasında bir köprü oluşturmuştur denilebilir. Sözen ve Tanyeli’nin de vurguladığı gibi bu kişisel koleksiyonlar “...tarihe tanıklık eden eserlerin değerli olarak kabul edilmeleri, bunların sistematik biçimde toplanarak biriktirilmesine olanak sağlamıştır” (Sözen, Tanyeli, 1987, s. 169). Madran (1999), kişisel koleksiyonla başlayan bu sürecin topluma açık hale gelmesinin ilk örneğinin Elias Ashmole’ün kendi kişisel koleksiyonunu Oxford Üniversitesi’ne bağışlaması ile başladığını belirtir. “Böylece toplumsal bir mekân olarak üniversite kapsamına giren özel bir koleksiyon, ilk kez halkın görüşüne ve kullanımına açılmıştır” (s. 5).

Ashmolean Müzesi İngiltere'nin ilk resmi halk müzesi olarak kabul edilmektedir. İngiltere Oxford'da bulunan Müze 1677 yılında Elias Ashmole'ün Oxford Üniversitesi'ne bağışladığı koleksiyonu için 1678–1683 tarihleri arasında inşa edilmiştir. Ashmolean Müzesi binasında da Yunan Tapınağı etkisi gözlemlenmektedir (bkz. Görüntü 6).



Görüntü 6: Ashmolean Sanat ve Arkeoloji Müzesi
(<https://www.artfund.org/whats-on/museums-and-galleries/ashmolean-museum>)
Erişim tarihi: 23 Ekim 2019

İngiltere'de bu gelişmeler olurken, Avrupa kıtasında müzeleri modernleştiren deneyimler ve süreçler yaşanmaya başlanmıştır. Artun, bu süreçlerin başlaması ile Palazzo Medici'nin (bkz. Görüntü 7) "...modern Avrupa müzelerinin kökeni..." olarak nitelendirildiğini belirtir (Artun, 2018, s. 56).



Görüntü 7: Medici'nin "eski evi", Floransa, İtalya
(<https://www.palazzomediciriccardi.it/project/la-casa-vecchia-dei-medici/>)
Erişim Tarihi: 23 Ekim 2019

Rönesans'ın ardından aydınlanma çağına girilirken, kişisel olan koleksiyonlar halka açılmaya başlamış, toplumsal ve politik anlamda yaşanan değişimler koleksiyon ve müzecilik alanlarına “ulusal müze” kavramını kazandırmıştır. Dilli (2014), Fransız Devrimi (bkz. Görüntü 8) ile doğan ve yükselen ulusçuluğun ulusal müze kavramını ortaya çıkarttığını vurgulamaktadır. Takip eden süreçte “Sömürgeciliğin yayılmasıyla birlikte, başta Yunanistan, Mısır, Hindistan ve Osmanlı bölgelerinden getirilen eserler Avrupa müzelerinde sergilenmeye başlanmıştır” (s. 82).



Görüntü 8: İnsanlara Önderlik Eden Özgürlük, Eugène Delacroix, 1830
(<https://www.konbini.com/fr/culture/>)
Erişim Tarihi: 15 Eylül 2019

1.2 Müzelerin Sanat ile Buluşması

18. yüzyıl, bugünkü Avrupa'nın ve batı uygarlığının en büyük dönüm noktası olarak düşünülebilir, çünkü; 16. yüzyıl ile başlayan reform hareketleri hem Antik Çağ'ın hem Orta Çağ'ın hem de Rönesans'ın kazanımlarını 18. yüzyıldaki insan odaklı çağa taşımıştır. Aydınlanma Çağı olarak da bilinen bu dönem, kültürel, toplumsal, tarihsel, sanatsal vb. açılardan da insan merkezli dönemin başlangıcı olarak da nitelendirilebilir. Martin Luther'in (1483-1546) öncülüğünde gelişen 16. yüzyıl aydınlanma ve reform hareketleri, “Katolik Kilisesi'nin uygulamalarına, baskılarına ve yanlışlıklarına karşı bir “yeniden oluşum”, “yeniden şekillenme” veya “yeniden yapılanma” hareketi olarak tanımlanabilir” (Anameriç, 2008, s. 19).

Reformlar ile başlayan aydınlık düşüncesi, Rönesans ile birlikte insan merkezli fikirlerin ve sosyal örgütlenmenin de önünü açmıştır. Bu dönemde ortaya çıkan temel görüş hümanizm olmuştur. TDK Güncel Türkçe Sözlüğe göre; Hümanizm “insancılık” olarak tanımlanmaktadır (TDK Türkçe Sözlük). İnsanı merkeze alan bu görüş ile birlikte insanın eğitim sürecine katılması ve toplumsal örgütlenmenin içinde sadece soyluların varlığının kabul edilmesi düşüncesinden yavaş yavaş uzaklaşmaya başlanmıştır. 18. yüzyılın başlarında bu fikirlerin karşısında soylular da kendi güçlerini sergilemek adına, nadire kabinelerinden bu yana ellerinde bulundurdukları koleksiyonları halka açarak kamulaştırmışlardır. “The British Museum (bkz. Görüntü 9) 1759’da Londra’da kurulmuş, İtalya’da Medici ailesinin koleksiyonları yeniden düzenlenerek 1789’da kamusallaştırılmıştır” (Yücel, 2012, s. 5).



Görüntü 9: The British Museum
(www.britishmuseum.org)
Erişim Tarihi: 15 Eylül 2019

Sanat, Orta Çağ’ın dinsel temelli üretiminden ilk defa bu dönemde bağımsızlığını ilan etmeye başlamış, sanatçı ise kendi varlığını kilise ve aristokrasinin dışında yeniden kurgulamanın yollarını kendine özgü fikirleri sanatına taşıma yolu ile oluşturmuştur.

Bozdağ'a (2015) göre;

“18. yüzyılda akılcılık ve bilimin egemen olduğu aydınlanma düşüncesi ile dünyanın merkezine akıl konuldu. Bu durum, burjuva sınıfının işine yaradı. Aristokrata ve oligarka karşı kendi sermayesini korumak için oluşturduğu ulus devlet modeli, halkın özgürleşmesi için değil, burjuvazinin sermayesini ve haklarını korumak için yapılmıştı” (s. 100).

Fransız Devrimi ile oluşan değerler, ulusallık kavramı ve ulus bilinci ile birleşerek önce Paris'in sonra Fransa'nın ve giderek dünyanın çehresini değiştirmeye başlamıştır. Bu değişim müze kavramına yaklaşımı ve müzelerin yapılarını da değiştirmeye başlamıştır. Bu konuda birçok kaynakta, Paris'te bulunan Louvre Müzesi'nin (bkz. Görüntü 10) Avrupa'nın ilk ulusal müzesi olduğundan bahsedilmektedir. Artun'un “Müze ve Modernlik” kitabında da vurguladığı gibi, Louvre devrimin eseridir. Fransız Devrimi ile birlikte halk kraliyet sarayını ve hazinelerini ele geçirmiş ve bunları Louvre sarayında sergileyerek müzeleştirmiştir.



Görüntü 10: Louvre Müzesi'nin Doğu Cephesi, Paris, 19. yüzyıl
(<https://www.britannica.com/topic/Louvre-Museum>)
Erişim Tarihi: 15 Eylül 2019

Hem Reform hareketleri hem de Fransız Devrimi bir toplumsal dönüşüme yol açmıştır. Bu dönemde tüm toplumsal dönüşümden nasibini alan alanların başında da sanat gelmektedir. Sanat, Orta Çağ boyunca ötelendiği yerden çıkarak, aristokrat ailelerin, burjuvaların ve zenginleşen yeni tüccarların merak listesinde yerini almıştır.

Güncel anlamıyla sanatın, müze ile birlikteliğine antik ya da Orta Çağ döneminde rastlanmamasına karşın¹ sanat, ancak reform hareketleri ile birlikte yükselen bir değer haline gelmiştir. Artun'un da dediği gibi: "Sanatın, müzlerin mekânını fethetmesi, icat edildiği 18. yüzyılı bekleyecektir" (Artun, 2018, s. 12).



Görüntü 11: Johan Zoffany- Uffizi Tribunaları
(https://en.wikipedia.org/wiki/Tribuna_of_the_Uffizi)
Erişim Tarihi: 16 Kasım 2019

Yukarıda da bahsedilen süreçler ile birlikte sanat, yepyeni bir sergileme ve halka açılma alanlarının keşfedilmesi, organize edilmesi dönemine girmiştir. Vassari'nin Medici ailesinin özel koleksiyonunu, Uffizi Sarayının (bkz. Görüntü 11) ikinci katında sergilemesi ve bu sergileme için o alanda özel bir yapılanma kurması, Uffizi Sarayı sergisini "ilk sergi mekânı olarak tarih sahnesine çıkartmıştır" denilebilir (Çolak, 2011, s. 39).

¹ Artun, bu savı şöyle temellendirir: "Antik dönemde resim ve heykelin müzleri yoktur. Sanat, zihinden çok, el becerisi gerektiren bir uğraş olarak değerlendirildiğinden itibar görmez ve Müzler katına kabul edilmez. Şiirle, müzikle, felsefeyle kıyaslanmaz. Zanaat ve sanayi anlamlarına da gelen "techne" -Latince ars- sözcüğüyle ifade edilir ve heykeltıraşlık kadar at nallamak da techne sayılır. (Artun, 2018, s. 12)".

1.3 Modern Sanat Müzelerinin Doğuşu ve Gelişimi

Modern Sanat müzeleri konusuna girmeden önce modern kavramını incelemek konuyu daha açık ele almayı sağlayacaktır. “Modern” teriminin karşılığı TDK Sözlüğüne göre; “çağdaş” olarak tanımlanmaktadır. Çağdaş kelimesinin anlamı ise, “aynı çağda yaşayan, çağcıl, asri, muasır” ya da bulunulan çağın anlayışına, şartlarına uygun olan, çağcıl, uygarca, asri, modern olarak tanımlanmaktadır. Burada çağdaş ve modern kavramları aynı gibi değerlendirilse de arada nüanslar bulunmaktadır. Çağdaş Sanat Müzeleri kitabı ile konuyu teorik bağlamda irdeleyen Lorente (2016)’ye göre aslında her iki kelime de çok anlamlı olarak nitelendirilmektedir. Kullanıldıkları yere, zamana, kullanıldıkları bağlamın disiplinine ve dilsel arka planına göre farklılıklar gösterebilir.

Lorente, bu iki kavramın dönem olarak kullanıldığında, Fransızca ve Latin kökenli dillerde aydınlanma sonrası şekillenen terminolojide farklı kullanım biçimi çıktığını söylemektedir; buna göre tarihçilerin bu terimleri Amerika’nın keşfi ile Fransız Devrimi arasındaki dönem için “modern dönem” ve bu dönemi takip eden dönem için de “çağdaş dönem” şeklinde kullanıldığını belirtir. Modern ve çağdaş kavramları, sanat tarihi içerisindeki dönemsellik açısından incelendiğinde, birçok sanat tarihçisi ve eleştirmene göre, 1860 ile 1960’lı yıllara kadar devam eden 100 yıllık dönemi “modern sanat dönemi” ve bu dönemden günümüze kadar olan dönemi de “çağdaş sanat dönemi” olarak tanımladıkları görülmektedir.

Müzeyi bir tasnif mekânı ve bir mekân tasnifi olarak ifade eden Artun (2018), modern müzeyi de “modern metropolün eseridir” diye tanımlamaktadır. (s.295). Bal’ın (2012) ifadesiyle, “Kabinelerdeki hayal âleminin ve karmaşanın yerini akılcı bir disiplin; nadirelerle kurulan mitlerin, kişisel metinlerin yerini ise bilimsel ve tarihsel anlatılar alır. Foucault’un dile getirdiği gibi, artık ‘kelimeler ve şeyler’ birbirinden ayrılır”. Bu durumda amaç “(...) dünyayı gizlerden kurtarmaktır. Mitleri parçalayarak, ham hayalleri bilgi vasıtasıyla alaşağı etmektir” (Akt. Bal, 2012). Yani nadireler kabinesi dönemi parçalanmakta, yerine sanatın biriktirilmesi ve sergilenmesi düşüncesi yerleşmekteydi. Böylece kişisel olan, genelleşmiş ve toplumsallaşmıştır.

Modernite kavramının, 16. ve 17. yüzyıllarda başladığı göz önüne alındığında, modernizm kavramının sanatlardaki karşılığı da 19. yüzyılın sonları olarak kabul edilebilir. Modernizmin tarihi aynı zamanda ulusal hegemonyaların tarihi olarak da okunabilir. ABD, Avrupa kıtasındaki gibi bir sanat geçmişi olmadığından, 1900'lerin başında sanat alanında da varlığını gösterme kaygısıyla, sanatı satın alma yoluna gitmiştir.



Görüntü 12: Metropolitan Sanat Müzesi (MET)
(www.metmuseum.org)
Erişim Tarihi: 3 Kasım 2019

Dünyanın en büyük çelik üreticisi J.P. Morgan, Metropolitan Sanat Müzesi'nin (MET) (bkz. Görüntü 12) başına geçmiş ve "ulusal bir sanat müzesi" oluşturmak için Avrupa'dan aldığı eserleri ABD'ye getirerek, MET'i 1920'li yıllarda, İtalya'dan sonraki en zengin Rönesans ve Orta Çağ hazinesine sahip bir müzeye dönüştürmüştür. MET, "hem ölçek hem de nitelik bakımından artık kuzey yarımkürenin en büyük müzesi" haline dönüşmüştür (Artun, 2018, s. 121).

20. yüzyıl modern sanatın ve modern sanat müzelerinin yüzyılı olarak da kabul edilebilir. MoMA (bkz. Görüntü 13) 7 Kasım 1929 yılındaki kuruluşu ile birlikte, modern sanatın geliştirilmesinde ve toplanmasında önemli bir rol oynamıştır. Genellikle dünyadaki en büyük ve en etkili modern sanat müzelerinden biri olarak tanımlanmaktadır (Kleiner ve Mamiya, 2005).



Görüntü 13: Modern Sanat Müzesi (MoMA)

(<https://www.artforum.com/news/moma-reopens-following-450-million-expansion-81083>)

Erişim Tarihi: 3 Kasım 2019

20. yüzyılın ilk yarısındaki savaşlar, Avrupa müzelerini olumsuz anlamda derinden etkilemiş ve savaşlarla yoğrulan Avrupa sanatını okyanus ötesine taşımıştır. “Başını MoMA’nın çektiği müzelerin hepsi, Avrupa’ya özgü bir kültürel modernleşmenin ürünü olan avangardın meşru mirasçısı olarak tasdik edilecek bir Amerikan sanatının inşa edilmekte olduğuna işaret eder” (Artun, 2018, s. 266).

Böylece sanatın Avrupa müzelerinde başlayan koleksiyon macerası, yeni kıta Amerika’ya taşınarak etki alanını genişletmiştir.

2. BÖLÜM

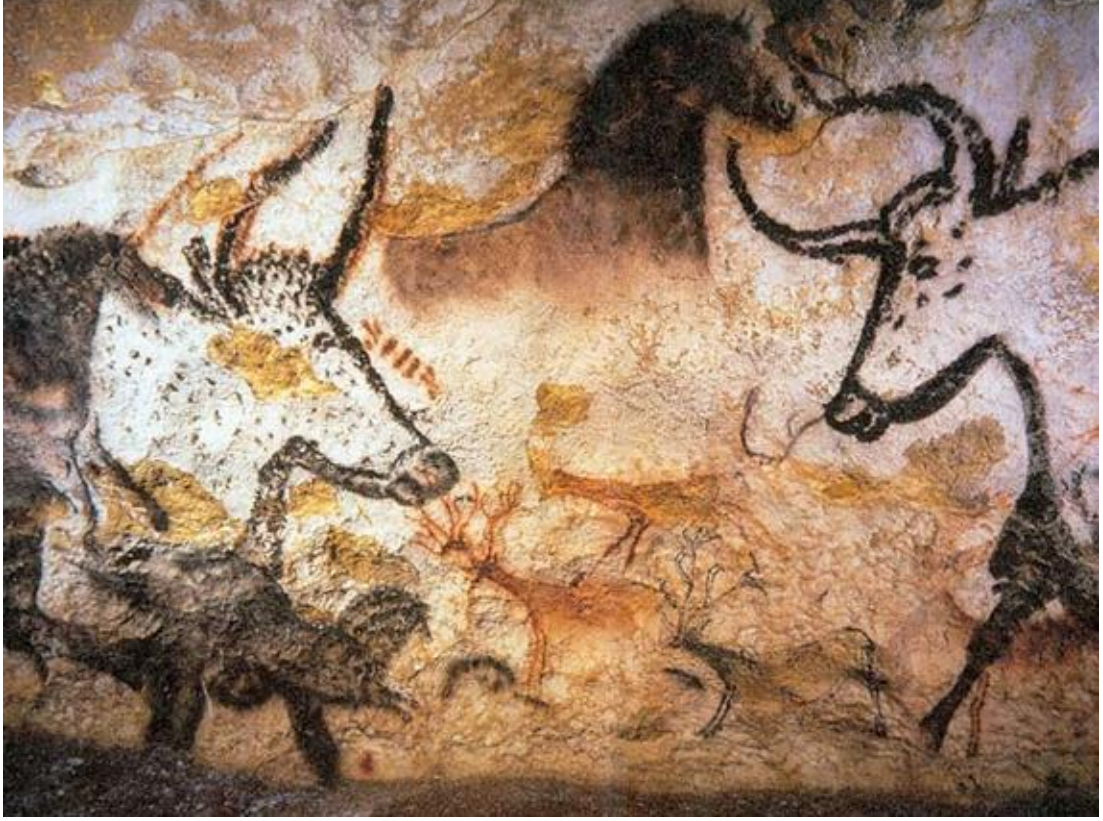
ULUSLARARASI TIPOGRAFİK STİL'İN DOĞUŞU ve GELİŞİMİ

Tezin ikinci bölümü, Kıbrıs Modern Sanat Müzesi için marka kimliğinin ve müze grafiklerinin oluşturulmasında, bir yol haritası olarak önerilen İsviçre Tasarım Üslubu / Uluslararası Tipografik Stil'in araştırılmasına ayrılmıştır. Stil hem tarihsel süreci hem de günümüze olan etkileri açısından araştırılmıştır. Kolay okunabilirliği, sade ve gösterişsiz tasarım dili ile metin kullanımına ek olarak birincil tasarım öğesi olarak tipografiyi de içermesi, İsviçre Tasarım Üslubunun yaygın bir biçimde "Uluslararası Tipografik Stil" olarak da anılmasına yol açmıştır. Uluslararası Tipografik Stil, köklerini Bauhaus' tan alan ve etkisi günümüz tasarımında da halen devam etmekte olan bir tasarım yaklaşımıdır. Uluslararası Tipografik Stil'i anlayabilmek için, öncelikle tipografiyi ve tipografiyi içinde barındıran grafik tasarım kavramını anlamak ve bu konuda geçirilen süreçleri analiz etmek gerekmektedir.

2.1 Grafik Tasarım Tarihine Kısa Bir Bakış

Grafik tasarımın tarihi, pek çok kaynakta mağara resimlerine kadar dayandırılmaktadır. "Sanat" yapıtı olarak tanımlanabilecek ilk nesnelere üretenlerin, Neandertal insandan sonra tarih sahnesine çıkan HomoSapiens olduğu bilinmektedir (Becer, 2002, s. 83). Becer, grafik tasarımın "görsel bir iletişim sanatı" olduğunu belirtir (s. 33), bu bağlamda grafik tasarımın köklerini mağara resimlerine dayandırmak yanlış olmayacaktır. Gombrich (1997), ilkel toplulukların "...imgeleri bakılacak güzel şeyler olarak değil de kullanılacak ve güç dolu nesnelere..." olarak düşünmüş olabileceğini kavramanın öneminden söz etmektedir. Bir canlının resmini yapmanın onun gücünü hapsedmek amacıyla olabileceği konusunda görüşler vardır (s. 40).

Mağara resimlerinin (bkz. Görüntü 14) yapılış amacı hakkında kesinleşmemiş farklı kuramlar olmakla birlikte, aynı zamanda bilgi iletme işlevinin de olması, anlatımsal bir sanatla bu bağlantıyı kurmaya uygun bir gerekçe olabilir.



Görüntü 14: Lascaux Mağarası duvar resimleri, Fransa
(<https://sacredland.org/lascaux-cave/>)
Erişim Tarihi: 5 Kasım 2019

Yazının bulunması insanlık tarihinin hiç kuşkusuz en önemli adımlarından biri olmuştur. Jean, yazının, insanın kendisini ve çevresini somutlaştırıp, bu somutlaştırmayı da gösterge ya da simgeleri oluşturmaya başlamasının üzerine kurduğundan bahseder. “Yazı İnsanlığın Belleği” kitabında bu savını şöyle tariflemektedir; “... yazı, onu kullananların düşündükleri, hissettikleri veya ifade ettikleri her şeyi somutlaştırıp açıkça belirleyebilecekleri düzenli bir gösterge ya da simgeler bütünü oluşturduktan sonra ortaya çıkmıştır” (s. 26). Böylece insanlar arasında bilgiyi kayıt altına alma ve onu aktarabilme olanağı doğmuştur. Sümerler, çivi yazısını kil tabletlere (bkz. Görüntü 15) taşımış (stilus) böylece toprağa yerleşmiş bir toplumun gereksinim duyduğu kayıt tutma işlerini takip edebilmiştir (Sarıkavak, 2014).

M.Ö. III. ve II. bin yıllardan itibaren Mezopotamya'da Sümer ve Akadların uygarlığını "bilimsel bilginin tohumlarına, gelişmiş bir yazıya, yüce bir edebiyata sahip" (Tanili, 1991, s. 84) olmakla nitelendirilmektedir.



Görüntü 15: Rahip Luenna tarafından, Lagash Kralı'na (belki Urukagina'ya) gönderilen, çocuğunun savaşta öldüğünü bildiren mektup
(https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Letter_Luenna_Louvre_AO4238.jpg)
Erişim Tarihi: 24 Ekim 2019

Yazının icadından sonra bir diğer dönüm noktası, kullanılan materyaller ile birlikte oluşmuştur. Yazının biçimsel olarak gelişmesinin yanı sıra, parşömen ve kâğıt kullanımı, yazı ortamını iyileştirmiş, üretimi ve yazılı belgelerin saklanması ve paylaşılmasını da kolaylaştırmıştır. Bir diğer dönüm noktası olan matbaanın icadına kadar olan süreçte, elyazmaları ve ağaç baskı yöntemleri kullanılmıştır. Sarıkavak (2014), Orta Çağ'da elyazması ve ağaç baskıların genellikle dini gereksinimlerle kullanıldığını vurgularken, yine de oyun kartları gibi günlük kullanıma yönelik bazı materyallerin de bu yöntemlerle çoğaltıldığından ve kolay basım tekniklerine ihtiyacın arttığını vurgular. Uçar (2004) ise, yazı ve tipografinin gelişimini, basım tekniklerinin gelişim serüveninden farklı tutmuş, bu farklılığın tipografiyi başlı başına bir sanat dalı olarak ortaya çıkardığını belirtmektedir. Johann Gutenberg'in 1450'de kitap basımı için geliştirdiği tipografi tekniği grafik tasarımın en büyük sıçrama

noktalarından biri olmuştur. Gutenberg, “ilk kez Çin’de tahta kalıplara yüksek rölyef olarak oyulan ve “Xylography” adı verilen baskı tekniğinden esinlenmiştir” (Becer, 2002, s. 92). Gutenberg’in geliştirdiği tipo (yüksek baskı) baskı tekniği, kâğıdın da çok adetli üretiminin önünü açmıştır (bkz. Görüntü 16).



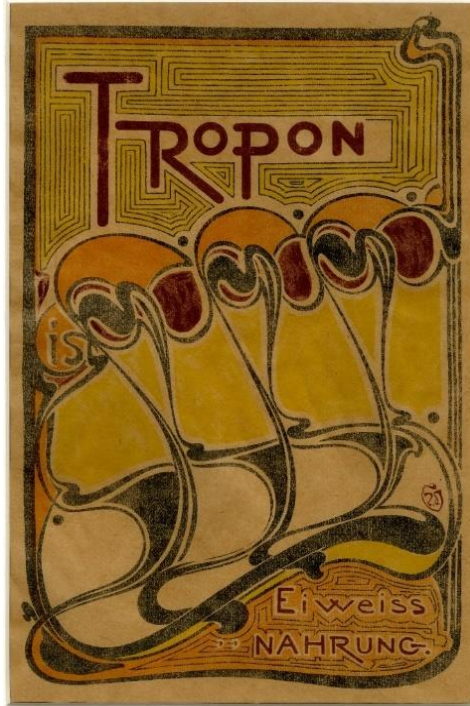
Görüntü 16: Johann Gutenberg'in harf döküm sistemi.
(Becer, 2002, İletişim ve Grafik Tasarım s.92)

Avrupa’da Rönesans ve reform hareketlerinin doğmasının nedenlerinden biri de matbaanın keşfi ile birlikte basılı yayınların çoğalması ve yaygınlaşmasıdır. Tüm bu gelişmeler, bilimsel ve teknik ilerlemenin ana motor gücünü oluşturmuştur. Üretim araçlarının yapısı değişmeye başlayarak, aletlerden makinalara doğru bir değişim ortaya çıkmaya başlamıştır. Makinalaşma üretimi arttırmış, artan üretim de tüketim sürecini tetiklemiştir. Tüketim süreci ise, yeni pazarlama yöntemlerine ihtiyaç duymaya başlamıştır. Ürünlerin tanıtılması, yaygınlaştırılması, tüketiciye ulaştırılması, ürünlerin korunması vb. ihtiyaçlar yepyeni iş alanlarının oluşmasına neden olmuştur. Gazetelerin yaygınlaşması da reklam ve tanıtım çalışmalarının önemini arttırmıştır.

2.2 Sanayi Devrimi ile Birlikte Değişen ve Gelişen Grafik Tasarım

Sanayi Devrimi bir başka deyişle Endüstri Devrimi, 18. ve 19. yüzyıllarda yeni buluşların üretim sürecini hızlandırması ve makineleşmiş bir üretim modelinin geliştirilmesi ile hayata geçirilmiştir. Sanayinin gelişmesi ve üretim araçlarının makineleşmesi aynı zamanda sermaye birikimi sürecini de hızlandırmıştır. Bu da yepyeni pazarlar ve yeni üretim materyallerinin geliştirilmesinin önünü

açmıştır. “Satıcılar müşterilerini, sundukları ürün ve hizmetlerin yararlarına dair eğitmeye çalışıyorlardı. Bu amaçla, aynı anda yazı ve görüntü basma tekniklerinin de gelişmesiyle reklamcılık adı verilen yeni bir medya doğdu” (Heller ve Cwast, 1991). Fritz Ehmcke, 1927 yılında yayınlanan “Deutsche Gebrauchsgraphik” kitapçığında ticari grafiğin; “...bu tür grafik yaratının çok özel bir grubu, sanayinin ve hiçbir zaman olmadığı kadar güncellik kazanan siyasal ve kültürel alanlarda ki belirleyici etkenlerin inanılmaz yükselişi...” nden bahseder (aktaran: Weill, 2012, s. 11). Ticari anlamda grafik çizgi kavramı ilk olarak Almanya’da ortaya çıkmıştır. Van de Velde’nin 1898 yılında Tropon (bkz. Görüntü 17) için yaptığı afiş, ambalaj ve tanıtım ilanları, hareketli biçimde hazırlanmış dekoratif çizgilerden oluşmuştur (Weill, 2012).



Görüntü 17: Henry van de Velde, 1899 Tropon posteri.
(https://research.britishmuseum.org/research/collection_online)
Erişim Tarihi: 16 Aralık 2019

18. yüzyıl ile birlikte gerçekleşen Sanayi Devrimi, matbaacılığın da gelişmesine ve değişmesine neden olmuştur. Friedrich Koenig tarafından 1814 yılında üretilen buharlı matbaa makinası, Gutenberg matbaasından bu yana en büyük değişimin başlangıcı olmuştur. Seri üretim yapabilen bu makina, saatte 1000 adet baskı sayısına ve çift taraflı bir biçimde baskı yapabilme kapasitesine ulaşmaktadır (Ambrose ve Harris, 2012).

Grafik tasarım, özellikle fotoğrafın keşfi ile birlikte yeni bir döneme geçmiştir. Fotoğrafın icadı, resimlemeden yararlanan grafik sanatını da başka bir boyuta taşıyarak kendi disiplini oluşturmaya başlamasının önünü açmıştır. Becer (2002), fotoğrafın bulunuşuna kadar geçen süreçte, bütün görsel imgelerin ya baskı yüzeyine elle çizilerek ya da oyularak yapıldığını ifade etmiştir.

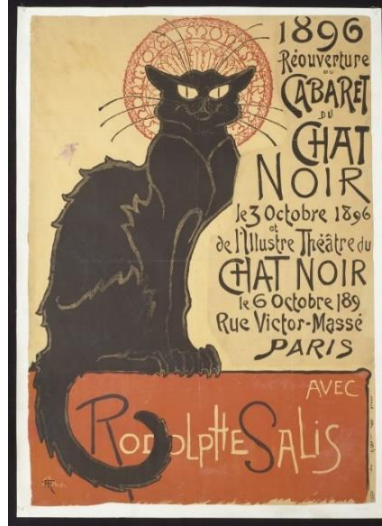
Tüm bunlar yaşanırken, İngiltere’de sanayileşmenin getirdiği sanat ve tasarım üzerindeki bu ticari belirleyiciliğe karşı bir hareket gelişir. Zaman içerisinde Arts and Crafts olarak anılacak bu hareket güçlü bir akıma dönüşür. Akımın öncülerinden William Morris, ucuz ve kalitesiz üretime karşı çıkarak, daha çok elle üretilen bir tasarım anlayışını savunmuştur (Becer, 2002).

Arts and Crafts akımı, kullanıldığı alana ve yere göre değişiklikler göstermesine rağmen, en çok da doğanın görüntüsünden etkilenmiştir. Bu akım Orta Çağ sanatının biçemlerinden, özellikle Avrupa ve Kuzey Amerika’da yeniden canlandırılan Gotik tarzın estetiğinden etkilenmiştir. 19. yüzyılın sonlarına doğru gelişen Arts and Crafts (bkz. Görüntü 18) akımı, 1890’lar da Art Nouveau akımının doğmasına öncülük etmiştir.



Görüntü 18: Morris, William, Hiçbir Yerden Haberler
(<https://www.amazon.co.uk/News-Nowhere-Victoria-Albert-Museum/dp/0500519390>)
Erişim Tarihi: 24 Kasım 2019

Art Nouveau (Yeni Sanat) akımı, 19. yüzyılın tarihi tarzlarını terk etme arzusu üzerine kendisini inşa etmiştir. Bu arzu, hareketin modernizmini belirleyen önemli bir itici güç olmuştur. Art Nouveau hareketinin uygulayıcıları iyi işçiliği canlandırmak, el sanatlarının durumunu yükseltmek ve yarattıkları öğelerin faydasını yansıtan modern tasarımlara (bkz. Görüntü 19) yönelmişlerdir.



Görüntü 19: Henri de Toulouse-Lautrec tarafından Cabaret du Chat Noir (1892)
(<https://www.telegraph.co.uk/art/reviews/pin-ups-toulouse-lautrec-art-celebrity-scottish-national-gallery/>)
Erişim Tarihi: 24 Kasım 2019

Sanatçılar hem organik hem de geometrik formlardan ilham alarak, bitkilerin saplarını ve çiçeklerini andıran doğal formlar kullanmışlar ve buna bağlı olarak zarif tasarımlar geliştirmişlerdir. Genellikle yeşil, kahverengi, sarı ve mavi gibi renkleri kullanmışlardır (bkz. Görüntü 20).

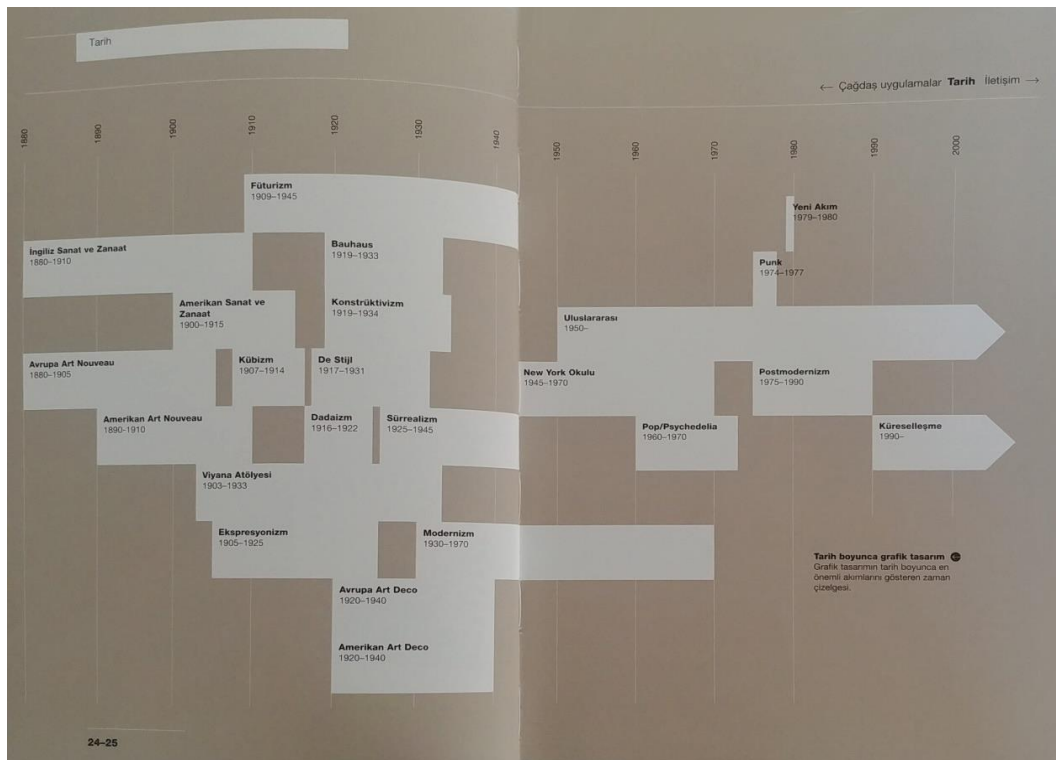


Görüntü 20: Alphonse Mucha, Rêverie, 1897
(<https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-alphonse-muchas>)
Erişim Tarihi: 02 Ekim 2019

2.3 İki Dünya Savaşı ve Yeni Arayışlar Dönemi

19. yüzyıl Sanayi Devrimi mirasını teknolojik gelişmelerle birlikte yeni bir yüzyıla aktarmıştır. 1914'te başlayan ve 1918 Kasım ayında sonlanan 1. Dünya Savaşı, başta Avrupa kıtası olmak üzere tüm dünyada etkisi hissedilen büyük bir dönüşümün ve aynı zamanda yıkımın da savaşı olmuştur. 1. Dünya Savaşı, imparatorlukları tarih sahnesinden silmiş, yerlerine ulus devletleri tarih sahnesine çıkartmıştır. Bu köklü değişim toplumsal hayatın tüm zerrelerine kadar nüfuz etmiştir.

Bu toplumsal çalkalanış felsefeden edebiyata, bilimsel keşiflerden sanata birçok alanda yeniden bir varoluşun ve arayışın kapısını açmıştır. 20. yüzyıl başları özellikle sanat alanında birçok akımı da çıkartmış ve grafik tasarım da bu akımlardan oldukça etkilenmiştir. Bu yeni arayış dönemleri 20. yüzyılın başlarından itibaren, Ekspresyonizm (1905), Kübizm (1907), Fütürizm (1909), Süprematizm (1913), Dadaizm (1916), De Stijl (1917), Konstrüktivizm (1919), Bauhaus (1919), Art Deco (1920), Sürrealizm (1925) gibi akımları ortaya çıkartmıştır (bkz. Görüntü 21).



Görüntü 21: Tarih Boyunca Grafik Tasarım
(Grafik Tasarımda Dil ve Yaklaşım s. 24-25)

20. yüzyılın ilk yarısı iki büyük savaşa sahne olmuştur. Birinci Dünya Savaşı'nın yaraları henüz sarılmaya başlamışken, II. Dünya Savaşı başlamış ve Almanya, Polonya'yı 1939 yılında işgal etmiştir. Bunun üzerine Fransa ve Britanya İmparatorluğu ve İngiliz Milletler Topluluğu'na dâhil olan çoğu ülke Almanya'ya savaş ilan ederek, tarihteki en büyük ve en kanlı savaşı başlatmışlardır (Smith ve Hughes, t.y.). Başta sanatçılar olmak üzere bu kanlı savaşa karşı duranlar yeni arayışlara girmişler ve "makinaların savaşı" olarak da tarifleyebileceğimiz II. Dünya Savaşı'na karşı hareketler geliştirmişlerdir.

Şahin'in (2016) tanımlaması ile bu savaşlar dönemi;

"Dünya savaşlarının ortaya çıkması ve evrensel kültür nosyonunun bir anda kayıplara karışmasıyla beraber Dadaist görüş belirmiştir. Makineleşmenin ve avangard ruhun bireyi, sanayileşmeden almış olduğu güçle birlikte az gelişmiş veya geliştirmekte olan ulusları tahakküm altına alarak niteliksizleştirme yoluna girmiştir. Bu açıdan bakıldığında modernizm ya da modernist sanat yerel kültür özelliklerini deforme etmiş ve hatta yok etmiştir diyebiliriz" (s. 84).

Uluslararası Tipografik Stil, işte tam da bu çalkantılı dönemdeki arayışların bir sonucu olarak da kabul edilebilir. Yukarıda bahsi geçen ve iki savaş arasında ortaya çıkan akımlardan bazıları, Uluslararası Tipografik Stil'in kilometre taşları olmuşlardır.

2.4 Uluslararası Tipografik Stil'in Etkilendiği Hareketler

Uluslararası Tipografik Stil, Birinci ve İkinci Dünya Savaşlarına katılmayan İsviçre'de doğması bir tesadüf değildir. Aynı 1916 yılında Dadaizm'in İsviçre'de doğup 1920'lerde önce Fransa'ya ardından Avrupa'ya yayılması gibi, Stil'de kendisini İsviçre'de var etmiş ve oradan önce Avrupa'ya ardından hemen hemen tüm dünyaya yayılmıştır. Uluslararası Tipografik Stil, kendi varlığını ortaya koyana kadar, kendinden önce ki birçok sanatsal hareketten etkilenmiş ve adı geçen savaşlarda güvenli bir liman olarak görülen İsviçre, bu akımların, hareketlerin öncülerinin ve fikirlerinin ülkeye taşınmasına olanak vermiştir.

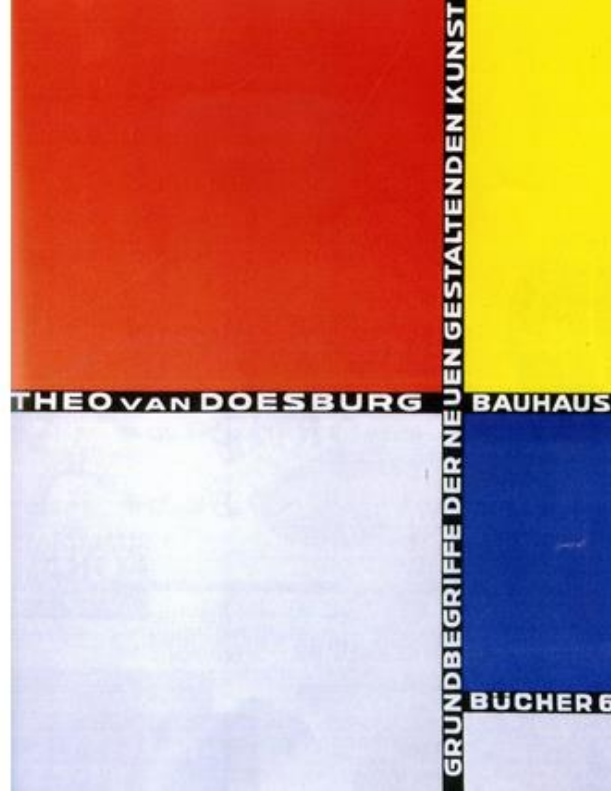
De Stijl (1917), Hollanda çıkışlı sanat hareketi olarak 1930'lı yılların sonuna kadar etkili olmuştur. De Stijl hareketi, aynı adı taşıyan derginin (bkz. Görüntü 22) etrafında toplanan ressam ve mimarlardan oluşmaktadır. Tanju (2017) bu akımı şöyle tariflemektedir; “Sanayi üretimiyle tanımlanan makine çağına uygun evrensel bir estetik geliştirmeye ve sanat, mimarlık ve tasarıma maddi, entelektüel ve tinsel bir bütünsellik vermeye çalışan modernist bir akımdır” (“De Stijl'i Nasıl Bilirsiniz?” p.1).



Görüntü 22 De Stijl Dergisi Kapağı Cilt 1, No: 1 Delft Ekim 1917
(https://en.wikipedia.org/wiki/De_Stijl)
Erişim Tarihi: 06 Kasım 2019

De Stijl dergisini kuran ressam, tasarımcı, yazar ve eleştirmen Theo van Doesburg' tur (1883–1931). De Stijl akımının öncüleri arasında, ressamlar Piet Mondrian (1872–1944), Vilmos Huszár (1884–1960) ve Bart van der Leek (1876–1958) ile mimarlar, Gerrit Rietveld (1888–1964), Robert van't Hoff (1887–1979), ve J.J.P. Oud (1890–1963) sayılabilir. De Stijl tasarımlarında kullanılan yapısal özellikler Becer'e (2002) göre; "... asimetrik kompozisyonlar içinde; serifsiz yazı karakterleri ve siyah ile birlikte güçlü bir ifade bütünü oluşturan kırmızı renk sıkça kullanıldı. Metinler, doku oluşturacak biçimde

dikdörtgen bloklar içine dizildi” diye açıklanmıştır (s. 104). Bu akımın önde gelen tasarımcıları ise; Theo van Doesburg, Vilmos Huszár ve Laszlo Moholy-Nagy olmuşlardır (Bkz. Görüntü 23).



Görüntü 23 Nagy ve Doesburg, “Yeni yaratıcı sanatın temel kavramları” 1925
 (<https://www.lars-mueller-publishers.com/principles-neo-plastic-art>)
 Erişim Tarihi: 06 Kasım 2019

Süprematizm (1913), Rus sanatçı Kazimir Malevich'in ortaya koyduğu ve sanattaki en eski ve en radikal gelişmelerden biri olarak kabul edilmiştir. Süprematistlerin soyutlamaya olan ilgileri kendilerini, “sıfır derece resim” arayışına itmiştir. Kare, daire ve çapraz, Süprematistlerin sıklıkla kullandıkları temel motifleri oluşturmuştur. Özellikle Kazimir Malevich, gerçek dünyayı tamamen ortadan kaldırmayı hedeflemiştir. İzleyiciye, siyah bir kare ile sunduğu dünyayı düşlemesini amaçlamıştır. Malevich'in “Siyah Kare” (bkz. Görüntü 24) resmi, soyut sanatın hem başlangıcı hem de bitişi olarak görülmüştür.



Görüntü 24 Siyah Kare, Kazimir Malevich Boyama, 1915, 79,5 x 79,5 cm
 (https://arthive.com/kazimirmalevich/works/366529~Black_Suprematist_square)
 Erişim Tarihi: 06 Kasım 2019

Konstrüktivizm (1919), yapısalcılık ya da inşacılık olarak da adlandırılmaktadır. Birinci Dünya Savaşı sonlarına doğru 1917 yılında Rusya’da yapılan Ekim Devrimi, kendi sanatını ve mimarisini de yaratmaya başlamıştır. “Bu dönem 20. Yüzyıl grafik tasarım tarihini derinden etkilemiştir” (Becer, 2002, s. 103). Akımın öncüleri arasında, Aleksandr Rodchenko, Liubov Popova, Alexander Vesnin, Rodchenko, Varvara Stepanova, Aleksei Gan, Boris Arvatov, Osip Brik, Alexander Vesnin, Moisei Ginzburg sayılabilir. Konstrüktivistler nesnelere, güzelliği ya da sanatçının bakış açısını ifade etmek için değil, işlevsel nesnelere tasarımına yol açabilecek sanat malzemelerinin ve biçimlerinin temel bir analizini yapmak için kullanmışlardı.

Konstrüktivizm, modern yaşam deneyimini ifade etme arzusundan temellenmiştir. Rus devrimi için ise devrimin demokratik ve modernist hedefleri yönünde, devrimin ihtiyacına uygun pragmatik bir yeni sanat biçimi geliştirmek daha da fazla önemsenmiştir denebilir. Konstrüktivistler, modern sorunlara çözüm ararken bilim insanları ile eşit olarak yeni bir toplumun kültürel işçileri olmuştur.

Konstrüktivizm en önde gelen sanatçılarından Rodchenko (bkz. Görüntü 25), pusula ve cetvel ile çalışmış, fırça darbeleri oluşturmaktan kaçınmıştır çünkü Rodchenko, resmi eskimiş olarak görmüş ve kapitalist sistemle ilişkilendirmiştir (“Aleksandr Rodchenko” 2017).



Görüntü 25 Sovyet Propaganda Afişi, 1924, Aleksandr Rodchenko
(<https://artlitr.com/aleksandr-rodchenko-6-interesting-facts/>)
Erişim Tarihi: 06 Kasım 2019

Bauhaus (bkz. Görüntü 26), Walter Gropius tarafından Weimar'da kurulan (1919) sanat ve tasarım okulunun adıdır. Bauhaus, mimarlık, grafik tasarım, iç mimari, endüstriyel tasarım gibi tasarım disiplinlerinde oldukça etkili olmuştur. 20. yüzyılın en etkili sanat ve tasarım okullarından biri olarak kabul edilen Bauhaus okulunun eğitim programı pratik deneyimler kadar çeşitli kuramlara da dayanmaktaydı, görsel sanatlar ve mimarlık arasındaki farklılıkları ortadan kaldırmaya çalışması da bu eğitim yönteminin amaçlarından biri olarak tanımlanabilir (“Bauhaus Start”, 2019). Bauhaus Okulu'nun temel amacı, sanatçısına, üst düzey bir zanaatkârlık kazandırmaktı (Becer, 2002). Bu doğrultuda Bauhaus ekolünün öncüleri, süslemeden kaçınmış, nesnenin veya bir binanın işlevi ile tasarımı arasındaki uyuma odaklanmıştı. Bunu en iyi biçimde, “Biçim işlevi izler (form follows function)” olarak formüle etmişlerdi.

Gombrich (1997) Bauhaus'un, işlevselcilik (fonksiyonalizm) anlayışı üzerine kurulduğunu, eğer bir şey işlevsel ise güzelliğin kendiliğinden geleceğini söylemektedir. Fotoğraf ve tipografiyi amacına uygun yalın bir biçimde tasarım ögesi olarak kullanan Bauhaus tasarımcıları, Uluslararası Tipografik Stil'in de öncü hareketlerini oluşturmuşlardır.



Görüntü 26 Bauhaus Okulu Dessau
 (<https://www.bauhaus-dessau.de/de/geschichte/unesco-weltkulturerbe.html>)
 Erişim Tarihi: 16 Ekim 2019

Tipografik düzenlemeler, Bauhaus Okulu'nun sıklıkla kullandığı bir tasarım dili olmuştur. Bulat vd., Nagy'nin "yeni görsel yazın" nitelemesini Feierabend ve Fiedler'den şöyle aktarmaktadır: "Nagy yazı ile fotoğrafı birleştirerek Bauhaus' da görsel iletişim konularına ilginin artmasını sağlamış, sanatçı grafik tasarımı ve özellikle afişin tipofotoya doğru giden bir gelişim içerisinde olduğunu görerek yazıyla fotoğrafın görsel bütünleşmesini ve mesajın hemen iletilmesini "yeni görsel yazın" (bkz. Görüntü 27) olarak adlandırmıştır (Akt. Bulat vd., 2014, s. 116).



Görüntü 27 Pneumatik László Moholy-Nagy 1924
 (<https://www.wikiart.org/en/laszlo-moholy-nagy/pneumatik-1924>)
 Erişim Tarihi: 16 Ekim 2019

Gropius, 1919'da yayımlanan Bauhaus Manifestosu'nda güzel sanatlar ve uygulamalı sanatlar arasındaki engeli ortadan kaldırarak, "Sanatçı ile usta arasında önemli bir fark yok" demiştir (Gropius, 1919). Nazi Almanyası'nın politik baskıları sonucu okul, kurulduğu şehir Weimar'dan ayrılarak, kurulduktan 4 yıl sonra 1925 yılında Dessau şehrine taşınmıştır. Nazizm, modern söylemleri ve eylemleri dolayısıyla Bauhaus Okulu üzerinde baskılar uygulayarak, 1933 yılında okulu kapatmıştır. İronik olarak, Bauhaus'un hayatta kalmasını sağlayan da aslında bu zulüm olduğu söylenebilir.

Almanya'dan ayrılan Bauhaus sanatçı, tasarımcı ve eğitmenleri hem Avrupa'nın değişik ülkelerine özellikle İsviçre'ye hem de Amerika'ya göç etmişlerdir. Gropius ve Mies van der Rohe, Josef Albers, Herbert Bayer, Walter Peterhaus ve László Moholy-Nagy gibi Bauhaus öğretmenleri Amerika'ya gitmişlerdir. 1937'de László Moholy-Nagy, Chicago'da 'Yeni Bauhaus'u kurarak, 1938'de MoMA' da gişe rekorları kıran bir Bauhaus sergisini (bkz. Görüntü 28) düzenlemiştir (Cook, 2017).



Görüntü 28 Bauhaus: 1919–1928 Sergisi 07.12.1938/30.01.1939 MoMA
 (<https://www.moma.org/calendar/exhibitions/2735?>)
 Erişim Tarihi: 16 Ekim 2019

2.5 Yeni Tipografi Hareketi

Uluslararası Tipografik Stil'in oluşmasında ki diğer bir kilometre taşı da öncülüğünü Jan Tschichold' un yaptığı 'Yeni Tipografi Hareketi'dir. 20. yüzyıl başları hem çok sancılı dönemler olmuş hem de bu sancılı dönemlere cevap vermeye çalışan sanatçı ve tasarımcıların geliştirdikleri akımlara sahne olmuştur. "Tschichold, ticari olarak yayınlanmış sadece bir yazı karakteri olmasına karşın, bu konu ile ilgili herkesin yakından tanıdığı bir tasarımcıdır. Onun için tipografinin kuramcısı demek çok doğru bir yaklaşım olacaktır" (İdacitürk, 2011, s. 16).

Becer'in deyimiyle, Yeni Tipografi Hareketi, yeni makine çağının ifade biçimi olmayı hedefliyor, katı bir işlevselliği savunarak süslemeye karşı çıkıyordu. Yalın, saf ve evrensel bir form anlayışının öne çıkmasını savunuyordu. Bu bağlamda Jan Tschichold "Yeni Tipografi" başlıklı kitabı (bkz. Görüntü 29) ile tipografi düşüncesini sistematik bir anlayışla ele alarak kuramsallaştırmıştı (Becer, 2010).



Görüntü 29 Yeni Tipografi (Die Neue Typographie 1928) Jan Tschichold
 (<https://picclick.com/1928-Jan-Tschichold-DIE-NEUE-TYPOGRAPHIE-German-Graphic-311718438761.html>)
 Erişim Tarihi: 16 Ekim 2019

Jan Tschichold' un Yeni Tipografi Hareketi, 1950'li yıllarda yerini İsviçre Tasarım Üslubu olarak da bilinen Uluslararası Tipografik Stil'e bırakmıştır.

2.6 Uluslararası Tipografik Stil'in Doğuşu ve Gelişimi

Uluslararası Tipografik Stil, başlangıç temelleri 1920'lerde Rusya, Almanya ve Hollanda'ya uzamaktadır. Sanat, mimarlık ve kültürdeki bu üslup, 1950'lerden sonra "uluslararası" özellik kazanarak 'Uluslararası Tipografik Stil' olarak anılmaya başlamıştır. Uluslararası Tipografik Stil'in temel karakteristiklerinden olan tarafsız ve nesnel oluşu, sosyal, kültürel ve politik etkilerle de biçimlenmiştir denilebilir. Akgül, bu süreci şöyle tariflemektedir; "(...) çünkü 1920'lerin İsviçre'sine göz atılacak olursa, genç sanayinin ve Modernitenin sallantıda olmayan ve tarafsız vizyonu ile karşılaşılacaktır. Avrupa'nın siyasi krizle baş etmek zorunda kaldığı dönemi, İsviçre tarafsız tutumu ve barışçıl yaklaşımı ile sarsılmadan geçirmiştir" (Akgül, 2008, s. 78).

Uluslararası Tipografik Stil, yukarıda bahsedildiği gibi De Stijl, Konstrüktivizm, Süprematizm ve Bauhaus gibi akımlardan etkilenmiştir (bkz. Görüntü 30). Bu akımların yanı sıra Jan Tschichold'un 'Yeni Tipografi' hareketinden de etkilenen üslup De Stijl' in grid mantığını, Konstrüktivizm akımının tasarım ilkelerini, grafik iletişim formuna dönüştürmüşlerdir (Becer, 2010, Öztuna 2002).



Görüntü 30 Josef Müller-Brockmann Bazı Afiş Tasarımları
 (https://www.grapheine.com/en/history-of-graphic-design/graphic-designer-muller-brockmann-swiss-style)
 Erişim Tarihi: 02 Kasım 2019

Öztuna (2002) stilin öncülerinin çıkış noktasını şöyle anlatmaktadır;

“Savaş sonrasında Armin Hofmann ve Emil Ruder gibi İsviçreli tasarımcılar, kuramın sistematik ele alınışı, tasarımda ekonomi, titizlik ve kontrollü tasarım anlayışıyla uluslararası onay aldılar; çünkü 30’ların tasarım anlayışındaki mantık üzerine temellendirilen 50’lerdeki yeni grafik üslup, İsviçre’nin sınırlarını aşan bir etkiye sahipti. Birçok yazar, bu hareketin uluslararası onayından dolayı, onu ‘Uluslararası Tipografik Üslup’ olarak adlandırdılar” (s. 28).

Üslubun tasarımcıları rasyonel planlamayı, öznel ya da bireysel ifadeleri vurgulayan tarafsız ve nesnel bir yaklaşım üzerinde çalışmışlardır. Yatay ve dikey çizgilerden oluşan modüler tasarımlarındaki elemanları ögeleri organize etmek için için bir yapı olarak kullanmışlardır. Aynı zamanda işlenecek konu ile ilgili tarafsız bir anlatım yapabilmek için fotoğraf kullanımını tercih etmişlerdir (Graphic Design, 1945-75).

Uluslararası Tipografik Stil modernizm tarihinin önemli unsurlarındandır. 1920’lerde ve 1930’larda, geleneksel olarak İsviçre endüstrisi, özellikle ilaç ve makine mühendisliği alanlarında oldukça yetkinleşmeye başlamıştır.

Bu alanların gelişmesi ile birlikte, reklamlar ve ürünler için teknik dokümanlar üreten grafik tasarımcılar da yetkinleşme sürecine girmişlerdir. Bu öncü grafik

sanatçıları, tasarımı endüstriyel üretimin bir parçası olarak görüp tarafsız, nesnel bir görsel iletişim dilini aramışlardır. Çizimden çok fotoğrafı ve kitaplar için tasarlanan yazı karakterleri yerine, endüstriyel görünen yazı karakterlerini seçmişlerdir (Hollis, 2006). Max Bill, Adrian Frutiger, Karl Gerstner, Armin Hofmann, Ernest Keller, Herbert Matter, Josef Müller-Brockmann ve Jan Tschichold gibi sanatçıların tarzı dünya çapında Uluslararası Tipografik Stil'in beğenilmesini sağlamıştır. Fotoğrafik görüntüler, sans-serif yazı tipleri, geometrik ızgaraların kullanımı, Uluslararası Tipografik Stil'in uluslararası ayırt edici özellikleri haline gelmiştir. İsviçre Tasarım Üslubunun, zaman içinde Uluslararası Tipografik Stil olarak da anılmaya başlaması ve 1959 yılında uluslararası yaygınlık kazanmasında, New Graphic Design adlı bir derginin yayınlanması da oldukça etkili olmuştur. Öztuna'nın da vurguladığı gibi üslubun etkisi İsviçre'yi aşmıştır (Öztuna 2002).

1907 de kurulan Alman Sanatçılar Derneği (Deutscher Werkbund) ve Bauhaus okulunun idealize ettiği "az çoktur (less is more)" kavramı üzerine geliştirilen Uluslararası Tipografik Stil'in ilk öncüleri çok daha kapsamlı bir felsefeyi örmeye başlamışlardır. Becer'e göre öncü sanatçılar grafik tasarım ve tipografi alanında yalnızca üretmekle kalmamış aynı zamanda "nesnel anlamda ölçülebilir kıstas ve kuralları" yazarak kuramı da oluşturmuşlardır" (Becer, 2010, s. 9).

Max Bruinsma, 'Maksimuma indirgemek' adlı makalesinde; üslubun tipografi anlayışını şöyle açıklamaktadır,

"Sadece içinde yapısal bir düzen hissi olduğu için bile bir tasarıma tipografik diyebiliriz. Tipografik demek için başrolde mutlaka yazının olması gerekmiyor. En önemlisi denge ve oranla ilgilenmesi. Eski tipografi 98 ustalarının başucu kitabında yer alan bu kavramlar günümüzde çok farklı şekilde yorumlanıyor. Denge artık hem yazı karakteri hem de görsel içindeki metin ve görsel elemanlar arasında" (Bruinsma, 1999).

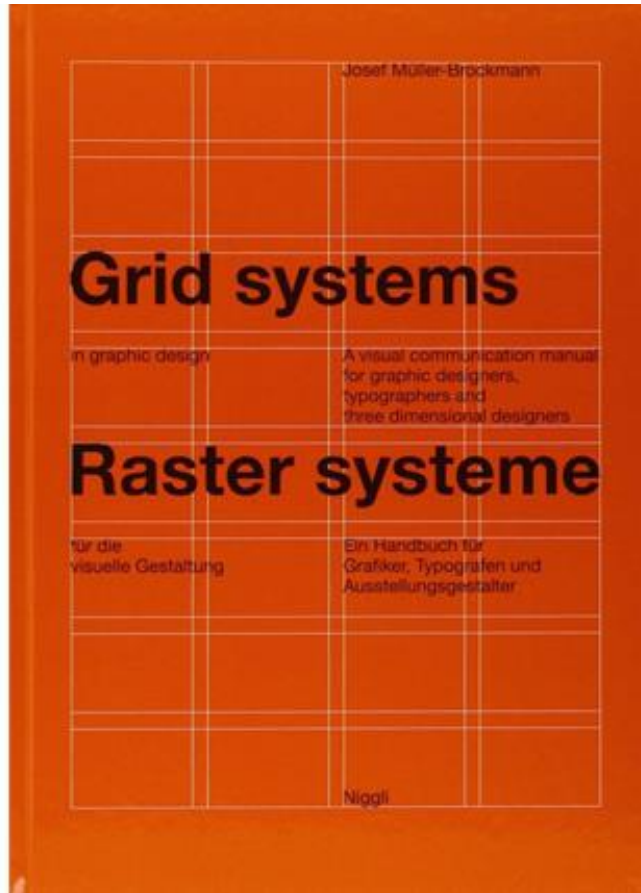
Bu öncülerin arasında Ernst Keller (1891-1968), Zürih'teki Sanat ve El Sanatları Okulu'nda dersler vermiştir. "Uluslararası Tipografik Stilin Babası"

olarak anılırken, birçok öğrencisi, bu üslubu uluslararası bir üsluba dönüştürmüştür. Keller' in bu okulda geliştirdiği eğitim programı, dünyadaki grafik tasarım için ilk sistematik eğitim programlarından biri olarak kabul edilmektedir (Vetter vd, 2017). 1918'de profesör olan Ernst Keller, grafik tasarım ve tipografi derslerini geliştirmeye başlamıştır. Bu dönemde Ernst Keller, tasarım sorununun çözümünün içeriğinden ortaya çıkması gerektiğini (Meggs ve Purvis 2006) vurgulamıştır. Keller, akademik çalışmaların yanı sıra ortaya koyduğu düşünce sistemini iyi bir uygulayıcı olarak da devam ettirmiş ve çeşitli sergiler, kitaplar, müzeler için afiş tasarımları da yapmıştır (bkz. Görüntü 31).



Görüntü 31 Ernst Keller, “Walter Gropius, Rational Building Construction” afişi (solda) 1931 ve Rietberg Zürih Müzesi afişi (sağda) 1956
(<https://www.moma.org/collection/works>)
Erişim Tarihi: 06 Kasım 2019

Uluslararası Tipografik Stil'in oluştuğu iki okul ve iki eğitim anlayışı mevcuttu. Birincisi, Josef Müller-Brockman'ın çizgisini öğrencilerin biçimlendirdiği, belirli sınırlar içerisinde kendilerine ait stilleri olmasını özendiren, Zürih Uygulamalı Sanatlar Okulu (Zürich Kunstgewerbeschule), ikincisi ise Armin Hofmann'ın bulunduğu, bilgiyi ve iletişimi kişisel tasarım çizgilerinin önünde tutan, daha kuralcı, nesnel iletişim odaklı, Basel Temel Sanatlar Meslek Okulu (Basel Allgemeine Gewerbeschule)'dur (İdacıtürk, 2011).



Görüntü 32 Josef Müller-Brockmann Grafik Tasarımda Grid Sistemleri
 (<https://www.grafik.net/category/heroes/swiss-star>)
 Erişim Tarihi: 05 Ekim 2019

Josef Müller-Brockmann ise, ızgaraları (grid) (bkz. Görüntü 32) stratejik olarak kullanmıştır. Bir ızgara, “bilgiyi yapılandırmanın en okunaklı ve uyumlu aracı” olmuştur (Meggs ve Purvis, 2011, s. 355).

Grafik tasarımda ızgara (grid), “...bir tasarımın öğelerinin yerleştirilmesi ve içerilmesi için karar vermeyi sağlayan ve kolaylaştıran bir araç...” (Ambrose, Harris, 2013, s. 27) olarak tanımlanabilir. Ambrose, Josef Müller-Brockmann’ın ızgara sistemi kullanarak, görsel öğelerin sayısının azaltılmasının ve bir ızgara sistemine oturtulmasının, açıklık, anlaşılabilirlik hissini yaratacağını ve bu hissin de tasarımda güvenilirliği, inanırılığı teşvik edeceğini belirtmektedir. Modernist ve yapılandırmacı ideallerden yola çıkan Uluslararası Tipografik Stil, sadelik için gerçek bir arayış olarak tanımlanabilir.

“Form işlevi izler”² önermesi, 1930'lardan sonra Modernist mimarların baş ilkesi olmuştur (Sullivan, 1896). Bauhaus döneminin en önemli özelliklerinden biri olan mimarlık-sanat ve tasarımı birlikte ele alması nedeniyle, bir mimar olan Sullivan’ın makalesinde yazmış olduğu bu cümle, sanat ve tasarım alanlarında da hızla kabul görmüştür. Bu ilkenin bir sonucu olarak, Uluslararası Tipografik Stil, dokular ve imgelerden ziyade tipografi ve içerik düzeni gibi minimal stil unsurlarına ayrılmıştır (Terror, 2009, p.4).

Uluslararası Tipografik Stil’in diğer en belirgin özelliği ise tipografinin bir tasarım ögesi olarak kullanımı olmuştur. “İsviçre Stilini takdir etmek, her şeyi başlatan yazı tiplerini takdir etmek demektir. Bu ızgara sistemleri, klasik sans serif yazı tipi olmadan, İsviçre Stiline kusursuz bir şekilde katlanan hiçbir şey olmazdı” (Budrick, 2019, p.5). Sans-Serif (tırnaksız) yazı karakteri, ilk kez 1816 yılında William Caslon tarafından English Egyptian (bkz. Görüntü 33) adı ile üretmiştir (“The First Sans-Serif?”, t.y.).



Görüntü 33 William Caslon English Egyptian Fontu
(http://www.morganstudio.co.uk/project/caslon_egyptian)
Erişim Tarihi: 06 Kasım 2019

Uluslararası Tipografik Stil için en etkili yazı biçimlerinden biri olan Akzidenz-Grotesk, 1896'da Berthold Type Foundry tarafından piyasaya sürülmüş ve tartışmasız türünün ilk örneği olmuştur. Yaygın olarak kullanılan ve daha sonraki neo-grotesk yazı tiplerini etkileyen ilk sans serif yazı biçimidir. ABD'de

² Mimar Sullivan bir gökdelenin dış yüzeyindeki tasarımın, içindeki fonksiyonları yansıtması gerekliliğini kastederek bu cümleyi kullanmıştır. Günümüzde ise bu cümle daha genel bir tasarım felsefesini yansıtmaktadır (<https://www.guggenheim.org/arts-curriculum/topic/form-follows-function>).

“Standart” veya “Temel Ticari” adı altında satılmıştır (Budrick, 2019). 1957'de yayınlanan Neue Haas Grotesk, 1960'ta Helvetica adını almıştır. 1957 yılında çıkan iki diğer sürüm, Adrian Frutiger'in Univers ve Baue'in Baum's Folio'su, Akzidenz-Grotesk'ten ilham almıştır.



Görüntü 34 Akzidenz-Grotesk Yazı Karakterleri ile yapılmış iki afiş
(https://welchfactory.files.wordpress.com/2014/09/welch_portfolio_prosite-02.jpg?w=1024&h=662)
Erişim Tarihi: 06 Kasım 2019

Akzidenz-Grotesk Font Ailesi (bkz. Görüntü 34), 1858 yılında Berlin'deki Hermann Berthold tarafından kurulmuştur. H. Berthold dökümhanesinin en ünlü yazıtipi ailesidir. Bütün sans (tırnaksız) dizilerinin atası olarak bilinen 1896 yılında yayınlanan Akzidenz-Grotesk font ailesi olmuştur. 1997'de Chicago merkezli bir şirket olan Berthold Types, Berthold Eksklusiv Koleksiyonu ile ilgili tüm telif hakkı, ticari marka ve tasarım haklarını satın almıştır. Bu şirket geleneği devam ettirmiş ve Akzidenz-Grotesk Next, olarak orijinal Akzidenz-Grotesk'in temel şekil özelliklerini devam ettiren font ailesini tasarlamışlardır. Akzidenz-Grotesk Next, Berner Möllenstädt ve Dieter Hofrichter tarafından tasarlanmış ve Günter Gerhard Lange'den ilham almıştır. Akzidenz-Grotesk'in bu yeniden tasarımı, 5 yıldan fazla bir sürede üretilmiştir. Bu uzun ve yoğun çalışmalar sonucunda, Akzidenz-Grotesk Next, geleneksel dizgi işlemlerinin sınırlarını etkileyici bir şekilde aşarak yeni dijital tipografinin potansiyelini tamamen yakalamıştır (“Akzidenz-Grotesk”, t.y.).

Helvetica 1957 yılında Max Miedinger tarafından tasarlanmıştır. Helvetica'nın tasarımı, Akzidenz Grotesk'in (1896) tasarımına dayanmaktadır ve Grotesk veya Geçişsel Sans-Serif yüzü olarak sınıflandırılmıştır. Başlangıçta Neue Haas Grotesk adını alan bu font, 1960 yılında yeniden gözden geçirilmiş ve "Latince İsviçreli" anlamına gelen "Helvetica" adından üretilmiştir. Garfield (2012) "Tam Benim Tipim" kitabında, Helvetica (bkz. Görüntü 35) ve Univers yazı karakterlerinin 1957 yılından bu yana ve özellikle de Helvetica'nın o günden bu yana modern dünyayı şekillendirdiğinden bahseder.



Görüntü 35 Helvetica Font Yapısı
 (<https://www.myfonts.com/fonts/linotype/helvetica/>)
 Erişim Tarihi: 16 Ekim 2019

2.7 Uluslararası Tipografik Stil'in Günümüz Yansımaları

Uluslararası Tipografik Stil, "Biçim işlevi izler" görüşünü benimsemiş olan Bauhaus ekolünden etkilenmiştir. Yapısal olarak oldukça modernist olan stil, bir müze çalışması için uygulandığında, doğru iletişimi kurma noktasında, basit, sağlam yapılandırılmış, uyumlu ve müzenin işlerinin önüne geçmeyen ve kendi varoluş aracından sapmayan bir tarz olarak öne çıkmaktadır. Bu özellikleri ile Uluslararası Tipografik Stil, modern sanat müzeleri için yapılan grafik tasarım çalışmalarında uygun bir yöntem olarak kullanılabilir. Bu üslubun eserlerinin çoğunluğunu posterler, pul tasarımları, kurumsal tipografik kimlik tasarımları, sokak levhaları vb. ürünler oluşturmaktadır. Bu anlamda, bu sanatçılar sadece yukarıdan aşağıya iletişimden çok daha fazlasını kullanarak, kullanıcı dostu arayüzler üzerine çalışmışlardır.

Üslubun tasarımcıları, aktardıkları içeriğin amaçlanan mesajını, net ve göze çarpmayan bir şekilde iletilmesi için oldukça gayret etmişlerdir. Henüz web sitesi, mobil uygulamalar vb interaktif uygulamalar olmamasına rağmen “kullanıcı dostu” diyebileceğimiz tasarımlara odaklanmışlardır.

Uluslararası Tipografik Stil’in ayırt edici bazı özellikleri şöyle sıralanabilir:

1. Asimetrik düzenler
2. Tırnaksız (Sans-Serif) yazı karakterlerinin kullanılması
3. Sola yaslı, düzensiz sağa metin kullanımı
4. Fotoğrafın bir tasarım öğesi olarak kullanılması
5. Matematiksel olarak ayarlanan Izgara (Grid) Sisteminin kullanımı

Uluslararası Tipografik Stil, Amerika'daki şirketler ve kurumlar tarafından 1960'lı yıllardan bu yana neredeyse aralıksız biçimde hala etkili bir biçimde kullanılmaktadır. Bu kurumların başında MIT Massachusetts Teknoloji Enstitüsü (Massachusetts Institute of Technology) (bkz. Görüntü 36) gelir.



Görüntü 36 MIT Design Lab
(<https://design.mit.edu/>)
Erişim Tarihi: 16 Ekim 2019

Günümüzde hala sözkonusu stilin grafik tasarımda önemli bir itici güç olduğunu söylenebilir. Özellikle logo ve kurumsal kimlik tasarımı, bugünün tasarımını da etkilemiştir. Üslubun bu tutarlılığı, sosyal açıdan faydalı, evrensel ve matematiksel karşılığını birçok çalışmada göstermiştir (bkz. Görüntü 37). Temel yönelim daima tasarımda açıklık ve düzen sağlama üzerine kurulmuştur.



Görüntü 37 Uluslararası Tipografik Stil'e göre hazırlanmış bazı logolar
(Derleme: Google Görseller)

Yine günümüzde üslubun en belirgin özelliklerinden biri olan grid kullanımı teknolojinin gelişmesi ile birlikte web sayfalarında sıklıkla kullanılmış ve hatta günümüz web sayfalarının büyük bölümü bu grid sistemi üzerine kurulmuştur. Izgara (Grid) kavramı dijital tasarım dünyasında pratik ve anlaşılır bir yapılandırma sağlamaktadır. Birçok web sitesi, bilgilerini düzenli tutmak ve anlaşılır kılmak ve kolay ulaşmak için ızgara sistemini kullanmaktadır (Weis, 2017).

Uluslararası Tipografik Stil, grafik tasarım dünyasında seminal (ufuk açıcı) bir hareket olarak tanımlanmaktadır (Weis, 2017). Günümüz tasarımcılarının, belirli tasarım üsluplarını ayırt edebilmeleri, tasarımcıların ve çalışmalarının hangi aşamalardan geçtiğini ve bugün gelinen noktanın daha iyi anlaşılması açısından oldukça önemlidir.

Uluslararası Tipografik Stil, yapıcılık, temelcilik ve minimalizm hareketlerinde doğrudan etkili olmuştur. Minimal tasarım, gereksiz olanı kaldırmak ve gerekli olanı vurgulamak ile ilgilidir. Üslup tasarımcıları, amaçlarına yönelik temel stil olarak, grafik öğelerinin işlevsel ve basit kullanımını öne çıkartmışlardır (Terror, 2009).



Görüntü 38 Josef Müller-Brockmann Beethoven Posteri 1955
 (<https://www.grapheine.com/en/history-of-graphic-design/graphic-designer-muller-brockmann-swiss-style>)
 Erişim Tarihi: 23 Kasım 2019

Örneğin stilin öncülerinden Brockmann müziği soyut bir sanat olarak tanımlamış ve bu tanımlamasını konser posterlerini soyut bir şekilde tasarlayarak göstermiştir. Lars Müller ise Brockmann'ın Beethoven'ın posterini (1955) (bkz. Görüntü 38) "tasarımda müzikalitenin" nihai örneği olarak nitelendirmiştir (Josef Müller-Brockmann "İsviçre tarzı"). Stilin öncülerinin ortaya koyduğu temel özellikler konusunda en çok dikkat çektikleri nokta, "öznellik" yerine "nesnelliğin" ön plana çıkarılmasıdır. Bu yaklaşım iletişimde gerçekliğe olan güvenin de altını çizmek olarak okunabilir. Bu bağlamda tasarımda fotoğraf kullanımı, nesnel bir açıklama yapmanın bir aracı olarak görülmüştür.

21. yüzyılda, grafik tasarım karmaşık baskı ve elektronik bilgi sistemlerimizin önemli bir bileşenidir. Bilgi, ürün kimliği, eğlence ve ikna edici mesajlar sunmaktadır. Teknolojinin ilerlemesi ile birlikte grafik tasarımın yaratılma ve izleyicilere dağıtılma şeklide önemli ölçüde değişmiştir. Bu değişim, grafik tasarım anlayışındaki temel yaklaşımı değiştirmemiş, onu daha da belirgin bir hale getirmiştir. Meggs (2012), bu temel yaklaşım için, grafik tasarımcının temel rolünün iletişimsel mesajlara ve bu mesajlar ile iletilen içeriğe, açık, tarafsız ve net yaklaşılması gerektiğini söylemektedir.

Sonuç olarak Meggs (2012) Grafik Tasarım Tarihi kitabında, Uluslararası Tipografik Stil'in matematiksel kesinlikler ile başladığını söylemektedir. Bu matematiksel kesinlikler ızgara (grid) sistemi ile kendisini kurmuştur. Izzaralar, "bilgiyi yapılandırmanın en okunaklı ve en uyumlu yolu" olarak kabul edilmektedir. Tasarım için bir ızgara kullanmak, içerik için bir hiyerarşi oluşturmayı çok daha kolay hale getirmiştir. Fotoğrafın tarafsız biçimde, tasarımda kullanımı nesnelliği sağlamış ve metin kullanımlarında ise sans-serif (tırnaksız) font kullanımı hem okumayı kolaylaştırmış hem de bu nesnelliğe vurguyu arttırmıştır. Zira tasarımcı burada asıl işlevi olan mesajı en doğru ve en yalın biçimde iletme görevini üstlenmiştir.

Üçüncü bölümde incelenen müzelerin müze grafiklerinde Uluslararası Tipografik Stil'in en temel özelliklerinden olan, tipografi kullanımı, ızgara sistemi, temiz ve okunabilirliğin temel alındığı tasarım anlayışlarına dikkat edilmiştir.

3. BÖLÜM

MODERN SANAT MÜZELERİ İNCELEMELERİ

Tezin 3. bölümü, ilk bölümde kısaca değinilen müzeler tarihi ve ardından grafik tasarım tarihi ve akımlarının ışığında müze incelemelerine ayrılmıştır. Üçüncü bölümde modern sanat müzelerinin, grafik tasarım ürünleri, stilin öne çıkan özellikleri ekseninde incelenmiştir. Ayrıca bölüm içerisinde yer alan vaka analizleri için bir kontrol listesi oluşturulmuş ve incelemeye dahil edilen müzelere, fotoğraf kullanımı, düzenli ve geometrik olarak oluşturulan ızgara sayfa düzeni, sağdan sola bloklanmış serifsiz (tırnaksız) yazı karakterlerinin kullanımı gibi stilin temel özellikleri sorularak cevaplar aranmıştır.

Bu bölümde incelenen müzeler, tezin uygulama bölümünde biçem olarak kullanılması hedeflenen Uluslararası Tipografik Stil'in temel çıkış noktalarından biri olan Zürih Sanat Üniversitesi'ne bağlı İsviçre'nin Zürih kentinde bulunan Zürih Tasarım Müzesi ve modern sanat müzeleri olarak da MoMA (ABD), Tate Modern (İngiltere) seçilmiştir.

Vaka analizlerinde, yöntem olarak, adı geçen müzeler hakkında kısa bir tarihçe bilgisi verilmiştir. Tarihçe bilgilerinin ardından müzenin grafik tasarım (logosu, sergi tanıtım görselleri, iç ve dış mekân uygulamaları, yönlendirme ve bilgilendirme tasarımları vb.) çalışmaları incelenerek Uluslararası Tipografik Stil'in öne çıkan özelliklerini kullanıp kullanmadıkları, kullanmışlar ise hangi özellikleri nasıl kullandıkları irdelenmiştir.

3.1 Zürih Tasarım Müzesi (Museum Für Gestaltung Zürich)

Zürich Tasarım Müzesi, tasarım ve görsel iletişim için önde gelen bir İsviçre müzesidir. 1875'teki kuruluşundan bu yana, tasarım alanında etkili olmuştur. Uluslararası alanda kabul gören koleksiyonu, tasarım tarihinden yarım milyondan fazla nesneyi içermektedir. Müze, Zürih'teki iki farklı binada

hizmet vermektedir. Birincisi Zürich Tasarım Müzesi (bkz. Görüntü 39), ikincisi ise Zürich Toni- Areal Tasarım Müzesi'dir. Zürich Sanat niversitesi'nin (ZHdK) bir parçası olan, Zürich Tasarım Müzesi, tüm ZHdK bölümleriyle yakın ilişkiler kurmakta ve aynı zamanda ğretim ve araştırmaya katkıda bulunmaktadır. Düzenli olarak kendi yayınlarını hazırlamaktadır. Müze, ulusal ve uluslararası tasarım tarihine, tasarım teorisi ve pratiğinin öncülerine ve güncel araştırma konularına adanmış yayınlar üretmektedir.



Görüntü 39 Zürich Tasarım Müzesi / Museum Fr Gestaltung Zürich
(museum-gestaltung.ch)
Erişim Tarihi: 10 Eylül 2019

Müzenin dört temel koleksiyonu bulunmaktadır. Tasarım, grafik, sanat ve el sanatları koleksiyonun temel sınıflandırmalarıdır. Müze, İsviçre tasarımını (Swiss Design) sürdürmek ve yaşatmak için bir buluşma yeri olan "Swiss Design Lounge" adlı mekna da ev sahipliğii yapmaktadır. Zürich Gölü'ndeki Pavillon Le Corbusier binası, Le Corbusier'i görevlendiren ve 1967'de tamamlanmasına nezaret eden Heidi Weber tarafından kurulmuştur. Le Corbusier tarafından tasarlanan en son bina olma özelliğine sahip bu yapı, Corbusier'in sadece elik ve camdan yaptığı tek binadır. Kapsamlı yenileme çalışmalarından sonra, 2019 yılından itibaren, Zürich Őehri adına Zürich Tasarım Müzesi tarafından halka açık bir müze olarak işletilmektedir ("Gestaltung Zürich Müzesi", t.y.).

Zürih Tasarım Müzesi (Museum für Gestaltung Zürich) logosu (bkz. Görüntü 40), “logotype” olarak tasarlanmıştır. Logotype, ait oldukları kurumu, şirketi, kişiyi vb. doğrudan ismi ile tanımlar.

Museum für Gestaltung Zürich

Görüntü 40 Zürich Tasarım Müzesi / Museum Für Gestaltung Zürich Logosu
(museum-gestaltung.ch)
Erişim Tarihi: 10 Eylül 2019

Söz konusu bu tanımlama, güçlü yanları ve anlayışları öne çıkartacak biçimdeki karakterler kullanılarak tasarlanmaktadır Zürich Tasarım Müzesi logosunda Günter Gerhard Lange tarafından tasarlanmış olan Gotik 725 yazı karakterini kullanmıştır. Helvetica fontuna da kısmen benzerlikler taşıyan Gotik 725 yazı karakteri aynı zamanda müzenin üsluba sonuna kadar sahip çıktığının da bir göstergesidir. Yine üslubun özelliklerinden biri olan “fazlalıklardan arınma” ilkesinden hareketle eski logoları (bkz. Görüntü 41) minimalist bir yaklaşım ile yeniden düzenlenmiştir.



Görüntü 41 Zürich Tasarım Müzesi Eski Logosu
(museum-gestaltung.ch)
Erişim Tarihi: 10 Eylül 2019

Müze geçmişten günümüze tutarlı bir biçimde tanıtım malzemelerinde üslubun etkisini hissettirmektedir. Hem tipografik anlatım biçimi hem kullanılan renkler hem de afişlerinde kullandıkları ızgara (grid) sistemi ile üslubun özelliklerini devam ettirmektedir. Aşağıda 1980'li yıllardan iki sergi afişi (bkz. Görüntü 42) tipografinin kullanımını göstermek açısından seçilmiştir.



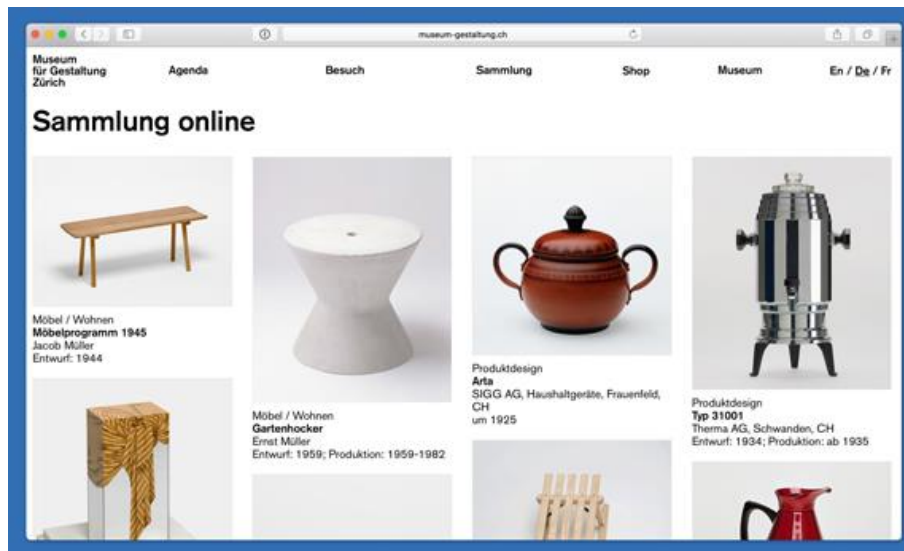
Görüntü 42 Zürih Tasarım Müzesi 1980'li yıllardan iki sergi afişi
(<https://postermuseum.com/products/museum-fur-gestaltung-zurich-kunstgewerbemuseum>)
Erişim Tarihi: 10 Eylül 2019

İsviçre bir demiryolları ülkesidir ve dünyanın en işlek demiryolu ağına sahiptir. Bir asırdan fazla süredir, İsviçre Federal Demiryolları (SBB), yüksek düzeyde bir hareketlilik sağlayarak ülkenin büyük bölümünde halkın yaşamını şekillendirmiştir. SBB'nin kurumsal çalışmaları 1980 yılında üslubun öncülerinden Josef Müller-Brockmann tarafından tasarlanmıştır. Müze, bu bağlamda 2020 Ocak ayı başına kadar açık olacak olan, SBB arşivinden oluşan bir sergi düzenlemiştir. Serginin kullanılan materyalleri (bkz. Görüntü 43) üslubun en popüler olduğu dönemde üretilmiş ve üslubun özelliklerinin en net biçimde görüldüğü işlerden oluşmaktadır.

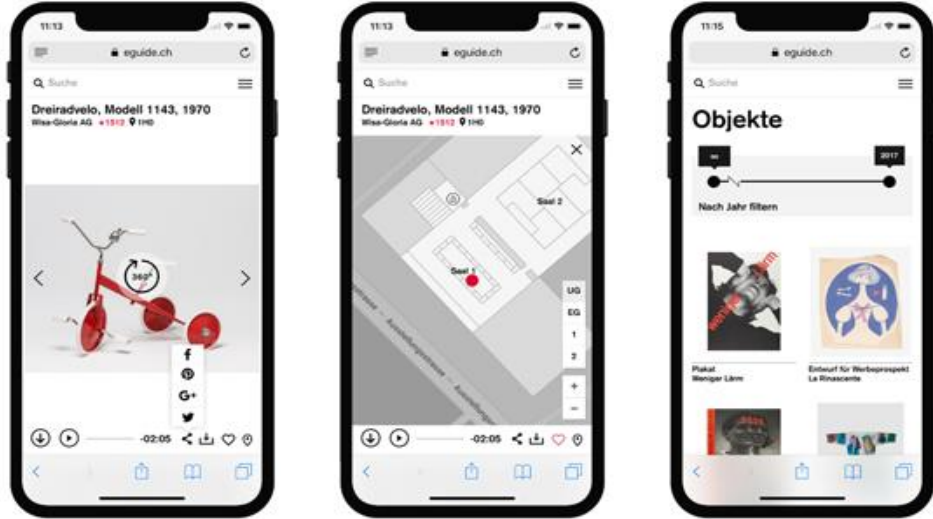


Görüntü 43 Zürih Tasarım Müzesi SBB Sergisi davetiye örneği
(marcuskraft.net)
Erişim Tarihi: 10 Eylül 2019

Müzenin web sitesi, hem masaüstü (bkz. Görüntü 44) hem de mobil (bkz. Görüntü 45) uygulamalarda rahatça okunabilecek bir tarzda tasarlanmıştır. Stillhart Konzept tarafından hayata geçirilen tasarım, ızgara sistemi üzerine kurulmuştur.



Görüntü 44 Zürih Tasarım Müzesi web sayfası masaüstü
(www.stillhartkonzept.ch)
Erişim Tarihi: 14 Aralık 2019



Görüntü 45 Zürih Tasarım Müzesi web sayfası mobil
(www.stillhartkonzept.ch)
Erişim Tarihi: 14 Aralık 2019

Müzenin sergi katalogları ve çıkarttığı kitapların tasarımlarında üslubun izleri görülmektedir (bkz. Görüntü 46). Zürih Tasarım Müzesi'nin çalışmalarında, tipografi metnin okunabilirliğinin ötesinde, kendi başına bir görsel öğe olarak kullanılmıştır. Müzenin hazırladığı sergi kataloglarında, müze koleksiyonlarının gösterildiği katalog çalışmalarında, ortak bir grafik tasarım dil birliği ön plana çıkmaktadır.



Görüntü 46 Zürih Tasarım Müzesi Kitap ve Sergi Katalogları
(museum-gestaltung.ch)
Erişim Tarihi: 10 Eylül 2019

Müzenin sergileme, yönlendirme, bilgilendirme ve diğer birimlerinde de üslubun özelliklerine bağlı kalarak tasarımlar gerçekleştirdiği görülmektedir. SBB arşivinden oluşan sergi için hazırlanan dış mekân raket reklam panosunda (bkz. Görüntü 47) ve sergileme alanında da (bkz. Görüntü 48) üslubun, sans-serif (tırnaksız) yazı karakterleri, fotoğrafın kullanımı, ızgara sistemi gibi özellikleri kullanılmıştır.



Görüntü 47 Zürich Tasarım Müzesi Dış Mekân Raket Afiş
(museum-gestaltung.ch)
Erişim Tarihi: 10 Eylül 2019



Görüntü 48 Zürich Tasarım Müzesi SBB Sergi Alanı
(<https://www.youtube.com/watch?v=7TZYnEZxmsc>)
Erişim Tarihi: 14 Aralık 2019

Sonuç olarak Zürih Tasarım Müzesi kurulduğu 1878 yılında bu yana, İsviçre tasarımında ve dünya tasarım tarihinde önemli bir yere sahip olmuştur.

Uluslararası Tipografik Stil'in en seçkin ürünleri bu müze çatısı altında bulunmaktadır. Aynı zamanda Zürih Sanat Üniversitesi bünyesinde olan müze, çalışmalarını hem bağımsız sanatçılar ile hem de üniversite ile iş birliği yaparak sürdürmektedir. Uluslararası Tipografik Stil özelliklerini, Zürih Tasarım Müzesi'nin hemen hemen tüm çalışmalarında görmek mümkündür.

Zürih Tasarım Müzesi'nin Uluslararası Tipografik Stil Çerçevesinde Değerlendirilmesi	
Müzenin kurumsal kimliği bize ne söylemektedir?	Uluslararası tipografik stili yansıtan net ve anlaşılır, minimal bir etki vermektedir.
Müze tanıtım malzemelerinde Uluslararası Tipografik Stil'in etkileri görülmekte midir?	İncelenen tanıtım malzemelerinde stilin etkileri görülmektedir.
Izgara (grid) sistemi kullanılmış mı, kullanılmış ise hangi ürünlerde ve nasıl kullanılmıştır?	Sergi afişlerinde, sergi katalogları ve yayınladıkları kitaplarda, sergileme mekân grafiklerinde, müze web sayfasında, temel ızgara sistemi kullanılmıştır.
Tırnaksız (Sans-Serif) yazı karakterlerinin kullanılması	Müzenin logosundan web sayfasına, sergi tanıtım malzemelerinden, sergileme grafiklerine kadar tırnaksız yazı karakteri kullanılmıştır.
Metinlerin blok halinde kullanımı	Müzenin basılı materyallerinde metinler blok halinde görseller ile belli bir hiyerarşi içerisinde kullanılmıştır.
Metin ve fotoğrafların, tarafsız ve net bir mesaj ilemesi	Gereksiz süslemelerden kaçınılmış, tasarımlarda temel yapı okuyucu ile doğrudan iletişim kurma üzerine yapılandırılmıştır.
Kullandıkları grafik dil, müzenin kimliği ile örtüşüyor mu?	Yapısal olarak modernist bir müze grafikleri dili kullanılmıştır. Müze, tasarımlarında doğru iletişimi, basit ve sağlam yapılandırılmış, bir tarz olarak öne çıkarmıştır. Müzenin kimliği ile grafik dili örtüşmektedir.
Müzenin sergileme, yönlendirme, bilgilendirme ve diğer alanlarında üslubun özelliklerine rastlanmakta mıdır?	Şu an devam eden, SBB sergisinin sergileme alanı üslubun özelliklerine göre yapılandırılmıştır. Müze içerisinde kullanılan yönlendirme ve bilgilendirme alanları da bu stilin tasarım anlayışına uygundur.

Tablo 1: Zürih Tasarım Müzesi Vaka Analizi Çizelgesi

3.2 MoMA (The Museum Of Modern Art)

1929 yılında bir eğitim kurumu olarak kurulan Modern Sanat Müzesi (MoMA), dünyanın önde gelen modern sanat müzelerinden biridir. Geleneksel müzelerin muhafazakâr politikalarına meydan okuyan ve modern sanata adanmış bir kurum oluşturma hedefiyle Bayan Lillie P. Bliss, Bayan Cornelius J. Sullivan ve Bayan John D. Rockefeller, tarafından kurulmuştur (bkz. Görüntü 49).



Görüntü 49 MoMA Kurucuları Bayan Lillie P. Bliss, Bayan Cornelius J. Sullivan ve Bayan John D. Rockefeller
(www.MoMA.org)
Erişim Tarihi: 13 Eylül 2019

Müze, 19. yüzyılın sonlarında başlayan ve bugün de devam eden yeni sanatsal geleneklerde yaratılan ideallerin ve çıkarların keşfinden ilham almıştır. MoMA, modern ve çağdaş sanatın canlılığını, karmaşıklığını ve ortaya çıkma kalıplarını yansıtan kalıcı bir koleksiyonu koruyarak ve belgeleyerek, sergiler (bkz. Görüntü 50) ve eğitim programları sunmaktadır. Uluslararası araştırma merkezleri olarak tanınan bir kütüphane, arşiv ve koruma laboratuvarı ile bu alandaki burs ve yayınları desteklemektedir. MoMA, misyonunu şöyle özetlemektedir; “hizmet verdiği çeşitli yerel, ulusal ve uluslararası izleyiciler tarafından modern ve çağdaş sanatın daha derin bir anlayışının ve zevkinin teşvik edilmesidir” (“MoMA”, t.y.).



Görüntü 50 MoMA'nın ilk sergisinin kurulum görüntüsü, 1929
(www.MoMA.org)
Erişim Tarihi: 13 Eylül 2019

Müzenin seçkin bir profesyonel kadroya sahip olması ve yeni fikirlere ve inisiyatiflere içgörü, hayal gücü ve zekâ ile karşılık vererek periyodik olarak kendini yeniden değerlendirmesi, müzenin açıklığı ve gelişmeye ve değişmeye istekli olmasını teşvik etmiştir. MoMA kurucu direktörü Alfred H. Barr, “insanların zamanımızın görsel sanatlarını anlamalarına ve zevk almalarına yardımcı olmak ve New York'a dünyanın en büyük modern sanat müzesini” kurmak ideali ile yola çıkmıştır. MoMA, yaklaşık 200.000 resim, heykel, çizim, baskı, fotoğraf, medya ve performans sanat eserleri, mimari modeller ve çizimler ile tasarım nesnelere ve filmleri koleksiyonunda bulundurmaktadır. MoMA ayrıca yaklaşık iki milyon film ve fotoğraf ile kütüphanesinde, kitaplar, sanatçı kitapları, süreli yayınlar ve 90.000'den fazla sanatçının geniş kapsamlı dosyaları dahil olmak üzere 320.000'den fazla öğeyi barındırmaktadır (“MoMA”, t.y.).

Başlangıcından günümüze, birçok yapısal değişikliğe uğrayan müze, Ekim 2019 tarihinde hem bina yapısı olarak hem de kurumsal çalışmalarında yeniliğe gitmiştir. MoMA logosu da dahil olmak üzere sürekli bir yenileme ve değişim içerisinde olmuştur. Bugüne kadar, Morris Fuller Benton, Ivan Chermayeff ve Tom Geismar, Matthew Carter, Bruce Mau, Paula Scher, Ben

Parker ve Paul Austin gibi tasarımcılar MoMA logosu (bkz. Görüntü 51) birçok defa yeniden kurgulamışlardır.



Görüntü 51 MoMA Logoları
(Derleme Google Görseller)

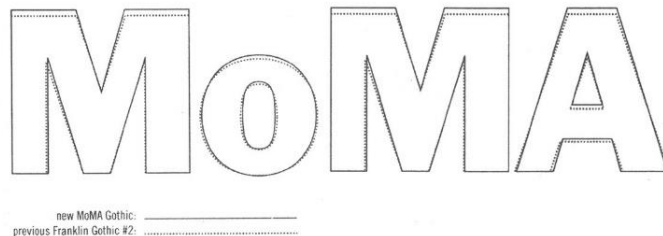
MoMA logosu için logonun tasarımcılarından biri olan Ivan Chermayeff, "oldukça basit, kökleri ile modern bir yüz" demiştir (Blum, 2003). 50 yıldan uzun bir süredir logo Morris Fuller Benton'un Franklin Gotik No.2 olarak biçimlenmiştir. Şekillerin okunabilirliği ve basitleştirilmesi ile Franklin Gotik Amerikan karakteri sans serif yazı biçimlerinin yeni tipografik modernitenin görüntüsü olarak kullanılmasını sağlamıştır. Yaygın kanının aksine, logonun bugün kullanılan küçük "o" harfini içeren son hali Chermayeff'e ait değildir. Bu kaniya Chermayeff'in bir diğer çalışması olan Mobil logosu ile olan benzerliği yol açmaktadır (bkz. Görüntü 52).



Görüntü 52 Ivan Chermayeff tarafından tasarlanan Mobil ve MoMA Logoları
(Derleme Google Görseller)

Logonun ilk versiyonu Geismar-Chermayeff Stüdyosu tarafından 1964'te bütün harfleri büyük olarak tasarlanmıştır. Ancak sanat tarihçi ve yazar Stephen F. Eskilson'a göre "o"nun küçük olması fikri 1966'da müze müdürü olan Alfred H. Barr'dan tarafından ortaya atılmıştır. Gerekçesi ise kısaltmaya görsel bir kişilik kazandırması ve bu değişiklik ile kısaltmanın bir isme dönüşebileceği fikriydi. Ayrıca İngilizce bilmeyenlerin de kolayca okuyabileceği bir kelime olacağı düşünülmüştü. Bu fikir 1980'lerde müze yönetimi tarafından onaylanarak günümüzde kullanılan MoMA biçimini almıştır. Bu ilginç bilgi, 21 Eylül 2003'te New York Times'daki bir makale ile açığa çıkmıştır (Who is the PoPA of the MoMA logo? 2019, p.7). Yine de Mobil logosu ile olan bu ilginç benzerlik tasarım dünyasında sıklıkla tartışılmıştır.

MoMA logosu daha sonra font tasarımcısı Matthew Carter tarafından yeniden ele alınarak bugünkü haline dönüştürülmüştür (bkz. Görüntü 53). Carter, bu değişim için, "Franklin Gotik'i kaldırmak bir mimardan bir binanın tam bir kopyasını tasarlamasını istemek gibiydi..." (Blum, 2003, p.10) demiştir.



Görüntü 53 Franklin Gothic, Matthew Carter'in MoMA Gothic dönüşümü
(<https://www.nytimes.com/2003/09/21/arts/art-the-modern-s-other-renovation.html>)
Erişim Tarihi: 20 Kasım 2019

2000'lerin başında Pentagram ajansından Paula Scher ve ekibi, MoMA'nın marka kimliğini yeniden ele alarak, logoyu "I Love NY" gibi şehrin bir ikonu haline dönüştürmeyi amaçlamışlardır. Logoya tutarlılık getirmek ve logonun kullanım biçimini müze grafiklerinin en baskın öğesi olarak kullanma yoluna gitmişlerdir (bkz. Görüntü 54).



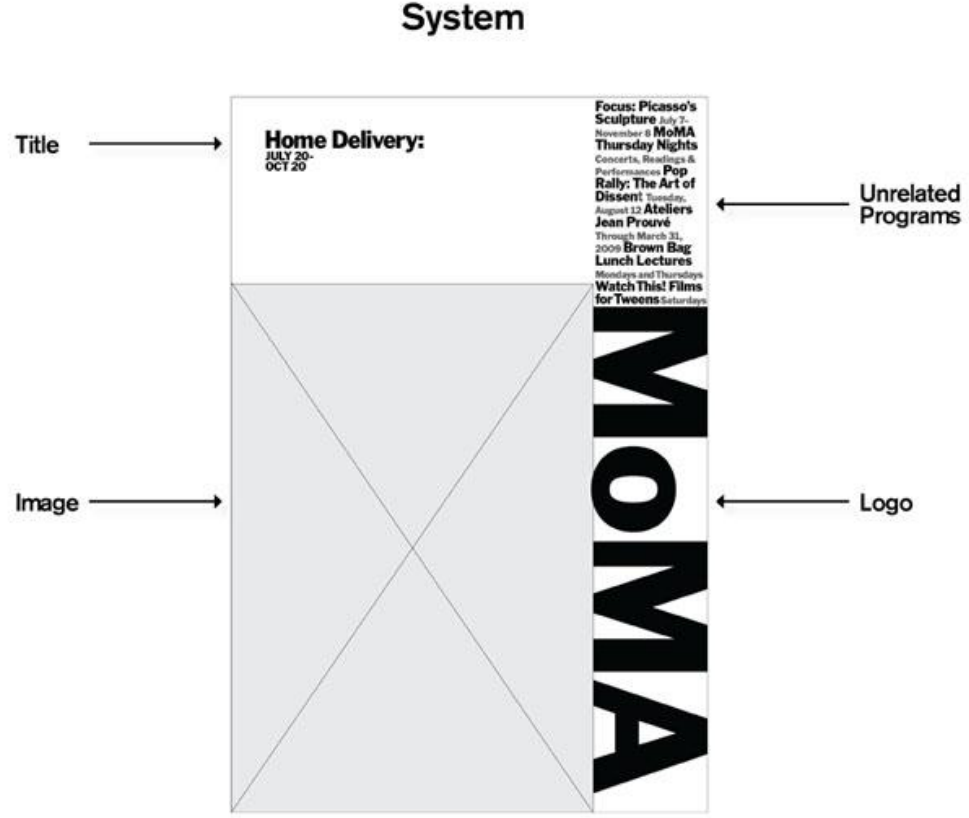
Görüntü 54 Pentagram tarafından geliştirilen yeni logo ve kullanımı
 (<https://www.pentagram.com/work/moma>)
 Erişim Tarihi: 20 Aralık 2019

New York kentsel yapısı göz önüne alındığında, (bkz. Görüntü 55) Pentagram tarafından sağlanan bu yeni tasarım MoMA görsel kimliğinin dünya çapında itibarını oluşturmada belirleyici bir adım olduğu söylenebilir.



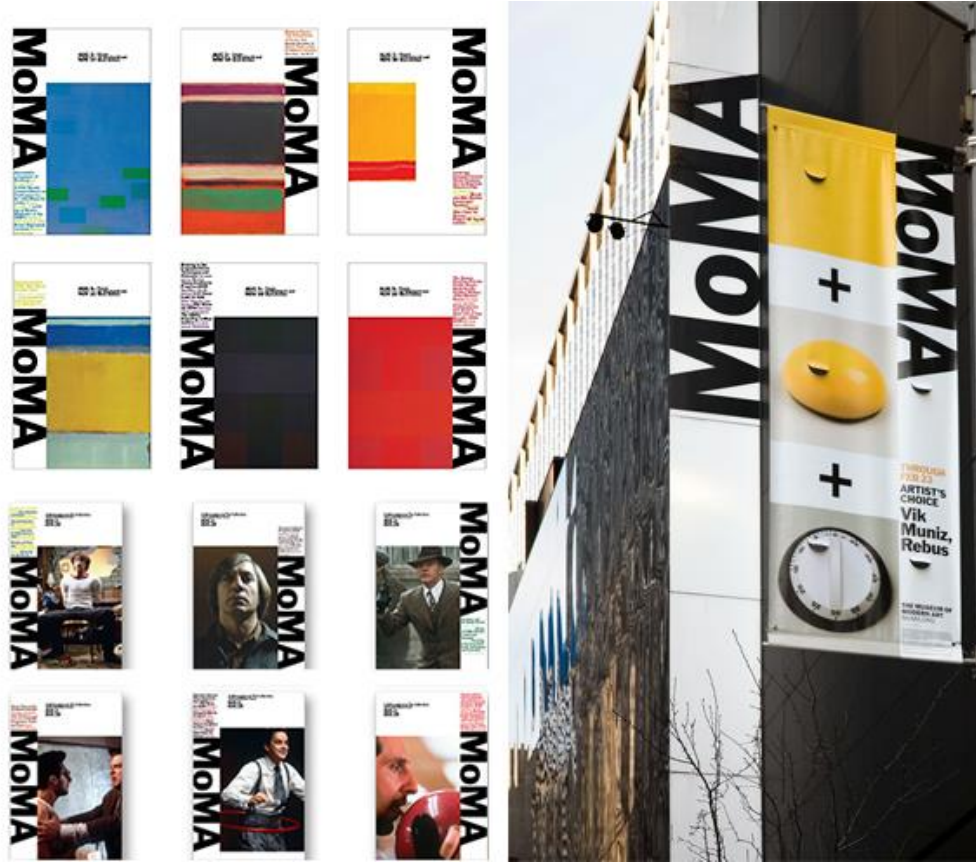
Görüntü 55 Pentagram tarafından geliştirilen yeni logo ve kullanımı
 (<https://www.pentagram.com/work/moma>)
 Erişim Tarihi: 20 Aralık 2019

Paula Scher müze grafikleri için, her bir bilgi parçasını mükemmel şekilde birbirinden ayıran ve MoMA logosunun kenar boşluğunda dikey olarak konumlandırılan bir kompozisyon ile ızgara (grid) sistemini temel çözüm olarak tasarlamıştır (bkz. Görüntü 56) (Who is the PoPA of the MoMA logo? 2019, p.9).



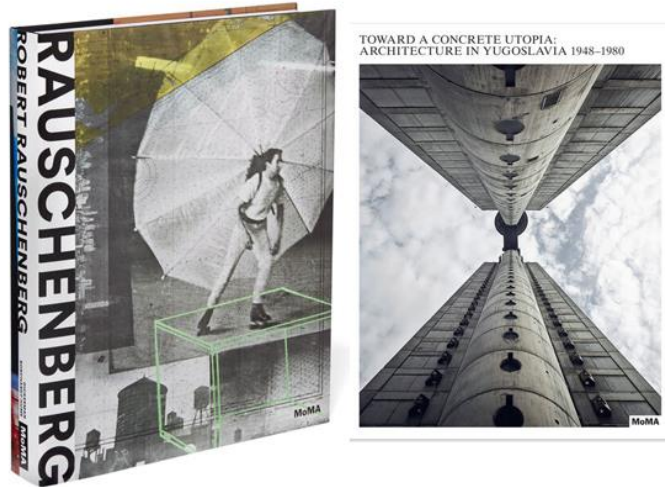
Görüntü 56 MoMA müze grafikleri ızgara sistemi
(<https://www.pentagram.com/work/moma>)
Erişim Tarihi: 20 Aralık 2019

Bu ızgara sistemi ve logonun kullanım biçimi, tasarımda görsel olarak güçlü ve dinamik olan yazı ve görüntü ile renkli ve siyah beyaz desenler oluşturmuştur. Marka kimliği tasarımı, gelecekteki genişleme ve çeşitli formlara izin verecek biçimde yerleşik bir esnekliğe kavuşturulmuştur (bkz. Görüntü 57).



Görüntü 57 MoMA müze grafikleri ızgara sistemi ve logo kullanımı
 (https://www.pentagram.com/work/moma)
 Erişim Tarihi: 20 Aralık 2019

Kurumsal kimlik çalışmalarında, broşürlerde, afişlerde, web sitesinde, iç ve dış mekân uygulamalarında ve MoMA'nın tüm kurumsal ve kamusal iletişimde (bkz. Görüntü 58) bu yapı uygulanmıştır ("MoMA Brand Identity", t.y.).



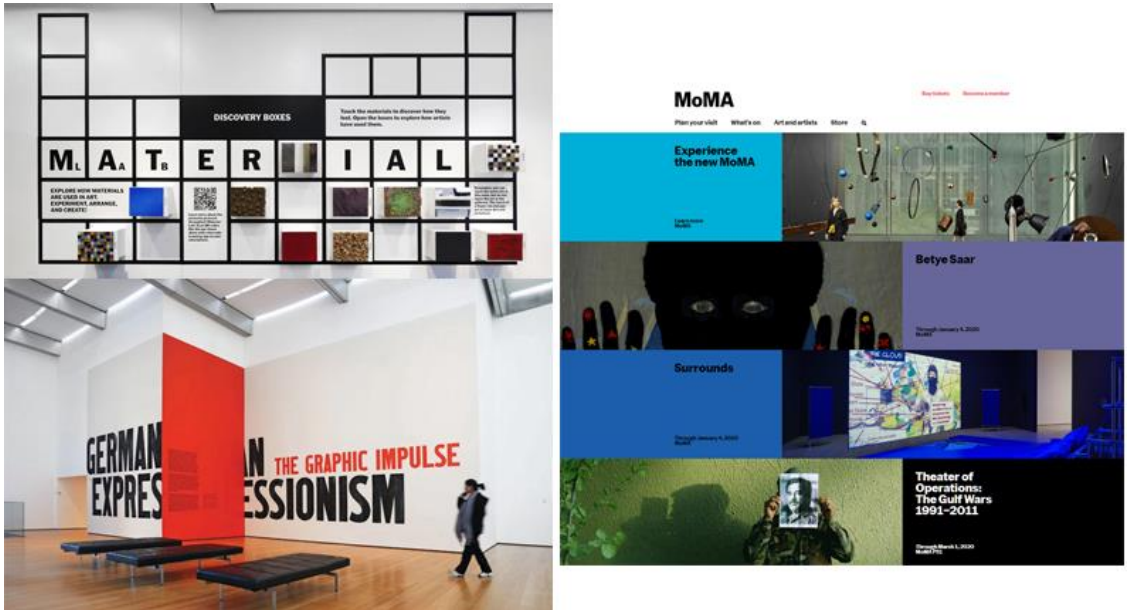
Görüntü 58 MoMA sergi katalog örnekleri
 (https://store.moma.org/books/exhibition-catalogues)
 Erişim Tarihi: 20 Aralık 2019

Yalnızca tipografinin kullanıldığı MoMA sergi tarihlerini özetleyen afiş çalışmaları MoMA'nın marka kimliğini öne çıkartmaktadır (bkz. Görüntü 59).



Görüntü 59 Nxlte tarafından üretilen MoMA sergi tarihleri afiş çalışması
(<https://www.nxlte.com/moma>)
Erişim Tarihi: 20 Aralık 2019

MoMA hem tipografi kullanımı hem de ızgara kullanımı ile elde edilen görsel hiyerarşi yapılandırmasını, sergileme mekanlarında ve sergileme grafiklerinde ve web sayfasında kullanmaktadır (bkz. Görüntü 60-61).



Görüntü 60-61: MoMA sergi alanları düzenlemeleri ve Web sayfası ekran görüntüsü
(Derleme Google Görseller)

MoMA'nın Uluslararası Tipografik Stil Çerçevesinde Değerlendirilmesi	
Müzenin kurumsal kimliği bize ne söylemektedir?	MoMA kurumsal kimliği, ana vizyonunu yansıtan modern müze kavramının dünyadaki karşılığı olma iddiasını yansıtacak biçimde kurgulanmıştır. Baskın bir MoMA karakteri sans-serif tipografik yapısı ve kullanılan tasarım alanlarınının 3'te 1'ini kapsayacak yapısı ile ikonik bir logo haline dönüşmüştür.
Müze tanıtım malzemelerinde Uluslararası Tipografik Stil'in etkileri görülmekte midir?	Müze, Uluslararası Tipografik Stil'in ızgara ve sans-serif tipografi kullanımı özelliklerini, tanıtım materyallerinde özellikle son değişiklik döneminden sonra daha sıklıkla kullanmaya başladığı gözlemlenmektedir.
Izgara (grid) sistemi kullanılmış mı, kullanılmış ise hangi ürünlerde ve nasıl kullanılmıştır?	Müze tanıtım materyallerinde, web sayfası, sergi katalogları, afiş, billboard vb. ürünlerinde ızgara yapısını kullanmıştır.
Tırnaksız (Sans-Serif) yazı karakterlerinin kullanılması	MoMA tırnaksız yazı karakterini ilk günden bu yana kullanmakta aynı zamanda kendi font yapısını geliştirmiş bir müzedir.
Metinlerin blok halinde kullanımı	Yukarıda incelenen örneklerde de görüldüğü gibi metinler bloklar halinde hem tanıtım materyallerinde hem de sergileme alanlarında kullanıldığı görülmüştür.
Metin ve fotoğrafların, tarafsız ve net bir mesaj iletmesi	Afiş, billboard vb tanıtım materyallerinde görüntüler serginin içindeki görsellerden seçilerek büyük bir biçimde kullanılmıştır. Görüntüler daha önceki çalışmalardan olduğu gibi kullanılmasına karşın yeni geliştirilen sistemde uygun yerlerinden kırılarak kullanılmaktadır. Bu anlamda tarafsızlık yerine etki gücünü arttırmaya yönelik tasarımdan bahsedilebilir. Metinler ise tarafsız bir biçimde mesaj iletme odaklı olarak kullanılmaktadır.
Kullandıkları grafik dil, müzenin kimliği ile örtüşüyor mu?	İnceleme sonucunda, müze kimliği ile örtüşen bir grafik dil birliğinden bahsedilebilir.
Müzenin sergileme, yönlendirme, bilgilendirme ve diğer alanlarında üslubun özelliklerine rastlanmakta mıdır?	Müze, sergileme alanlarında ve yönlendirme - bilgilendirme tasarımlarında, kurumsal kimliğine uygun tipografik uygulamalar kullanmıştır.

Tablo 2: MoMA Vaka Analizi Çizelgesi

3.3 Tate Modern

Tate, 1889'da şeker rafinerisi sahibi olan sanayici Henry Tate tarafından, 19. yüzyıl İngiliz sanat koleksiyonunu bağışlaması ile 1897'de kurulmuştur. Tate'in bağışladığı orijinal eserler ve Ulusal Galerî (National Gallery) eserleri ile birlikte kurucu koleksiyonu oluşturulmuştur. Tate, sanat dünyasının en tanınmış markalarından biridir. İngiltere'de 1500'lerden kalma İngiliz sanatının ulusal koleksiyonunu ve uluslararası modern ve çağdaş sanat koleksiyonunu barındıran dört büyük müzeye sahiptir. Bunlar Tate Britain, Tate Modern, Tate Liverpool ve Tate St Ives'dir.

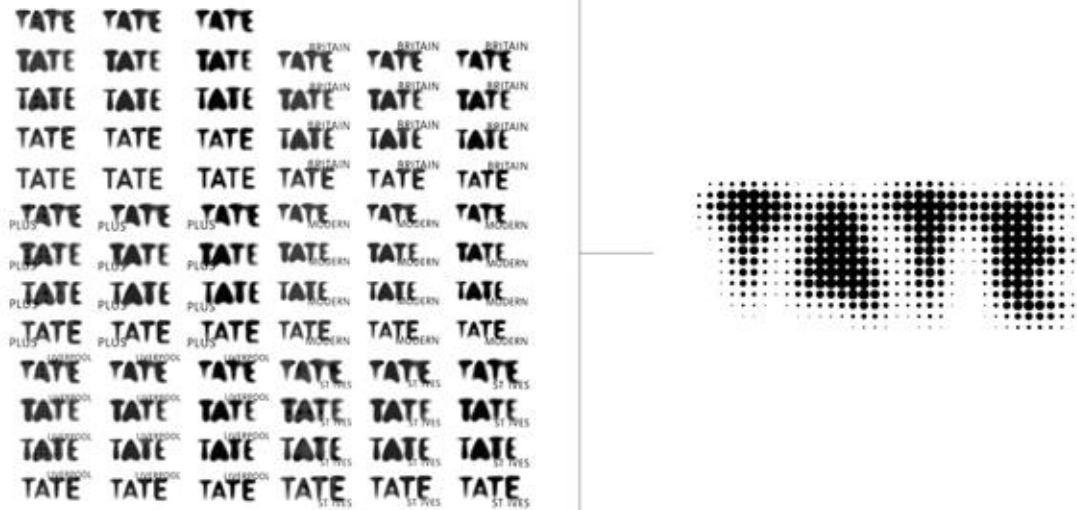
Tate Mütevelli Heyeti, Londra'da uluslararası modern ve çağdaş sanat için ayrı bir galeri oluşturmak için, 1994 yılında eski Bankside Elektrik Santralini (bkz. Görüntü 62) yeni galerinin mekânı olarak seçmişlerdir. İsviçreli mimarlar Herzog & De Meuron binayı galeriye dönüştürmüştür. 2000 yılında açılışı yapılan Tate Modern, İngiltere'nin ilk üç turistik mekânından biri haline gelerek, her yıl Londra'ya yaklaşık 100 milyon sterlin ekonomik fayda sağlamaktadır (Tate Modern, t.y.).



Görüntü 62: Tate Modern Londra
(<https://www.tate.org.uk/visit/tate-modern/look-behind-art-tate-modern>)
Erişim Tarihi: 15 Kasım 2019

Tate'in, Tate Modern'in açılışından önce oluşturduğu yeni marka kimliği devrim niteliğinde olmuştur. Bu yeni marka kimliği aynı zamanda Tate'i dünyanın en tanınmış ve ünlü kültür markalarından biri haline dönüştürmüştür. Oldukça ikonik olan logo, 2015 yılında North Design tarafından yeniden ele alınmıştır (bkz. Görüntü 63). North Design, bu yeni tasarlanan marka kimliği ile ilgili basın bülteninde, "Kimlik sisteminden tamamen kurtulmayı teklif etmemiz sorumsuz ve tasarımcılar olarak bencilce bir davranış olurdu. Bunun yerine, (yenilenecek logoyu) mevcut marka değeri üzerine inşa ettik, iyi çalışanı yeniledik ve güçlendirdik" demiştir (Dawood, 2016).

Tate'in 'Tekrar Bak, Tekrar Düşün' felsefesi için geliştirilmiş olan yeni logo için North Design ortağı Stephen Gilmore, tüm bu versiyonlardan vazgeçerek tek bir logonun kullanılmasına karar verdiklerini açıklamıştır. Karmaşadan kurtarılan, sadeleştirilen ve tüm Tate müzelerinde kullanılan yeni logo ise, daha dinamik olarak kullanılarak dijital dünyada da etkili bir şekilde varlık göstermiştir.



Görüntü 63: Tate solda eski logolar, sağda yeni logo
(www.designweek.co.uk)
Erişim Tarihi: 15 Kasım 2019

Tate'in eski logoları yaklaşık 3.000 noktaya sahipken, yeni logo sadece 340 noktadan oluşturulmuştur.

Tate galerinin (Tate Modern, Tate Britain, Tate Liverpool ve Tate St Ives) tüm markaları birleştirilmiştir. Bu yeniden yapılanma, Tate marka yapılanmasına oldukça esneklik kazandırmış ve ortak bir dil birliği yaratılmasına neden olmuştur. Görüntü 64'te görüldüğü üzere bu yeni logonun noktaları Tate için tüm ürünlerinin ana tasarım öğesi olmuştur.



Görüntü 64: Tate logosundan yola çıkarak, noktalardan oluşturulan ürünler
(www.designweek.co.uk)
Erişim Tarihi: 15 Kasım 2019

Tate sergi afişlerinde (bkz. Görüntü 65-66) ise yeni logosunu kullanmış ve galeri adlarını ise tipografik olarak çözümlenmiştir.



Görüntü 65: Tate Modern sergi afişleri
(www.designweek.co.uk)
Erişim Tarihi: 15 Kasım 2019



Görüntü 66: Tate Britain sergi afişleri
(www.designweek.co.uk)
Erişim Tarihi: 15 Kasım 2019

Tate Modern'de tırnaksız (sans-serif) tipografi kullanımı ağırlıklı olarak ön plandadır. Bina tabelalarından, sergi afişlerine, sergileme alanlarından, müze iç mekanlarına kadar bu özellik korunmuştur (bkz. Görüntü 67).



Görüntü 67: Tate Modern girişi
(www.weareendpoint.com)
Erişim Tarihi: 15 Kasım 2019

Tate Modern ızgara sisteminin hiyerarşi düzenlemesini özellikle yayınlarında kullanmıştır. Bu sistemin kullanımı, -afişlerinde daha serbest denilebilecek bir çerçeve çizilse bile- sergi katalogları ve diğer yayın materyallerinde öne çıkmaktadır (bkz. Görüntü 68).



Görüntü 68: James Ladbury tarafından tasarlanan Tate Modern broşürleri (jamesladbury.com)
Erişim Tarihi: 22 Aralık 2019

Tate Modern yönlendirme ve bilgilendirme tasarımlarında tipografi ağırlıklı çözümler üretilmiştir (bkz. Görüntü 69).



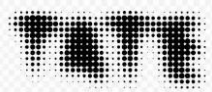
Görüntü 69: Tate Modern solda asansör kat bilgileri sağda sergi alanı yönlendirmeleri (www.cartlidgelevine.co.uk/)
Erişim Tarihi: 22 Aralık 2019

Tate Modern'in Uluslararası Tipografik Stil Çerçevesinde Değerlendirilmesi	
Müzenin kurumsal kimliği bize ne söylemektedir?	Tate Modern ve diğer Tate galeriler için kullanılan logo kendine özgü bir yapıdadır. Daha çok dijital çağrışımlar yapan logo diğer modern sanat müze logolarından oldukça ayrılmış durumdadır.
Müze tanıtım malzemelerinde İsviçre Tasarım Üslubunun etkileri görülmekte midir?	Genel olarak üslubun etkileri pek görülmemektedir. Tırnaksız yazı karakteri kullanımı ve sergi afişlerinde ızgara sistemi kullanımı vardır.
Izgara (grid) sistemi kullanılmış mı, kullanılmış ise hangi ürünlerde ve nasıl kullanılmıştır?	Izgara sistemi basılı materyallerde hem görsel hem anlam açısından belli bir hiyerarşiyi oluşturmak için kullanıldığından söz edilebilir.
Tırnaksız (Sans-Serif) yazı karakterlerinin kullanılması	Tırnaksız yazı karakterleri kullanılmıştır. Tate kendine özgü tırnaksız yazı karakteri vardır.
Metinlerin blok halinde kullanımı	İncelenen yayınlarda, metinler sola yaslı sağdan serbest olarak düzenlenmiştir.
Metin ve fotoğrafların, tarafsız ve net bir mesaj iletmesi	Özellikle sergi afişlerinde fotoğraflar net ve herhangi bir müdahale edilmeden kullanılmıştır.
Kullandıkları grafik dil, müzenin kimliği ile örtüşüyor mu?	Müzenin yenilenen kimlik yapısına paralel grafik dili oluşturulmuştur.
Müzenin sergileme, yönlendirme, bilgilendirme ve diğer alanlarında üslubun özelliklerine rastlanmakta mıdır?	Belirli ürünlerde Uluslararası Tipografik Stil ile uyumlu tasarım yaklaşımları olsa da genel olarak kurum kimliği bu stili yansıtmamaktadır. Sözkonusu uyumluluk, grafik tasarımın evrensel algılanabilirlik ölçüleri ile ilgili bir uyumdur denilebilir.

Tablo 3: Tate Modern Vaka Analizi Çizelgesi

3.4 Modern Müze Genel Değerlendirme

Bir müze ziyaretçisi müzeden ne beklemektedir? Bu soruya vereceğimiz yanıt, aslında müzeyi de nasıl yapılandıracağımızın yanıtı gibidir. Müzeler ziyaretçinin beklentilerini genel yapısallığı ile değil ama işlevsel sunumları ile karşılamalıdır. İncelenen müzelerin sayısını çoğaltmak mümkün olsa da özellikle MoMA ve Tate bugün modern müze denildiğinde ilk akla gelen iki müzeyi oluşturmaktadır. Zürih Tasarım Müzesi, MoMA ve Tate neredeyse 100 yıllık bir geçmişe sahip müzelerdir. Tate Modern içlerinde ki en genç müzedir. Tüm incelenen bu müzelerin son birkaç yıllarında grafik tasarım çalışmalarında ve marka kimliklerinde yoğun bir değişim gözlemlenmesi bu 3 müzenin müze grafiklerini incelemeyi de bir bakıma zorunlu kılmıştır. Sonuç olarak, Uluslararası Tipografik Stil baz alınarak incelenen bu müzeler ile ilgili sonuç raporu Tablo 4'te verilmiştir.

Müzenin adı	Zürih Tasarım Müzesi	MoMA	Tate Modern
Kurumsal Kimlik	Museum für Gestaltung Zürich	MoMA	
Ülke	İsviçre	Amerika Birleşik Devletleri	Birleşik Krallık
Kuruluş yılı	1875	1929	2000
Tasarımcıları	Mimar: Adolf Steger ve Karl Egender Logo tasarımı: Rudolf Barmettler, Nouvelle Noire	Mimar: Philip Goodwin, Edward Stone İlk Logo: Ivan Chermayeff Logo Revize: Pentagram	Mimar: Herzog & De Meuron Logo: 2000 Wolff Olins 2016 North
Izgara Sistemi Kullanımı	Kullanılmaktadır	Kullanılmaktadır	Tasarıma göre değişmektedir
Asimetrik tasarım	Kullanılmaktadır	Kullanılmaktadır	Tasarıma göre değişmektedir
Tırnaksız Yazı Karakteri	Kullanılmaktadır	Kullanılmaktadır	Kullanılmaktadır
Metinlerin blok kullanımı	Kullanılmaktadır	Kullanılmaktadır	Her zaman değil
Metin ve görsellerin net mesaj iletmesi	Net mesaj iletilmektedir	Net mesaj iletilmektedir	Net mesaj iletilmektedir
Grafik dil ve müze kimliği uyumu	Görsel dil ve kurum kimliği uyumludur	Görsel dil ve kurum kimliği uyumludur	Görsel dil ve kurum kimliği uyumludur
Uluslararası Tipografik Stile Uygunluğu	Uygundur	Uygundur	Tam bir uyum söz konusu değildir

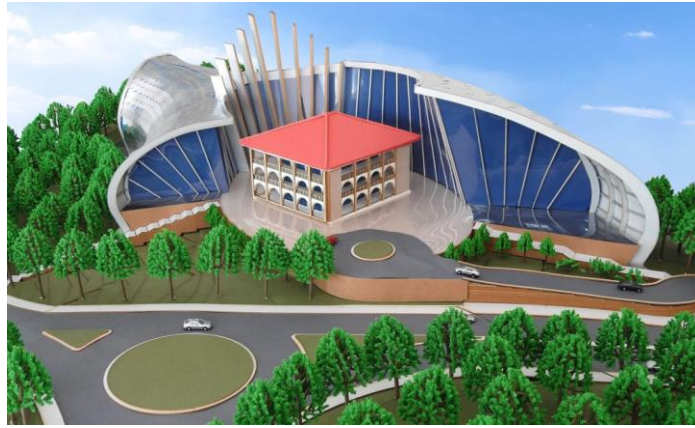
Tablo 4: Modern Müze Değerlendirmeleri Sonuç Analizi Çizelgesi

Weil, 1950'lerden itibaren, ekonomik ve politik küreselleşme sürecinin, müzecilik kavramında önemli paradigma değişimlerine yol açtığını söylemektedir. (Weil, 1990). Vaka analizlerinde 1875'de kurulan Zürih Tasarım Müzesi, 1929'da kurulan MoMA ve 2000'de kurulan Tate Modern Galerisi incelenirken, kuruluş tarihleri birbirinden uzak olan üç kurum ele alınmıştır. Weil'in işaret ettiği üzere, özellikle Zürih Tasarım Müzesi ve MoMA'nın 1950'lerden sonra Uluslararası Tipografik Stilin de etkisiyle, birbirine yakın anlayışları yansıttığı söylenebilir. Daha yeni olan Tate Galeri ise, tırnaksız yazı karakteri kullanımı ve net mesajlar iletmesi ile ilk ikisiyle daha uyumlu olsa da genel anlamıyla Uluslararası Tipografik Stili yansıttığı pek söylenememektedir. Zürih Tasarım Müzesi ve MoMA ise tırnaksız yazı karakteri kullanımı, yazıların bloklanması, asimetrik tasarım ve ızgara sistemini kullanması gibi stilin temel özelliklerini kullanarak Uluslararası Tipografik Stile uygun bir tasarım dili kullanmaktadır. Özellikle zaman içinde kurumsal kimliklerinde yaptıkları revizyonlarla bu uyum daha da fazla göz önüne çıkmıştır.

4. BÖLÜM

KIBRIS MODERN SANAT MÜZESİ (KMSM)

Dördüncü Bölüm, tezin, giriş bölümünde anlatılan, problem durumu ve amaç başlıklarında belirtilen modern müzelerdeki müze grafiklerinin, Kıbrıs Modern Sanat Müzesi (KMSM) (bkz. Görüntü 70) için önerilerini içermektedir. Bu bölümde yer alan tasarım ve uygulama örnekleri, yalnızca bir model oluşturulması açısından üretilmiş, henüz inşaatı devam eden (bkz. Görüntü 71) müzenin gerçek alanları ve mekanları üzerinde kullanılmamıştır.



Görüntü 70: Kıbrıs Modern Sanat Müzesi Modellemesi
(<http://cyprusmodernart.com>)
Erişim Tarihi: 20 Kasım 2019



Görüntü 71: Kıbrıs Modern Sanat Müzesi İnşaat Çalışması, 2019
(Fotoğraf: Hakan Dağ 02.12.2019)

Tez çalışmasının ikinci ve üçüncü bölümlerinde tespit edilen bulgular ışığında, KMSM için grafik tasarım çalışmaları, tez içerisinde savunulan Uluslararası Tipografik Stil'in belli başlı özellikleri temel alınarak oluşturulmuştur. Evrensel anlamda bir tasarım dilinin oluşması noktasında Uluslararası Tipografik Stil'e uygunluğun bir tasarım çerçevesi sunabileceği öngörülmektedir.

Uluslararası Tipografik Stil'in hem geçmiş deneyimlerinde hem de bugüne aktarılan tasarım yapısında şu dört temel özellik öne çıkmaktadır.

1. Serifsiz harf karakterlerinin kullanılması
2. Izgara (grid) sistemi
3. Asimetrik formlar
4. Metin, fotoğraf ve görsellerin tarafsız ve net bir mesaj iletmesi

Bu 4 temel özellik, Kıbrıs Modern Sanat Müzesi müze grafikleri için korunmuş ve KMSM özgün tasarımları buna göre oluşturulmuştur.

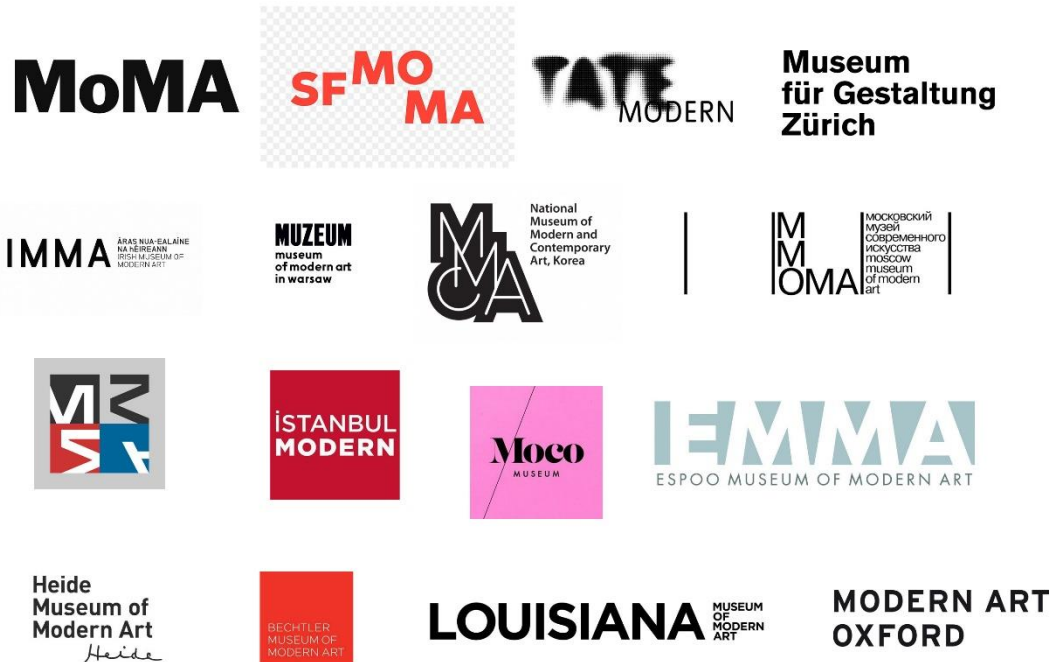
4.1 KMSM Genel Tanım ve Fiziki Özellikler

Kıbrıs Modern Sanat Müzesi'nin temeli 9 Ağustos 2018'de atılmıştır. Yakın Doğu Üniversitesi yerleşkesi içerisinde yer alan müze, çağdaş değerler estetik kaygılar ve anlayışlar kapsamında çalışmalarını yürütmektedir. Fiziki yapısının Kasım 2020 yılında tamamlanması planlanan müze, ilk fikir gününden bu yana koleksiyonlarını oluşturmak ve kendi varlığını tamamlamak adına çeşitli etkinlikler, sanatçı atölyeleri ve sergiler düzenlemektedir. Seçme, biriktirme, koruma ve sergileme işlevlerini bünyesinde toplayan KMSM, eski eserler ve modern sanat alanındaki tüm yapıtların sergilenmesine olanak sağlayacak altyapısını kurmaktadır. Bu altyapının tamamlanması ve ardından koleksiyon sayısı ve niteliği bakımından Yakın Doğu coğrafyasının en büyük modern sanat müzesi olmayı hedeflemektedir. 1940'lı yıllardan günümüze kadar tarihlenen 8000'den fazla eser, KMSM'nin koleksiyonuna girmiştir. KMSM, 14 Türk Devletinin sanatçılarından oluşan çok özel bir koleksiyona da ev sahipliği yapmaktadır. KMSM'nin koleksiyonunun çok büyük bir bölümü koruma amaçlı özel odalarda saklanmaktadır (Kıbrıs Modern Sanat Müzesi, t.y.).

2020 yılı Kasım ayında açılışı planlanan Kıbrıs Modern Sanat Müzesi'nin fiziki özellikler web sayfasında şöyle sıralanmıştır: 20.000 m² kapalı alanı ve 6 kattan oluşan bu yapı; 1.300 kişilik fuaye salonu, 4 kalıcı koleksiyon salonu, 2 geçici koleksiyon salonu, 2 fotoğraf sergi salonu, 3 heykel koleksiyon sergi salonu olarak, Toplam 14 salondan oluşmaktadır. 120 kişi kapasiteli sinevizyon ve konferans salonu, VIP ve misafir salonu, 2 adet panoramik asansör, özel ses ve ışık altyapısı, fotoğraf stüdyosu, fotoğraf ve restorasyon laboratuvarı, uzman ofisleri, sinevizyon salonu, toplantı odaları, özel eserlerin ve ender eserlerin analiz ve restorasyonlarının yapılacağı stüdyo ve laboratuvarlar ve aynı zamanda korunması için iklimlendirilmiş depolar, tamir ve bakım atölyeleri, sanat tarihine ışık tutacak tam donanımlı bir kütüphane, arşiv odası, hatıra ve hediyelik eşya satış bölümünden oluşmaktadır.

4.2 KMSM Müze Grafikleri ve Tasarım Önerileri

Tez içerisinde incelenen ve teze dahil edilmese de bu süreçte incelenmiş hemen hemen tüm modern sanat müzelerinin kurumsal kimlik çalışmalarının genellikle logotype olarak tasarlandığı saptanmıştır (bkz. Görüntü 72).



Görüntü 72: Dünya'daki çeşitli modern sanat müzeleri logolarından örnekler (Derleme Google Görseller)

Modern müzeler için tasarlanan logoların neredeyse tümünde tırnaksız yazı karakterleri kullanıldığı gözlemlenmiştir. Yine bu logo tasarımlarında müze adının baş harflerinden oluşan kısaltmalar kullanılmıştır. Örneğin; MoMA Museum Of Modern Art, SFMoMA San Francisco Museum Of Modern Art, IMMA Irish Museum of Modern Art, Mam The São Paulo Museum of Modern Art gibi. Ancak bir logo yalnızca bir kurumun adının baş harflerinden oluşan yazısının bir araya getirilmesi demek değildir. Bu aynı zamanda bir marka kimliği çalışmasıdır. Kurumsal kimlik olarak tanımlanan bu çalışmalar, sadece bir logonun varlığından da ibaret değildir. Çalışanların davranışlarından, iletişim biçimlerine, kurum felsefesinden ve kurumun görsel anlatımlarına kadar tüm yapısallığı karşılayan bir tanım olarak kullanılabilir. Bir işletme diğer işletmeler arasından fark edilmek istiyorsa kurum kimliğini oluşturması gerekmektedir (Okay, 2000).

KMSM için önerilen kurumsal kimlik çalışması için ilk başta şu soru sorulmuştur. KMSM, kendisini nasıl tanımlamaktadır ve insanların kendisini nasıl tanımlamasını istemektedir? Topalian (1984) kurum kimliğini; "Bir şirketin (kurumun) kendisinin nasıl tanındığına ve insanların şirketi (kurumu) nasıl tanımlamasına, hatırlamasına ve anlatmasına izin verdiği anlamlar topluluğu" olarak tanımlamaktadır (s. 56).

Uygulama örneklerine geçmeden önce, logo ve logotype kavramlarını tanımlamak uygun olacaktır. Ambrose ve Harris, Görsel Grafik Tasarım Sözlüğünde logo ve logotype terimlerini şöyle tanımlamaktadırlar: Logo, "bir şirketin, ürünün, hizmetin ya da tüzel yapının karakterlerini temsil eden grafik sembollere verilen isimdir", Logotype ise, "ait oldukları örgütü doğrudan ismiyle tanımlarlar ve bu isimler söz konusu örgütün güçlü yönlerini veya anlayışlarını ifade edecek karakterler kullanarak yazılırlar" (Ambrose, Harris, 2010, s. 156).

Yukarıdaki tanımlamadan hareketle, modern sanat müzelerinin kurum kimliğini oluşturan en önemli yapılardan bir de müzenin logosu olduğu söylenebilir. Hatta başlangıçtaki en önemli adım, güçlü yönlerinin ve anlayışlarının altını çizecek bir logo oluşturmaktır. Görüntü 72 de yer alan modern sanat müzeleri logolarında öne çıkan görsel anlatım yaklaşımı ise "modern" sözcüğüne

yapılan vurgu olmuştur. Uluslararası Tipografik Stil'in en temel özelliklerinden biri olan tırnaksız font kullanımı bu müze örnek logo tasarımlarında da görülmektedir.

4.3 KMSM Kurum Kimliği Önerisi

Kıbrıs Modern Sanat Müzesi için kurum kimliği çalışması yapmadan önce asıl karar verilmesi gereken konu fonetik olarak ve görsel olarak kurumun nasıl anılacağına belirlenmesi olmuştur. Kıbrıs Modern Sanat Müzesi olarak söylenmesi, kurumu genel olarak tarif etse de söyleniş açısından oldukça uzundur. Bu noktada tezin yazıldığı dönemde halihazırda Kıbrıs Modern Sanat Müzesi web sayfasındaki, “Yakın Doğu coğrafyasının en büyük modern sanat müzesi olarak tasarlandı” (“cyprusmodernart”, t.y.) ibaresi temel çıkış noktasını oluşturmaya karar verilmesinin dayanak noktasını oluşturmuştur. Avrupa ve Amerika kıtasında birçok ülkede birden çok modern sanat müzesi vardır ve Kıbrıs coğrafyasındaki ilk ve tek modern sanat müzesinin adının, jenerik bir ad olarak öne çıkartılması planlanmıştır.

4.3.1 KMSM Logotype Çalışması

Kıbrıs Modern Sanat Müzesi için tasarlanan logotype, birçok modern sanat müzesinin kendisini tanımladığı gibi “isim” ve “modern” kavramlarının ön plana çıkartılması ile oluşturulmuştur. Anılacak ve hatırlanacak akılda kalıcı model olarak düşünülen “Kıbrıs Modern” imgesi, aynı MoMA, Tate Modern, İstanbul Modern, Cer Modern gibi bir yapıya kavuşturulmuştur (bkz. Görüntü 73).

**KIBRIS
MODERN**

Görüntü 73: Kıbrıs Modern Akzidenz-Grotesk Next Medium

Kıbrıs Modern kullanımında karşılaşılan diğer bir tipografik problem ise, espaslar olmuştur. Espas³, harf aralarında oluşan boşluklar olarak tanımlanır. Harf aralıkları kapatılarak⁴ yeniden bir düzenleme yapılmıştır. Bu düzenleme ile birlikte Kıbrıs Modern yazısını oluşturan Akzidenz-Grotesk Next Medium fontunun “O” harfi aradan çıkartılarak, aynı yazı karakterinin yapısına daha uygun olan tam yuvarlak bir “O” yerleştirilmiştir (bkz. Görüntü 74). Kampüse girdiğiniz de sizi ilk karşılayacak alanlardan biri, müzenin sağ arka bölümünde kalan yuvarlak alandır. Burası ilk karşılama alanı olarak ikonik bir yapı olarak düşünülmüştür (bkz. Görüntü 75).

KIBRIS MODERN

Görüntü 74: Harf aralıklarının ve “O” harfinin yeniden düzenlenmiş hali



Görüntü 75: Kıbrıs Modern Sanat Müzesi “O” harfinin vurgulanmasının çıkış noktası
(Fotoğraf: Hakan Dağ)

³ Espas: TDK Türkçe Sözlüğüne göre; “basımcılıkta bir kelimenin harflerini ayırmak için kullanılan harflerden daha kısa ve küçük metal çubuk ya da aralık” olarak tariflenmiştir (TDK Türkçe Sözlük).

⁴ Kerning: Harfler arasındaki boşlukta yapılan dengeleme

KMSM için sanat müzesi ve İngilizce art museum tanımlaması, logotype çalışmasının alt bölümünde yer alan “Sanat Müzesi” ve “Art Museum” ile sağlanmıştır (bkz. Görüntü 76).

sanat müzesi - art museum

Görüntü 76 sanat müzesi ve İngilizce art museum Akzidenz-Grotesk Next Light

Sanat Müzesi sözcük tamlamasında ü ve i harflerinde küçük ayarlamalar yapılarak “ü” harfinde ki nokta sayısı bire düşürülmüş ve “u” bölümünün ortasına yerleştirilmiştir. Yine “i” harfi noktası oldukça yukarıda olduğundan küçük “i” harfi üzerine “ü” harfinde ki nokta ile (bkz. Görüntü 77) devamlılık sağlanmıştır.

sanat müzesi - art museum

Görüntü 77 sanat müzesi ve İngilizce art museum Akzidenz-Grotesk Next Light dönüştürülmüş kullanım

Akzidenz-Grotesk aynı zamanda Uluslararası Tipografik Stil’in çıkış noktalarından biridir ve ikinci bölümde detaylıca anlatılmıştır (bkz. Bölüm 2). Sonuç olarak Kıbrıs Modern Sanat Müzesi için tasarlanan logotype, Akzidenz-Grotesk Next Font Ailesinden kullanılmıştır. “Kıbrıs Modern” için Akzidenz-Grotesk Next “Medium”, “sanat müzesi- art museum” için ise “Light” seçilmiştir. Kullanılan font ailesinde yukarıda belirtilen bazı değişiklikler yapılarak son haline getirilmiştir (bkz. Görüntü 78).

**KIBRIS
MODERN**
sanat müzesi - art museum

Görüntü 78: Kıbrıs Modern Sanat Müzesi Logosu

4.3.2 KMSM Logotype Renk Önerileri

Bugüne kadar kullanılan ana renk yapısı turkuaz üzerine odaklandığından herhangi bir renk değişimi düşünülmemiştir. KMSM logosu için siyah ve turkuaz renkler ana kurumsal renk olarak belirlenmiştir. Müze henüz fiziksel yapısını tamamlamamış dahi olsa, uzun zamandır koleksiyon toplama çalışmalarını başlatmış ve bu bağlamda da sergiler düzenlemektedir. Ancak yukarıda örneklerini de sıraladığımız modern sanat müzelerinin logolarındaki gibi siyah baskın renk olarak düşünülmüş ve turkuaz da ayırt edici renk olarak logotype çalışmasında yerini almıştır. KMSM logotype renk kodları (bkz. Görüntü 79) ise şöyledir. KMSM için logonun son hali (bkz. Görüntü 80) gibidir.

Siyah/Black		CMYK	RGB	
		C 0	R 0	
		M 0	G 0	
		Y 0	B 0	
		K 100		
Turkuaz/Turquoise		CMYK	RGB	PANTONE
		C 63	R 98	7709 C
		M 12	G 176	HEX/HTML
		Y 26	B 188	62B0BC
		K 1		

Görüntü 79: Kıbrıs Modern Sanat Müzesi Logotype Renk Kodları

KIBRIS
MODERN
 sanat müzesi - art museum

Görüntü 80: Kıbrıs Modern Sanat Müzesi Logotype

4.3.3 KMSM Logotype Oran ve Güvenlik Alanı

KMSM logotype oranları, logoyu oluşturan tüm öğeler arasındaki mesafeyi, ilişkiyi göstermektedir. Izgara (grid) sistemi ile gösterilmiştir (bkz. Görüntü 81). Bu oranlar her daim korunmalıdır. Yine logo güvenlik alanı da logoya yaklaşacak diğer tüm unsurlar ile logonun arasında ki mesafe ve ilişkiyi belirler ve bu mesafe ve ilişki de daima korunmalıdır. Bu ilişkiler x ile belirtilmiştir (bkz. Görüntü 82).

x	KIBRIS	x
z		z
x	MODERN	x
z		z
y	sanat müzesi - art museum	y

Görüntü 81: Kıbrıs Modern Sanat Müzesi Logotype Oranları

x		x
	KIBRIS	
	MODERN	
	sanat müzesi - art museum	
x		x

Görüntü 82: Kıbrıs Modern Sanat Müzesi Logotype Güvenlik Alanı

4.3.4 KMSM Logotype Farklı Zemin Kullanım Örneği

KMSM Logosu, beyaz ve açık tonlu zeminlerde siyah ve “O” harfi turkuaz renkli versiyonu ile kullanılır. Siyah ve koyu tonlu zeminlerde ise, logotype beyaz ama aynı biçimde ve “O” harfi yine turkuaz renkli versiyonu ile kullanılmıştır (bkz. Görüntü 83).



Görüntü 83: Kıbrıs Modern Sanat Müzesi Logotype Farklı Zeminlerde Kullanım Örneği

4.3.5 KMSM Kurumsal Yazı Karakterleri

Bir kurumun marka kimliği, kurum kimliği oluşumunda en önemli ayırt edici özelliklerden biri de kurumun kullandığı yazı karakterleridir. Topçu (2017) yazı karakterlerinin önemi şöyle vurgulamaktadır; “Yazı karakteri; kurum hakkında bizlere ipuçları verirken, rakiplerinden de ayırt edilmesini sağlar. Kullanılan yazı karakterinin karmaşıklığı hedef kitlenin okumasını zorlaştırırken, ne kadar anlaşılır olursa kurumun iletmek istediği mesaj o oranda hedef kitle üzerinde net bir şekilde anlaşılır” (s. 159). Bu tanımlamadan da anlaşılacağı üzere yazı karakterlerinin seçiminde oldukça dikkatli davranmak gerekmektedir. Bu seçim özellikle, müze gibi bir kurum için olduğunda, değerlendirme çok daha hassas

yapılmalıdır. Bir müzenin hedef kitlesi değişik sosyo-kültürel yapılardan olacağı için seçilen yazı karakterlerinin, kolay anlaşılır, okunma problemlerinin olmadığı ve çok dilli çözümlerde de kolaylıkla uygulanabilecek biçimde olması beklenmektedir. Kıbrıs Modern Sanat Müzesi için kullanılan yazı karakterleri, bu bağlamda iki ana grupta değerlendirilmiştir. Birinci grubu logotype için kullanılan Akzidenz-Grotesk Next (bkz. Görüntü 84) ailesi oluşturmuştur. İkinci grubu ise, KMSM'nin hem elektronik ortamda hem basılı mecralarında kullanılması önerilen yazı karakterleri oluşturmaktadır. Bu yazı karakterlerinin tümü Uluslararası Tipografik Stil'in temel özelliklerinden olan sans-serif (tırnaksız) yazı karakterlerinden seçilmiştir.

Akzidenz-Grotesk Next / Medium

abcçdefgğhijklmn
 ööpqrstüvwxyz
 ABCÇDEFGĞHIJKLMN
 OÖPQRSŞTUÜVWXYZ
 1234567890

Akzidenz-Grotesk Next / Light

abcçdefgğhijklmn
 ööpqrstüvwxyz
 ABCÇDEFGĞHIJKLMN
 OÖPQRSŞTUÜVWXYZ
 1234567890

Görüntü 84: Kıbrıs Modern Sanat Müzesi Birinci Grup Kurumsal Yazı Karakterleri

İkinci grup yazı karakterleri, elektronik ortam, iç ve dış yazışmalar, broşür, kitaplar, kataloglar vb. malzemelerde kullanılacak olan Arial yazı karakteri ailesinden seçilmiştir. Arial, sans-serif harf karakterleri (bkz. Görüntü 85) kullanılarak üretilmiştir. Arial font ailesi, Microsoft Windows, Mac OS X gibi tüm

işletim sistemleri ile birlikte sisteme yüklü olarak gelmektedir. Bu hem zaman açısından büyük bir tasarruf sağlar hem de bilgisayarlar arasında dosya değişimlerinde, gönderimlerinde problemsiz bir biçimde kullanım olanağı sağlamaktadır.

Arial yazı tipi, 1982 yılında 10 kişiden oluşan, Robin Nicholas ve Patricia Saunders denetimi altındaki bir ekip tarafından Monotype Corporation isimli şirket için geliştirilmiş, Helvetica yazı karakterinin özdeşi gibi oluşturulmuştur (bkz. Görüntü 86).

Arial *aaaa*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

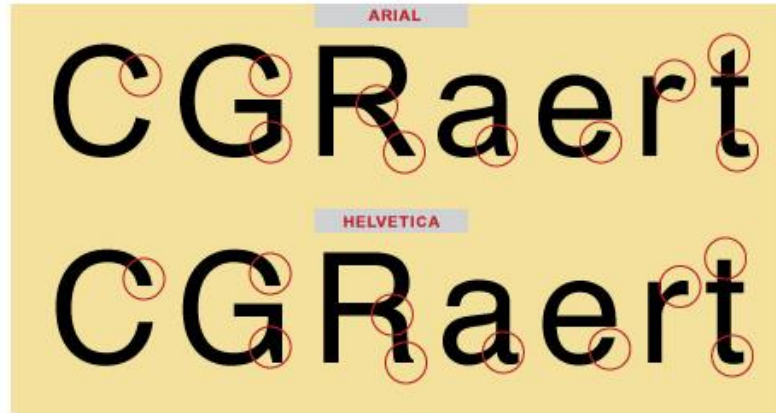
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 **01234567890**

Görüntü 85: Arial Yazı Karakterleri
(<https://www.fonts.com/font/monotype/arial/story>)
Erişim Tarihi: 23 Kasım 2019



Görüntü 86: Arial Helvetica farkı
(<https://www.fonts.com/content/learning/fyti/typefaces/arial-vs-helvetica>)
Erişim Tarihi: 23 Kasım 2019

Yine ikinci grup yazı karakterleri içinde değerlendirilen diğer bir font ailesi de DIN yazı karakteridir. DIN yazı karakteri, 20. yüzyılın başlarında üretilmiştir. DIN yazı karakteri, “endüstriyel güç” imgesi olarak sans serif (tırnaksız) bir tasarımdır. DIN, Alman “Deutsches Institut für Normung” un (Alman Standardizasyon Enstitüsü) kısaltmasıdır. İlk olarak Almanya'daki vagonları tanımlamak için kullanılmıştır. Almanya merkez olmak üzere Avrupa ve çeşitli ülkelerin, trafik yönlendirmelerinde, plakalarında, yönlendirme ve bilgilendirme tasarımlarında sıklıkla DIN font ailesine rastlamak mümkündür (bkz. Görüntü 87). Uzaktan okunabilirliği, müze tanıtım materyallerinde ve yönlendirme, bilgilendirme grafiklerinde kullanılmıştır.

DIN yazı karakteri, Helvetica da dahil olmak üzere diğer grotesk yazı tipleri gibi, basit ve güçlü bir şekilde tanımlanmış çizgilerle üretilerek, okunabilirliğe vurgu yapılmıştır.



Görüntü 87: DIN Yazı Karakterleri Alman Standartları
(<https://www.designprintdigital.com/blog/typography/typographic-poster-series-002-din/>)
Erişim Tarihi: 23 Kasım 2019

4.4 KMSM Müze Tanıtım Materyalleri

KMSM için önerilen tanıtım materyalleri ile ilgili tasarım örneklerine geçmeden önce tanıtım materyallerinin kurgulandığı ve Uluslararası Tipografik Stil'in diğer bir özelliği ızgara (grid) sistemini, müze grafikleri açısından tanımlamak gerekir. Müzelerde uygulanan hemen hemen tüm tanıtım materyalleri temel olarak onu izleyen ile bir iletişim kurma üzerine yapılandırılmıştır. Bu ızgara sistemi hem izleyen açısından kolay algılabilmek, okunabilmek özellikleri taşır hem de tasarımcı açısından tasarımda kullanılan öğeleri doğru bir hiyerarşi içerisinde anlatmasına olanak sağlar. Izzaralar, "bilgiyi yapılandırmanın en okunaklı ve uyumlu aracı" dır. (Meggs ve Purvis, 2011, s. 355).

Kıbrıs Modern Sanat Müzesi tanıtım materyalleri iki örnek sergi etkinliği üzerine tasarlanıp uygulanmıştır. Bu örneklerden biri, dünyaca ünlü ressam Rembrandt sergisi, diğeri de şimdiye kadar müzenin koleksiyon toplama süreci içerisinde yer alan Özbekistanlı Altı Sanatçı sergisidir. Henüz yapı çalışması tamamlanmamış olan müze için hayali gerçekleştirilen bu iki sergi çalışması ve bunlara bağlı olarak üretilen diğeri tüm çalışmalar, bir müze grafiği model önerisi olarak gerçekleştirilmiştir.

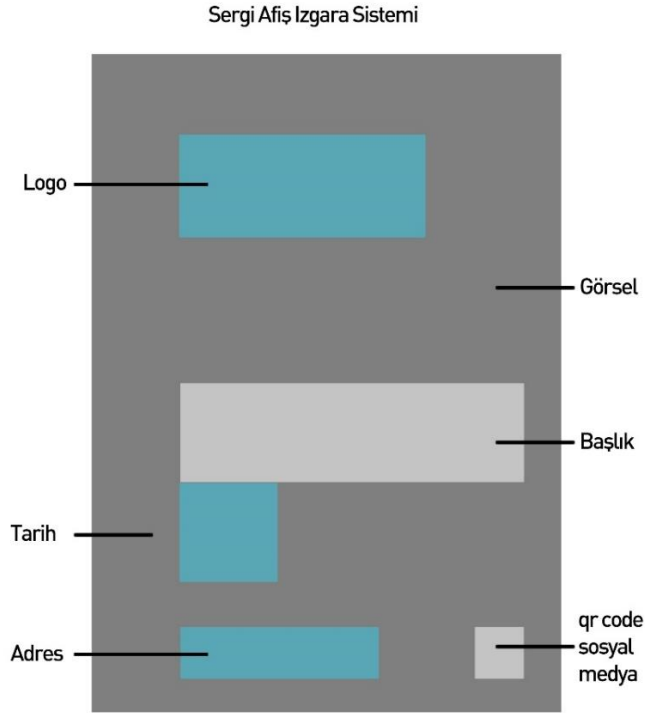
Uçar (2004) Görsel İletişim ve Grafik Tasarım kitabında, iletişimin görsel anlatım modeli ile ilgili şu tespiti yapmaktadır;

"Üzerinde 100'den fazla dil ve 5000 dolaylarında diyalektin kullanıldığı bir dünyada, görsel iletişim belki de en hızlı ve kolay iletişim biçimidir. Bu noktada insan, çevresi ile olan ilişkilerinin önemli bir bölümünü görsel yollarla sağlar. İngiliz araştırmacı John Locke'a göre insanlar; %1 deneyerek, %2 dokunarak, %10 duyarak, %83 ise çevresini gözlemleyerek öğrenmektedir" (s. 59).

Bu anlatıma göre, KMSM için yapılacak tanıtım ürünlerinin iletişimi hem metinsel hem görsel olarak kurması gereklidir. Uluslararası Tipografik Stil aynı zamanda metini oluşturan tipografiyi de tasarım içerisinde bir görsel öğe olarak kullanmıştır. Bu kullanım biçiminin yazının algılanmasını ve gücünü arttıracakı düşünülmektedir.

4.4.1 KMSM Sergi Afiş Tasarım Örnekleri

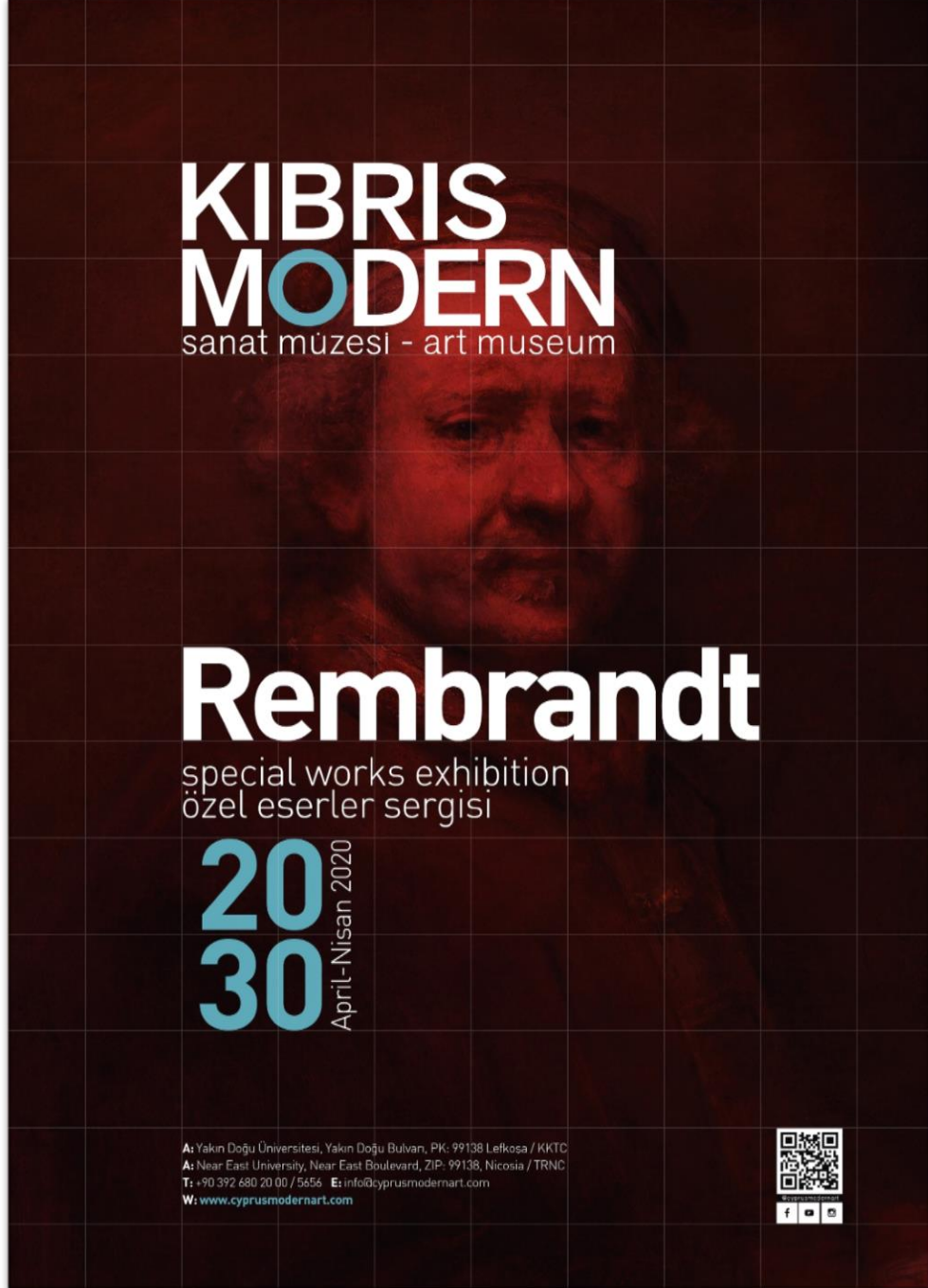
Kıbrıs Modern Sanat Müzesi için önerilen afiş çalışmalarında öncelikle bir ızgara sistemi oluşturulmuştur. Bu oluşturulan ızgara sistemi diğer tanıtım materyallerinde de kullanılmak üzere planlanmıştır (bkz. Görüntü 88). Bu ızgara sisteminde sarı alanlar hiçbir şekilde tasarımın girmeyeceği, tasarımın güvenlik alanını göstermektedir. Izgara sistemler bize tasarımın bütünündeki parçaları kolaylıkla algılayabileceğimiz alanları göstermektedir. Tasarımda kullanılan tüm öğeler aralarında ki boşluklar ile birlikte bir bütünlük kazanır. Öztuna bu konuyu şöyle açıklamaktadır. “Kullanılan her öğe belli bir anlama sahip olabilir ve hepsi toplam etkinin oluşmasına yardımcı olur. Bu anlayışa zıt olarak; günümüzün yapıbozumcu anlayışında bütünü algılamadan önce, parçaların deşifre edilmesi gerekir. Ardından, parçaların birbiriyle olan etkileşiminden sonra bütünü algılayabiliriz” (s. 54).



Görüntü 88: KMSM Afiş Grid (Izgara) Sistemi

İlk örnek “Rembrandt Özel İşler Sergisi” (bkz. Görüntü 89) için kurgulanmıştır. Böyle bir sergi çalışması olduğu var sayıldığında Rembrandt isminin öne çıkması sağlanmalıydı. Rembrandt çalışmalarından bazılarını içeren özel bir seçkinin sergilenmesi hem sergi alanında hem de serginin duyurulmasında

özel bir tasarımın üretilmesi gerekliliğini doğurmuştur. Yine aynı konsept yapısına bağlı kalarak geliştirilen, “Özbekistanlı Altı Sanatçı Sergisi” (bkz. Görüntü 90) içinde tasarımlarda ortak dil birliği ve ızgara yapılanması ile birlikte tipografi kullanımları belirlenmiştir. Örneklerde görüldüğü üzere, tasarımda dil birliği hem afişlerde hem de diğer tüm tanıtım materyallerinde öncelik olmuştur.



Görüntü 89: KMSM Rembrandt Özel İşler Sergisi Afiş Örneği

**KIBRIS
MODERN**
sanat müzesi - art museum

**17
27**
December-Aralık 2019



**Özbekistanlı
Altı Sanatçı**

Sardor Allbergenov, Erkin Bozorov, İlhomjon Otanoyev,
Urinboy Khamdamov, Alisher Khamdamov, Umarbek Rajabov

A: Yakın Doğu Üniversitesi, Yakın Doğu Bulvarı, PK: 99138 Lefkoşa / KKTC
A: Near East University, Near East Boulevard, ZIP: 99138, Nicosia / TRNC
T: +90 392 680 20 00 / 5656 **E:** info@cyprusmodernart.com
W: www.cyprusmodernart.com

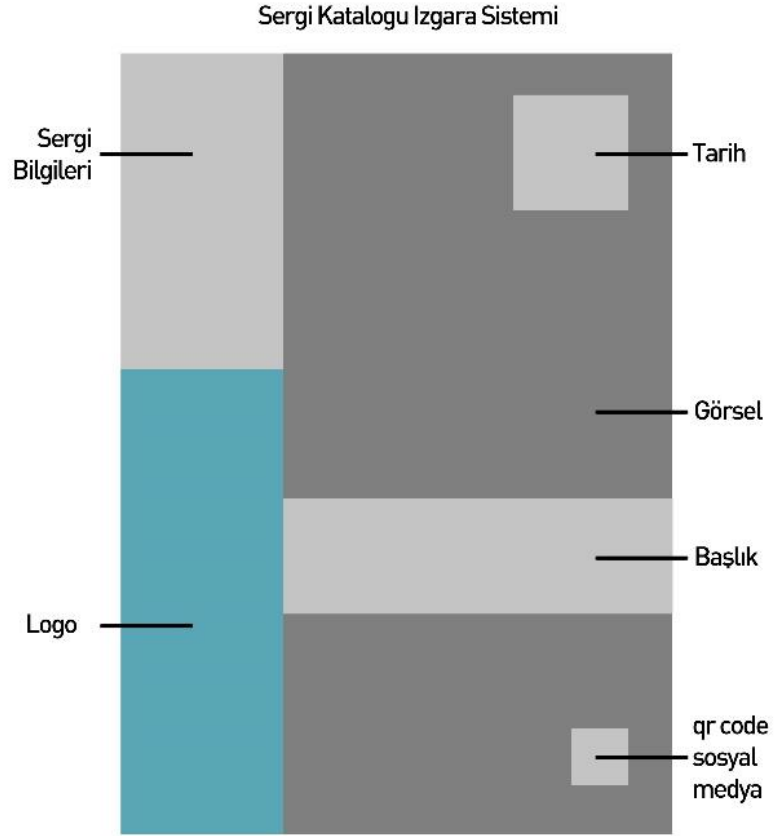


f i s

Görüntü 90 KMSM Özbekistanlı Altı Sanatçı Sergisi Afiş Örneği

4.4.2 KMSM Sergi Katalog Tasarımı Örnekleri

Kıbrıs Modern Sanat Müzesi için önerilen sergi kataloğu çalışmalarında ortak görsel dil birliği yaratılması için ızgara sistemi (bkz. Görüntü 91) oluşturulmuştur. Bu ızgara sistemine bağlı geliştirilen her iki sergi katalog kapak çalışması ve iç sayfa tasarım örneği geliştirilmiştir (bkz. Görüntü 92).



Görüntü 91: KMSM Sergi Kataloğu Kapak Tasarımı Izgara Sistemi



Görüntü 92: KMSM Sergi Kataloğu Tasarımları

4.4.3 KMSM Sergi Bileti ve Üye Kartı Tasarım Örnekleri

Kıbrıs Modern Sanat Müzesi için geliştirilecek bilet tasarımları farklı amaçlar için yapılabilir. Mesela, kalıcı sergi girişleri için biletler, güncel sergi girişleri için biletler, müze genel ziyaretçileri için biletler gibi. Burada örnek yine iki serginin, sergi için günlük girişi gösteren bilet (bkz. Görüntü 93-94) yapısıdır. Biletlerin arka bölümleri standart müze bilgilerini içermekte ve alt bölümleri de kesilip saklanabilecek sergi bilgileri, barkod, fiyat vb. bilgileri içeren bölümden oluşmaktadır.



Görüntü 93: KMSM Sergi Bilet örneği



Görüntü 94: KMSM Sergi Bilet örneği

Kıbrıs Modern Sanat Müzesi müze kartları (bkz. Görüntü 95) değişik kategorilerden oluşabilir. İndirimli, bireysel, aile, altın, gümüş, öğrenci gibi. Örneklerde görüldüğü üzere bu kartlarda tasarım dili ortak olup, ayırım kartların renkleri ve barkod içerik karşılıkları ile oluşturulmuştur.



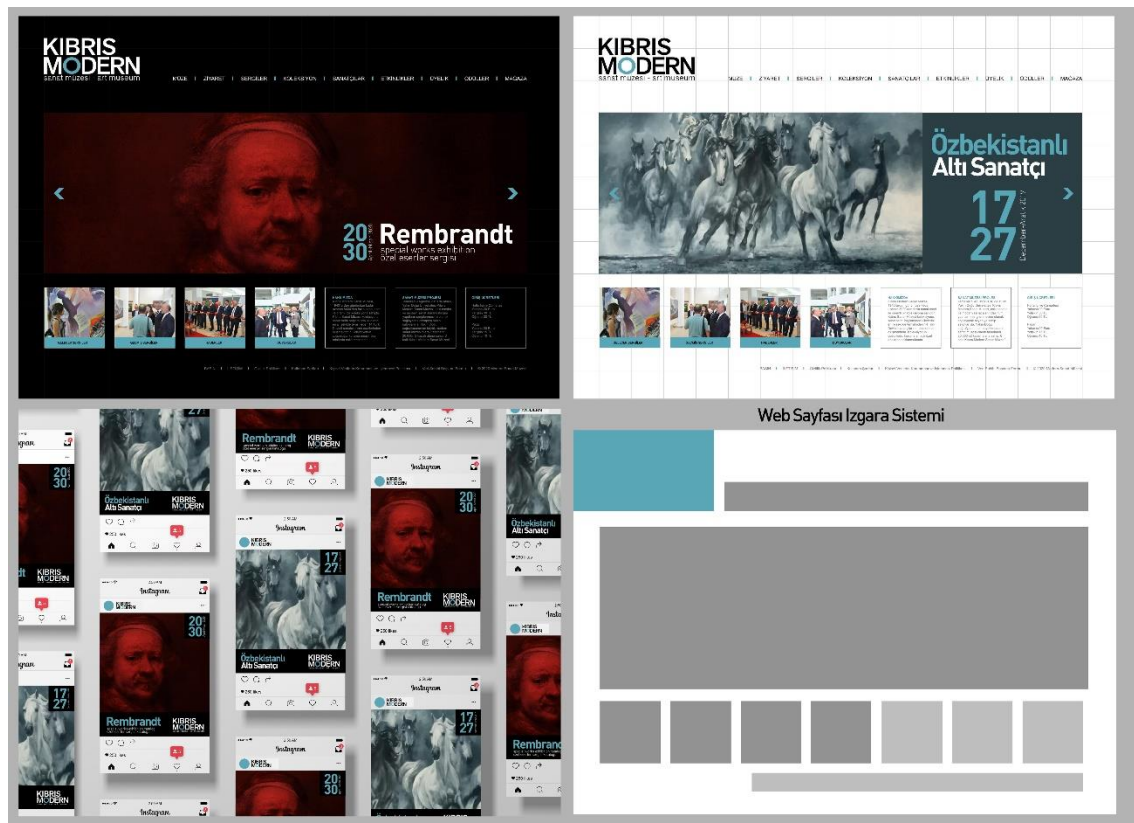
Görüntü 95: KMSM Müze Kart Örnekleri

4.4.4 KMSM Web Sitesi ve Sosyal Medya Tasarım Örnekleri

Web üzerine çalışan birçok tasarımcı, izgara (grid) sistemlerinin kullanımı konusunda birbirlerinden farklı düşünmektedir. Izgara kullanımının yaratıcılığı sınırladığından bahseden tasarımcılar olduğu gibi, tam tersi olarak tasarımı mükemmelleştirmenin ve bilimsel bir temele oturtmanın yolunun izgara sisteminden geçtiğini savunan tasarımcılara da rastlamak mümkündür. Düzenlilik ve okunabilirlik İsviçre tasarım ideolojisinin vazgeçilmez yapısını oluşturmuştur.

Uluslararası Tipografik Stil'in, "masaya getirdiği en önemli şeylerden biri, içeriği bir düzende yapılandırmak için ızgaraların kullanılmasıydı. Bu yaklaşımın arkasındaki fikir tasarımcıların sayfa düzenine tutarlı ve düzenli bir yaklaşım sergilemelerine yardımcı olmaktadır" (Weis, 2017, p.4).

Kıbrıs Modern Sanat Müzesi için önerilen web sitesi ve sosyal medya uygulamaları (bkz. Görüntü 96) bu ızgara yapılanması üzerine şekillenen marka kimliği olmuştur.



Görüntü 96: KMSM Web Sayfası ve Sosyal Medya Izgara Sistemi

4.4.5 KMSM Açık hava Tanıtım Materyalleri Tasarım Örnekleri

Bir kurum/şirket, ürünlerini, etkinliklerini, topluma ulaştırmak ister. Bu istek hele bir müze içinse kendisini duyurma noktasında bir şirketten çok daha fazla önemsemesi gerekmektedir. Müze ziyaretleri ihtiyaçlar listesinin gerilerinde yer aldığı toplumlarda, müze ile ziyaretçileri arasında stratejik bir ilişki kurulması gerekmektedir. Müze kendisinden habersiz olanları, haberdar etmenin yolunu reklam / tanıtım materyalleri ile oluşturur. Bu reklam / tanıtım

materyallerinin topluma en hızlı ulaşma yollarından biri kuşkusuz Açık hava reklam gösterim alanlarıdır. (bkz. Görüntü 97-98).



Görüntü 97: KMSM Şehir içi Rakat Reklam Örnekleri



Görüntü 98: KMSM Rakat Reklam Örnekleri

Berger, reklamlarla kuşatıldığımızı şöyle açıklar; “yaşadığımız kentlerde hepimiz her gün yüzlerce reklam imgesi görürüz. Karşımıza bu denli sık çıkan başka hiçbir imge yoktur. Tarihte başka hiçbir toplum böylesine kalabalık bir imgeler yığını, böylesine yoğun bir mesaj yağmuru görmemiştir” (Berger, 1986, s. 129).

MoMA örneğinde görüldüğü gibi, MoMA sergilerini, etkinliklerini, metro duraklarından, otobüs duraklarına, bina giydirmeden, billboardlara kadar birçok açık hava mecrasında var etmektedir. Bu hem marka bilinirliğini arttıracak hem de MoMA’da neyin olup bittiğinden toplumu haberdar edebilecektir. Kıbrıs Modern Sanat Müzesi için etkin bir açık hava reklam çalışması müzenin etki gücünü arttıracaktır. Örnek çalışmalarda, billboard,

raket reklam, müze önü ve şehir içi reklam panoları gibi alanların sergilerden haberdar etme çalışmaları görülmektedir (bkz. Görüntü 99-100).



Görüntü 99: KMSM Billboard Örnekleri



Görüntü 100: KMSM Dikey Bayrak Sergi Afişi

Dış mekânda daha hızlı bir bilgilendirme amaçlanırken iç mekânda mekân kimliğiyle de uyumlu tasarımlar hedeflenmiştir (bkz. Görüntü101). İç mekanlar için değişen sergilerle birlikte yenilenebilecek roll-up panolar (bkz. Görüntü 102) ve dikey panolar da kullanılabileceği öngörülmüştür (bkz. Görüntü 103).



Görüntü 101: KMSM Duvar Tabelası



Görüntü 102: KMSM Sergi Rollup Tasarım Örnekleri



Görüntü 103: KMSM Dikey Tabela Örnekleri

4.4.6 KMSM Sergileme ve Müze Mekân Tasarımları

Müzenin kurum kimliği, bir mekân olarak deneyimlenmesinde de önemli rol oynamaktadır. Mekandaki müze kimliğinin algılanışı yönlendirme ve bilgilendirme grafikleri ile de doğrudan ilişkilidir. “Formundan renklerine, tipografisinden boyutlarına kadar bütün tasarım kararları bir bütün halinde bu kimliğe dair ipuçları barındırmalıdır” (Irmak, 2009, s. 80).

“Müzelerin birer deneyim mekânı olarak kurgulanabilmelerinde karşılanması gereken en temel insani ihtiyaçların, yol bulma, konum belirleme, yönelim ve hareket etme olduğu görülmektedir. Müzenin işlevini gerçekleştirebilmeye yönelik sunduğu diğer tüm oluşumların ise, bu temel ihtiyaçların yerine getirilmesinin ardından etkin bir biçimde algılanabilir hale geldiği açıktır” (Kandemir, Ö., ve Uçar, Ö, 2015, s. 33).



Görüntü 104: KMSM Sergi Mekânı ve Eser Künye Tasarım Örneği

Sergileme alanlarında eserlerle ilgili bilgilendirmeler hem duvar üzeri grafiklerle yerleştirilmiş hem de çağın teknolojik gelişmeleri ile koşut olarak her eserin yanında kare kod kullanılmıştır (bkz. Görüntü 104).

Böylece sergi ziyaretçilerinin deneyimini zenginleştirmek amaçlanmıştır. Kare kod ile ulaşılan bilgi alanında web sitesi, yazılı bilgi hatta kimi zaman ihtiyaca göre video anlatımı da olabileceği düşünülmüştür. Bu tür detaylar her serginin kendi yapısı ile tekrar kurgulanabilir.

Bir koleksiyon sunumu olduğu kadar eğitim ortamı da olan müzelerde bilgilendirme ve yönlendirme grafikleri kullanımı, müzenin doğasına doğrudan katkı sunar (bkz. Görüntü 105-106).

Wyman'ın da vurguladığı gibi,

“... bir müzenin, bir ulaştırma ağının, bir havaalanının, bir ofis binasının ya da bütün bir şehrin görüntüsüne önemli bir boyut ekleyebilir. Açık, elverişli, kullanımı kolay bir yolla insanlara bilgi ve yön vererek; onların bir çevre içine girerken, içinde giderken ya da çıkarken yönlerini bulmalarında akıllı bir yardımcı olabilir” (Wyman, 2009, s. 68).



Görüntü 105: KMSM Müze giriş bölümü sergi ve yönlendirme panoları (KMSM binası henüz tamamlanmadığı için, cam ve çelik konstrüksiyon kullanılarak yapılmış Amsterdam Van Gogh Müzesi'nden bir fotoğraf kullanılmıştır)



Görüntü 106: KMSM pigtoqram örnekleri

4.4.7 KMSM Promosyon Ürünleri Tasarım Önerileri

Müzeler, müze ziyaretini bir deneyim olarak sunarlarken, özellikle de modern sanat müzeleri kalıcı koleksiyon kadar süreli sergilere ev sahipliği yapmaktadırlar. Müzenin Kahvesi ya da Müze Dükkan'ı gibi yan birimler, müzelere ziyaretçiyi tekrar ve tekrar çekme potansiyeline sahiptir. Bu bölümlerde satılan ürünler, iki grupta incelenebilir: Müzenin kurumsal kimliğini taşıyan ürünler ve geçici sergiler için sınırlı üretilen setler. Buna ek olarak, o müzenin koleksiyonunda bulunan eserlerin replikaları, poster veya kartpostalları gibi grafik ürünler de bulunmaktadır. İşte bu çerçevede KMSM için bu amaca yönelik bazı ürünler de tasarlanmıştır (bkz. Görüntü 107-108). Bu örnekler daha da çeşitlendirilebilir.



Görüntü 107: KMSM Çanta ve T-Shirt Örnekleri

SONUÇ

Tez boyunca yapılan araştırmalar sonucunda birçok modern sanat müzesinin marka kimliğinin belli kriterler doğrultusunda ve akılda kalıcı bir biçimde oluşması için son yıllarda yeniden bir düzenlemeye gittiği görülmüştür. Bu yeniden yapılanmanın en büyük nedenlerinden bir tanesi müze grafikleri ile ilgili çalışan her bir tasarımcı ya da ajansın kendi stilini oturtmaya çalışması olduğu söylenebilir. Bu müze grafiklerinin tasarım yapılarının sabitlenmesi isteği, aynı zamanda her bir tasarımcı ya da ajansın, belli konsept dahilinde işleri yeniden ve aslına uygun biçimde üretilmesi ile görsel dil birliğinin devamlılığının sağlanmasıdır. Bir diğer neden de gelişen teknoloji altyapısı ve kullanımının, zaman sorununu da beraberinde getirmesidir. Artık insanların bilgiye en hızlı ve en doğru biçimde ulaşma ihtiyaçları vardır. Bu ihtiyaç tasarımlardaki hantal yapıyı terk ederek, daha aktif ve minimalist yaklaşımı zorunlu kılmıştır.

Kıbrıs Modern Sanat Müzesi için geliştirilen marka kimliği çalışmasının temel yapısını tipografik anlatım ve ızgara sistemi oluşturmaktadır. Tezin son bölümünde yer alan örnek tasarımlar bir öneri olarak hazırlanmıştır ve temel dayanağı marka kimliğine bağlı genel bir kavram geliştirmektir. Bu çalışmaların tasarım sürecinde Uluslararası Tipografik Stil'in, tırnaksız yazı karakteri kullanımı, ızgaraya dayalı tasarım hiyerarşisi, yalın ve sade anlatım biçimi etkin olmuştur. Bir müze için üretilecek grafik tasarımın çalışmaları müzenin önüne geçmeyecek biçimde tarafsız ve doğrudan iletişim kuran bir yapıda olmalıdır. Müzenin görünen yüzü, onun için üretilmiş marka kimliğidir. Müzenin kendini anlatma biçimi onun anıldığı sözcüklerde saklıdır. Bu anlatım sınırları çizilmiş değişmeyen bir ifade biçimidir.

Sonuç olarak, müze için geliştirilen bu kavramsal yapı her tasarımcıya göre, trendlere ya da zevklere göre değişmez. Tasarımcının görevi mesajı ileten bir iletişim yapısı kurmak ve müzenin yaratılmış kurumsal kimliğine bağlı kalarak, kurumsal yazı karakterlerini, kurumsal renklerini her daim yaptığı çalışmalarda kullanmak durumundadır.

Tasarımcının, bir müze çalışmasında en özgür olduğu alan, müze mağazalarında satılacak ürünlerin tasarlanmasında ve kendi özgün çalışmalarının üretimlerindedir. En temelde müze görsellerinin temel işlevi, iletişim kurmanın biçimsel yaklaşımlarını doğru kurmaktır.

KAYNAKÇA

Ambrose, G., Harris P. (2010). Görsel Grafik Tasarım Sözlüğü.
(B. Barhana, Çev.) İstanbul: Literatür Yayınları

Ambrose, G., Harris P. (2012). Grafik Tasarımın Temelleri.
(M.E. Uslu Çev.) İstanbul: Literatür Yayınları

Ambrose, G., Harris P. (2013). Grafik Tasarımda Sayfa Düzeni.
(D.B. İz, Çev.) İstanbul: Literatür Yayınları

Artun, A. (2018). "Müzeolojik Akıl", Müze ve Modernlik: Tarih Sahneleri Sanat Müzeleri I, İstanbul: İletişim Yayınları

Becer, E. (2002). İletişim ve Grafik Tasarım (3. Baskı). Ankara: Dost Kitabevi.

Becer, E. (2010). Modern Sanat ve Yeni Tipografi (2. Baskı). Ankara: Dost Kitabevi.

Berger, J. (1986) Görme Biçimleri, (Y. Salman, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları

Beyazoğlu, İ. (2019) Mazlum, Zalim, Zulüm. 23.11.2019 / 15.30 Söyleşi.
Lefkoşa: Rüstem Kitabevi

Bozdağ, L. (2015). Çağdaş sanat ve siyaset dönüşümüne yeniden bakmak politikanın estetize hali. Eğitim Bilim Toplum, 13(52), 94-127.

Bruinsma, Max; Reduce to the Max, proportional deconstructions in contemporary swiss graphic design, 1999 Michel Fries ve Thomas Bruggisser; Benzin: Young Swiss Graphic Design, İkinci Basım, Lars Müller Publishers, Baden, 2001, 97-103 s.

Bulat, S., Bulat, M., & Aydın, B. (2014). Bauhaus Tasarım Okulu. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 18(1), 105-120.

Çolak, B. (2011). Ondokuzuncu Yüzyıldan Günümüze Türkiye’de Değişen Sergileme Kavramı, Sergi Etkinlikleri ve Sergi Mekânlar. Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi, (s 19), 1-8.

Dilli, R. (2014). Doğa tarihi müzelerinin eğitimdeki rolü. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (40).

Garfield, S. (2012) Tam benim tipim. İstanbul: Domingo Yayınları

Gombrich, E. (1997). Sanatın Öyküsü. İstanbul: Remzi Kitapevi.

Heller, S., Chwast, S. (1991), Grafik tarzlar 2 [Elektronik versiyon] (H. Cangökçe, C. Çetin, Çev.), Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar,48.

Hollis, R. 2006. Swiss graphic design: the origins and growth of an international style, 1920-1965. Londra: Laurence King

Irmak, O., “Bilgilendirme Tasarımı: Profesyonellerden Görüşler”, Grafik Tasarım Dergisi, Sayı 28, 2009:80.

Jean, G. (2001). Yazı insanlığın Belleği, (N. Başer, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

Kandemir, Ö., & Uçar, Ö. (2015). Değişen müze kavramı ve çağdaş müze mekânlarının oluşturulmasına yönelik tasarım girdileri. Anadolu Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi, 5(2), 17-47.

Keleş, V. (2003). Modern Müzecilik ve Türk müzeciliği. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2(1-2).

Kleiner, F. S., & Mamiya, C. J. (2005). The Development of Modernist Art: The Early 20th Century. Gardner's Art through the Ages: The Western Perspective, 796.

Koca, S. (2017). Haçlı Seferleri Sebep ve Sonuçları Bakımından Nasıl Değerlendirilebilir? Gazi Akademik Bakış, 10(20)

Lorente, J.P. (2016). Çağdaş Sanat Müzeleri. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları

Madran, B. (1999). Müzelerin Çeşitlenme Süreci. Yeniden Müzeciliği Düşünmek. Yıldız Teknik Üniversitesi Basın Yayın Merkezi.

Meggs, P. B. ve Purvis, A.W. (2012). Meggs' History of Graphic Design. 5.basım, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Okay, A. (2000). Kurum Kimliği. Ankara: Media Cat Kitapları.

Öztuna, H. Y. (2002) "Hegemonyaları Kıran Coşku: Wolfgang Weingart", Agora, Sayı: 24

Öztuna, H. Y. (2007). Görsel İletişimde Temel Tasarım. İstanbul: Tibyan Yayıncılık.

Sarıkavak, N. K. (2014). Kaligrafik ve tipografik deneysel tasarımlar. Grafik Tasarım Yayıncılık.

Sözen, M. ve Tanyeli, U. (1987). Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Sullivan, Louis H. (1896) "The Tall Office Building Artistically Considered." Lippincott's Magazine

Şahin, H. (2016). Modern Sanatta Geleneğin Reddi. Akademik Sanat, 1(1).

Tanili S. (1991). *Yüzyılların Gerçeği ve Mirası I İlk Çağ*, İstanbul: Say Dağıtım Ltd, Őti.

Topalian, A. (1984). Corporate identity: beyond the visual overstatements. *International Journal of Advertising*, 3(1), 55-62.

Topđu, Ö. (2017). Kurumsal Kimlik Oluşturmada Bir Logonun Markaya Etkisi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 1(2), 157-163.

Tunay, M. İ. (1970). Dünyanın en eski kütüphanelerinden İskenderiye Kütüphanesi. *Türk Kütüphaneciliği*, 19 (1), 25-26.

Uçar, T.F. (2004). *Görsel İletifim ve Grafik Tasarım*. İstanbul: İnkılap Yayınevi.

Vetter, P., Leuenberger, K., Eckstein, M., No Style. Ernst Keller (1891–1968) Teacher and Pioneer of the Swiss Style (English edition): Triest, Verlag 2017

Weil, E. Stephen. (1990). *Rethinking the Museum and Other Meditations* (Paperback). USA: Smithsonian Institute, 1990.

Weill, A. (2012). *Grafik Tasarım*. İstanbul: YKY

Wyman, L., (2009). “Yönlendirme Sistemleri”, İstanbul: Grafik Tasarım, Sayı 28

Yücel, D. (2012). *Yeni medya sanatı ve yeni müze*. İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi.

Yücel, E. (1999). *Türkiye'de müzecilik (Vol. 5)*. Arkeoloji ve Sanat Yayınları

YAYINLANMAMIŞ TEZLER

Akgül, R.F. (2008). "1980'lerden Günümüz Grafik Tasarımda Yapıbozumculuk (Deconstructivism)", (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Grafik AnaSanat Dalı. Erişim Adresi:
<https://acikerisim.deu.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12397/9518?show=full>

Anameriç, H. (2008). Türkiye'de çağdaşlaşma sürecinde bilginin toplumsallaşması ve bilgi merkezleri. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi

İdacitürk, E. (2011). Uluslararası tipografik tasarım üslubunun günümüz İsviçre tasarımına etkileri (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Grafik AnaSanat Dalı. Erişim adresi:
<http://acikerisim.deu.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/20.500.12397/9657/294161.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

İNTERNET SİTELERİ

Akzidenz-Grotesk (t.y.) Erişim adresi:
<https://www.bertholdtypes.com/font/akzidenz-grotesk/proplus/> Erişim tarihi:
 15 Aralık 2019

Aleksandr Rodchenko – 6 Interesting Facts. (2017, 24 Nisan) Erişim adresi:
<https://artlistr.com/aleksandr-rodchenko-6-interesting-facts> Erişim tarihi:
 Ekim 2019

Bal, B. (21.4.2012) Rönesans'ın Nadire Kabinelerinden Çağımızın Tüketim Kabinelerine: "Mutluluk Fabrikaları" Sergisi skopbülten. Erişim adresi:
https://www.e-skop.com/skopbulten/ronesansin-nadire-kabinelerinden-cagimizin-tuketim-kabinelerine-mutluluk-fabrikalari-sergisi/681#_edn29
 Erişim tarihi: 5 Ekim 2019

Bauhaus. Start. (2019) Erişim adresi: <https://arthive.com/exhibitions/2704>
Erişim tarihi: 20 Kasım 2019

Bertholdtypes (t.y.). About. Erişim adresi:
<https://www.bertholdtypes.com/info/about/> Erişim tarihi: 20 Kasım 2019

Blum A. (21 Eylül 2003) Sanat; Modernin Diğer Yenilenmesi Erişim adresi:
<https://www.nytimes.com/2003/09/21/arts/art-the-modern-s-other-renovation.html> Erişim tarihi: 16.09.2019

Budrick, C. (2019, 27 Haziran). "Swiss Style: The Principles, the Typefaces & the Designers" Erişim adresi: <https://www.printmag.com/typography/swiss-style-principles-typefaces-designers/> Erişim tarihi: 2.12.2019

Cook, W. (2017). "The endless influence of the Bauhaus". Erişim adresi:
<http://www.bbc.com/culture/story/20171109-the-endless-influence-of-the-bauhaus> Erişim tarihi: 14.11.2019

Dawood, S. (2016, 20 Haziran) Tate refreshes its logo to bring together all of its galleries. Erişim adresi: <https://www.designweek.co.uk/issues/20-26-june-2016/tate-galleries-reveals-evolving-logo-diverse-audience/> Erişim tarihi: 14 Aralık 2019

Graphic Design, 1945-75. (t.y.) Erişim adresi:
<https://www.britannica.com/art/graphic-design/Graphic-design-1945-75>

Gropius, W. (1919) Manifesto of the Staatliches Bauhaus. Erişim adresi:
<https://bauhausmanifesto.com> Erişim Tarihi: 28 Kasım 2019

Josef Müller-Brockmann "İsviçre tarzı" 12 Mart 2013 Erişim adresi:
<https://www.grapheine.com/en/history-of-graphic-design/graphic-designer-muller-brockmann-swiss-style> Erişim tarihi: 15 Aralık 2019

Kıbrıs Modern Sanat Müzesi (t.y.) Erişim adresi: <https://cyprusmodernart.com>
Erişim tarihi: 05 Ekim 2019

MoMA (t.y.). About. Erişim adresi: <https://www.moma.org> Erişim tarihi: 28
Kasım 2019

MoMA Brand Identity, (t.y.) Erişim adresi:
<https://www.pentagram.com/work/MoMA?rel=search&query=MoMA&page=1>
Erişim tarihi 28 Kasım 2019

Museum Definition, 2019 Erişim adresi:
<https://icom.museum/en/activities/standards-guidelines/museum-definition/>
Erişim tarihi: 16 Kasım 2019

Museum für Gestaltung Zürich (t.y.) Erişim adresi: <https://museum-gestaltung.ch/en/> Erişim tarihi: 30 Kasım 2019

Smith, Jgr, Hughes, TA (t.y.) World War II. Erişim adresi:
<https://www.britannica.com/event/World-War-II> Erişim tarihi: 16 Kasım 2019

Tanju, B. (2017) De Stijl'i Nasıl Bilirsiniz? Erişim adresi:
<https://manifold.press/de-stijl-i-nasil-bilirsiniz> Erişim tarihi: 05 Ekim 2019

TATE Modern (t.y.) About Tate. Erişim adresi: <https://www.tate.org.uk/about-us> Erişim tarihi: 30 Ekim 2020

Terror, D. (2009, 17 Haziran). Lessons From Swiss Style Graphic Design.
Erişim adresi: <https://www.smashingmagazine.com/2009/07/lessons-from-swiss-style-graphic-design/> Erişim tarihi: 30 Ekim 2019

The First Sans-Serif? t.y. Erişim adresi:
http://www.designhistory.org/Type_milestones_pages/SansSerif.html Erişim
Tarihi: 12 Aralık 2019

TDK Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük. Erişim adresi:

<http://www.tdk.gov.tr>

Weis. M. (13 Nisan 2017) "What is Swiss Design?" erişim adresi:

medium.com/@mason_weis/what-is-swiss-design-2c97088c3f20 Erişim

tarihi: 23.11.2019

Who Is The Popa Of The MoMA Logo? (2019) Erişim adresi:

<https://www.grapheine.com/en/graphic-design-en/who-is-the-popa-of-MoMA-logo-thoughts-on-contemporary-branding> Erişim tarihi: 20 Ocak 2020

EK KAYNAKLAR

Artun, A. (2012). "Müze-Mağaza", Müze ve Modernlik: Tarih Sahneleri–Sanat Müzeleri I, İstanbul: İletişim Yayınları

Bektaş, D. (1992) Çağdaş Grafik Tasarımı ve Gelişimi, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Bowl. J. E. (1976) 'Russian Art of the Avant-Garde: Theory and Criticism 1902-1934', ed., New York, The Viking Press Akt: Evren Yılmaz, a.g.e., s. 271.

Bürger, P. (2003) "Avangard Kuramı", (Ali Artun'un Sunuş Yazısı), Çev: Erol Özbek, İletişim Yayınları, İstanbul,

Carter, R., DeMao, J., Wheeler, S., & Charles, B. F. (2000). Working with type: exhibitions. RotoVision.

Marwick, N. And Fiil, C. (1997) Towards a framework for managing corporate identity. European Journal of Marketing 31(5).

Olins, W. (1989) Corporate Identity: Making Business Strategy Visible Through Design. London: Thames and Hudson.

Soykan, Ö. N., Keskin, F., & Dellaloğlu, B. F. (2003). Adorno ve yapıtı. Cogito, 36, 37-64.

Taşkesen, S. (2018) Ekspresyonizm Akımının Köprü ve Mavi Atlı Gruplarına Yansımalarının Beden Olgusu Üzerinden Sorgulanması. Sanat Dergisi, (31), 6-18.

Uralman, H. (2009). "Umberto Eco ve Müze" Artist Modern, İstanbul: Ocak, Sayı: 01/96

Weil, S. (1997). Müzeleri Önemli Yapma. Kasım, ISBN 1-588340-00-7

MODERN SANAT MÜZELERİNDE KULLANILAN MÜZE GRAFİKLERİNİN ULUSLARARASI TİPOGRAFİK STİL BAĞLAMINDA İNCELENMESİ VE BİR UYGULAMA ÖNERİSİ

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	acikerisim.deu.edu.tr Internet Source	2%
2	www.openaccess.hacettepe.edu.tr:8080 Internet Source	<1%
3	sariyerim.com Internet Source	<1%
4	manifold.press Internet Source	<1%
5	Submitted to Galatasaray University Student Paper	<1%
6	Submitted to Mimar Sinan Guzel Sanatlar University Student Paper	<1%
7	Submitted to Bahcesehir University Student Paper	<1%
8	Submitted to Beykent Universitesi Student Paper	<1%