

Grafik Tasarımda Minimalistleştirilen Ünlü Logolar ve Amblemler ile Sık Kullanılan Fontlar Arasındaki Etkileşim¹

Sena YILDIRIR²

ÖZ

Grafik tasarımda sık kullanılan fontlar, ünlü firmaların amblem ve logolarında minimalistleşmeyi tercih etmeleri, aralarındaki etkileşimler gibi tanımlara bu çalışmada yer verilmektedir. Logo tasarım tarzının kullanılacak yazı karakterine yön veriş ya da kullanılan yazı karakterindeki sadelik ve netliğin logo tasarımını nasıl yönlendirdiği logoların bu süreçte nasıl minimalistleştiği, çalışmayı oluşturan ana unsurdur. Çalışmada Apple Logosu, Google Logosu, McDanold's, Adobe logosu veya amblemi gibi gelişimi en bilinen ve göz önünde olan tasarımlar ele alınırken, sık kullanılan yazı karakterinden olan Helvetica, Myriad gibi yazı karakterleri üzerinden inceleme yapılarak neden tercih edildiklerine odaklanılmaktadır. Konu başlıkları üzerinden yapılan literatür taramasında fontlar, logolar, amblemler ve minimalist tasarımlar arasındaki etkileşim ve uyum incelenmiştir. Çalışmada döneme ağırlığını koyan minimalist tasarım tarzı açıklanmış, zamanla ön planda olması muhtemel minimalist tasarım anlayışı vurgulanarak gelecekte tasarımların nasıl şekillenebileceğine dair bir yol gösterilmeye çalışılmıştır. Tasarımlarda sadeleştirme, anlatılmak istenen tüm hikâyenin daha az ifade ile ortaya konduğu düşünüldüğünde genel kanının aksine basit değil zor gibi görünmektedir. Son yıllarda minimalist tasarımlar genel bir beğeni kazanarak en çok tercih edilen tasarım tarzı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Font Tasarımı, Grafik Tasarım, Tipografi, Minimalist Logo, Minimalist Amblem*

¹ Geliş Tarihi: 21 Kasım 2021- Kabul Tarihi: 16 Şubat 2022

² Yüksek Lisans, İstanbul Aydın Üniversitesi Lisanüstü Eğitim Enstitüsü, Görsel Sanatlar
Orcid No: 0000-0001-7079-2152 senayildirir@gmail.com – Prdio Ajans – Grafik Tasarımcı
DOI: 10.17932/IAU.SANAT.2015.015/sanat_v06i12008

Interaction Between Famous Minimalist Logos and Frequently Used Fonts in Graphic Design

ABSTRACT

This study includes the fonts that are frequently used in graphic design, the preference of minimalism in logos of famous companies, and the interactions between these preferences. The main elements of the study are how the logo design style directs the font to be used or how the simplicity and clarity of the font used directs the logo design, and how the logos become minimalist in this process. While the most well-known and prominent designs such as the Apple Logo, Google Logo, McDonald's, Adobe logo are discussed in the study, it is also focused on why they are preferred by examining the frequently used fonts such as Helvetica and Myriad. The interaction and harmony between fonts, logos, emblems, and minimalist designs are examined in the literature review based on the subject headings. In the study, the minimalist design style that plays a significant part in the period is explained and the way how designs might be formed in the future is instructed by emphasizing the minimalist design which may be at the forefront in the future. When it is considered that the whole story to be told is executed with less expression, the simplification process of designs is it seems difficult. In recent years, minimalist designs have gained a common appreciation and emerged as the most preferred design style.

Keywords: *Font Design, Graphic Design, Minimalist Emblem, Minimalist Logo, Typography*

Giriş

Günümüzde çok çeşitli font tasarımları olmasına rağmen yakın dönemde yapılan birçok grafik tasarımda ve film afişinde belli başlı fontların daha sık kullanıldığı dikkat çekmektedir. Yıldız ve Keş' e (2017) göre

“21 yüzyılda yapılan font tasarımlarında okunurluk ilkesinin ön planda olduğu gözlemlenmiştir. Yeni yüzyılda hem basılı üründe hem de ekran üzerinde okunurluğu sağlamak için fontlar elverişli hale getirilmeye çalışılmıştır. Okunurluk konusu bağlamında 20. yüzyıl öncesinde tasarlanan yazı karakterleri, yeniden ele alınarak geliştirilmiştir”

Sık kullanılan fontlar ise okunurluk bağlamında incelendiğinde en uygun bulunan fontlardandır. Bu fontlar sadece okunurluğuyla değil sade tasarımlarıyla olduğu kadar modern çağın minimalist tasarımlarına kolay uyum sağlamalarıyla da tercih edilmeye devam edilmiştir. Tasarım alanında modernleşmeye gidilen günümüzde minimalistleşme de büyük bir önem kazanmıştır. Minimalist tasarımlarda yalınlık ve sadelikle verilmek istenen mesajın anlaşılır şekilde verilmesi, günümüzde bu tasarımların daha çok tercih edilmesinin yolunu açmıştır. Minimalistleşme sadece fontlarla sınırlı kalmayıp tipografinin genel yapısında da kendini göstermiştir. Tipografi, yazı karakterlerinin metindeki genel düzenlenmesi olarak tanımlanabilmektedir. Yazılardaki okunurluğun önemi dışında genel sayfa düzenlemeleri de sadece amaca hizmet edecek şekilde sade ve yalın düzenlenmeye başlamıştır. Sadelik ve yalınlık bu kadar ön plandayken bunu özgün bir tasarımla buluşturmak ve başarılı bir sonuç ala-

bilmek modern çağda grafik tasarımcıları hem çok zorlayan hem de çok fazla tecrübe gerektiren bir tasarım alanı olmuştur. Grafik tasarım alanında minimalist tasarımlar oluştururken az ve öz tasarımla markanın hikayesini anlatmak, görsel bütünlük oluşturmak, tasarımlarda hem zıtlıklar yaparak dikkat çekmek hem de sadeliği korumak tasarımcıları zorlamaktadır. Minimalist tasarımlar sadeliğiyle kolay ve basit bir izlenim uyandırır da aktarılmak istenen mesajı hem küçük bir logo ya da yazıya sığdırmak hem de bir tasarım ürünü ortaya çıkarmak geniş bir bilgi birikimi gerektirmektedir.

Grafik iletişim yaklaşık 30.000 yıldır var olsa da modern grafik tasarım matbaanın gelişmesi ve tasarımcıların baskı için metin imgeleri hazırlamasıyla gündeme gelmiştir. Tasarım süreci teknolojinin seri çoğaltımı ucuzlaştırmaya başlaması ile kitle iletişim çağı olarak modern grafik tasarımın gelişmesinin önü açılmıştır. Modern çağ ile grafik tasarımda eski karmaşık el çizimi tasarımları yerini daha dijital, net ve sade tasarımlara bırakmıştır.

Grafik Tasarımda Font

“Font, yazı karakterlerinin belli ölçü ve oranlarda, belli bir dizide sayıları ve noktalama işaretlerini de içine alacak şekilde kapsayan yazı karakter takımı olarak ifade edilmektedir” (Sarıkavak, 2009: 45-46). Font, ayrıca kullanmış olduğumuz yazılarda boy, uzunluk, genişlik gibi birçok farklı açıdan tasarlanmış olan yazı tipleri olarak ifade edilmektedir. Font tasarımları ttf – otf gibi uzantıları olan ve bilgisayara yüklenebilen dijital dosyalardan oluşmaktadır. Fontlar görsel açıdan hayatımızda çok önem taşımaktadırlar. Reklam panolarında, televizyon kanallarında, afişlerde, telefonlarımızda, iletişim amaçlı birçok

alandaki font tasarımları kullanılmaktadır. Fontların farklı tasarımlar içermesi ise kullanım alanları açısından kolaylık sağlamaktadır. Özellikle 2000’li yıllardan sonra teknoloji alanında yaşanan hızlı değişim ve gelişimler yaşamımızda yeni alışkanlıklar edinmemize neden olmuştur. *Önceleri yazılar kâğıt veya benzer materyallere basılı durumda okunurken günümüzde dijital ortamlarda tercih edilmektedir* (Özdemir, 2017: 64). Dolayısıyla içinde bulunduğumuz dönemde binlerce font dosyası kullanıcıların kullanımındadır.

Bilindiği üzere font ile tipografi birbirine bağlıdır. *“İlk kez Gutenberg’in metal harf kullanımında karşımıza çıkan tipografi, geleneksel metotlarla metal kalıp kullanılarak metnin basılması olarak ifade edilmektedir”* (Yıldız ve Keş, 2015: 333). Tipografinin grafik tasarımındaki yeri bir metne görsel olarak fikir vermek biçiminde tanımlanmaktadır. Tipografi yazının genel düzenlenmesi yani satır arası boşlukları, paragraf hizalamaları, harf arası boşluklar gibi düzenlemeler ile ilgilenmektedir. Font ise tipografinin tasarımsal farklılıklarına katkı sunmaktadır. Bu bağlamda font ve tipografi grafik tasarım için oldukça önemli bir yere sahiptir.

Minimalizm

Tarihi süreç içinde ilk kez politika alanında kullanılan minimalizm kelimesi, sanat alanında ilk kez 1929 yılında David Burliuk tarafından bir resmin değerlendirilmesinde kullanılmıştır. Minimalizm akımı ise eserlerin ruhuna vurguda bulunan tüm bileşenleri en aza indirgeyerek sadeliğe ve öze erişmeyi amaç edinen bir yapıda bulunmaktadır. Minimalizm akımı 1940’lardan gelişim göstererek tam anlamıyla 1960’lı yıllarda ortaya çıkmıştır (İlbar, 2019: 3).

Bilindiği üzere minimalizm akımı mimarlıktan heykelle, görsel sanatlardan grafik tasarıma kadar birçok alanda önemli bir konuma sahiptir. *“1961 yılında düşünür Richard Wollheim ile üç boyutlu yapıtlar ve heykeller ile ilgili kullanılan kavram, 1960’lı yıllardan itibaren ise resimde kullanılmaya başlanmıştır”* (Erzen, 1997: 1260). *“İlerleyen yıllarda bir görüş minimalizmi, modernizmin çöküşü olarak nitelemekte ve bu nedenle modern ve post modern arasında yaşanan bu dönem geçiş süreci olarak ifade edilmektedir”* (Meyer, 2001: 3-5).

Heykel ağırlıklı bir sanat akımı olarak görülen minimalizm, bir sanat yapıtının yalnızca kendisi hakkında bilgi vermesi gerektiğini ifade etmektedir. Minimalist sanatçıları ileri sürdüğü bu görüş Amerika kaynaklı olarak görülmektedir. Bir başka ifade ile de *“minimalizm Amerikalı sanatçıların öncülüğünü yaptığı bir sanat akımı olarak bilinmektedir”* (Antmen, 2000: 50). Minimalizm, temel tasarım öğeleri ve ilkeleri kullanılarak içeriği muhatabına en kısa yoldan ulaştırmanın yolu olarak ifade edilebilmektedir.

Minimalist Logo ve Amblemler

“Minimalizm genel olarak sadelik ve yalınlık kelimeleri ile ifade edilebilmektedir” (Haksever, 2021: 59). Minimalizm 20. Yüzyıl başlarında kendisinden önce gelen akımların birikimiyle meydana gelmiş ve söz konusu bu akımların fikirleri ile şekillenmiştir. Genel olarak değerlendirildiğinde ise minimalizm, *“süslemeyen ve dekoratif öğelerden uzak sade özellikte bulunan bir akım olarak nitelendirilebilmektedir”* (Haksever, 2021: 65-69).

Minimalizm’de sadelik ve yalınlık tercih edilerek öncelikle objenin ve mekânın ön

plana çıkarılması sağlanmıştır. Bir başka ifade ile esas olana öncelik verilmektedir. Minimalist bütün tasarımlar temel olana indirgenmekte ve saf bir tasarım elde etmek için tüm süslemelerden kaçınılmaktadır. *Günümüzde dijitalleşen her şeyde görsel kültürün öne çıkması tasarım alanında da yapılan çalışmaların önünü açmıştır* (Bürge, 2020: 275). Minimalist tasarım daha az görsel ve yazı ile çokça şeyi ifade edebilmektedir. Tasarımın sade olması onun basit veya kolay olduğu anlamına gelmemektedir. Minimalist bir tasarım için çalışan tasarımcının diğer tasarımcılardan daha deneyimli ve kendini geliştirmiş olması gerekmektedir. Çünkü anlatılmak isteneni sade ve yalın şekildeki tasarımla anlatmak diğerlerine göre daha zor olmaktadır. Minimalist bir tasarımda kontrast dengesi ve görsel bütünlük de oldukça önemlidir. Minimalist bir logo tasarımında çarpıcı bir arka plan kullanarak logo daha ön plana çıkarılmakta ve görsel bütünlük sağlanabilmektedir. *“Minimalizm, süslü ve abartılı tasarımlardan kaçınarak sadeliği savunmuş ancak içeriğinde basitleşmesine müsaade etmemiştir”* (Bürge, 2020: 276). Minimalist tasarımların son zamanlarda ön planda olması yapılacak yeni tasarımların hepsinin minimalist olması gerektiği anlamına gelmemektedir. Minimalist bir tasarım yaparken hedef kitleye, firmaya veya kullanılacak alanlarla uygunluğu önemlidir. Günümüzde hedef kitleye daha kolay ulaşabilmesi ve daha akılda kalıcı bir yapıya bürünebilmesi için tasarımlar her alanda sadeliğe doğru evrilmektedir. *Kurumsal kimliğin değişmez önemli öğesi olan logo ve amblem tasarımlarında ise marka bilinirliği oluşturmak, akılda kalıcı ve dikkat çekici öğeleri kullanmak ise sadelik ve yalınlıkla gerçekleşebilmektedir* (Haksever, 2021: 75-81). Günümüzde kullanılan IBM



Şekil 1. Geçmişten günümüze IBM logo tasarımları

“Logo ve amblem tasarımında minimalizmin önemli örneklerinden olan ve 1950’li yıllarda Paul Rand tarafından oluşturulan IBM ve Westinghouse logoları tasarlanırken uzun süreli kullanım ve işlevselliğinin korunması amaçlanarak minimalist bir yaklaşım dikkate alınmıştır” (Bektaş, 1992: 165).

yılına kadar kullanılan sekiz çizgili tasarımdan oldukça farklı bir hale gelmiştir. Bu logoda şirket adı kısaltması ana dikkörtgen içinde yer almaktadır. Bu tasarımdaki yorum kuruluşun müşterilerine sağladığı istikrar ve sorumluluğu temsil etmektedir.



Şekil 2. Önceki dönem Westinghouse logo tasarımı



Şekil 3. Günümüzde kullanılan Weatinhouse Logosu

Paul Rand tarafından tasarlanan Westinghouse logosu, tasarlandığı 1959 yılından günümüze çeşitli kereler değişime uğramıştır. Bu tasarımın tarih boyunca akılda kalıcı olmasının en önemli nedeni tasarlanma aşamasında logo dünyasının en iyileri ile gerçekleştirilmiş olmasıdır. Paul Rand, 1959 yılında bu logonun tasarlanması esnasında ünlü mimar ve endüstriyel tasarımcı Eliot Noyes ve fotoğrafçı Herbert Matter ile grafik tasarımcı Charles Eames ile iş birliği yapmıştır. Westinghouse logosunun rengi mavi renk ile su ve yüksek sıcaklık unsuru ifade edilmektedir.



Şekil 4. Google amblem tasarımları

Google logosuna bakıldığında ise yine 1997'den 2015'e doğru gitgide minimalist tasarıma ayak uydurmakta olan bir tasarım süreci görülmektedir. Google logosu ilk zamanlarda "sans-serif" yazı karakterini kullanırken en son tasarladığı logoda "product sans" yazı karakterini kullanmaktadır. Bu

yazı karakteri değişimi minimalist logo tasarımlarına uyum sağlayarak modern bir çalışma ortaya çıkarmaktadır. İlk logoyu Google'un kurucularından olan Sergey Brin tasarlamıştır. Daha sonraki tasarımları ise Ruth Kedar tarafından yapılmıştır. Lego oyuncaklarından doğan renkleriyle Google logosu günümüze kadar gelmiştir. Günümüzde ciddi kurumsal firmaların logo tasarımları göz önüne alındığında her birinde sadeleşmeye gidildiği ve minimalist bir yaklaşım ile ele alındığı görülmektedir. Dünya genelinde bir incelemede bulunmak gerekirse Apple firmasının geçmişten günümüze logo değişimi göstermektedir ki; yıllar içinde firma logo tasarımında minimalist yaklaşımı tercih ederek sadeleşmeye gitmiştir.

Apple'ın 1976 yılında tasarlanan logosu gravür tarzında karmaşık bir yapıdan zaman içinde sadeleşerek günümüze kadar gelmiştir. Elma ağacı altında oturan Isaac Newton ve hemen kafasının üstünde alt kısmına leke atılarak ön plana çıkan elma düşünülerek tasarlanmıştır. Zamanla amblem, tasarım ve ürün anlayışı doğrultusunda modernleştirilerek ve minimalist tasarımlara öncülük yapacak şekilde sadeleştirilmiştir. İlk halindeki bütün karmaşıklıktan arındırılmış hikâyenin ana unsuru belirlenmiş ve bu unsur en sade hali olan daha modern, mesajı ileten ve yalınlığıyla dikkat çeken bir tasarıma dönüştürülmüş-



Şekil 5. Apple logosunun geçmişten günümüze değişimi

tür. 1977 yılında gerçekleştirilen tasarımda ise ilk renkli Apple bilgisayarlara atıfta bulunmuş olup, logo sonrasında tek renge indirgenmiş ve son olarak da metalik bir görünüme sahip olmuştur.

Bir başka örnekte ise Pepsi firması ilk logo tasarımlarında süslemeli ve tipografik öğelerin egemen olduğu tasarımdan zamanla daha modern ve sade logolar oluşturulmuştur. Pepsi logosu küre şeklindeki dönen kırmızı, mavi ve beyaz renkli tasarımı nedeniyle "Pepsi Globe" olarak tanımlanmaktadır. Günümüzde kullanılan "Pepsi Globe" logosu, yeni tasarlanan harf tipinde bir gülümseme ifadesini yansıtmaktadır. Yeni tasarımda yapılan değişiklikler ile hareketi temsil etmek, dünyanın sürekli



Şekil 7. Mcdonald's ambleminin tarihsel gelişimi



Şekil 6. Pepsi logosunun geçmişten günümüze değişimi



Şekil 8. Burger King logosunun geçmişten günümüze değişimi

hareketini Pepsinin ilerleyişi ile bağdaştırarak bir felsefe olarak nitelendirilmiştir.

McDonald's ambleminin tarihsel sürecinde de minimalizm etkileri görülmektedir. 1940'larda tasarlanan tipografinin hâkim olduğu logo sadece marka ismini taşımaktadır. İlk tasarımda serifli ve farklı yazı karakteri birlikteliğinden oluşan bir dikdörtgen şekli oluşturulmuştur. Daha sonra logo biraz daha dikkat çekici hale getirilmek istenmiş ve kontrast etkisi artırılmış fakat bu tasarımı daha kalabalıklaştırmıştır. Bir sonraki tasarımda ise logo bütün kalabalıklığından arındırılarak sadece marka ismini taşıyan serifsiz fakat eğik bir font ile yazılmıştır. Daha sonra tasarlanan logolar da McDonald's markasının tüm dünyada bilinen amblemi adım adım ortaya çıkmaya başlamış ve amblem tüm kalabalıktan arındırılıp minimal ve dikkat çeken renkleriyle oluşturulmuştur.

Burger King firma logosunun geçmişten içinde bulunduğumuz döneme kadar geçirdiği değişimler incelendiğinde ise 1953 yılında tasarlanan logonun özellikle 1969 yılında büyük bir sadeleşmeye yöneldiği

görülecektir. 1994 yılında bazı tipografik değişimler ile ana formuna sadık kalınarak bir sadeleştirme işlemi daha gerçekleştirilmiştir. 1999 yılında dinamik bir yapı tercih edilerek renkli ve gölgelendirmeye sahip tasarıma geçilmiştir. *Son olarak sunumu yapılan logoda ise 1994 yılında kullanılan logonun benzeri tercih edilerek bir eskiye dönüş ve tekrar sadeleşme tasarımı gerçekleştirilmiştir* (Haksever, 2021: 87).

Sık Kullanılan Fontlar

Günümüzde hem sosyal anlamda hem de teknoloji anlamında dünya büyük bir değişim ve gelişim içinde bulunmaktadır. Söz konusu bu değişim ve gelişimler her alanda yaşandığı gibi tasarım alanında da yaşanmaktadır. Bu doğrultuda dünya üzerinde sık kullanılan yazı fontları incelendiğinde Helvetica ve Myriad özellikle firmaların logo tasarımlarında karşımıza çıkmaktadır.

Helvetica ilk kez 1957 yılında Max Miedinger ve Eduard Hoffmann tarafından İsviçreli yazı şirketi Haas için tasarlanmış olan yazı karakteridir. Oldukça sade ve okunabilir bir yapıda bulunan Helvetica, sık kullanılan

Helvetica

Max Miedinger, Eduard Hoffmann, 1957

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
01234567890

Şekil 9. Helvetica yazı fontu

yazı karakterleri arasında bulunmaktadır. *Grafik tasarım ve özellikle logo alanında oldukça popüler bir kullanıma sahip olan Helvetica'nın lisansı son olarak Mergenthaler Linotype'ta bulunmaktadır (Akman, 2017: 167).*

Bu font ile ilgili Gary Hustwit tarafından Helvetica adında bir yazı tipinin hayatımızı nasıl etkilediğini anlatan belgesel yapılmıştır. Simon Garfield ise 'Just My Type' adlı kitabında Helvetica'sız bir gün geçirmeye çalışan Cyrus Highsmith'den bahsetmiştir. Cyrus Highsmith adlı New Yorklu yazı tasarımcısı bir gününü Helvetica olmadan geçirmeye karar verir. Helvetica kullanan ürünler satın almayacak, yemeyecek, Helvetica kullanan toplu taşımalara binmeye-

cek, televizyon izleyemeyecek, Helvetica kullanılan gazeteyi okuyamayacak, kent kartında Helvetica olduğu için kullanmayacak, kredi kartı kullanmayacaktır. Ancak uzun süre aradıktan sonra Helvetica font kullanılmayan üstüne giyeceği tişörtü bile zorla bulmuştur. Bu örneğe göre "yaşamak için fonta ihtiyacımız var mı?" (Garfield, 2014) *bakış açısıyla bakıldığında Helvetica fontunun günlük hayatta fazlasıyla yer alması nedeniyle bu fontla karşılaşmadığı bir gün neredeyse olmuyor denebilir (Kurt, 2015).* Sık kullanılan fontlardan bir diğeri ise; Myriad font tasarımıdır. Myriad Robert Slimbach ve Carol Twombly tarafından Adobe Systems için tasarlanmıştır. Sans-serif bir yazı karakteridir. Sayısız alanda kullanımı ve bilgisayar destekli tasarıma genişlik ve ağırlık katarak kolayca kullanılabilir genel amaçlı bir yazı biçimi olarak tasarlanmıştır (Riggs, 2021). 2002 yılında Apple firmasının logo değişiminde karşımıza çıkan Myriad yazı fontu, Apple tarafından tüm Myriad yazı fontu ailesi bütün biçimleri ile kullanılmaya başlanmıştır. Myriad, Adrian Frutiger' in yazıtipine benzer ama daha eğik bir fonttur. Myriad, okunurluğu ve estetik tasarımıyla en çok tercih edilen klasik fontlar arasına adını yazdırmıştır.



Şekil 10. Helvetica yazı fontunu kullanan firmalara örnekler

Minimalist Logolar ve Sık Kullanılan Fontlar Arasındaki Benzerlik

Dünya genelinde büyük küresel firmaların logoları incelendiğinde minimalist bir yaklaşımı tercih ederek tarihi süreç içinde sadeliğe geçtikleri bilinmektedir. Akılda kalıcılık ve tanınırlık anlamında logoların uzun süreli kullanımlarının sağlanabilmesi için tercih edilen minimalist yaklaşım ile özellikle sık kullanılan yazı fontları arasında önemli bir ilişki bulunmaktadır. Minimalist logoların oluşturulmasında tercih edilen yazı karakterlerinin de belirgin özellikleri incelendiğinde sade ve anlaşılır bir biçimde buldukları görülmektedir.

Migros'un logosunda tercih edilen yazı karakteri sade olmasıyla ön plana çıkan minimalist tasarım olarak karşımıza çıkmaktadır. Tasarlanan amblemde ise logodaki gibi sadece "M" harfi kullanılarak minimalist tasarıma örnek teşkil etmektedir. Minimalist tasarımlara en yakın ve sık kullanılan fontlardan birisi de Helvetica'dır. Helvetica font modernizme ve minimalist tasarımlara en iyi katkı sağlayan fontlardandır.



Şekil 11. Migros logosu

Tabloda da görüldüğü gibi bütün logo tasarımları sade ve yalın bir şekilde tasarlanmıştır. Hem minimalist tasarım hem de sık kullanılan fontlardan olan Helvetica bir arada kullanılmıştır.

Fontların ve minimalist logoların bir arada kullanılmaları da bu tasarımların birbiri ile uyum içinde olduğundan tasarımcılar tarafından tercih edilmektedir. Bunun yanı sıra şehir düzenlemelerinde veya kurumsal yönlendirme levhalarında da basit, sade ve anlaşılır yazı fontları ve amblemleri kullanılmaktadır.



Şekil 12. Şehir logo örnekleri

Sonuç

Grafik tasarımda sık kullanılan fontların tarihsel süreç içerisinde bir değerlendirme gerçekleştirildiğinde, kullanım alanı ve kullanım rahatlığı ile ilerleyen dönemin modasına da uyum sağlayarak genel tasarımda yer edinmeye devam edeceğinden sözü edilebilmektedir. Her ne kadar bir grafik tasarımda renkler, fotoğraflar, illüstrasyonlar önemli ise de yazılardaki okunurluk da önemini hiçbir zaman kaybetmemiştir. Şu an sık kullanılan fontlar olarak tanımlandığımız yazı karakterlerinden okunurlukları yüksek olduğu için halen vazgeçilememiştir. Şerifli fontlar bir dönemi etkisi altına almış olsa da günümüzde yine sans-serif fontlara daha sıklıkla başvurulduğu görülmektedir. Sans-serif fontlar sadeliği ve minimalist tasarıma uyum sağlamasıyla modern çağ ile birebir örtüşmekte olup yeni dönem tasarımcıları bu durumun farkında olarak tasarımlarını bu yönde ilerletmektedirler.

Font tasarımlarındaki sadeleşmenin ve sık kullanılan fontlardan vazgeçilememesinin önemi, zaman içerisinde logolarda da kendisini açıkça göstermektedir. Logoya bakıldığında aktarılmak istenenin net ve sadece amaca odaklı olması süreç içerisinde daha çok benimsenmiş, büyük firmalar bu duruma hızla ayak uydurmuştur. Dünyaca ünlü markaların değişime ayak uydurması ve kendisini yenilemesi, birçok sektörü ve farklı alanlardaki tasarımcıyı da etkilemiştir. Grafik tasarım tarihini başlangıcından bu yana incelediğimizde minimalistleşme yani sadeleşmeye yönelik hep devam eden hızlı ilerleyiş bu anlayıştan hiç vazgeçilmeyeceğini bizlere kanıtlamaktadır. Aynı zamanda modern çağa tasarımsal anlamda uyum sağlanmasının gerekliliği gibi modern çağın şekillenmesindeki en büyük etkenlerden

biri de grafik tasarım alanıdır. Bilindiği üzere bir logo iki ana bölümden oluşmaktadır. Bunlardan birincisi amblem ikincisi ise yazı bölümüdür. Logonun yazı kısmında kullanılan fontların yukarıda da ifade edildiği üzere kolay okunabilir, okunurluğu yüksek fontlardan oluşması gerekmektedir. Bu etkileşim ile logonun ve markanın akılda kalıcılığı artacaktır. Buna ek olarak logolarda kullanılacak tipografi, markanın niteliği ve özellikleri ile doğru orantılı seçilmelidir. Örneğin; lüks bir otelin logosunda kullanılacak fontlar ile spor nitelikli bir cafe veya mağazanın logosunda kullanılan fontlar aynı olamayacaktır.

Logo tasarımı düşünüldüğünün aksine kolay ve sığ bir tasarım alanı değildir. Bunun aksine basit gibi görünen zor ve karmaşık bir alandır. Logo oluşturulurken ise kullanılan tipografi, fontlar markanın yansıtmak istediği mesaja, markanın niteliğine ve özelliklerine uygun seçilmelidir. Bu sayede markanın stratejilerinin içinde bulunan dönemde daha doğru aktarılması sağlanabilmektedir. Logo ve font etkileşimi açısından bu şekilde bir değerlendirme yapmak mümkün olabilecektir. Ünlü markaların logoları tasarlanırken bu kurallara riayet edildiği açıktır. Hatta birçok markanın logosu ile ön plana çıkmış olması da söz konusu bu etkileşimin optimum seviyede sağlanmış olmasından ileri gelmektedir.

Kaynakça

- Akman, M. (2017). Entropi Kavramıyla Geçmişten Günümüze Helvetica'ya Bir Bakış ve Deneysel Tipografi. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 7 (2), 164-175.
- Antmen, A. (2000). A'dan Z'ye 20. Yüzyıl Sözlüğü, P Sanat Kültür Antika Dergisi, 16, 50.

- Bektaş, D. (1992). *Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bürge, Z. E. (2020). Grafik Tasarımda Minimalizm Akımının Çikolata Ambalajları Üzerinden Analizi. *Pearson Journal Of Social Sciences & Humanities*. 6 (6), 274-284.
- Erzen, J. N. (1997). *Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi 2*. İstanbul: YEM Yayınları
- Garfield, S. (2014). *Tam Benim Tipim*. İstanbul: Domingo Yayınevi.
- Haksever, İ. (2021). *Hareketli Grafik Tasarım Uygulamalarında Minimalist Yaklaşımlar ve Bir Uygulama*. Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- İlbars, E. (2019). *Hareketli Grafik Tasarımda Minimalizm*. Işık Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Meyer, J. (2001). *Minimalism, Art and Polemics in the Sixties*, Yale University Press New Haven and London,
- Özdemir, F. (2017). Font Tasarlama Süreçleri ve Temel İpuçları. *İnönü Üniversitesi Kültür ve Sanat Dergisi*, 3(2), 62-70.
- Özdemir, F. ve Kurt, H. (2018). Jan Tschichold'dan Bugüne Yeni Tipografi. *İnönü Üniversitesi Kültür ve Sanat Dergisi*, 4 (2), 86-101.
- Sarıkavak, N. K. (2009). *Çağdaş Tipografinin Temelleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, M. ve Keş, Y. (2015). Grafik Tasarımda Yeni Nesil Font Tasarımı. *Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi*, 8 (16), 331-349.
- Yıldız, M. ve Keş, Y. (2017). 20. Yüzyılın Font Tasarımlarında Okunurluk Üzerinde Çalışmalar. *İdil Dergisi*, 6 (38).

İnternet Kaynakları

- Kurt, A. (2015). <https://medium.com/turkce/yaz%C4%B1-tipi-g%C3%B6r%C3%BCnd%C4%9F%C3%BCnden-%C3%A7ok-fazlas%C4%B1-6aadc68dc0f7>. (Erişim tarihi: 30/10/2021).
- Riggs, Tamyé. "The Adobe Originals Silver Anniversary Story: Expanding the Originals". *Typekit Blog*. Adobe Systems.