

LOGO TASARIMI KAPSAMINDA KULLANILAN TİPOGRAFİK ÖGELERİN İNCELENMESİ

Sofya Cihan CANBOLAT

Arş. Gör. Dr., Kastamonu Üniversitesi Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümü, cihancanbolat@kastamonu.edu.tr,
ORCID: 0000-0003-1837-0651

Canbolat, Sofya Cihan. "Logo Tasarımı Kapsamında Kullanılan Tipografik Öğelerin İncelenmesi". idil, 101 (2023 Ocak): s. 45-59. doi: 10.7816/idil-12-101-05

ÖZ

Günümüz reklam dünyasının en önemli sorunlarından biri işletmeleri ve yaptıkları işleri temsil edemeyen logo tasarımlarıdır. Bunun en önemli sebebi ise logolarda kullanılan fontların yanlış seçilmiş olmalarıdır. Her tipografik oluşum insan zihninde farklı düşünceler uyandırır. Bu olay klasik müzik ile modern rock müzik dinlerken oluşan ruhsal değişimin veya aynı objenin resmedildiği tablolardan keskin çizgi ve renklerle çizilen resmin daha yumuşak hatlarla oluşturulan resme oranla daha sert dinamik duyguları uyarması gibi düşünülebilir. Toplumun marka tercihlerini içlerinde oluşan duygulara göre belirlemesi firmayı doğru şekilde anlatan logotype tasarımının önemini ortaya çıkarmaktadır. Tırnaklı bir font tercihinin çocuk giyim firmasında kullanılması ne kadar hatalıysa bir takım elbise satış mağazasında da yumuşak ve dolgun bir font tercih edilmesi bir o kadar yanlıştır. Bu araştırma logo tasarımları oluştururken kullanılan yazı fontlarının önemini ortaya çıkarmak amacıyla yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Grafik tasarım, logo tasarımı, tipografi, yazı, font

Makale Bilgisi:

Geliş: 1 Kasım 2022

Düzeltilme: 19 Aralık 2022

Kabul: 1 Ocak 2023

© 2022 idil. Bu makale Creative Commons Attribution (CC BY-NC-ND) 4.0 lisansı ile yayımlanmaktadır.

Giriş

Grafik tasarım; bir mesajın bir düşüncenin iletilmesi görsel yollarla ifade edilmesi ve bir problemin çözümüdür. "Grafik tasarım; bir mesajı iletmek, bir görseli geliştirmek veya bir düşünceyi görselleştirmek için metnin ve görsellerin algılanabilir ve görülebilir bir düzlemde, iki boyutlu veya üç boyutlu olarak organize edilmesini içeren yaratıcı bir süreçtir" (gen3.com.tr).

Görsel bir iletişim aracı olan grafik tasarımın temel işlevi; bir mesajı iletilmesi ve bir ürün veya hizmetin tanıtılmasıdır. Başka bir deyişle; sanatçı tarafından ortaya konulan eserin bilgiyi iletilmesi, basılması ve kitle iletişim araçlarında kullanılması amacıyla çizgi, görüntü ve yazı ve bu öğelerin tamamının düzenlemelerini ifade eder (Tepecik, 2002: 17).

Reklam, bir firmanın bilinirliğini arttırmanın en önemli yoludur. Büyük firma olmanın yolu ise bir kimliğe bürünmekten geçmektedir. Grafik tasarım ise ticari açıdan düşünüldüğünde bu iki sorunun çözümünü oluşturmaktadır. Günümüzde işletmenin büyüklüğünün en önemli göstergesi kurumsal kimliğinin kalitesidir. Bu sebeple kendini geliştirip güçlendirmek isteyen kobilerin önceliklerini, reklam giderleri ve kurumsal kimlik oluşturma giderleri oluşturmaktadır.

Kurumsal kimlikler logo/logotype, kartvizit, zarf, promosyon, antetli kâğıt, irsaliye gibi en az 6 tasarım içermektedir. Şüphesiz bu tasarımlar içinde kimliğin en önemli yükünü logo, amblem ya da logotype tasarımı çekmektedir. İyi bir logo tasarımı, işletmelerin karakteri, yapısı, hitap kitlesi gibi karakteristik özelliklerini yansıtmalıdır. Aksi halde amacına hizmet etmiş olmaz. Kimliği oturmuş firmalar sadece amblem tasarımıyla kimliklerini yansıtabilmektedir. Fakat orta büyüklükte işletmeler için bu yeterli olmamaktadır. Bu tip kuruluşlar, logo ya da logo tasarımı yazı ile perçinlenmiş hali olan logotype tasarımı tercih etmektedir. Logotype tasarımları sadece içerdikleri amblemle değil kullandıkları yazı fontuyla da oluşturulan kurumun karakteristik özelliklerini yansıtmak mecburiyetindedir. Bu bağlamda seçilen font, en az amblem kadar önem teşkil etmektedir. Fontlar çok çeşitli tipler içerse de tırnaklı, dinamik, kaligrafik, gotik gibi farklı tarzlarla birbirlerinden ayrılmaktadır. Bu ayrılış tarzları ve neye göre ayrıldıkları bilgisi reklam/tasarım alanı öğrencilerinin en önemli derslerinden biridir.

Tipografi

Tipografi (Yunanca: τυπογραφία typographía = τύπος týpos (form) + "graphia" (yazmak), typographia sözcüğünün Türkçe halidir. Harf, sözcük ve satırlarla ve boşluklama için gereksinen diğer öğelerle belirlenmiş, bir sayfa üzerinde yapılan görsel ve işlevsel düzenlemelerdir (Sarıkavak, 2009: 3).

Harf (type) sözcüğü, harf yapısı anlamına gelen yunanca "typos" sözcüğünden gelmektedir. Harf (metal harfler: hurufat) tipografik düzenlemenin en temel öğesidir ve abecenin her bir harfini belirler. Bir abece içerisindeki özne harflerin, sayıların ve noktalama işaretlerinin her biri ise karakter olarak adlandırılır (Sarıkavak, 2004: 15).

Yazı düzenleme sanatı ve tekniği olan tipografiyi her tasarımcının iyi bilmesi gerekmektedir. Kelimelerin iyi okunması tasarımda oldukça temel ve merkezi öneme sahiptir. Tasarımcı kararına ait olan yazı fontunun şeklinin seçimi ve düzenlenmesi, bölümlenmesi, renk ve şekli, tasarım konusu ve diğer unsurların bir logo tasarımının "iyi" veya "kötü" olmasını belirler (Sarıkavak, 2009: 5).

Tipografi günümüzde bütün baskı yazıları ve noktalama işaretlerinin sanatsal ve tasarıma dayalı özelliklerini ve üretim teknolojilerini konu alan bir uzmanlık alanı olarak kabul edilmektedir (Becer, 1997: 176).

John Wiley Sons'un ifadeleriyle; "Tipografi, bir ressamın paletindeki boyalar gibi, grafik tasarımcının mesajı, duygu ve düşünceyi aktarmadaki en önemli araçlarından biridir. Yazıyı kullanarak sözü biçimlendirmek konusunda ne kadar çok bilgisi, duyarlılığı ve pratiği varsa, tasarım üzerinde etkinliği de o kadar çok olacaktır" (Clair, 1999: 5).

Beğuşur'un (2009) Türkiye genelinde Grafik Tasarım Eğitimi veren 24 üniversiteden 45 öğretim elemanı ile yaptığı araştırma bulgularına göre, tipografi eğitiminin, sanat eğitimcisi yetiştirmede çok önemli ve gerekli olduğu belirlenmiş, öğretim elemanlarının tipografi öğretimini planlarken farklı konu ve tekniklerden yararlanılarak uygulama yaptıkları ortaya konmuştur. Öğretim elemanlarının öğrenci çalışmalarını değerlendirmede; yaratıcılığa, özgünlüğe ve yazı karakteri seçimine önem verdikleri saptanmıştır.

Tipografik düzenlemenin en önemli öğesi ise şüphesiz yazı karakterleridir. Sarıkavak'a göre;

Yazı karakteri olarak adlandırılan ve İngilizce söylenişi ile dilimizde de kullanılan font, bir harf biçiminin yani bir ölçüdeki yani belli bir karakter sayısındaki bütün abecesidir. Aynı dizide,

ölçüde ve hizada, sayıları ve noktalama işaretlerini de içeren, bütün parçalarıyla öznel harflerin toplamasıdır (Sarıkavak, 1997: 11).

Özellikle görsel bir anlatım dili kullanmak için üniversite tercihi yapmış bireylerin tipografi konusunda kendini geliştirmesi gerekmektedir. Aksi halde tek ayağı olmayan sandalyeler gibi her an devrilme ve tökezleme tehlikesiyle karşı karşıyadırlar.

Grafik Tasarımda Tipografi

Grafik tasarım eğitimi; tipografi, görsel algılama, illüstrasyon, tasarım ilke ve elemanları gibi alanların yanı sıra, baskı teknikleri ve grafik tasarım için özel olarak üretilmiş bilgisayar programlarını kullanma becerilerini de kapsayan sanat eğitiminin önemli bir dalıdır. Grafik tasarım eğitiminin amacı; yayıncılık, baskı, tanıtım ve ambalaj sektörleri gibi alanlarda ürün verebilecek grafik tasarımcı adayları yetiştirmektir (Yücebaş, 2006: 16).

Fütürizm akımı ile birlikte tipografi, geleneksel yöntemlerden kurtulup görsel bir biçim olarak kullanılmaya başlanır, tasarımlarda okunabilirlik ilkesi temel alınmaz. Diyagonal karakterler kullanılır, metin küçük dekoratif karakterlerle bütünleştirilir, boyutlarla oynanır ve karakterler birbirine karıştırılır. Dadaist tipografi ise; bir gereklilik, bir karşı duruştur. Farklı karakter biçimleri ve çizgi boyutları kullanılır, dikey-yatay boyut yeniden yorumlanır ve mizanpajda, işlev sahibi olmayan çizgiler, yüzeyler ve dekoratif noktalamalar ile gravür gibi teknikler kullanılır. Bu tercihlerin nedeninin bir karşı duruş oluşturmanın yanı sıra, sözcüklerle iletilmek istenen anlamı güçlendirmek olduğu söylenebilir (Özpinar, 2009: 52).

Günümüz teknoloji çağında tipografi artık çok kolay ulaşılan ve derlenip düzenlenebilen, manipüle edilebilen bilgisayar fontlarıyla oluşturulmaktadır. Bu durum özellikle milenyumdan sonra yazının ne şartlarda nasıl kullanılmasının daha iyi bir ifade oluşturacağı bilgisi yanında bilgisayar teknolojileri alanında da yeterli bilgiye sahip olunması gerektiğini göstermektedir.

Tasarımda tipografik oluşumlar obje niteliği taşıması başka bir değişle; anlatımdan çok görsellik katması için veya anlatılmak istenenin yazı yoluyla iletilmesi amacıyla tercih edilir.

Yazıyı okunaklı kılan olgunun bir mantık sorunu olduğu kabul edilmektedir. Bu gerçekten bir mantık sorunu ise yazıyı okunaklı kılan bazı temel kuralların neden sık sık göz ardı edildiği de merak konusudur. Tasarımda okunaklılık ilk göz önüne alacağımız etmen olmayabilir ama sözcüklerin okunması gerektiğini de göz ardı etmemeliyiz (Reynolds, 1985: 1).

Helmut Schmid'e göre; "tipografi, konuşma sesiyle ve tonuyla da ilgilidir. Konuşurken yaptığımız iniş çıkışları tipografiye de uyarlamalıyız. Bağınmak ya da fısıldamak, ağır ya da hızlı konuşmak gibi bunların hepsi görsel iletişimin ifadesidir" (Shinkosha, 1980: 128).

Tüm sanat dallarını içine alan çiçek motifleri ve organik biçimlerin kullanıldığı, modern hareketin ilk evresini başlatan Art Nouveau hareketi uluslararası etkiye sahip bir stildir. Afiş yazı ve illüstrasyonun gibi görsel doruk noktasına ulaştığı bu dönemde; Coca Cola, American General Electric ve ilk kurumsal kimlik programı olarak kabul edilen AEG gibi firmaların amblemleri tasarlanarak günümüze kadar gelmiştir (Keleşoğlu, 2008: 14). Hem çağının hem günümüzün önemli tasarımları olan bu amblemler en ince ayrıntısına kadar irdelenmiş, öncü ve ilk kurumsal logo olmaları, sonucunda da vermek istedikleri imajı en iyi biçimde vermişlerdir. Yazı stillerinin firmayı yansıtmaları ve hedef kitesine hitap edebilmeleri nedeniyle tanınırlıkları artmıştır. Görüldüğü üzere font seçimi logo tasarımında önemli bir işleve sahiptir. Bu araştırma kapsamında da logo tasarımlarında kullanılan doğru ve yanlış tipografik örnekler ele alınmıştır.

Doğru Font Seçiminin Kullanıldığı Logo Örnekleri

Vogue, moda, güzellik, kültür, yaşam gibi pek çok bileşenden oluşan, Amerikan moda ve yaşam tarzı dergisidir. Vogue, 1892'de ABD'de haftalık bir gazete olarak başlamış ve yıllar sonra aylık dergi halini almıştır (vogue.com.tr).

Görsel 1: Vogue Logo Tasarımı (www.vogue.com)

Orta yaş ağırlıklı olmak üzere çok geniş bir bayan okuyucu kitlesine sahiptir. Basılmakta olan birçok moda yayınının aksine ciddi ve tutarlı bir çizgisi vardır. Karakterinin ciddiyetini yansıtmaları adına "Bodoni"

yazı karakterini logolarında tercih etmişlerdir. Bodoni yazı fontu; 1740 -1813 yılları arasında Parma'da yaşamış, tipografi tasarımcısı Giambattista Bodoni tarafından oluşturulmuştur. Bodoni yazı fontu aslında Giambattista'nın oluşturduğu tüm yazı stillerinin revize edilip bir araya getirilmiş halidir (giambattista-bodoni.com).

Karakter olarak Bodoni yazı stili, serifli, gövde kısımları kalından inceye doğru geçişli, kaligrafik tarza yakın anatomiye sahip, zarif ve ince bir yapıya sahiptir. Bu yapısal özelliklerinden serifli olması, firmanın ciddi ve ağır duruşunu çok iyi yansıtmaktadır. Gövde kısımlarındaki kaligrafik değişimler ince ve asil bir görünüm katarken aynı zamanda bir kadın bedeni zarafetini çok iyi temsil etmektedir. Tüm bu karakter özelliklerinin firmanın çizgisiyle uyumu düşünüldüğünde font seçiminin doğruluğu ortaya çıkmaktadır. Basılı alanların küçülmesiyle ince alanlar kayboldu da okunaklılık çok fazla azalmamakta bütünlük korunmaktadır.



Görsel 2: Youtube Logo Tasarımı (marka-logo.com)

YouTube, bir video sitesidir. Bu sitenin merkezi Amerika Birleşik Devletleri'ndeki San Bruno, Kaliforniya şehrinde yer almaktadır. Üç PayPal çalışanı tarafından 15 Şubat 2005'te kurulmuştur (travel.sygy.com). Çok büyük kısmı 15 ile 30 yaş arası gençlerin video yüklediği bu video paylaşım sitesi, insanların videolarına yorum ve beğeni alarak kendini tanıttığı, eğitim, faydalı bilgiler gibi alanlarda da insanlara yardımcı olmaya çalıştığı karşılığında izlenme oranına göre reklam bedeli ile kazanç elde ettiği bir web sitesidir. Tüm yaş aralıklarına hitap etse de genel kitleyi cinsiyet fark etmeksizin gençler oluşturmaktadır.

Logosunda "Alternate Gothic" isimli yazı stili tercih edilmiştir. Bu yazı stili 1872 ile 1948 yılları arasında Amerika'da yaşamış ve American type face (ATF)'in tasarım departmanının başkanlığını yapmış Morris Fuller Benton'a aittir (typedia.com).

Alternative Gothic yazı stili düz yazı stillerindedir. Sans-serif bir fonttur. Bu durum Youtube'un her kesime hitap ettiğini, yaş ve karakter farkı gözetmediğini sadelik ve düzlüğüyle ifade etmektedir. Tepe noktalar dar fakat gövde kısımları uzun bir yapısı vardır. Yapısının bu şekli ise firmanın yükselme ve gelişme hırsını iyi bir şekilde sembolize etmektedir. Harflerin göbek kısımları yuvarlak olmadığından, harfler daha ciddi bir hal almıştır. Anatomik yapısında tüm alanlar aynı et kalınlığına sahiptir. Serifsiz olması yazı karakterine, en çok hitap ettiği kesim olan gençlerin dinamik ve hareketli yapısını kazandırmıştır. Bold olarak tercih edilmesi ise logonun sağlam karakterini firmanın video yükleme platformlarındaki zirve konumuna perçinlemiştir.



Görsel 3: Vimeo Logo Tasarımı (vimeo.com)

Tıpkı Youtube gibi bir video paylaşım sitesi olan Vimeo, ABD'de Zach Klein ve Jake Lodwick

tarafından 2004 yılında kurulmuştur. Vimeo, Youtube'a doğrudan bir rakip olarak hizmet vermektedir. Ancak Youtube'a göre odağında daha çok film gibi uzun videolar vardır (vimeo.com). Youtube'a oranla gençlerin daha fazla ilgi gösterdiği kuruluş, bunun sonucu olarak yönünü neredeyse tamamen gençlerin beğeni ve isteklerine dönmüştür.

Yazı stili olarak "Black Rose" isimli bir stil tercih edilmiştir. Font karakter olarak el yazısına uygundur. Keskin hatlardan yoksun bu el yazısı biçimi, rahat ve dinamik bir karakter izlenimi yaratarak genç kullanıcılar tarafından logonun benimsenmesini sağlamıştır. Yazı stilinin bold oluşu daha dinamik ve hareketli görüntüsünü arttırmış ve logoya sağlam bir duruş vermiştir. Et kalınlığındaki hafif değişkenlik logonun hareket kazanmasına ve dinamik yapısının güçlenmesine katkı sağlamıştır. İnce, serifli bir yazı karakteri yerine kalın ve hareketli bir el yazısı tercih edilmesi, logoyu orta yaşa hitap eden klasik bir logo olmaktan çıkarıp firmanın hitap kitlesi olan genç kesimi çok iyi temsil eden bir tasarım haline getirmiştir.

SONY

Görsel 4: Sony Logo Tasarımı (sony.com)

Sony üreticilere ve profesyonel marketlere iletişim, video oyun konsolları ve bilgi teknolojisi üretiminde önemli rol oynamaktadır. Sony 5 bölümden oluşmaktadır. Bunlar; elektronik, oyun, eğlence, finansal servisler ve diğerleridir (www.sony.com).

Müşterileri genellikle gençler olsa da hemen hemen her yaş aralığı kullanıcı kitlesini oluşturmaktadır. Yaratıcı fikirler üretme açısından teknoloji dünyasında başı çeken firma, birçok elektronik alanına yatırım yapmaktadır.

Logolarında şirketin ciddiyetini, saygınlığını ve büyüklüğünü görselleştirmesi açısından ciddi bir font olan "Clarendon" yazı stilini tercih etmişlerdir. 1845 yılında yazı stili tasarlamaya başlayan Robert Besley'in asıl işi Londra belediye başkanlığıydı. Besley, Clarendon'u yarattığında İngiltere patente izin veren bir kanun tasarısını kabul etmişti. Sonrasında bu yazı tipi için patent alınmıştır. Halen ilk Kayıtlı yazı tipi olarak bilinir (luc.devroye.org).

Clarendon yazı stili, Sony'nin tam da istediği gibi ciddiyeti, ağırlığı ve gücü temsil eden bir fonttur. Serifli yapısı, firmanın keskin hatlarla belirttiği ciddiyetini çok iyi yansıtırken sivri hatları ve bold yapısı sağlam geçmişini ve gelecek planını ortaya koymaktadır. Firma oyun ve teknoloji alanıyla yakından ilgili genç kullanıcılarıyla, logosal bağlantı kurmak yerine, şirketin duruşunu ve ciddiyetini temsil eden bir yazı stili tercih etmiştir. Tercihini bu yönde kullanarak müşterilerine yönelik bir izlenim oluşturmaktansa rakiplerine gözdağı vermeyi seçmiştir.



Görsel 5: Facebook Logo Tasarımı (turbologo.com)

Facebook, insanların başka insanlarla iletişim kurmasını ve bilgi alışverişi yapmasını amaçlayan bir sosyal ağdır. Amerika menşeli firma, Alexa istatistiklerine göre dünyanın en çok ziyaret edilen ikinci sitesidir. İlk başlarda tamamen gençlere yönelik bir platform olan Facebook, son yıllarda birçok yaş ve kesime hitap eder hale gelmiştir. Birçok sosyal platformda söz ağırlığı kazanmış ve kendini her an geliştirerek kısa sürede değerini katlamıştır (theguardian.com).

Facebook yazı stili olarak "Klavika" fontunun espas aralıkları ve bazı harf karakterlerinin üzerinde oynanmasıyla elde edilmiştir. Serifsiz yazı fontu tercih ederek gençlere yönelik bir logo karakterleri oluşturmuş, bu tutumunu bold harfler tercih ederek daha da belirgin hale getirmiştir. Küçük harf tercihi ile daha samimi ve içten bir görünüm elde eden logo harflerin yumuşak karakteriyle sosyal alanda hizmet veren bir firmaya ait olduğunu göstermektedir. Tamamen yuvarlak hatlı olmayan harfler hem espas aralığının olabildiğince azalıp harfler arası bütünlüğü ve yakınlığını sağlarken, firmanın samimi karakterini de öne çıkarmıştır. Son olarak sitede ve logoda mavi renk tercihi, güven vermesini sağlarken asıl kullanılma amacı site kurucusu Mark Zuckerberg'in renk körü olmasıdır.



LEGENDARY

Görsel 6: Legendary Logo Tasarımı (legendary.com)

Legendary, Kaliforniya'da bulunan Amerikan medya şirkettir. Şirket, 2000 ve 2005 yıllarında Thomas Tull tarafından kurulmuş ve Warner Bros ile filmlerin ortak yapımı ve ortak finansmanı için bir anlaşma imzalamıştır. 2014 yılında Universal Studios ile benzer bir düzenleme başlatmıştır (legendary.com). Bilim kurgu ve mitolojik filmler üzerinden hizmet veren şirket, cinsiyet fark etmeksizin gençlere hitap etmektedir. Genellikle filmlerinde senaryoyu ciddi bir şekilde işleyen firma, insanların agresif duygularını harekete geçiren aksiyon filmleri çekimleriyle öne çıkmıştır.

Filmlere yaklaşım tarzını simgeleyen, ünlü tipograf Frederic W. Goudy'nin en iyi tipografik eserlerinden biri olan "Copperlate" fontunu logosunda tercih etmiştir (typographia.org). Tercihinde yazı fontun ciddiyeti öne çıkaran serifli yapısı, resmi ve ağır karakterli keskin harfleri, sabit bir et kalınlığı ve espas aralığıyla ayakları sağlam basan tarzı etkili olmuştur. Müşterileri yaş aralığının yapısına değil, filmlerinin yapısına göre bir logo tasarımı tercih etmişlerdir. Film şirketi olarak izleyicilerinin ne tarz filmlerle karşılaşacaklarını anlamaları açısından doğru bir seçim olarak kabul edilebilir.



Görsel 7: FedEx Logo Tasarımı (fedex.com)

Dünyanın en saygın şirketleri arasında yer alan FedEx Corporation, dünya çapında hava-kara transfer ve lojistik hizmeti sunan bir Amerikan şirkettir (fedex.com).

FedEx, lojistik piyasasında kendini zirveye çıkartmış bir firmadır. Gücünü yansıtmaya ama aynı zamanda her yaş ve kesime hitap etmesi için logosunda en meşhur yazı stillerinden "Helvetica"yı tercih

etmiştir. Helvetica'nın tasarımcısı Max Miedinger'dir. Miedinger; İsviçre yazıtipinin tasarımcısıdır. Helvetica olarak yeniden adlandırılan Neue Haas Grotesk yazı karakteri ile ünlüdür. Üstün İsviçreli teknolojinin sembolü olarak pazarlanan Helvetica hemen küresel başarıya imza atmıştır (www.linotype.com).

Yazı stili tercihinde Helvetica'yı tercih etme sebepleri, fontun sans-serif oluşu ve bu durumun her yaş, cinsiyet ve ekonomik duruma uygun olmasıdır. Harf kalınlıklarının eşit olması, harflerin dengeli ve düzgün olması firmanın kapsayıcı yanını çok iyi ifade etmektedir. Yazı stiline bold hali tercih edilerek sağlamlık ve güç logoya aktarılmıştır. Harf aralıkları sıfıra indirilerek yazı formu tek parça bir logo halini almış ve "Ex" kısmının arasında sağ tarafa bakan bir ok sembolü oluşması sağlanmıştır. Oluşan ok, firmanın geleceğe yönelik gelişme hedefini ve lojistik işinin temeli olan hareket etme olgusunu ifade etmektedir. Ne fazla hareketli ne durağan ne genç ne yaşlı ne klasik ne modern bir duruş kazanan logo firmanın yansıtmak istediği duyguları net bir şekilde ifade edebilmektedir.



Görsel 8: Twitter Logo Tasarımı (pngimg.com)

Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone ve Evan Williams tarafından Mart 2006 yılında oluşturulmuş ve 2006 yılında kullanıma açılan Twitter, kullanıcıların 140 karakter ile sınırlandırılmış "tweet" (Türkçe cıvılda) adı verilen gönderiler yazabildiği bir sosyal ağdır. 2013'te en çok ziyaret edilen 10 internet sitesinden biri olmuş ve "İnternetin SMS'i" olarak tanımlanmıştır. Mart 2016'da 310 milyon aktif kullanıcıya ulaşmıştır (tr.wikipedia.org). Günümüzün en büyük paylaşım sitelerinden biridir. Her meslek ve yaşta insan kullansa da genel kullanıcı kitlesi gençlerdir. Yüksekokul mezunu insanların daha sık kullandığı site, daha çok gazeteci, siyasi, sanatçı gibi göz önünde bulunan insanlar tarafından tercih edilmektedir.

Amblem olarak küçük bir kuş tercih edilmiştir. Cıvıltı anlamına gelen ismi de düşünüldüğünde logotype olarak daha yumuşak hatlı ve sempatik bir font seçilmesi normaldir. Firma "Pico Alphabet" isimli yazı stilini kendilerini temsil etmesi amacıyla tercih etmişlerdir. Yazı stili, tamamen yuvarlak hatlardan oluşan ama harf şekilleri köşeleri yumuşatılmış karelerden oluşan bir forma sahiptir. Yumuşak geçişler amblemde de kullanılan kuş şeklinin sevimliliğini çok iyi ifade etmektedir. Harflerin espas aralıklarının en aza indirilmesi, logotype'ın bütünlüğünü sağlamış, aynı zamanda dinamizmini göz önüne çıkartmıştır. Firmanın karakterindeki gayri resmi hava bu yazı stiliyle çok iyi görselleştirilmiş ve genel sosyal medya kullanıcıları kitlesi olan gençleri kendisiyle özdeşleştirmiştir.



Görsel 9: Digg Logo Tasarımı (dig.com)

Digg, genellikle politika, bilim ve diğer İnternet trendlerinin paylaşıldığı, oylandığı ve yorumlandığı bir haber paylaşım ve okuma platformu olarak ön plana çıkmaktadır (whatis.techtarget.com).

Ciddi meseleleri sosyal platformda samimi bir ortamda tartışma imkânı sağlayan site, yapısını temsil

etmesi açısından hem ciddi hem genç ve dinamik bir yazı stiliyle logosunu oluşturmuştur. "FFF Forward" isimli yazı stilinin yapısının bozulmasıyla oluşturulan logo, kare yapısıyla içeriğindeki konuların ciddiyetini yansıtırken, bold ve birbirine yaklaştırılmış harflerin dinamik duruşuyla ve serifsiz oluşuyla gayri resmi tartışma ortamını da ifade etmiştir. Ayrıca kullanılan mavi renk ciddiyeti ve olgunluğu ifade etmiş; fakat kalın hatlı harflerden oluşan beyaz logo bu ciddi rengi tam da istenilen ölçüde yumuşatmıştır.



Görsel 10: Disney Logo Tasarımı (disney.com)

Disney, büyüyerek Hollywood stüdyoları haline gelen Walt ve Roy Disney kardeşler tarafından 16 Ekim 1923 tarihinde kurulan animasyon stüdyosudur. Walt Disney Şirketi, American Broadcasting Company (ABC) ve ESPN (Entertainment and Sports Programming Network) gibi iki dev kuruluşun da sahibi olup Burbank, Kaliforniya'yı merkez seçerek yerleşmiş dev bir kuruluştur (studioservices.go.com). Hitap ettiği kesim tamamen çocuklardır.

Logo tasarımlarında kullandıkları yazı fontu firma için özel üretilmiştir. Harf hatlarının yumuşak ve kıvrımlı olması genç görüntüsünü, uzun ve kıvrımlı uzantıları dinamik ve üretken özelliklerini çok iyi ortaya çıkarmıştır. Harflerdeki et kalınlıklarının değişkenliği logoya gerçek bir kalemle çizilmiş izlenimi vererek içten ve samimi bir görüntü oluşturmuştur. Ayrıca bu durum logoyu dinamikleştirilmiş ve hareket vermiştir. Espas aralığının az tutulması logoyu daha dolgun ve bütün hale getirmiştir. Tüm bunlar düşünüldüğünde hitap ettiği yaşın karakterine fazlasıyla uygun bir tasarıma sahiptir.



Görsel 11: D'S Damat Logo Tasarımı (damattween.com)

Moda sektöründe geniş bir yelpazede ürün seçeneği sunan erkek giyim şirketi D'S Damat Türkiye'de tasarlanmakta ve üretilmektedir (damattween.com). Takım elbise, ayakkabı, kemer, kravat gibi giyim ürünlerinin klasik ve İtalyan tarzı çeşitlerini üretip satmaktadır. Kullandıkları yazı fontu serifli bir fonttur. Serifli fontlar ağır ve asil bir duruş sergilediklerinden bu firma gibi ciddi firmalar tarafından tercih edilmeleri yerindedir. Keskin uzantılar firmanın ciddi ve asil duruşunu yansıtırken, değişken et kalınlıkları logoya daha asil ve zarif bir görünüm kazandırmıştır. Firmanın klasik ürünler satan bir giyim firması olması bu seçimin doğruluğunu göstermektedir.



Görsel 12: Yahoo! Logo Tasarımı (www.kqed.org)

Yahoo firması ilk kuruluşunda arama motoru hizmeti veren, daha sonra e-mail haberleşme yolunda yatırımlar yapan bir internet firmasıdır. Teknoloji söz konusu olduğundan hitap kitlesi genellikle gençlerdir. Yahoo, ilk kullandığı logo tasarımında hem tırnaklı hem bütünlüğü bozulmuş bir font tercih etmiştir. Serifli harflerin ciddiyeti ile düzensizliğin ve deforme edilmiş harflerin bir arada kullanılması ifade karmaşasına sebebiyet vermiştir. Bu sebeple logoda değişikliğe gidilmiş ve gölge oyunları ile boyut verilmiş, sans serif, hem sivrilikleriyle ciddiyeti sağlayan hem hafif yay şeklinde gövdeli harfleriyle ve değişken et kalınlığıyla dinamizm verilmiş trajan benzeri bir font tercih edilmiştir. Yeni logo, tüm kullanıcılara eşit mesafede kalarak dengeli bir tutum sergilemektedir.



Görsel 13: T.C. Ziraat Bankası Logo Tasarımı (ziraatbank.com)

T.C. Ziraat Bankası A.Ş. Türkiye'deki üç kamu bankasından biridir. 1863'te, Osmanlı Devleti döneminde Mithat Paşa tarafından kurulmuştur.

Ahmet Şefik Mithat Paşa, 1863 yılında Pirot Kasabası'nda kurduğu ilk Memleket Sandığını oluştururken Türk gelenekleri arasında zaten var olan ve karşılıklı yardımlaşma esasına dayanan imece geleneğinden esinlenmiştir. 1867 yılında "Memleket Sandıkları Nizamnamesinin yürürlüğe girmesiyle Osmanlı Devleti'nin her yanında Sandıklar faaliyete başlamış ve uzun yıllar başarıyla hizmet vermiştir. 15 Ağustos 1888'de Menafi Sandıklarının yerine işlevlerini üstlenecek modern finans kuruluşu olarak Ziraat Bankası resmen kurulmuş, o tarihte faaliyette bulunan Menafi Sandıkları da Banka şubelerine dönüştürülerek faaliyete başlamıştır (ziraat.com.tr)

İlk başlarda banka olmanın ağırlığını yansıtmaya çalışılan serifli bir font tercih edilmiştir. Asil ve zarif duruşu desteklemesi açısından light hali kullanılan logo yine resmiyeti simgelemesi için tamamen büyük harflerden oluşturulmuştur. Daha sonra özellikle üniversite gençlerinin daha çok kullanmak zorunda kalması sebebiyle serifsiz ama ciddiyetini harflerin keskin duruşlarıyla koruyan, daha hafif ve dolgun, bir kısmı bold bir kısmı regular olarak kullanılan bir yazı fontuna geçilmiştir. Logonun güncel hali; modern, çağa uygun ve kapsayıcıdır.

Yanlış Font Seçiminin Kullanıldığı Logo Örnekleri



Görsel 14: Türk Telekom Logo Tasarımı (medium.com)

Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi, Türk Telekom PTT'nin telekomünikasyon ve posta hizmetlerinin birbirinden ayrılması sonucunda Türkiye'ye telekomünikasyon hizmetlerini sunmak amacıyla devlet tarafından kurulmuş şirkettir.

Yapılan özelleştirilmeden sonra tekrar 24 Şubat 2017 yılında yayımlanan kararname ile devlete ait yüzde 6,68 hissenin Türkiye Varlık Fonu'na devredilmesi kararlaştırıldı (turktelekom.com.tr). Sabit hat numaralarının hepsi bu şirkete aittir. 2017 yılında "Avea" isimli operatör şirketiyle birleşerek sabit hatların yanında internet ve cep telefonu numaraları konusunda da söz sahibi olmuştur.

Türk Telekom'un eski logosu solda, yeni logosu sağda yer almaktadır. Logolarının güncellenmiş hali, her kesime hitap etmesi açısından oldukça başarılıdır. Logonun serifsiz olması, regular yapısı ve yumuşak harf gövdeleri ise genel ağırlıklı kullanıcı kitlesi gençler tarafından benimsenmesini sağlamıştır. Ancak eski logonun yazı kısmında espas aralıkları fazla geniştir ve bu genişlik harfleri ayrı ayrı birer leke gibi göstererek logonun okunaklılığını düşürmekteydi. Ağırlığı olan bir kurum olmasına rağmen serifsiz yazı fontu firmanın sert duruşunu ötelemiştir. Harfler, sivri köşeleriyle gözü rahatsız eden bir yapıya sahiptir. Harflerinin ayrıklığı yazı şeklinin bold olarak tercih edilmemesiyle birleşince okunaklılık epey düşmüştür. Tüm bunlar düşünüldüğünde logotype, ne gerektiği kadar ağırdır ne de gözü rahatlatacak kadar akıcı ve okunaklıdır.



Türk Hava Kurumu

Görsel 15: Türk Hava Kurumu Logo Tasarımı (logovector.org)

Türk Hava Kurumu, Mustafa Kemal Atatürk'ün emriyle ülkemizde havacılık sanayisini kurmak; askeri, sivil, sportif ve turistik havacılığın gelişmesini sağlamak için 16 Şubat 1925'te tarihinde kurulmuş bir dernektir. Atatürk'ün talebi ile kurulduğunda "Türk Tayyare Cemiyeti" adını taşımaktaydı; 1935 yılında Türk Hava Kurumu (THK) adını almıştır (turkcebilgi.com). Kurum, devle destekli olması sebebiyle ağır bir duruşa sahiptir. Belirli bir kitleye hitap etmemektedir.

Logoda kullanılan amblemde uçak dengeli bir yerde durmamaktadır. Bu durum logonun dengesini bozmaktadır. Yazı stili, Türk Hava Kurumu'nun ciddiyetini yansıtamamaktadır. Bunun ana sebebi serifsiz ve ince bir yazı fontu kullanılmasıdır. Harf yapısının ince olması, amblemin üzerinde kaybolmasına sebep olmuştur. Kurumun ağırlığı espas açıklığı da dahil olmak üzere fontun sönük ve basit kalmasıyla sekteye uğratılmıştır. Harflerin gövde yapılarındaki tek düze kalınlık ise yazılı kısmı durağanlaştırmış ve amblemin vermek istediği hareketten uzaklaştırmıştır.



Görsel 16: EPDK Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu Logo Tasarımı (epdk.gov.tr)

Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu (EPDK) elektrik piyasalarının düzenlenmesi amacıyla 2001 yılında kurulmuştur. Daha sonra elektrik dışında doğal gaz, petrol ve LPG piyasalarının da düzenlenmesi görevi de verilmiştir. 1 Ocak 2005 yılı itibarıyla akaryakıt fiyatları dışında, bu alanlardaki her türlü düzenleme ve faaliyetleri kontrol etme yetkisine sahiptir (turkcebilgi.com).

Bir devlet kurumu olduğundan ciddi ve resmi bir imaja sahiptir. Genel takipçi kitlesi, orta yaş ve üzeri iş insanlarıdır. Takip eden kitlenin iş insanı ve yaş sınıfı olarak üst sınıftan olmaları kurumun ciddi ağır bir yazı stili seçmesini gerektirir. EPDK ise bunun yerine tırnaksız bir font tercih ederek ciddiyetinden ve ağırlığından, harflerin iç içe kullanımıyla hedef kitlesinin uygunluğunu temsil etmekten, bold bir tarz seçerek ağırbaşlı duruşundan ve resmi görünüşünden uzak kalmaktadır.

Catull Google

Görsel 17: Catull Google Logo Tasarımı (commons.wikimedia.org)

Amerikan Anonim Şirketi olan Catull Google; internet araması, çevrim içi bilgi dağıtımını, reklam teknolojileri ve arama motorları için yatırımlar yapan çok uluslu şirkettir. Larry Page ve Sergey Brin tarafından, Stanford Üniversitesi'nde doktora öğrencisi oldukları sırada kurulan bu şirket; internet tabanlı hizmet ve ürünler geliştirerek bunlara ev sahipliği yapar (google.com). Google, internet ortamının en büyük arama motorudur. Sunucusu fark etmeksizin bütün internet kullanıcıları Google kullanıcı kitlesi içerisinde yer alır. Hemen hemen her cinsiyet ve yaşta insan interneti aktif bir biçimde kullanırken ana kullanıcı kitlesi 15 – 30 yaş arası gençlerdir.

Google 2016 yılında logosunda kullandığı fontu değiştirmiş ve daha yenilikçi, daha kapsayıcı, modern ve dinamik, birçok fonttan esinlenerek yaratılmış, kendine özgü, sade ve düz bir font tercih etmiştir. Ama bu yenilikten önce uzun zaman "Catull" isimli bir fontu kullanmışlardır. Catull, serifli bir yazı fontudur. Google ise daha genç ve dinamik karakterli geneli kapsayan kullanıcı portföyüyle modern bir şirkettir. Serifli bir font kullanmak daha üst sınıf ve orta yaş üzeri insanlara hitap etmesine sebep olmuştur. Müşteri endeksli değil rekabet endeksli olan bu tutum çoğu büyük firma için doğru olsa da tamamen halktan beslenen böyle büyük bir firma için yanlış tercih olmuştur. Yazı stiline light yapısı ise daha asil ve ciddi bir görünüm vermiştir. Bu durum ise yine Google kullanıcılarının hepsi için geçerli bir karakter değildir. Modern bir yapıya sahip Google, kaligrafiye yaklaşılmış yazı stili ile daha klasik ve vintage havası estirmiş, bu sebeple asıl karakterini logosunda ifade edememiştir. Etkileşime açık yeni logosu ne kadar doğru bir tercihsen eski logosu o kadar hatalı bir tercihtir.



Görsel 18: Dacia Logo Tasarımı (tr.m.wikipedia.org)

Dacia, adını Romanya topraklarının eski adı olan Daçya'dan almıştır. Renault'un bünyesine geçen Romanyalı otomobil üreticisi Dacia, 1966 yılında kurulmuştur. Ayrıca Renault'un Romanya'daki markasıdır (tr.wikipedia.org).

Araba firmalarının sahip olması gereken ciddi ve ağır duruşu bir nebze hissettirse de serifsiz ve sade yapısı, oluşturduğu durağan ve hafif karakterle seçilen yazı stiline yanlış olduğunu göstermektedir. Harflerin esnek olmayan yapıları bütünlüğün oluşmasını engellemektedir ve okunaklılığı düşürmektedir.



Görsel 19: Dünya Spor Olimpiyatları Logo Tasarımı (www.olimpiyatkomitesi.org)

Dünya Spor Olimpiyatlarının Londra ayağıdır. Logosunda oynandığı tarih olan 2012 yılını resmetmeyi tercih etmişlerdir. Fakat bu uygulama, rakamların köşeli yapısı ve fazla resimsel oluşlarıyla okunaklılık açısından oldukça başarısızdır. Aynı zamanda "London" yazısı font bakımından ne olimpiyat ciddiyetini içerir ne de katılımcıların genç ve dinamik halini ifade eder. Ayrıca fontun bir kısmının sivri harfler içerirken bir kısmının yuvarlak hatlı harflerden oluşması anlam karmaşası yaratmıştır.



Görsel 20: RE/MAX Logo Tasarımı (commons.wikimedia.org)

Dünyada 95 ülkede ofisi bulunan bu ofislerinde yaklaşık 110.000 çalışanı olan (90.000 çalışanı gayrimenkul danışmanı) Remax, Amerika Birleşik Devletleri menşeli gayrimenkul şirkettir. 1997 yılından bu yana Türkiye'de faaliyettedir (remax.com).

Kullandığı logo da harf karakterleri doğru bir seçim olsa da espas aralıklarının çok kısa olması okunaklılığı olumsuz etkilemiştir. Harflerin iç içe olması, et kalınlığının "regular" oluşuyla birleşince karmaşa iyice artmış, logo amacına hizmet etmeyen bir logo halini almıştır. Bunun yanında emlak işi ile ilgili bir çağrışımında bulunduramamaktadır.

Sonuç

Grafik tasarımda logo tasarımı diğer birçok tasarım öğesinden daha önemli bir konuma sahiptir. Az ve öz şekilde firmanın sektörünü, hedef kitesini, hedefini ve gücünü alıcılara aktarmakla görevlidir. Logo tasarımı sağlam yere basmayan firmaların diğer kurumsal tasarımları estetik ve güç bakımından sağlam kalamayacaktır. Özgün ve yaratıcı düşünce etrafında şekillenen, amacına uygun tarzlarda tasarlanmış logolar ise tasarlandıkları firmaların hedef kitlesi, firmanın karakteri, iş sahası gibi birçok faktörü net bir şekilde ifade edebilmekte ve firmanın kimliğini oluşturmaktadır. Ticari firmalar, rakiplerinden verdikleri net mesaj ve oluşturdukları sağlam duruşlarından gelen güvenle ayrılır. Bu duruşu herkes tarafından görünen yüzleri logolarıyla gösterirler.

Logo tasarımları, simge, renk, desen ve tipografi gibi belli başlı öğelerden oluşur ve bu öğeler üretilen logonun firmayla ilişkisi adına özenle seçilmeli ve dengeli bir biçimde yerleştirilmelidir. Ele aldığımız tipografik düzenleme ve font seçimi ise içlerinden logo karakterini en çok şekillendiren unsurdur. Bütün öğeler doğru ve dengeli seçimlerle logoyu oluştursa dahi font seçimi logo oluşturulan firmaya uygun değilse logo ifade edilmek istenilen mesajı iletmez. Fontların zihinde oluşturduğu algılar firmanın özünü teşkil etmelidir. Durağanlık, dinamiklik, sadelik ya da klasiklik yazı stillerinin oluşturabileceği algılardan bazılarıdır. Bu algılar fontların serifli ya da sans-serif, kalın ya da ince, kaligrafik ya da düz yazı şeklinde olmaları sayesinde ortaya çıkar ve yazı karakteri ile firma karakteri uyumsuzsa firma kimliğini ifade edeceği en önemli reklam aracından mahrum kalır.

Sadece firmalar açısından değil şehirlerin görsel zenginliği açısından da logolar ve logoda kullanılan tipografik seçimler çok önemlidir. Kaliteli logo tasarımları tabelalarda denge ve estetiği halka sunarak caddelerin güzel görünmesine katkı sağlar. Sadelik ve estetik kaygısı güdülerek oluşturulan logolar bir araya gelerek şehir merkezlerinde görsel şölen oluşturmakta ve şehrin gelişmişliğini gözler önüne sermektedir. Özünde, gelişmiş şehirler ticari ve ekonomik olarak kalkınmış şehirlerdir ve ekonomik şartları yüksek ticari işletmeler, reklam ve tasarım açısından güçlü işletmelerdir.

Özetle bir ülkenin gelişmişliğini görsel olarak temiz caddeleri, caddelerin görsel temizliğini içerdikleri tabelalar ve tabelalardaki logo tasarımları gösterir. Aynı zamanda bir firmanın gücünü logosu belirlerken, bir logonun gücünü ve karakterini tipografisi belirler. Tüm bu sebeplerden dolayı logo tasarımlarında tipografi seçimi birçok açıdan önemlidir.

Kaynaklar

- Art Directory (2022). Giambattista Bodoni (18.10.2022). <http://www.giambattista-bodoni.com>
- Becer, Emre. İletişim ve Grafik Tasarım, Ankara: Dost Yayınevi, 1997.
- Benuşur Tufan, Şirin. Atölye (Grafik) Dersinde Öğretim Elemanlarının Yazı ve Tipografi Öğretimi Uygulamalarına İlişkin Görüşleri. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Ana Bilim Dalı, 2009.
- Catull Google (2022). Garajdan Googleplex'e (06.09.2022). <https://www.google.com/intl/en/about/our-story/>
- Clair, Kate. A Typographic Workbook, A Primer to History, Techniques and Artistry. New York: John Wiley&Sons Inc, 1999.
- D'S Damat (2020). Tarihçe (18.11.2022). <https://www.damattween.com/tarihce>
- Fedex (2022). Fedex Hakkında (22.12. 2022). <https://www.fedex.com/tr-tr/about.html>
- Friedl, Friedrich, Ott, Nicolaus (Editor), Stein, Bernard (2023). Font Designer- Max Miedinger (22.12.2022). <https://www.linotype.com/522/max-miedinger.html>
- Gen3Creative (2022). Grafik Tasarım (10.10.2022). <https://www.gen3.com.tr/tasarim/grafik-tasarim.html>
- Keleşoğlu, Bengisu. Grafik Tasarımda Tipografinin Sesi, Sesin Tipografisi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Ana Sanat Dalı, 2008.
- Legendary (2022). About (18.09.2022). <https://www.legendary.com/about/>
- Luc Devroye (2022). Robert Besley (20.12.22). <http://luc.devroye.org/fonts-40003.html>
- Lutkevich, Ben (2021). Social Media (18.11. 2022). <http://whatis.techtarget.com/definition/Digg>

- Özpinar, Ceren. *Sanat Dünyamız*. Ankara: Yapı Kredi Yayınları, 2009.
- Philips, Sarah. "A Brief of Facebook" (Wed 25 July 2007) 20.12.2022. <https://www.theguardian.com/technology/2007/jul/25/media.newmedia>
- Remax (2022). *Remax History* (05.09.2022). <https://news.remax.com/history>
- Reynolds, Linda. *Yazının Okunaklılığı*. Çev. Mehmetşan Yıldızhan yönetiminde, Gül Gürdamar, Seyran Deniz, Nazan Tekbaş, Şenay Ürek, Ebru Eryılmaz. Basım: İhsan Ötken, 1985.
- Sarıkavak, Namık Kemal. *Tipografinin Temelleri*. Ankara: Doruk Yayınları, 1997.
- Sarıkavak, Namık Kemal. *Çağdaş Tipografinin Temelleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2004.
- Sarıkavak, Namık Kemal. *Çağdaş Görsel İletişim ve Grafik Tasarımda Çağdaş Tipografinin Temelleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2009.
- Shinkosha, Seibundo. *Typography Today*. Tokyo: Dainippon Printing Co. Ltd., 1980.
- Sonny (2022). *Who We Are* (18.09.2022). https://www.sony.com/en_us/SCA/who-we-are/overview.html
- Tepecik, Adnan. *Grafik Sanatlar (Tarih-Tasarım-Teknoloji)*. Ankara: Detay&Sistem Ofset, 2002.
- Türkçe Bilgi (2022). *Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu* (12.12.2022). https://www.turkcebilgi.com/enerji_piyasasi_duzenleme_kurumu
- Türkçe Bilgi (2022). *Türk Hava Kurumu* (19.12.2022). https://www.turkcebilgi.com/turk_hava_kurumu
- Türk Telekom (2022). *Hakkımızda* (09.11.2022). <https://www.turktelekom.com.tr/hakkimizda/sayfalar/ilk-bakista-turk-telekom.aspx>
- Typedia (2022). *Morris Fuller Benton* (18.11.2022). <http://typedia.com/explore/designer/morris-fuller-benton/>
- Vogue (2022). *Vogue Türkiye* (12.11.2022). <http://vogue.com.tr/kurumsal/hakkimizda>
- Wikipedia (2022). *Dacia* (07.09.2022). <https://tr.wikipedia.org/wiki/Dacia>
- Wikipedia (2022). *Twitter* (17.12.2022). <https://tr.wikipedia.org/wiki/Twitter>
- YouTube (2022). *Youtube* (22.09.2022). <https://travel.syggic.com/tr/poi/youtube-poi:19397954>
- Yücebaş, Çınla. *Grafik Tasarımda Görsel Bütünlük Oluşturmada Tipografi ile Görseller Arasındaki İlişki ve Sanat Eğitimindeki Yeri*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Ana Bilim Dalı, 2006.
- Ziraat Bankası (2022). *Bankamız Tarihçesi* (07.09.2022). <http://www.ziraat.com.tr/tr/Bankamız/Hakkimizda/Pages/BankamızTarihcesi.aspx>

Görsel Kaynaklar

- Görsel 1: Vogue. <http://vogue.com.tr/kurumsal/hakkimizda>. (Erişim Tarihi: 12.09.2022).
- Görsel 2: Youtube. <https://marka-logo.com/youtube-logo/> (Erişim Tarihi: 22.12.2022).
- Görsel 3: Vimeo. <https://vimeo.com>. (Erişim Tarihi: 22.09.2022).
- Görsel 4: Sony. <https://www.sony.com> (Erişim Tarihi: 20.12.2022).
- Görsel 5: Facebook. <https://turbologo.com/tr/blog/facebook-logo/> (Erişim Tarihi: 18.10.2022)
- Görsel 6: Legendary. <https://www.legendary.com>. (Erişim Tarihi: 18.10.2022)
- Görsel 7: Fedex. <https://www.fedex.com/> (Erişim Tarihi: 22.10.2022)
- Görsel 8: Twitter. <https://pngimg.com/image/26972>. (Erişim Tarihi: 17.10.2022)
- Görsel 9: Digg. <https://digg.com>. (Erişim Tarihi: 18.09.2022)
- Görsel 10: Disney. <https://www.disney.com.tr>. (Erişim Tarihi: 18.10.2022)
- Görsel 11: D'S Damat. <https://www.disney.com.tr>. (Erişim Tarihi: 12.10.2022)
- Görsel 12: Yahoo!. <https://www.kqed.org/news/109966/like-yahoos-new-logo-or-prefer-the-old-one> (Erişim Tarihi: 01.10.2022)
- Görsel 13: Ziraat Bankası. <https://www.ziraatbank.com.tr/tr>. (Erişim Tarihi: 12.10.2022)
- Görsel 14: Türk Telekom. <https://medium.com/antrepo/turk-telekom-logosunun-anatomisi-74b7f11a3b23>. (Erişim Tarihi: 09.09.2022)
- Görsel 15: Türk Hava Kurumu. <https://www.logovector.org/logo/turk-hava-kurumu/>. (Erişim Tarihi: 05.09.2022)

Görsel 16: EPDK Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu <https://www.epdk.gov.tr>. (Erişim Tarihi: 19.09.2022)

Görsel 17: Catull Google. <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Catull-google.png> (Erişim Tarihi: 05.10.2022)

Görsel 18: Dacia. https://tr.m.wikipedia.org/wiki/Dosya:Dacia_Logo_new.jpg. (Erişim Tarihi: 23.09.2022)

Görsel 19: Dünya Spor Olimpiyatları. <https://www.olimpiyatkomitesi.org.tr/Olimpiyat-Oyunlari-Detay/1/1>. (Erişim Tarihi: 22.09.2022)

Görsel 20: Remax. https://commons.wikimedia.org/wiki/File:REMAX_logo.svg. (Erişim Tarihi: 01.09.2022)



EXAMINATION OF TYPOGRAPHIC ELEMENTS USED IN THE SCOPE OF LOGO DESIGN

Sofya Cihan CANBOLAT

ABSTRACT

One of the most important problems of today's advertising world is logo designs that cannot represent businesses and their work. The most important reason for this is that the fonts used in the logos are chosen incorrectly. Each typographic formation evokes different thoughts in the human mind. This event can be thought of as the spiritual change that occurs when listening to classical music and modern rock music, or the picture drawn with sharp lines and colors from the paintings in which the same object is depicted, stimulating harder dynamic feelings than the picture created with softer lines. The fact that the society determines brand preferences according to the emotions formed in them reveals the importance of the logotype design that accurately describes the company. It is wrong to choose a soft and full font in a suit store, as it is wrong to use a font with nails in a children's clothing company. This research was carried out in order to reveal the importance of the fonts used while creating logo designs.

Keywords: Graphic design, logo design, typography, text, font