



ISSN:1306-3111

e-Journal of New World Sciences Academy
2010, Volume: 5, Number: 4, Article Number:D0037

FINE ARTS

Received: August 2010
Accepted: October 2010
Series : D
ISSN : 1308-7290
© 2010 www.newwsa.com

Levent Mercin
Dumlupinar University
leventmercin@dumlupinar.edu.tr
Kutahya-Turkey

KIŞ OLİMPİYAT OYUNLARI LOGOLARININ ANALİZİ

ÖZET

Logo, bir kurumun, bir ürünün veya hizmetin kamuoyuna açılan yüzü; onu diğerleri ile benzerlerinden ayırt edilmesini sağlayan ve ona saygınlık kazandıran; özgün, dikkat çekici, estetik, hizmete özel ve her türlü reklâm araçlarında kullanılabilen ve uygulanabilen, tipografik deneyler içeren, evrensel bir dildir.

Her kurum, ürün veya hizmetin görsel kimliklerini yansıtan logoları nasıl birbirlerinden farklı ise aynı durum belirli periyotlar dâhilinde devam eden kış olimpiyat oyunlarının logoları için de geçerlidir. Bu araştırma kapsamında kış olimpiyatlarını sembolize eden 20 logo, oyunların yapıldığı ülke, kent ve organizasyonun özelliklerini biçim, renk ve anlam bakımından yansıtmayı yansıtmadığı; tipografi ve biçimsel düzenlemeleri ise estetik nitelik taşıyıp taşımadığı açısından irdelenmiştir. Ayrıca kış olimpiyat oyunları logolarında bulunması gereken özellikler belirlenmiş ve araştırma sunucunda getirilen eleştiriler doğrultusunda öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Logo, Grafik Tasarım, Görsel İletişim, Kurum Kimliği, Olimpiyat Oyunları

ANALYSIS OF THE LOGOS OF THE WINTER OLYMPIC GAMES

ABSTRACT

Logo is the door of a foundation, a product or a service which opens to public; a global language which distinguishes it from the others and similar ones, providing respect, and original, remarkable, aesthetic, classified, available to be used in every sort of advertisement materials and which includes typographic experiments. As the logos which reflect the visual identities of every foundation, product or service are different from each other, the logos of the winter olympic games which take place in specific periods will be different as well.

With this research, 20 logos which symbolise the winter olympics have been examined if they reflect the properties of the country, city and organization in which the games take place with their shape, colour and meaning; and their typography and stylistic regulations have been examined aesthetically. Also, the features -which the logos are required to have - have been determined and advises have come up with the critics that came with the result of the research.

Keywords: Logo, Graphic Design, Visual Communication, Foundation Identity, The Olympic Games

1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

İnsanoğlunun mağara duvarlarına çizdikleri resimlerin iletişimin ilk örnekleri olarak kabul edilmiş olmasından bu yana görsel iletişimde çok şey değişmiştir. Bu anlamda günümüzde çağdaş ve yaratıcı iletişim tasarımı ürünleri yelpazesinin çok farklılaştığı görülür. Bu yelpazede kurumsal kimlik tasarımlarından web tasarımlarına, sosyal sorumluluk tasarımlarından animasyonlara kadar birçok tasarım yer almaktadır. Bu geniş yelpazedeki tasarımlar arasında yer alan kurumsal kimlik tasarımları önemli bir yer tutar.

Kurumsal kimlik tasarımları kurumların birbirlerinden ayrılan özelliklerini yansıtmaları yanında, bir kurumun kamuoyuyla doğrudan iletişimi sağlayan imajıdır. Ayrıca "kurumsal kimlik, bir kurumun ya da bir firmanın dışı açılan yüzü, penceresidir" [1]. Bir'e göre ise kurumsal kimlik, bir kurumun hem içsel hem de dışsal anlamda gruplara kendisini anlatan iletişimin bütünüdür [2].

Kurumsal kimlik tasarımlarında, kurumun kendi karakterini kamuoyuna doğru bir şekilde iletmek ve iletişim kurmak için imaj yaratmak gerekir. Çünkü "bir kurumsal kimlik uygulamasının amacı, kurumun beklentileri, istekleri doğrultusunda, ona, hedeflediği kitlenin belleğinde tutundurabileceği uygunlukta bir imajı yapılandırmaktır. Dolayısıyla kurumsal kimliğin yansıtılmasındaki başarı, kurumsal imajın yansıtılmasıyla doğru orantılıdır" [3].

Kurumsal kimlik tasarımları kurumun amblemi veya logosu, basılı evrakları (fatura, irsaliye, evrak dosyası, bloknot, antetli kağıt, zarf), promosyanları, bina içi ve dışı çalışmaları (piktogram, cephe giydirme, tabela), araç giydirmeleri, personel kıyafetleri, broşür ve el ilanları vb. gibi birçok ürünü içerisinde barındırır. Bu araçlar arasında amblem ve logotayp, kurumsal kimliğin temel ögesidir.

Kurumsal kimlik tasarımının tarihi gelişimine bakıldığında, "geleneksel dönem, marka-tasarım dönemi ve rekabetçi-stratejik dönem" [4] olarak evrelere ayrılabilir. Geleneksel dönemde soylu aileleri, kuruluşları ve sanatçıları simgeleyen armalar bulunurken; "ticaretin başlamasıyla birlikte bir malın veya ürünün diğerlerinden ayırılması; bazı ürünlerin, taşıdıkları özellikleriyle rakiplerinden ayrılmaya başlaması ve aranılır olması, bunların kolay ayırılması, üzerlerine bazı işaretler koyma zorunluluğunu doğurmuş ve bu zorunluluk zaman içerisinde amblem ve logotayp tasarımlarının oluşmasını sağlamıştır [5].

Marka-tasarım dönemi, markaların belirlemeye başladığı Birinci ve İkinci Dünya Savaşı arası dönemdir ki bu dönemin sonunda tasarım ajansları kurulmaya başlanmıştır. 1970'lerde reklam ajansları ve 1970 sonrası ile günümüze kadar olan süreçte tasarım stüdyoları tarafından kurumsal kimlik çalışmalarının yürütülmesi ise rekabetçi-stratejik dönem olarak ifade edilmiştir [6].

Pektaş'a göre amblem, çizgi ve resimle yapılan işaretlerdir [7]. Logotayp ise yazı ya da çizgi, resim ve yazıyla yapılan işaretlerdir. "Logotayp yapıldığı ülkenin dilinde okunarak ses haline dönüşebilen seyirlik bir görüntüdür. Sadece görerek değil, seyrederek okunan ve seyredildiği anda okunmuş olan bir işarettir" [8]. Ayrıca logolar, yeni tasarlanmış tipografik karakterlerden yararlanılarak oluşturulabileceği gibi varolan tipografik karakterlerden veya varolan tipografik karakterlerin değiştirilmesi ile de oluşturulabilir. Bunların yanısıra Becer'in de belirttiği gibi logo, okur-yazar bir kitleye seslendiği için tarihsel olarak amblem ve diğer işaretlerden daha sonra ortaya çıkmıştır. Her logo tasarımı, tipografik bir deneydir. Başarılı logo tasarımları, içerdikleri simgesel yapı ile de evrensel bir iletişim diline dönüşür [9].

Hem amblem, hem de logo tasarlanırken nitelik açısından sorun yaşanmaması için dikkat edilmesi gereken bazı özellikler vardır. Amblem tasarlanırken dikkat edilmesi gereken özellikler şöyle sıralanabilir:

"Amblem, hedef kitle tarafından kolay algılanabilir olmalıdır. Amblem taşıdığı renk, biçim ve diğer öğeler çağdaş değerleri içermelidir. Amblem, görenlerde kurumun esas faaliyeti hakkında çağrışım yapabilmeli ve kurumun görsel kimliğini diğer kurumlarla karıştırılmayacak şekilde açık ve anlaşılır biçimde yansıtmalıdır. Amblem, kuruma güveni pekiştirici ve temsil ettiği ürün ya da hizmete özel olmalıdır. Amblem, dikkat çekici ve bakış yakalayıcı olmalıdır. Amblem, tasarımı özgün ve yeni olmalıdır. Amblem, her türlü reklam aracında, medyada, günün her saatinde ve her türlü iletişim araçlarında kullanılmaya uygun olmalıdır. Amblem, tanımlanabilir bir form'a ve estetik ölçülere sahip, benzerlerinden ayırt edilebilir olmalıdır" [10].

Ayrıca, amblemlerin estetik açıdan belli bir niteliğe ve form'a sahip olması için, simetri, altın oran ve optik görüntü kuralları ile hareket-sakinlik ve orantı-bölüntü dengesi ilkelerine uygun olması gerekmektedir.

Amblem tasarımlarında aranan özellikler böyle iken logo tasarımlarında aranan özellikler şu şekilde sıralanabilir: Logo, özgün, dikkat çekici bir özelliğe sahip ve okunaklı olmalı; tüketicinin gözüne hoş gelmelidir. Logo, temsil ettiği firmaya, ürüne veya hizmete özel hazırlanmalı ve kolay algılanabilir, anlaşılır ve hatırlanabilir olmalıdır. Logo, temsil ettiği kurumu çağrıştırmalıdır. Logo, benzer ve rakip firmalar tarafından kullanılan tipografik karakterlerden ayırt edilebilmelidir. Logo, her türlü iletişim araçlarında kullanılabilir ve uygulanabilir olmalıdır. Logo, kuruma duyulan güveni pekiştirebilmeli ve temsil ettiği kurum, ürün veya hizmet hakkında bilgi verebilmelidir [11].

Amblem veya logo'nun doğru tasarlanması kurumun kimliği ve imajı açısından çok önemlidir. Çünkü amblem veya logo tasarımlarında yapılacak bir hata diğer kurumsal kimlik çalışmalarını da doğrudan etkileyecektir. Bu yüzden amblem veya logo tasarımlarının tasarlandıkları kurum, firma veya organizasyonun imajını en iyi ve doğru biçimde yansıtmaları gerekir.

2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ (THE IMPORTANCE OF THE STUDY)

Bu araştırma, kış olimpiyat oyunları logolarının, düzenlendiği ülke, kent ve organizasyonların özelliklerini biçim, renk ve anlam bakımından yansıtip yansıtmadığını; tipografik karakter ve biçimlerin estetik niteliğini analiz etmeyi amaçlamıştır.

Günümüzde benzer kurum, ürün ve organizasyonların sayıca fazla olması, ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda onları benzerlerinden veya diğerlerinden farklı kılabilmek için logo tasarımının ne kadar önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Bu yüzden böyle bir farkın nasıl, hangi biçim ve renkler; hangi tipografik karakterler ve hangi estetik nitelikler ile sağlandığını gösterebilmek için, kış olimpiyat oyunları logolarının analiz edilmesine ihtiyaç duyulmuştur. Çalışma bir logo'nun doğru tasarlanmasının kurum kimliği ve imajı açısından çok önemli olduğunu; logo tasarlanırken dikkat edilmesi gereken özellikleri ortaya koymasından önemlidir.

Araştırmada elde edilen sonuçlar, kurum, ürün ve organizasyon yöneticilerini, grafikerleri, grafik tasarım eğitimi alan öğrencileri doğrudan ilgilendirmektedir. Sonuçlar gelecekte hem kurum hem de organizasyonlar için tasarlanacak logolara ışık tutabilecektir. Ayrıca bu çalışmanın bulguları ve yorumlarına göre tasarlanacak yeni logolar sayesinde kurumların, ürünlerin veya organizasyonların algılanabilirliği ile akılda kalıcılığı sağlanabilir. Araştırma genel anlamda grafik tasarım alanına, özel anlamda ise kurumsal kimlik çalışmalarına kaynak olabilir.

3. OLİMPİYAT OYUNLARI VE OLİMPİK KİMLİK (THE OLYMPIC GAMES AND THE OLYMPIC IDENTITY)

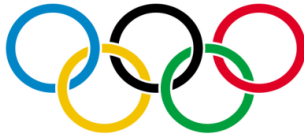
Olimpiyatlar; M.Ö. 776 ve M.S. 392-393 tarihleri arası dönemde Antik Olimpiyat Oyunları ve 1896 yılından günümüze kadar gelen Modern Olimpiyat Oyunları olmak üzere iki evreye ayrılabilir. Antik olimpiyatların tarihi

kesin olarak bilinmemekle birlikte MÖ XIV. yy. kadar uzandığı tahmin edilmektedir. Ancak tarihte kayıt altına alınan ilk olimpiyatlar M.Ö. 776 yılında başlamıştır [12].

Modern Olimpiyat Oyunları, Fransız baronu Baron Pierre de Coubertin tarafından büyük bir çalışma yapılarak 1896 yılında Atina'da yapılmış ve günümüze kadar gelmiştir. 1. Dünya Savaşı sırasında 1. ve 2. Dünya Savaşı sırasında iki olimpiyat yapılamamıştır. Ayrıca Yunanlılar 1906 yılında resmi olimpiyat sayılmayan bir olimpiyat düzenlemişlerdir [13]. Daha sonra ise 1924 yılında Fransa'nın Chamonix bölgesinde düzenlenen ilk oyunlarla birlikte, kış olimpiyatları da her dört yılda bir olmak üzere, yaz oyunlarının iki yıl ardından tekrarlanmıştır [14].

Olimpik hareketin amacı, dünya barışına ve daha iyi bir dünyanın yaratılmasına katkıda bulunmak üzere, gençliği hiçbir ayırım gözetmeden ve birbirini anlamayı, dostluk, dayanışma ve fair play anlayışını gerektiren olimpiyat ruhu içinde spor ile eğitmektir [15].

Olimpiyatların sembolü iç içe geçmiş beş halkadır. Üçü üstte ikisi altta yer alan bu sembolik beş halkada bulunan renkler, "1913 yılında tasarlandığı sırada yarışan ulusların bayraklarında yer alan renkleri (mavi, sarı, siyah, yeşil ve kırmızı) temsil etmektedir. Halkalar ise Afrika, Amerika, Asya, Avrupa ve Okyanusya birliğini simgeler" [16]. Üsttekilerden sol kenardaki mavi halka Avrupa'yı, ortadaki siyah halka Afrika'yı, sağ kenardaki kırmızı halka Avustralya'yı, alt sağıdaki yeşil halka Amerika'yı ve soldaki sarı halka Asya'yı temsil eder [17]. Tasarlandığı günden bugüne bu 5 halka olimpiyat oyunlarını temsil eden evrensel nitelikli amblem olarak kullanılmaktadır.



Resim 1. Olimpiyat Amblemi ve Bayrağı
(Image 1. The Olympic Logo and Flag)

Kabul edilen bu olimpiyat bayrağı, ilk kez 1920 yılında Anvers Olimpiyat Oyunları'nda dalgalanmaya başlamıştır (Resim 1).

Bayrakla başlayan kurumsallaşma, olimpiyatların her 4 yılda bir farklı bir ülkede olması nedeniyle her ülkenin de kendi olimpik kimliğinin oluşturulmasına neden olmuştur. Bu gelişim zaman içinde olimpiyat oyunlarının ülkeler açısından ekonomik, kültürel, politik alanlarda ilişkilerinin geliştirilmesine ve büyük bir pazarın oluşmasına imkan hazırlamıştır. Oluşan bu pazar her ülkenin kendini bir marka olarak görmesini sağlamış ve her ülke bir markanın piyasaya sunumunda izlediği yolu daha geniş kapsamlı olarak olimpiyat oyunları için gerçekleştirmiştir. Uluslararası arenada bu fırsatı önemsememe veya katılmama gibi (savaş, politik ilişkiler vb. gibi istisnai durumlar dışında) bir durum olmamıştır.

4. BULGULAR VE TARTIŞMALAR (FINDINGS AND DISCUSSIONS)

4.1. Görsel İletişim Tasarımı ve Kış Olimpiyat Oyunları Logoları (The Visual Communication Design and the Logos of the Winter Olympic Games)

Günümüzde grafik tasarım, toplumsal yaşamın içinde önemli bir kültürel taşıyıcı rol üstlenmiştir. Özellikle toplum üzerinde etkili bir

güce sahip olan kitle iletişim ve kitle kültürünün taşıyıcısı olarak, iletişim öğelerini ifade etme aracı niteliğiyle, grafik tasarım çağdaş kültürde önem kazanmıştır. Grafik tasarımın toplum üzerindeki öneminden kaynaklanan gerekçeler, grafik tasarımın ilerleyen zamanlarda görsel iletişim tasarımı olarak tanımlanmasının gerekliliğine yönelik önerilerin de gündeme gelmesine yol açmıştır. Çünkü, görsel iletişim tasarımı, grafiğin en önemli üç ögesini içermektedir [18]. Bunlar:

Bir metot : Tasarım
Bir amaç : İletişim
Bir araç : Vizyon görsellik

Görsel iletişim açısından kurum kimliğini sağlamada amblem, kurum ya da kuruluşların -başka kurum ya da kuruluşlardan ayırt edilmek için kullandıkları ve onları yansıtan grafik göstergeleridir [19]. Kurumsal kimliğin vazgeçilmez temel öğelerinden biri logo tasarımlarıdır. Kurumsal hedefler açısından yeterince zengin ve yetkin bir imge yüküyle donatılan logolar, kurumsal kimliğin dışa açık yüzü ya da kuruluşların muhataplarına gösterdikleri kartvizitleridir.

Kitlesel organizasyonlar (Olimpiyat Oyunları, Futbol Turnuvaları, Stadyum Konserleri gibi), yaratılmış markaların desteğinde, markaları yücelten ve meşrulaştırılan etkinlikler olarak, iletişim dağıtım kanalları aracılığı ile milyonlarca insana aynı anda ulaşmaktadır [20]. Bu açıdan amacı aynı olsa da her 4 yılda bir farklı bir ülkede gerçekleştirilmekte olan kış olimpiyat oyunları, kurumsal kimliğin oluşması için, düzenlendiği ülkenin veya kentin kimliği ile olimpiyatların ruhunu yansıtacak semiyotik göstergeleri içeren özgün logo tasarımlarının oluşmasını zorunlu kılar.

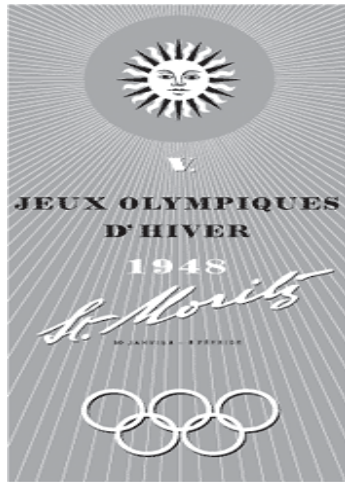
1932 yılında ABD'nin Lake Placid kentinde düzenlenen III. Kış Olimpiyatları Logosu, NY tarafından tasarlanmış ve bir yarışma sonucunda belirlenmiştir. Logo, daire biçiminde ve içerisine atlayış yapan bir kayakçının ikonografik görüntüsünün yer aldığı basit bir tasarımdır. Logo'nun geri planında yer alan iki dağ silüeti görüntüsünün arasında atlayış yapan bir kayakçı figürü yer alır. Logo'da yer alan o iki dağ görünümü Amerika Birleşik Devletleri kıtasını sembolize eden lekesele bir görünümdür. Dağ görünümünde izleyiciyi kendisine çekecek hoş bir etki bırakan mavi renk ise, denizi yansıtmaktadır. Logo'da tipografik karakter olarak, çizgisel fontlardan serifsiz ve bold stil'de bir font seçilmiştir (Resim 2).



Resim 2. Kış Olimpiyatları 1932 ABD (Sol)
Resim 3. Kış Olimpiyatları 1936 Almanya (Sağ)
(Image 2. The Winter Olympics 1932 USA) (Left)
(Image 3. The Winter Olympics 1936 Germany) (Right)

1936 yılındaki Kış Olimpiyatları Almanya'nın Garmisch-Partenkirchen kentinde gerçekleştirilmiştir. Logo, bir çemberin içerisindeki Zugspitze dağındaki kayak pist görseli ile onun hemen altında olimpiyat uyunları bayrağının halkalarını içerir (Resim 3). Bu logo'daki dağ silüeti oldukça resimsel özellikler göstermektedir. Halbuki logo'da biçimlerin kolay algılanması ve akılda kalıcı olması için sadelik önem taşır. Logo'daki tipografik düzenlemede, çemberin içerisinde "IV. Olympische Winterspiele" yazısı soldan sağa hareket eder bir yönde üstte, olimpiyatın yapıldığı yıl olan "1936" bölünerek ortada yatay bir şekilde, "Garmisch-Partenkirchen" yazısı ise sağdan sola hareket eder bir yönde düzenlenmiştir. Logo'da kullanılan tipografik karakter, geometrik form içeren, serifsiz ve condensed (harf aralıkları sıkıştırılmış), çizgisel (lineale) bir font'dur. Ancak yazının tipografik açıdan daire biçiminde ve gölgeli olarak tasarlanması logo küçültüldüğü zaman yazının okunmasını güçleştireceği için nitelik açısından sorunludur.

1948 yılında İsviçre'nin Saint Moritz kentinde düzenlenen Kış Olimpiyatı Logosu, kent belediyesinin logosu olan güneşin yansıttığı ışıkların üzerine V. Saint Moritz Kış Olimpiyat Oyunları yazısının getirilmesiyle oluşturulmuştur. Bu logo küçültüldüğünde basım aşamalarında sorun çıkartacak tarzdadır. Logo'da tipografik düzen, çağdaş fontlardan Bodoni ve el yazısı fontlarından yararlanılarak oluşturulmuştur. Logo'nun, tipografik karakter bakımından birden fazla yazı karakterini barındırması, Pektaş'ın da belirttiği gibi "daima risktir ve her karakter farklı mesajlar ileteneğinden okuyucunun kafasını karıştırabilir" [21]. Hem bu yüzden hem de görsel ile yazı karakterinin bir bütünlük içinde olmaması ve logo'da sembolik olarak olimpiyatların ruhunu yansıtacak unsurları içermemesi tasarımın etkili bir tasarım olmadığını göstermektedir (Resim 4).



Resim 4. Kış Olimpiyatları 1948 İsviçre (Sol)

Resim 5. Kış Olimpiyatları 1952 Norveç (Sağ)

(Image 4. The Winter Olympics 1948 Switzerland) (Left)

(Image5. The Winter Olympics 1952 Norway) (Right)

1952'deki Kış Olimpiyatları ilk kez, bir ülkenin başkentinde, yani Norveç'in Oslo kentinde düzenlendi. Bu nedenle 'New Oslo Town Hall' yani Yeni Oslo Belediye Binası profesyonel amblem tasarımı için seçilebilecek iyi bir merkez olarak düşünülmüş (Resim 5). Bina modern ve yalın, aynı zamanda İskandinav tarzını yansıtan mükemmel bir örnek oluşturmaktadır. Logo tasarımı da bu yapı oldukça başarılı bir şekilde ifade edilmiş ve ön plandaki halkaları ile simetrik bir görüntü oluşturmaktadır. Dış çember ile iç çember arasındaki bordürde kullanılan tipografik düzenleme, çağdaş

fontlardan Bodoni yazı karakterinin majiskül şekli ile oluşturulmuştur. Ancak bu font tasarımıdaki düz ve soyut biçimlere bakılınca zıtlık oluşturmaktadır, bu da bütünlüğü bozmaktadır. Logo tasarımı, Olimpiyat Oyunları Komitesi tarafından 335 tasarım arasından seçilmiştir.

1956'daki Kış Olimpiyatları İtalya'nın Cortina d'Ampezzo kent'inde gerçekleştirilmiştir. Bu olimpiyatın logosunda İtalya'nın kuzeyindeki dağların görüntüsü illüstratif bir tarzda betimlenmiştir. Logo'nun yuvarlak formunun dış yüzeyi olimpiyatların ruhunu yansıtan şekilde bir kar tanesi şeklinde tasarlanmıştır. Bu tasarımda bu imajın kullanılması, hem kış olimpiyatları ile hem de bölgenin genel yapısı ile ilgili bilgi vermek içindir. Cortina d'Ampezzo, İtalya'nın kuzeyinde bulunan bir şehirdir. Kış sporları için oldukça popüler bir yerdir. Bu özelliğinden dolayı 1944 olimpiyatlarının da burada yapılması planlanmış fakat 2. Dünya Savaşı nedeniyle iptal edilmiştir. Bu logo 79 tasarımcı tarafından hazırlanan 86 adet tasarım arasından seçilmiştir. Tasarımcı Franco Rondinelli birincilik ödülünü Bonilauri ile paylaşmıştır. Logo'da kullanılan tipografik karakter, logonun tasarlandığı döneme ve tasarımdaki biçime göre, bütünlük sağlayan bir font olarak kabul edilebilir. Ancak yazının renk tonunun düşük olması yazının algılanmasını güçleştirmektedir (Resim 6).



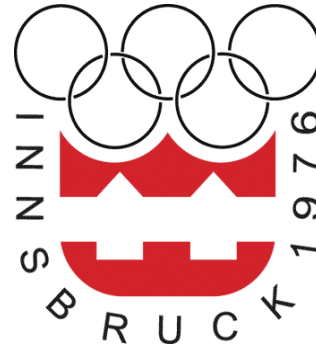
Resim 6. Kış Olimpiyatları 1956 İtalya (Sol)

Resim 7. Kış Olimpiyatları 1960 ABD (Sağ)

(Image 6. The Winter Olympics 1956 Italy) (Left)

(Image 7. The Winter Olympics 1960 USA) (Right)

1960'daki Kış Olimpiyatları Amerika Birleşik Devletleri'nin Kalifornia eyaletinde gerçekleştirilmiştir. VIII. Kış Olimpiyatları logosu iç içe geçmiş üç üçgenden oluşmaktadır. Bunlar (üç üçgen) Amerikan bayrağının renklerini sembolize etmektedir. Üçgenlerin üst üste yerleştirilmesi, tasarımdaki biçimlere üç boyutluluk etkisi verilme istenmesinin yanısıra, ABD'nin bayrağında yer alan yıldızla gönderme yapma isteği ve hem de olimpiyatların ruhuna uygun bir imaj olan "kar tanesi" oluşturulmak istenmesindedir. Logoyu daire biçiminde çevreleyen tipografik karakter, serifsiz (sans-serif), okunurluğu yüksek ve biçim olarak 19.yy. temsil eden ve tasarımla bütünlük içinde olan çizgisel bir font'dur (Resim 7).



Resim 8. Kış Olimpiyatları 1964 Avusturya (Sol)
Resim 9. Kış Olimpiyatları 1976 Avusturya (Sağ)
(Image 8. The Winter Olympics 1964 Austria) (Left)
(Image 9. The Winter Olympics 1976 Austria) (Right)

1964 ve 1976 yıllarında düzenlenen Kış Olimpiyat Oyunları Avusturya'nın Innsbruck şehrinde gerçekleştirilmiştir. Her iki logo'da da Innsbruck şehrine adını veren Inn nehrinin üzerindeki köprü kullanılmıştır: Ancak birinci logoda köprü kapalı (Resim 8), ikinci logodaki köprü görünümü ise açık kompozisyon şeklide betimlenmiştir (Resim 9). Bu köprü yüzyıllardır ayakta kalan eski şehir ile Hötting arasında bağlantı olmuştur. Aynı zamanda bu logo şehrin armasını da temsil etmektedir. Köprü ile üzerindeki beş olimpiyat halkası da çeşitli halklar ve tüm uluslarda genç sporcuların dostluk bağlarını ifade etmektedir. Logoların alt çevresini saran 'Innsbruck 1964' ve 'Innsbruck 1976' tipografik karakterler aynı yönde kullanılmış olup tek farkı birinci (1964) logodaki karakterin kazıma fontlardan (serifli-tırnaklı), ikinci logodaki karakterin ise çizgisel fontlardan (serifsiz-tırnaksız) kullanılmış olmasıdır.



Resim 10. Kış Olimpiyatları 1968 Fransa (Sol)
Resim 11. Kış Olimpiyatları 1972 Japonya (Sağ)
(Image 10. The Winter Olympics 1968 France) (Left)
(Image 11 The Winter Olympics 1972 Japan) (Right)

1968'deki Kış Olimpiyat Oyunları, Fransa'nın Grenoble kentinde gerçekleştirilmiştir. Logo'da Grenoble'nin sembolü olan üç kırmızı renk

üzerine kar tanesi kristali simgesi bulunmaktadır (Resim 10). Hemen altında ise bütün olimpiyat logolarında bulunması zorunlu olan olimpiyat halkaları yerleştirilmiştir. Bu logo, çevresini saran "10. Kış Olimpiyat Oyunları-Grenoble 1968" yazısı tamamlamaktadır. Logo'da serifsiz ve majiskül biçimde kullanılan çizgisel fontlardan biri olan Helvetica (Plain) kullanılmıştır. Ancak tipografik karakter, pek okunaklı görünmemekte ve bütünlük açısından da nitelik sorunu içermektedir.

1972'deki Kış Olimpiyat Oyunları Japonya'nın Sapporo kentinde gerçekleştirilmiştir. Logo'nun tasarımı için Japonya'nın en iyi sekiz tasarımcısı fikirlerini ortaya koymuş, ama Sapporo kış oyunlarının resmi logosu olarak Kazumasa Nagai'nin tasarımı seçilmiştir. Bu logo tasarımı üç kombinasyondan oluşmaktadır (Resim 11). Birincisi Japonya'nın sembolü ve bayrağı olan yükselen güneş, ikincisi eski bir japon ailesinin armasının taslağından oluşturulan bir kar tanesi sembolü ve üçüncüsü ise olimpiyat halkaları ile tasarımı tamamlayan serifsiz bir fonttan oluşan 'Sapporo'72' yazısıdır. Logo semiyotik açıdan hem oyunların yapıldığı ülkenin hem de kış olimpiyatının ruhunu yansıtmakta ve tipografik karakter ile birlikte güzelduyusal bir bütünlük oluşturmaktadır. Tipografik karakter 1970 sonrası döneminin geometrik ve serifsiz yapısıyla postmodernist çağın özelliklerini yansıtmaktadır.

1980'deki Kış Olimpiyat Oyunları ABD'nin Lake Placid kentinde gerçekleştirilmiştir. Logo tırtıl şeklinde tasarlanmıştır. Logo'da böyle bir biçimin seçilmesi ilk olimpiyatların geçmişi ile bugünü arasındaki bağı vurgulamaktır (Resim 12). Logo'nun sağındaki şerit, olimpiyat bölgesindeki dağları, soldaki dikey bir şekilde yukarı doğru yükselen sütun görünümlü şekil ise antik İon sütununu temsil etmektedir. Bu da modern olimpiyatlardan önceki antik dönemi anlatmaktadır. Sütunun üzerinde yer alan beyaz şeritler ise olimpiyat halkalarını temsil eder. Logo'daki sütunun üst kısmında yer alan iki oyuktan ilki birincisininin 1932 yılında gerçekleştirildiği Lake Placid olimpiyatını, diğeri de aynı yerde 1980 yılında yapılan olimpiyatı belirtmek içindir. Tasarımda mavi renk kullanılması, özellikle soğuk imajı vererek organizasyonun kış olimpiyatı olduğunu vurgulamak içindir. Tasarımda tipografik karakter olarak çizgisel bir font kullanılmış ve 'USA LAKE PLACID 1980' yazısı ile tamamlanmıştır. Ayrıca logo'nun tipografik düzenlemesinin özgün olduğu söylenebilir.



Resim 12. Kış Olimpiyatları 1980 ABD (Sol)
Resim 13. Kış Olimpiyatları 1984 Yugoslavya (Orta)
Resim 14. Kış Olimpiyatları 1988 Kanada (Sağ)
(Image 12. The Winter Olympics 1980 USA) (Left)
(Image 13. The Winter Olympics 1984 Yugoslavia) (Middle)
(Image 14. The Winter Olympics 1988 Canada) (Right)

1984'deki Kış Olimpiyat Oyunları Yugoslavya'nın Saraybosna kentinde düzenlenmiştir. Logo'da stilize edilmiş kar tanesi simgesi, hem kış olimpiyat oyunlarının ruhunu hem de Saraybosna'nın geleneksel nakış motifini yansıtır (Resim 13). Renk olarak sadece kırmızının kullanıldığı tasarım, sade ve çarpıcıdır. Logo'daki tipografik karakter ('Sarajevo'84' yazısı), tasarımın bütünlüğüne uygun olarak çizgisel font ailesinden Univers ile oluşturulmuştur.

1988'deki Kış Olimpiyat Oyunları Kanada'nın Calgary kentinde düzenlenmiştir. Logo'daki biçim, kış olimpiyatlarının ruhuna uygun stilize edilmiş bir kar tanesini, Kanada'nın bayrağının sembolü olan yaprak simgesinin stilize edilmiş halini ve Kanada (Canada) ile Calgary'nin baş harflerindeki "C" harflerinin iç içe geçmiş şeklini sembolize etmektedir (Resim 14). Logo'da kullanılan kırmızı renk ise Kanada bayrağındaki kırmızı şeritlerle, yaprak rengini sembolize etmektedir. Ayrıca Logo, tasarımdaki soyut değerlere uygun olarak 'univers' fontu kullanılarak oluşturulmuş 'Calgary'88' yazısı ile tamamlanmıştır. Çalışma tasarım bütünlüğü açısından nitelikli bir çalışmadır.



Resim 15. Kış Olimpiyatları 1992 Fransa (Sol)
Resim 16. Kış Olimpiyatları 1994 Norveç (Sağ)
(Image 15. The Winter Olympics 1992 France) (Left)
(Image 16. The Winter Olympics 1994 Norway) (Right)

1992'deki Kış Olimpiyat Oyunları Fransa'nın Albertville kentinde gerçekleştirilmiştir. Logo, Albertville oyunlarının görsel kimliğini oluşturmak için, olimpiyatların yapıldığı Savoie bölgesinin renklerinden oluşan bir alev ve alevin üzerinde Fransa bayrağında yer alan haç işaretine vurgu yapan benzer bir haç motifi ile bezenmiştir (Resim 15). Bu logo'da semiyotik açıdan anlatılmak istenen üç şey vardır: Birincisi oyunların gerçekleştirildiği dağın en parlak noktasını vurgulamak, ikincisi modernite ve üçüncüsü de spor'dur. Logo'nun kırmızı ve mavi renkten oluşması Fransa bayrağındaki renklere gönderme yapmak istenmesindedir. Logo'da, tipografik karakter olarak tasarıma uygun serifsiz bir font kullanılmış ve 'Albertville 92' yazısı ile bütünlük tamamlanmıştır.

1994'deki Kış Olimpiyat Oyunları Norveç'in Lillehammer kentinde gerçekleştirilmiştir. Logo'da, kutup ışıkları (aurora borealis) ve Norveç'in kış ilişkileri stilize edilerek oluşturulmuştur (Resim 16). Auralar (kuzey/güney kutup ışıkları) gökyüzündeki, özellikle geceleri ve kutup bölgelerinde gözükten, doğal ışımalarıdır. Bu ışımalar ağırlıklı olarak iyonosferde de meydana gelir. Kuzey enlemlerde aurora borealis olarak adlandırılır. Aurora kelimesi Roma Şafak Tanrıçası'nın isminden gelmektedir. Boreas'da Yunanca'da kuzey rüzgarına verilen isimdir. Logo'daki aurora borealis sembolü, ülkenin adaylığı aşamasında ortaya

çıkıştır. Logo'da gökyüzü aşağı doğru karlara dönüşmekte olimpiyat halkalarının üzerine düşmektedir. Gökyüzü ve kar, bölgenin doğasından esinlenilerek konu edilmiştir. Aurora Borealis, Norveç'in kuzey konumuna bağlı doğal bir fenomendir. Yani kutup ışıklarının oluşturduğu bu güç birliğinin etkileyici görüntüsü vurgulanmıştır. Ayrıca logo'da beyaz ve lacivert renk kullanılarak kış olimpiyatlarına vurgu yapılmak istenmiştir. Tipografik karakter olarak tasarımın bütünlüğüne uygun geçiş dönemi fontlarından serifli bir font olan 'baskerville old face' kullanılmış ve 'Lillehammer'94' yazısı ile tamamlanmıştır.

1998'deki Kış Olimpiyat Oyunları Japonya'nın Nagano kentinde gerçekleştirilmiştir. Logo'da çiçek formu kullanılmıştır (Resim 17). Çiçeğin her yaprağı farklı kış sporlarını temsil eden sporcular şeklindedir. Aynı zamanda bu şekil kış olimpiyatlarını simgeleyen stilize edilmiş kar tanesini yansıtmaktadır. Logo'da yer alan dağ çiçeği, Nagano bölgesinin çevreye olan duyarlılığı vurgulanmak içindir. Bu yüzden logo'nun adı 'Snowflower' yani kış çiçeği olmuştur. Logo'da kullanılan renkler çalışmayı estetik açıdan etkili göstermesine rağmen, renk sayısının (yedi) fazla olması baskı aşamasında maliyetleri arttıracığından çalışma eleştirilebilir. Logo'nun dinamik yapısı, renklerinin canlı ve parlak olması, oyunların daha renkli ve coşkulu bir ortamda gerçekleşmesi içindir. Logo'da, tipografik karakter olarak tasarıma uygun kazıma fontlardan Friz Quadrata kullanılmıştır.



Resim 17. Kış Olimpiyatları 1998 Japonya (Sol)

Resim 18. Kış Olimpiyatları 2002 ABD (Sağ)

(Image 17. The Winter Olympics 1998 Japan) (Left)

(Image 18. The Winter Olympics 2002 USA) (Right)

2002'deki Kış Olimpiyat Oyunları ABD'nin Salt Lake kentinde gerçekleştirilmiştir. Logo'daki form kristalize edilmiş kar tanesidir (Resim 18). Logo'da kullanılan sarı, turuncu ve mavi renkler, Utah manzarasından esinlenilerek seçilmiştir. Bu renkler anlam olarak: Zıtlıkları, kültürü ve cesareti ifade eder. Logo'daki bu anlamsal ilişki şöyle ifade edilebilir: Utah'ın çöl manzarası ve kuraklığının aksine aynı bölgenin karlı dağları zıtlığı; farklı kültürlerin içiçe yaşadığı Amerika kültürü ve oyunlara özünü ve ruhunu yansıtan sporcular ise cesareti anlatır. Logo, tipografik karakter olarak çizgisel font tercih edilmiş ve 'Salt Lake 2002' yazısı ile de tamamlanmıştır.

2006'deki Kış Olimpiyat Oyunları İtalya'nın Torino kentinde gerçekleştirilmiştir. Logo, İtalya'nın ve Torino şehrinin çok önemli yapılarından biri olan ve dünyanın en uzun müzesi olarak da bilinen "Mole Antonelliana Ulusal Müzesi" stilize edilerek hazırlanmıştır (Resim 19). Stilize edilmiş Mole Antonelliana, buz kristallerinden oluşmuş bir dağ

form'una dönüştürülmüştür. Aynı zamanda semiyotik açıdan kristallerin biraraya geldiği bu görüntü ile, tüm halklar arasında yeni teknolojiler ile olimpiyat ruhunun ebedi birliği de vurgulanmak istenmiştir. Logo'da, tasarımın teknolojik ve modern yapısına uygun olarak serifsiz ve elektroniği sembolize eden, dönemin özelliklerini yansıtan sayısal font ailesinden bir font olan "Floatsam Stiff" ile yazılmış olan 'torino 2006' ile tamamlanmıştır.



Resim 19. Kış Olimpiyatları 2006 İtalya (Sol)
Resim 20 Kış Olimpiyatları 2010 Kanada (Orta)
Resim 21. 2014 Kış Olimpiyatları Rusya (Sağ)
(Image 19. The Winter Olympic 2006 Italy) (Left)
(Image 20. The Winter Olympic 2010 Canada) (Middle)
(Image 21. The Winter Olympic 2014 Russia) (Right)

2010'daki Kış Olimpiyat Oyunları Kanada'nın Vancouver kentinde gerçekleştirilmiştir. Logo, Whistler Dağı tepesinde bulunan Ilanaaq heykelinin stilize edilmesiyle oluşturulmuştur (Resim 20). 'İnuksuk'un kelime anlamı; 'kişi bazı şeyler için eylem ya da fonksiyon gerçekleştirir' demektir. Kelimeyi eklere bölersek 'inuk' insan 'suk' yapay demektir. 'İnuksuit' daha yaygın kullanılmaktadır. İnuksuit, İnuit kabilelerinin kültürel simgesi olarak kullanılmaktadır. İnuksuit özellikle, çeşitli inunnguaq kabilelerinin ve aynı zamanda Kanada'nın da ana ulusal sembolü olarak kullanılmaktadır. Ilanaaq mutlu ve konuksever bir insanı karakterize eder [22]. Logo beş renkten oluşmaktadır. Logo'da kullanılan mavi ve yeşil renkler, Kanada'nın batısındaki adaların kıyılarının, dağlarının ve ormanlarının rengini temsil eder. Kırmızı renk Kanada'nın akçaağacı'nın yapraklarını, altın sarısı renk ise Vancouver şehrinin karlı dağlarından yansıyan ışığın slüet görüntüsünü sembolize eder. Renkler aynı zamanda olimpiyat bayrağındaki halkalar ile de oldukça uyumludur. Logo, tasarıma uygun olarak serifsiz bir font olan 'frutiger' ile yazılmış 'vancouver 2010' yazısı ile tamamlanmıştır. 2010 kış olimpiyatlarının temelini oluşturan bu inunnguaq logosunu Vancouver'dan sanatçı Elena Rivera MacGregor tasarlamıştır. Bu logo sayesinde İnuksuit yapıtları dünya çapında tanınır olmuştur.

2014'de düzenlenecek olan Kış Olimpiyat Oyunları Rusya'nın Sochi kentinde düzenlenecektir. Logo, 1 Aralık 2009'da resmi olimpiyat logosu olarak bildirilmiştir (Resim 21). Logo için Uluslararası Olimpiyat Komitesi Başkanı Jacques Rogge, "bu tasarım çok cazip, çok yaratıcı ve yenilikçi" diyerek duygularını belirtmiştir. Ayrıca o logo ile ilgili olarak "ben özellikle genç nüfusun ilgisini çekeceğini düşünüyorum" demiştir. Tasarım tek renkten oluşmaktadır. Logoyu oluşturan 'sochi2014.ru' başarılı bir tipografik düzenleme olup, aynı zamanda 2014 olimpiyatlarının resmi web sitesi'nin de adresidir. 'Sochi' kelimesinin yansıması olarak '2014' kullanılmıştır. Rusya'da bulunan ve bir tatil şehri olan Sochi'nin deniz ve dağlar arasında bir buluşma noktası olduğu Logo'da yansıtılmak istenmiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER (CONCLUSION AND SUGGESTIONS)

Kurumlar, firmalar, ürünler veya organizasyonlar açısından markalaşma ve marka iletişimi için görsel kimlik çalışmaları vazgeçilmezdir. Görsel kimlik oluşturulurken, kurumun tutumu ve iletişimi ile biçimi kişiliğe büründürülüp görselleştirilerek, kendini çevreye ve hedef kitleye tanıtması amaçlanır. Bu amacın gerçekleştirilmesi aşamasında ilk yapılması gereken işlemlerden biri logonun oluşturulmasıdır.

1920 yılında bayrak ile başlayan olimpiik kimliğin kurumsallaştırılması çalışmaları, ilk kış olimpiyat oyunlarının 1924'de Fransa'nın Chamonix bölgesinde düzenlenmiş olmasından bu yana, olimpiyatları düzenleyen her ülkenin kendi olimpiik kimliklerini sembolize eden logolar oluşturmalarıyla devam etmiştir. Bu logoların analizi sonucunda, kış olimpiyat oyunları logolarında, renk açısından Nagano-Japonya ve Vancouver-Kanada'nın logolarındaki renk sayının üç renkten fazla olması dışında genel olarak diğer logolarda logo tasarlanırken dikkat edilmesi gereken fazla renk kullanılmaması ilkesine uyulduğu belirlenmiştir. Tipografik karakterler bakımından Saint Moritz-İsviçre, Oslo-Norveç, Innsbruck-Avusturya (1964) ve Lillehammer-Norveç Kış Olimpiyatları logoları dışında kalanların serifsiz (sans-serif); hem majiskül (büyük) hem de minüskül (küçük) harflerden; Saint Moritz-İsviçre dışında kalanlar ise tek tipografik karakterden ve genellikle yapıldıkları dönemlerin özelliklerini yansıtan fontlardan oluşturulduğu anlaşılmıştır. Logolarda kullanılan fontların çoğu çizgisel font ailesinden olmakla birlikte, çağdaş, sayısal, kazıma ve el yazısı fontlarından oluşturuldukları görülmüştür. Logolar biçimsel olarak tasarlanırken negatif alanlardan etkili biçimde yararlanıldığı anlaşılmaktadır: Özellikle 1952, 1960, 1964, 1968, 1972, 1976, 1980, 1988, 1992, 1994, 2002, 2006, 2014 yıllarında tasarlanan logolarda bu unsur diğerlerine göre daha etkili kullanılmıştır. Ayrıca logolar genel olarak yorumlandığında, olimpiyatların yapıldığı ülkenin ve kentlerin özellikleri ile kısmen de olsa kış olimpiyatlarının ruhunu yansıttığı; biçim olarak ikonografik, soyut-lekesel, illüstratif ve tipografik olarak düzenlendikleri gözlemlenmiştir.

Bu araştırmada, bir logo tasarlanırken biçimlerin özgün olmasına, hatırlanabilir ve anlaşılır olmasına; illüstratif unsurlar içermemesine, tipografik olarak okunurluk özelliği yanında fazla karakter kullanılmamasına dikkat edilmesi gerektiği önerilmiştir. Ayrıca bir logo, genel olarak tasarlandığı çağın biçimsel ve tipografik unsurlarını içerisinde barındırmalıdır.

KAYNAKLAR (REFERENCES)

1. Öztürk, G., (2006). Logonun Kurumsal Kimlik Üzerine Etkisi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 9, ss.1.
2. Bir, A. A., (1994). Uzun Dönemli Strateji Olarak Kurumsal Kimlik, İstanbul: Kurum Kimliği Konferansı Kitapçığı, ss.1.
3. Tomak, A., (2008). Kurum Kimliği Kapsamında Türkiye'deki Bazı Süpermarket Logolarının Analizi, Sanat Yazıları, H.Ü. Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları, Sayı: 19, ss. 65-86.
4. Demir, Ç., (2006). Markalarda Kurumsal Kimlik Yenileme Kavramı, Sanat Yazıları, H.Ü. Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları, Sayı: 14, ss. 45-58.
5. Pektaş, H., (2010). Marka, Amblem ve Logotayp, <<http://www.hasippektas.com/marka.html>> (8.8.2010 tarihinde erişilmiştir).
6. Demir, Ç., (2006). Markalarda Kurumsal Kimlik Yenileme Kavramı, Sanat Yazıları, H.Ü. Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları, Sayı: 14, ss. 45-58.

7. Pektaş, H., (1988). Basın İlanlarında Grafik Tasarımın Yeri ve Önemi, Ankara: Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, s.57.
8. Çukacı, Z., (2002). Ulusal Banka Amblem ve Logotayp Tasarımlar, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, s.4.
9. Becer, E., (2005). İletişim ve Grafik Tasarım. Ankara: Dost Kitapevi Yayınları, 4. Baskı, s.195.
10. Teker, U., (2003). Grafik Tasarım ve Reklam, İzmir: Dokuz Eylül Yayınları, 3. Baskı, s.112.
11. Teker, U., (2003). Grafik Tasarım ve Reklam, İzmir: Dokuz Eylül Yayınları, 3. Baskı, s.112.
12. Gökhan, H., (2009). Semboller, İstanbul: Dharma Yayınları, s.83.
13. Serdaroğlu, M. S., (2002). Olimpiyat Tarihi ve Türkiye'nin Olimpiyatlardaki Durumu, Yüksek Lisans Tezi. Niğde: Niğde Üniversitesi SBE. Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, ss.1-6.
14. Akgül, U., (1997). Dünden Bugüne Olympia'dan Atlanta'ya...Olimpiyatlar, Bilim ve Teknik Dergisi, Sayı: 344, ss: 48-51.
15. Keskin, A., (2007). 2000-2012 Yılları Arasında Düzenlenen ve Düzenlenecek Olan Modern Olimpiyat Oyunlarına Ev Sahipliği Yapmak İçin, Aday Olan Şehirler, Seçim Kriterleri ve İstanbul Açısından Değerlendirilmesi, Kütahya: Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üni. SBE. Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, s.9.
16. Wilkinson, K., (2010). Semboller ve İşaretler, İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım, s.316.
17. Özdilek. Ç., Şentürk, A., Döşyılmaz E., (2010) Modern Olimpiyat Oyunlarının Tarihi Gelişimi ve Olimpiyatların Gezici Olma İlkesinin Günümüze Kadar Düzenlenen Oyunlar Açısından Değerlendirilmesi, <<http://sbe.dpu.edu.tr/9/223.pdf>> (22.07.2010 tarihinde erişilmiştir).
18. Frascara, J., (2004). Communication Design: Principles, Methods and Practice, New York: Allworth Press, pp.4.
19. Sayın, Z., (2001). Göstergelerin Göstergibilimsel (Semiotik) Açından Değerlendirilmesi: Ankara Büyükşehir Belediyesi'nin "Ankara" Amblemine Göstergibilimsel Bir Yaklaşım, Sanat Yazıları, H.Ü. Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları, Sayı: 8, ss.83.
20. Pilici, A., (2008). Tarihsel Süreçte Sembolden İkona: Logo. Sanatta Yeterlik Tezi, İstanbul: MSGSÜ. SBE. Grafik Tasarım Ana Sanat Dalı, ss.92-98;114-115.
21. Pektaş, H., (2010). İnternetteki Tipografi Sorunları ve Görsel Kirlenmeye Karşı Öneriler, Fotoğrafya, Sayı:6, <<http://www.fotografya.gen.tr/issue-6/index.html>> (15.08.2010 tarihinde erişilmiştir).
22. <<http://www.freespiritgallery.ca/inuitinukshukolympics.htm>> (11 Ağustos 2010 tarihinde erişilmiştir)