

Yazılar:

GRAFİK TASARIMCILAR MESLEK KURULUŞU

Massimo Vignelli

R. Roger Remington
www.eyemagazine.com
Çeviri: Leyla Tonguç Basmacı

“Ben hep milyonlarca insanın hayatı üzerinde etkili olmak istemişimdir – politika, eğlence veya başka şeyler değil de, tasarım yoluyla. Çıtayı yükseltmeye çalışırım, sıradan olanı alıp iyileştirmek isterim”.

Ocak 2012’de 81 yaşına basan Massimo Vignelli, neredeyse 50 yıldır New York’ta tasarımcılık yapıyor; bu süre içinde grafik tasarımdan mobilya ve giysi tasarımına kadar tasarımın her türü üzerinde güçlü bir etkisi oldu. Ve bu süre içinde tasarım alanındaki her türlü sorun karşısında modernist

yaklaşımını muhafaza etti. “Biz tasarıma disiplin getirdik” diyor Vignelli. “Biz sistematik, mantıksal ve objektifiz, trendlere uymayız. Trendler tasarımın ruhunu öldürür. Modernizm tasarımın içinde ıvrır zıvır ne varsa hepsinden kurtuldu, post-modernizm de hepsini geri getirdi”.

1931’de İtalya’nın Milano şehrinde doğan Vignelli on altı yaşında okuldan ayrılarak önce mimari tasarımcı olarak çalıştı, sonra da 1950–1953 yılları arasında Milano ve Venedik’te mimarlık eğitimi aldı. Ancak Max Huber ve Antonio Boggeri gibi İsviçreli modernistlerin etkisinde kalarak grafik tasarım alanına geçmeye karar verdi.

1953’ten itibaren bir yandan Venedik’te Venini Glass firmasında çalışırken bir yandan da festival katalogları, gazeteler, kitaplar ve ambalaj gibi editoryal projelerde serbest olarak çalıştı.

1957’de Lella Valle’yle evlendi; kısa bir süre sonra, Vignelli bir

Towle Silversmiths bursu, Valle de MIT’den bir mimarlık bursu kazandı ve ABD’ye gittiler. Ertesi yıl Chicago’ya geçtiler ve Vignelli hem Illinois Teknoloji Enstitüsü’nün Tasarım Enstitüsü’nde ders verdi, hem de Container Corporation of America’da tasarımcı olarak çalıştı. Vignelli çifti, 1960’ta döndükleri Milano’da bir tasarım ve mimarlık bürosu açtı, bu arada Massimo Vignelli Milano ve Venedik’te grafik tasarım alanında ders verdi.

1960’lı yılların ortalarında ABD’ye döndüler ve Vignelli Unimark International Corporation’ın kurucu üyelerinden biri oldu. Unimark şirketi, American Airlines, Ford Motor Company, Gillette, J.C. Penney, Knoll Associates ve New York Ulaşım İdaresi gibi müşteriler için yaptığı kimlik projeleri sayesinde dünyanın en büyük tasarım firması haline geldi. Ancak 1977 yılına gelindiğinde firma aşırı derecede büyümüştü ve ortaklar yollarını ayırmaya karar verdi. Vignelli zaten 1971’de Vignelli Associates’ı açmıştı, bu firma da 1978’de Vignelli Designs adını aldı.

Vignelli’nin projelerinin çoğu modern tasarımın klasik örnekleri arasında sayılır; bunların arasında American Airlines için kurumsal kimlik (1967); Amerika Birleşik Devletleri Ulusal Park Müdürlüğü için grafikler (1977); MTA New York Şehri Ulaşım İdaresi için metro haritası (1970); ve New York’ta Saint Peter’s Kilisesi’nin iç dekorasyonu (1977) sayılabilir. Stüdyonun kilise projesindeki “bütünsel tasarım konsepti” orgdan mobilyaya ve gümüş komünyon donanımına kadar uzandı.

Vignelli’nin estetik anlayışının konu edildiği kitaplar arasında 1989–1993 yılları arasında Avrupa’ya gezmiş olan bir sergiye eşlik eden *Design: Vignelli* (1990); *Design Is One* (2004); *Vignelli: From A to Z* (2007) ve *The Vignelli Canon* (önce online olarak yayınlandı, sonra da Lars Müller tarafından 2010’da basıldı) sayılabilir. Kathy Brew ve (1990’lı yıllarda çifti konu alan bir program hazırlamış olan) Roberto Guerra tarafından çekilen uzun metrajlı bir belgesel olan *Design Is One: The Vignellis* 2012 sonlarında gösterime girecektir.

Massimo Vignelli, Harvard dahil olmak üzere uluslararası çapta birçok önemli kolej ve üniversitede ders verdi ve Alliance Graphique Internationale (AGI), American Institute of Graphic Arts (AIGA) ve Architectural League’de başkan olarak görev aldı. Tasarım ve mimarlık alanlarında sayısız ödül kazanmasının yanı sıra, kendisine çeşitli onursal doktoralar da verildi.



1970’de tasarlanan New York metro diyagramının kapağı.

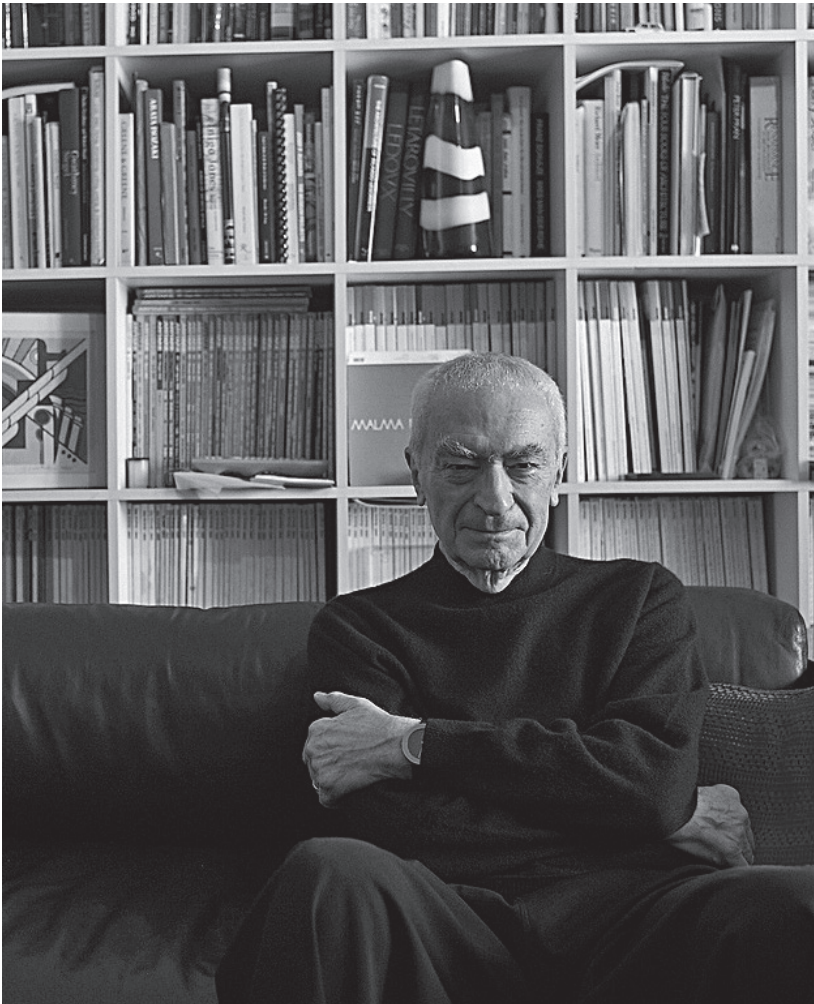
Vignelli çiftinin gerçekleştirdiği çalışmalar arasında kitaplar, kurumsal kimlikler, ürün tasarımı, mobilyalar, çevresel grafik tasarım, iç dekorasyon, yazıtipi tasarımı, grafik tasarım, ambalajlama, kendi giysileri ve ulaşım grafikleri vardır. “Eğer bir şeye ihtiyacımız varsa ve onu temin edemezsek, kendimiz tasarlarız”. Massimo Vignelli tasarım süreçlerini “tasarım birdir” şeklinde tanımlar – yani herhangi bir şeyi tasarlayabilirseniz, her şeyi tasarlayabilirsiniz demektir. İçerik ne olursa olsun, metodoloji aynıdır.

Vignelli çiftinin çalışmalarından örnekler, ABD’de Modern Sanat Müzesi, Montreal’de Dekorasyon Sanatları Müzesi ve Münih’te Uluslararası Tasarım Müzesi (die Neue Sammlung) başta olmak üzere birçok müzenin kalıcı koleksiyonlarında yer alır; ama en büyük koleksiyon, 2010 yılında kendi arşivlerini bağışladıkları New York’taki Rochester Teknoloji Enstitüsü’nün Vignelli Tasarım Araştırmaları Merkezi’nde bulunur. Massimo’nun kazandığı ödüller arasında 1964’te Milano Trienali’nin Büyük Ödülü; 1964 ve 1998’de İtalya Endüstriyel Tasarım Birliği’nin Altın Pergel Ödülü; 1982’de New York Sanat Yönetmenleri Kulübü’nün Onur Listesi; 1983’te AIGA Altın Madalyası; ve 1996’da Kraliyet Onursal Endüstriyel Tasarımcısı unvanı vardır.

Massimo Vignelli, Rochester Teknoloji Enstitüsü’nün Vignelli Tasarım Araştırmaları Merkezi’nin Müdürü R. Roger Remington’ın sorularına cevap verdi.

R. Roger Remington: New York metrosu için tasarladığınız diyagram (1970, 1979’a kadar

Massimo Vignelli’nin portresi, Maria Spann.





Milano'da Piccolo Teatro için afiş ve grafik program (1964 ve 1965), 1960'lı yıllarda Zürich'le Milano arasındaki güçlü felsefi bağlara işaret eder. Vignelli'nin fazla çaba sarf etmeden bilgiye getirdiği düzen – iki boyda yakın aralıklı Helvetica ve güçlü yatay çizgi kullanımı – baskı, blog temaları ve app tasarımı yoluyla günümüze kadar sürdürülmüştür.

kullanıldı) bir canlanma yaşadı – nasıl oldu böyle bir şey?

Massimo Vignelli: 2008'de *Men's Vogue* dergisinin hayır amaçlı bir etkinliği için sınırlı sayıda basılmak üzere yeni bir versiyonunu tasarlamamızı istediler. Sonra New York Ulaşım İdaresi bizden onu internet sitesinin “Hafta Sonu” bölümüne uyarlamamızı istedi. Bu diyagram örneğin hangi hatların işlediği, hangilerinin hizmet dışı olduğu konusunda metro kullanıcılarının önemli bilgiler öğrenmesi için interaktif bir yöntem sağlıyor.

Ayrıca bu yeni diyagramın tişört, tabak, fincan ve New York'a özgü başka hediyelik eşyalar gibi tüketici ürünlerinde merkezi görsel unsur olarak kullanılması konusunda konuşmalar sürüyor. Dolayısıyla diyagram Ulaşım İdaresi için merkezi bir kimlik unsuruna dönüşmekte.

RRR: Bu sabah aklınızda neler var?

MV: Merkez en güçlü konumdur. Aslında içgüdüsel olarak uzun

zamandan beri bunun farkındayım. Tasarladığım ilk grafik çalışmaya dönüp baktığım zaman, kitabın adını kapak formatının merkezine yerleştirdiğimi görüyorum. Onu, arkadaşım Richard Meier'in mimarlığını konu alan bir kitap için tasarladığım kapakla karşılaştırıncı gördüm ki onun da adı kitap kapağının merkezinde yer alıyor.

Bu görüş başka temel alanlar açısından da geçerli; örneğin en etkili tasarımın ilericilikle muhafazakârlık arasında, tam ortada yer aldığını söyleyebiliriz. Standart Vignelli rengimiz kırmızı ile turuncunun tam ortasıdır. Bu denge kavramı zaman üstü bir şeydir, zaman üstü olmak da daima benim bir önceliğim olmuştur.

RRR: Grafik tasarım yerine “bilgi tasarımı” kullanımı hakkında ne düşünüyorsunuz?

MV: Bu terimi çok kullanıyoruz. Hatta grafiker ile grafik tasarımcı arasındaki karışıklıktan dolayı kendimizi tanımlamak için de kullanıyoruz. Bilgi mimarlığı terimini, görsel iletişimin resim yönünü değil de yapısal yönünü vurguladığı için kullanıyoruz. Kendimize grafik tasarımcı diyoruz ve bazı insanlar bunun ne demek olduğunu anlıyor. Bu umut verici bir şey tabii, ama bilgi tasarımının terminolojisi daha da fazla umut sunuyor!

Ticari tasarımcılar, illüstratörler veya reklam tasarımcıları olmadığımızı anlatmak istiyoruz. Biz, bilgiyi yapılandıran bilgi mimarlarıyız. Mimarlıkta olduğu üzere, bizim işimiz sadece yapıyla değil, görünüm ve görsel biçimle de ilgili.

“Bilgi tasarımı”, diyagram konusunda uzman olanlar tarafından el konmuş bir terimdir. Ancak bilgi tasarımında, sağlık, hastaneler veya spor konusunda diyagramlar veya kitaplar hazırlamaktan çok daha fazlası söz konusudur. Bizim yaptığımız daha çok yapıyla ilgili, çünkü bilgiyi başka şekillere kıyasla daha iyi anlaşılabilceği bir şekilde sunuyoruz.

Grafik tasarımcılar günümüzde bilgisayar teknolojisinden dolayı değişmektedir. Hepsisi dijital teknolojiyle çalıştığından giderek bilgi mimarlığına yaklaşıyorlar. Ama eğer yine de buna grafik tasarım demek istiyorsanız, benim için sorun değil.

RRR: Aynı olan ve farklı olan unsurlarla “görsel bir dil” yaratmaktan söz ediyorsunuz. Bunu biraz anlatabilir misiniz?

MV: 1964'te Piccolo Teatro di Milano'nun afişleri üzerinde çalışırken bir dile, ödünç alınmamış, özgün bir dile sahip olduğumu

hissettiğimi hatırlıyorum. Önemli olan kendi dilim olması değildi, beni heyecanlandıran, başka bir süreci veya başka bir dili uygulamıyor olmamdı. Tabii ki İsviçrelilerin etkisi söz konusuydu ama, tanıtım amaçlı değil de mimarlık konusunda bilgi sunan bu afişlerin yapısı gerçekten de farklı bir dili temel alıyordu. Siyah çizgiler kullandım, yanı başına da yazıtıptını ve daha büyük olanını yerleştirdim. İfade açısından tasarruf yapma anlamında iki boyda yazıtipi vardı.

Kariyerlerimizin başlarında oldukça uzun bir süre boyunca amaçlarımızdan biri kendi biçim dağarcığımızı oluşturmaktı; aslında kullanabileceğimiz unsurların kataloğunu oluşturmak istiyorduk ki her defasında sıfırdan başlamak zorunda kalmayalım. Bu çok farklı bir yaklaşım. Bazı insanlar tam tersini yapmaktan hoşlanır ve bizim bu basit düşüncemize tahammül edemez.

Grafik tasarımda belli bir unsur ve yazıtipi dağarcığı söz konusuydu. Klasik, yani zarif bir şey gerektiğinde Garamond kullanıyorduk. Bilgi amaçlı bir şey için ise Helvetica kullanıyorduk. Amacımız her şeyi sadeleştirmekti. Birçok alternatifini bilerek ortadan kaldırmak, sadeleştirmek veya

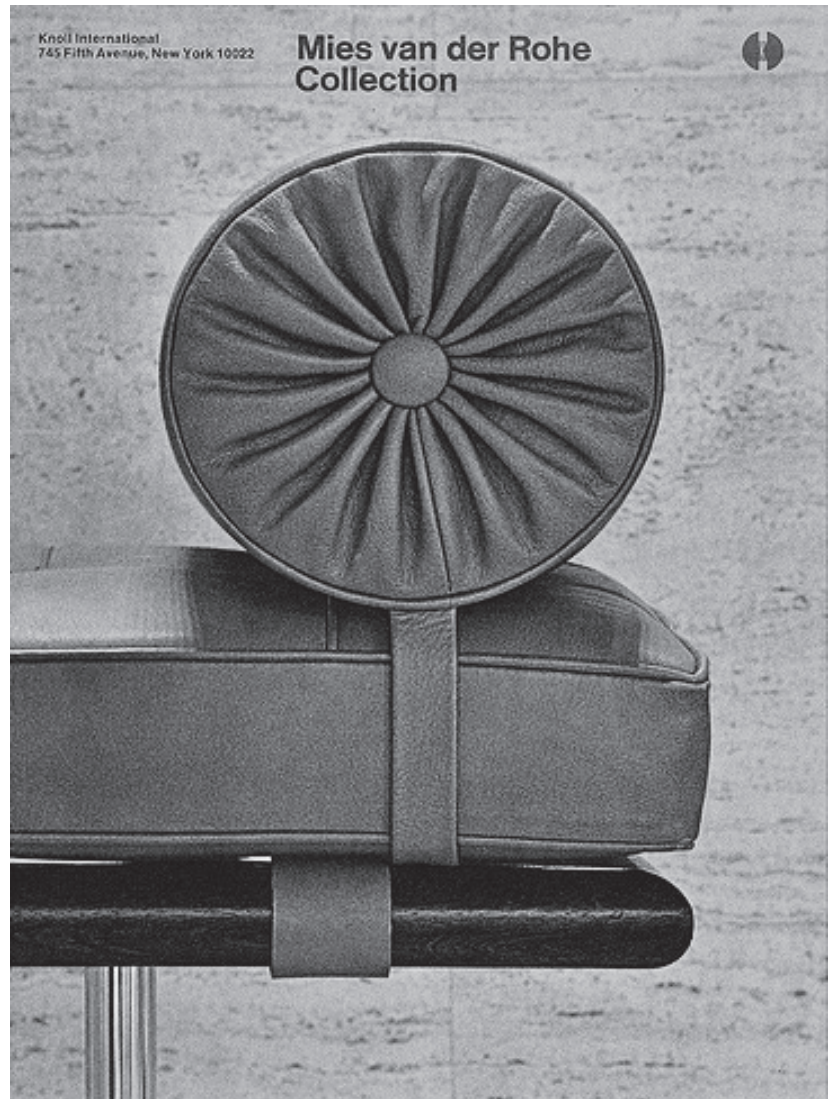
Ben hayatımda ne mi yapmak istedim? Biraz fazla iddialı olacak, ama ben hep milyonlarca insanın hayatı üzerinde etkili olmak istemişimdir – politika, eğlence veya başka şeyler değil de, tasarım yoluyla.

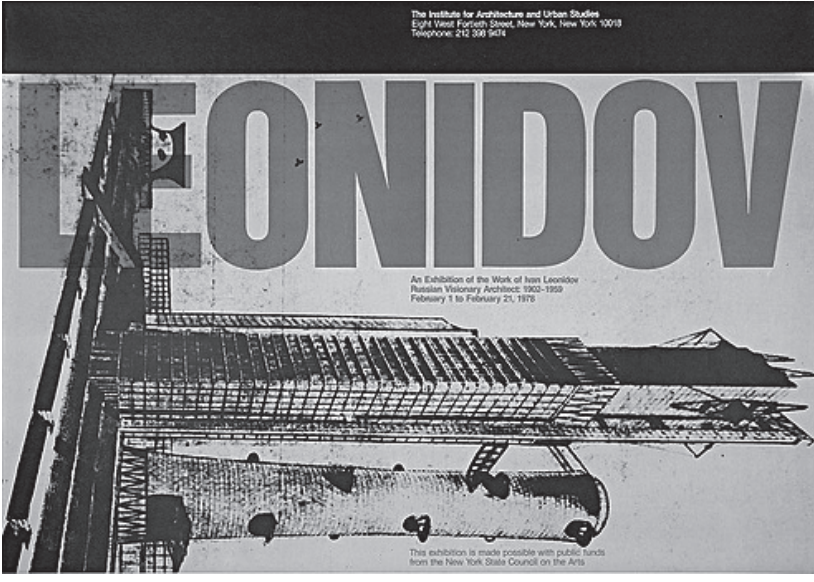
dikkate almamak, seçeneklerimizi sınırlamak ve böylelikle kendi dağarcığımızı yaratmak istiyorduk.

Bu sürecin temelinde, görsel dilin bir yapısının olması, ama dağarcığının değişkenlerden oluşması meselesi vardır; bu dağarcık, projenin gereksinimlerine, iki boyutlu veya üç boyutlu olmasına bağlı olarak az veya çok geniş olabilir. Bütün bunlar, malzemeyle veya işlevle bağlantılı belli bir mantıktan ortaya çıkmıştır.

Bu bir formül değil, bir yaklaşımdır. Hatta bir yaklaşım bile değil, bir dağarcık ve bir dildir. Bence burada kurabileceğimiz en yakın analogi, bunun bir dil – bir lehçe değil, bir dil olduğudur, çünkü bu bir alt kültür değil, bir kültürün örüntüsüdür.

Knoll International ürün broşürünün kapağı. Tipografik mizanpaj, tasarım konusundaki akılcı, sistem temelli yaklaşımın bir örneğini sergiler.





İdealist Sovyet mimar İvan Leonidov'un sergisi için afiş, LAUS, New York, 1978. Her zaman olduğu gibi güçlü hatlar, sade tipografi ve siyah, beyaz ve kırmızıdan oluşan basit bir renk paleti.

Böylece bu bizim ortak dilimiz haline geldi. Bunu ben icat etmedim. Bunu benden önce kullananlar oldu, ama bu düzeyde değil. Benim buna katkım, sistematik bir yaklaşım oldu. Tasarım dünyasına, öncekine göre daha güçlü bir şekilde bir sistemin bilincini getirdiğimiz için mutluyum. Ayrıca Unimark tarafından yapılan çalışmalar yoluyla bu dilin faydalarının birçok müşteriye ve başkalarına gösterildiğine de inanıyorum.

Böyle şeylerde sayı çok önemlidir. Küçük ölçekte ve sınırlı sayıda harika ve çok önemli şeyler yapılabilir. Ama American Airlines, Knoll, J.C. Penney veya New York Ulaşım İdaresi gibi büyük müşterileriniz olunca, işleriniz milyonlarca insan tarafından görülür ve benim de istediğim olur.

RRR: Kaliteyi nasıl tanımlarsınız?

MV: Modernizm gibi kalite de bir yaklaşımdır, dolayısıyla insan belli bir standardın altına inmez. Kalite bir yaşam şekli, bir yaşam yaklaşımıdır ve insanın zihnini en ufak bir bayağılıktan arındırmak için sürekli olarak mücadele etmesi gerekir. Bu, devasa ölçekte ve sürekli bir mücadeledir, çünkü sürekli olarak bir bombardımana maruz kalıyoruz ve hayat bizi sürekli olarak baştan çıkarmaya çalıştığı için bayağılığa karşı verdiğimiz bu mücadele çok zorlu bir iş. Şeytanla uğraşmak gibi. Bir rahip olsa [bayağılığa] şeytan, kaliteye de kutsallık hali der herhalde.

İşinizde yüksek bir düzeye ulaştığınızı bildiğiniz zaman, işiniz kendini belli ettiği ve sizi duygulandırdığı, size yanıt verdiği zaman, işte o, kalitedir. Kalite, başka hiçbir biçimde eşine rastlanmayan zihinsel bir zarafet düzeyidir. Bayağılık kalmadığı zaman kalite elde edersiniz. Dolayısıyla kalite, sizden önceki

veya çevrenizdeki insanların en güzel ifade yollarından doğan şeylere maruz kalma sonucunda zihninizi sürekli olarak geliştirerek ulaşabileceğiniz bir şeydir. İçinde bayağılık olan her şeyden kendinizi uzaklaştırınca kaliteyi elde edersiniz. Kalite, karşınızdaki sorunların hepsini beklenenden farklı bir şekilde çözdüğünüz zaman olur. Dolayısıyla kalite birçok şeyin toplamıdır, farklı arayışların cevabıdır. Kalite, tutkunun, merakın, odaklanmanın ve profesyonelliğin yan ürünüdür.

RRR: Günümüzün genç tasarımcılarına ne gibi tavsiyelerde bulunursunuz?

MV: Özellikle sürekli olarak gördüklerinden etkilenen genç tasarımcılara her zaman söylediğim gibi, bir tasarım yapacağınız zaman dışarıya bakmayın. Sorunun içine bakmayı öğrenin, çünkü çözümün hemen oracıkta olduğunu, sizi beklediğini göreceksiniz. Stiliniz, içeriye bakmayı öğrenip onu geliştirdiğiniz zaman ortaya çıkacaktır, içeriye bakmayı dışarıdan öğrenmenize gerek yok.

Birçok genç bana işe girmek için ne yapmaları gerektiğini sorar. Onlara sosyal ortamlarda birçok iş elde edebileceklerini söylerim. Bir davete giderseniz, birilerinin yanına oturursunuz, ne iş yaptığınızı anlatırsınız sonra onların neyle uğraştığını öğrenirsiniz, sonra da er ya da geç iletişim konusuna gelirsiniz. Ben böyle durumlarda iletişimlerinin iyi olup olmadığını söylerim. Genelde iyi değildir, ama ben böyle bir işi onu istediğim için elde etmem, sadece bu insanlara yardımcı olmak isterim.

Genç tasarımcılara aç kalmanın kötü bir müşteriyle çalışmaktan daha iyi olduğunu söylerim, çünkü kötü bir müşteriden daha da kötü müşterilere geçersiniz. İyi bir müşteriden daha da iyi müşterilere

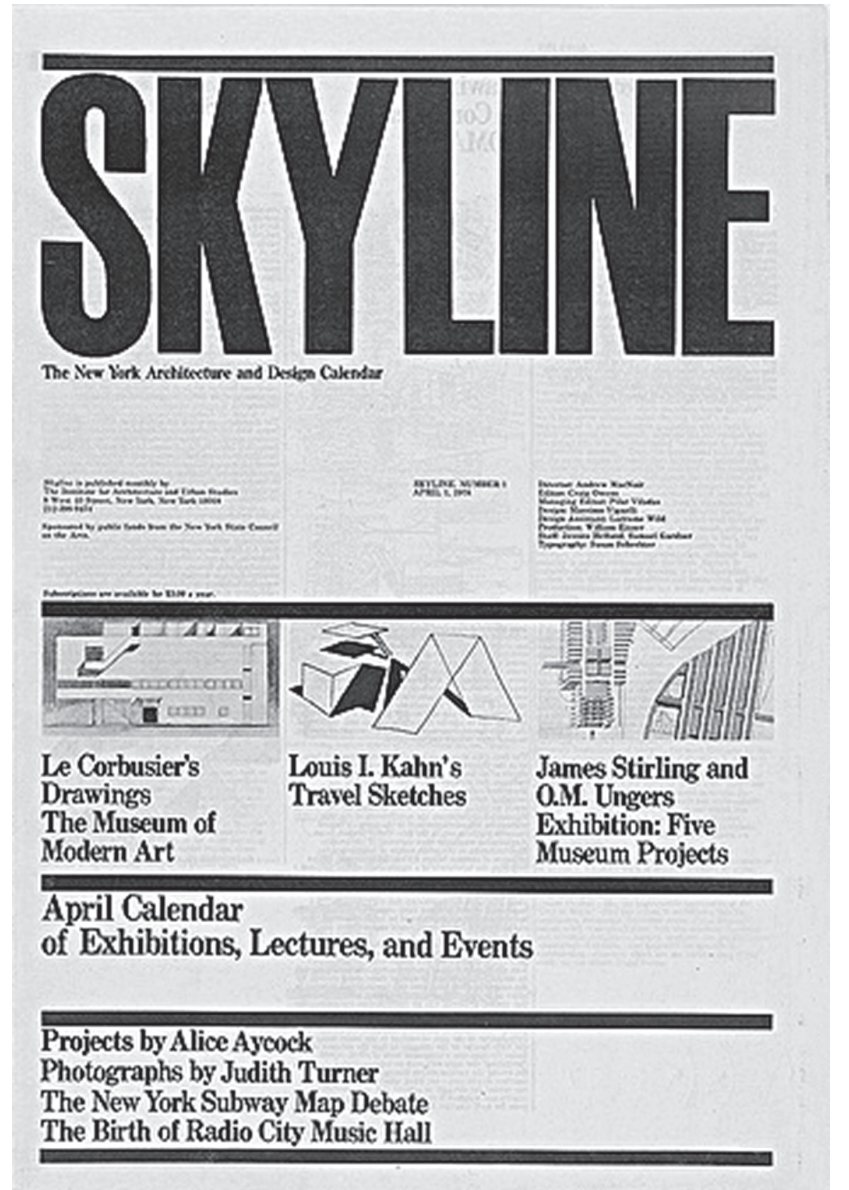
geçersiniz. Bu çok önemlidir. En baştan itibaren kötü müşterilerle çalışmayı reddettik veya bir süre sonra onlardan kurtulduk.

RRR: Nelerden ilham alırsınız, ruhunuz nelerle beslenir?

MV: Müzik benim için daima büyük bir ilham kaynağı olmuştur. New York'ta yaşamının en güzel yanlarından biri, ihtiyacınız olan her şeyi bulabilmenizdir. Herhangi bir şey istiyorsanız – müzik olsun, sergi olsun, müze olsun – onu bulabilirsiniz. İtalya'da böyle bir şey yok; orada da doğal güzellikler var, ama onlara da hemen alışılıyor.

Hayatımın iki itici gücü, merak ve tutkudur. Bunlardan merak, tasarım alanında çalışanların sorumluluklarından biridir. Henüz yapmadığım, yeni şeyler konusunda o kadar meraklıyım ki o deneyimi yaşamaya can atıyorum. Dolayısıyla merak aslında beni bir projeden diğerine ve özellikle zorlu işlere sürekli olarak yönlendiren şeydir. Sorun çözme, çözüm bulma tutkusu, zorlu işleri araştırma ve bir projeden başkasına geçme – bana güç veren şeyler bunlardır. Yeni bir şeylerin hayat kazandığını görmeye bayılırım.

Institute for Architecture and Urban Studies [Mimarlık ve Kentsel Araştırmalar Enstitüsü] (LAUS) için aylık dergi/eleştiri yayını Skyline'in kapağı, New York, 1982.



RRR: Son beş yılda müşterileriniz daha uluslararası ölçekte olmaya başladı, hatta aralarında Türkiye'den bir firma var...

MV: İstanbul'daki Abdi İbrahim ilaç şirketiyle yaptığım çalışmalar şirketin tamamının görsel kimliğiyle ilgiliydi. Daha sonra onlarla Abdica adlı alt kuruluşlarının geniş kapsamlı ambalajlama programı üzerinde de çalıştık. Burada işin içinde kimlik de vardı ama daha çok entegre ilaç ambalajlaması söz konusuydu.

Buradaki konsept, ürünle ilgili bilginin daha tutarlı olması için ürünü boydan boya geçen iki yatay renk şeridini temel alıyordu. Bu konu, insanlar için ilaçlar tasarlandığı zaman çok önemlidir.

Üst şeride ürün adını ve orta şeride ürün tanımını yerleştirmeye, alt şeridi de firma kimliğine ayırmaya karar verdik. Farklı ürünler için farklı renkler kullandık. Ambalajlama için Bodoni'yi standart yazıtipi yaptık.

Ana firmanın kimliği de yatay şerit konsepti üzerine kuruluydu. Bu düzeydeki en önemli çalışmamız, apaçık grafik standartlara sahip güçlü bir kurumsal imaj oluşturmak oldu.

RRR: Peki İtalya'daki bir müşteriyle yaptığınız son çalışma?

MV: Mobilya üreticisi bir İtalyan şirketi olan BK Italia'nın grafik kimlik programından çok memnunum. Bu proje "tasarım birdir" felsefemize güzel bir örnek oluşturur; biz tasarımın semantik açıdan doğru, sentaktik açıdan tutarlı ve pragmatik açıdan anlaşılabilir olması gerektiğine inanıyoruz.

RRR: Dolayısıyla semiyotiğe geri döndük, değil mi?

MV: Evet! BK Italia, onlar için hem grafik kimlik programı geliştirmemizi, hem de ürünlerinin tasarımında onları yönlendirmemize izin verdi. Sadece en güzel tasarlanmış mobilyalarını göstermelerini sağladık, hatta onlar için yeni ürünler tasarladık. Bu çalışma çizgilerini yükseltmelerini ve daha tutarlı bir kalite imajı elde etmelerini sağladı.

Temel grafik kimlik unsurları, BK'nın yaptığı her şeyin merkezini oluşturuyor. Kırmızı BK daresi çeşitli biçimlerde ve farklı boyutlarda kullanılıyor.

RRR: Nasıl hatırlanmak istersiniz?

MV: Uzun kariyerlerimiz boyunca gerçekleştirdiğimiz çalışmaların yanı sıra, arşivimizin bulunduğu [New York eyaletindeki] Rochester Teknoloji Enstitüsü'nde (RIT), Vignelli Tasarım Araştırmaları Merkezi'ndeki etkimizin süreceğini sanıyorum. Öğrencilerin çalışmalarımızdan daha büyük bir sorumluluk duygusu elde edeceğini umarım. Tasarımcıların kendilerine, tasarımlarına ve topluma karşı daha sorumlu olacaklarını umarım.

Önemli olan belirli stilleri izlemek değil, bir şeyin derinliğine inmek. RIT'te modernist değerlerimiz tasarım eğitiminde tarih, teori ve eleştiriyi kapsayacak şekilde geliştirilecektir. Bizim vasiyetimiz, tasarımcıların mesleklerinde daha iyi ve daha kalifiye olmalarıdır.

Ben hayatımda ne mi yapmak istedim? Biraz fazla iddialı olacak, ama ben hep milyonlarca insanın hayatı üzerinde etkili olmak istemişimdir – politika, eğlence veya başka şeyler değil de, tasarım yoluyla.

Başardıklarımın memnunum. Çalışmalarımızın ne kadar dayanacağına sadece tarih tanıklık edebilecek.

Hiçbir zaman bir süper star olmak istemedim; ben sıradan olanı alıp iyileştirerek, başka bir deyişle dil üzerinde etkili olarak çıtayı birkaç santimetre yükseltmeye çalışırım. ●

Doves tekrar uçuşa geçiyor

Creative Review, Kasım 2013
Çeviri: Aşlı Mertan

1916'da Doves Type sularla dolu bir mezarı boylamıştı: şimdi yeniden gün yüzüne çıkıyor.

1901 ve 1905 yılları arasında Thomas Cobden-Sanderson ve Emery Walker'ın resmi yazı karakteri Doves Press, harf dökümüne 250 £'den fazla para kazandırdı. Venetian "slab serif" in modern bir yorumu olan bu yazı karakterini yaratmak aylar almıştı ve Edward Johnston tarafından tasarlanan gömme harflerini içeren Doves Bible'in da aralarında olduğu tüm Doves Press yayınlarında kullanıldı.

Fakat 1916'da, son Doves Press yayınında, Cobden Sanderson ikonik yazıtipinin Thames Nehri'ne miras bırakıldığını açıkladı. Walker'la yolları ayrıldıktan sonra – ortaklıkları 1909 yılında resmen sonlandırılmıştı – başka kimsenin kullanmasını istemediği için, yaklaşık 1200 kilogram ağırlığındaki metali tam beş ay boyunca geceleri nehre döktü ve Doves Type'ı son parçasına varana kadar yok etti.

Şimdiyse bu yazıtipi dijital formatta tekrar su yüzüne çıktı. Robert Green Doves yazıtipini 2010 yılında araştırmaya başladı ve şimdi yazıtipinin "dijital bir sureti"ni tamamlamış bulunuyor. Bu ay Typesec üzerinden erişilebilir olacak ve Kasım ayında Somerset House'da gerçekleşecek bir sergiye eşlik etmek üzere tasarlanan, dergi editörü Isabella Blow üzerine bir monografide Graphic Thought Facility tarafından kullanılıyor.

"Sanırım her şey Doves Type'a rastlamam ve onu kullanmak istememle başladı. Hiçbir yerde dijital bir versiyonunu bulamadım – internetteki araştırmalarımda tek bulabildiğim 72 dpi çözünürlükte jpeg imajlardı. Referans olarak kullanılması imkânsız olan malzemelerdi", diyor Greene. Daha fazla örneğin izini sürme hevesiyle Green, Doves Press'in yayımladığı

Rob Green; Doves Press'in 1902'de yayımladığı Alfred Lord Tennyson'un Yedi Şiir ve İki Tercüme'den alıntılanan Siper Üzerinden Aşıl, İliad xviii şiirinden Doves Type örneği.

Thrice from the dyke he sent his mighty shout,
Thrice backward reel'd the Trojans and allies;
And there and then twelve of their noblest died
Among their spears and chariots.



her şeyin bulunduğu Britanya Kütüphanesi'ni ziyaret etti ancak bunları fotoğrafla belgelemesine izin verilmedi, onun yerine bir rostrum kamerasına (genellikle sinemada kullanılan, sabit objeleri anime etmek için hareketli bir platformdan fotoğraf çeken kamera) yönlendirildi. Bu kameradan da yalnızca düşük çözünürlüklü fotoğraf elde edilebiliyordu.

Green daha sonra Marianne Tidcombe'un Dove Press üzerine hazırladığı ve Percy Tiffin'in ilk çizimlerinin yer aldığı kitabı satın aldı. Bir hafta boyunca bunların eskizlerini çıkardıktan sonra, sadece görsel rehber işlevi gördüklerini, Edward Prince tarafından yorumlanan nihai yazıtipinin daha az rafine edilmiş bir versiyonu olduklarını fark etti.

Green, Prince'in çalışmalarını deşifre ederek bir sene geçirdi. Bu bir senenin üç ayını küçük d'ler ve g'ler arasındaki ilişkiyi çözmeye ayırdı. Maggs Brothers'ın Rare Books and Manuscripts (Nadir Kitaplar ve El Yazmaları) dükkânında Doves Type ile üretilmiş işlerden nadir bir parçayı bulmasıyla tünelin ucundaki ışık görünmüş oldu. Daha sonra bir başarı da yazı karakteri tasarımcısı Jeremy Tankard'ın kendisiyle iletişime geçmesiyle geldi. Tankard'ın elinde Doves Bible'dan, q ve z harflerini içeren bir sayfa vardı. Ayrıca eBay sitesinde, Doves'un bastığı bir Tennyson eserini buldu.

"Tüm mesele gerçek niyeti anlamak ve sayfa üzerindeki anormallikleri, mürekkebin dağıldığı, ya da harf kesme

işleminde oluşan veya metalin sayfaya değdiği yerlerde meydana gelen ufak hataları deşifre etmekte" diye açıklıyor.

Zahmetli bir süreç olmasına rağmen Green'in sıkı çalışması meyvesini verdi: Doves üzerine gerçekleştirdiği dijital yorumu bir dizi ilave karakter, Johnston'un Doves Bible için yaptığı büyük gömme harflerinin bir yorumu takip edecek. "Tabii ki, bu hakiki Doves Type değil, çünkü o sonsuza dek kayboldu" diye açıklıyor Green. "Ama bu orijinal yazıtipinin geometrisine ve harf formlarına sadık kalan dijital bir suret. Çok güzel bir yazıtipiydi, inanılmaz derecede doğru ve akıcı çizgileri vardı. Elleriyle çalışan, törpü, hakkak kalemi ve monokl kullanan birinin yaratımıydı. Fakat buna rağmen, gördüğümüz ayrıntı ve incelik göz kamaştırıcı" diye de ekliyor. ●

Doves Type'ın tarihçesi hakkında daha fazla bilgi almak için lütfen dovestype.com'u ziyaret edin.

YAZILAR

Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu
Derneği adına sahibi
Umut Südüak
Tasarım
Bülent Erkmen
Sorumlu Yayın Yönetmeni ve
Tasarım Devamlılığı
Osman Tülü
Katkıda Bulunan: İlhan Bilge
Grafik Uygulama: Tipograf
Baskı: A4 Ofset
Ayda bir yayımlanır, para ile satılmaz.
Tüm hakları saklıdır.

Grafik Tasarımcılar
Meslek Kuruluşu Derneği
Ortaklar Caddesi Bahçeler Sokağı 17/4
Mecidiyeköy 34394 İstanbul
Tel: (0212) 267 27 58
Faks: (0212) 267 27 59
info@gmk.org.tr www.gmk.org.tr