



Yayına Geliş Tarihi:16/07/2022
Yayına Kabul Tarihi:29/12/2022
Online Yayın Tarihi:31/12/2022

Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik
Araştırmalar Dergisi
Cilt:6, Sayı:17, Yıl:2022, Sayfa:280-299
ISSN: 2587-2206

ŞEHİR LOGOLARINDA YAŞANAN DEĞİŞİKLİKLERİN ŞEHİRİN SİMGELERİNİN TEMSİL EDİLMESİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Engin UĞUR¹

Özet

Şehir logosu, şehrin bilinirliği ve tanıtımında önemli bir görsel kimlik elamanıdır. Şehrin her türlü platformda tanıtımını sağladığı gibi diğer şehirlerarasından kolayca ayrıştırılmasını da sağlar. Şehir logolarında ağırlıklı olarak şehri tanımlayan coğrafi ve kültürel semboller ile şehrin dokusunda önemli yere sahip yapısal unsurlar yer alır. Bir şehir logosunda, şehri tanımlayan görsel unsurlar varsa “görsel temsil”den söz edilebilir. Şehir logosunda görsel unsurların olması zorunluluk değildir. Fakat iletişim çalışmalarının büyük bir çoğunluğunda olduğu gibi logo tasarımında da tipografik unsurlara göre görsel unsurların algılanması ve hafızada kalıcılığı daha fazla olmasından dolayı tercih edilmektedir.

Binlerce yıldır, çok sayıda insanın bir arada yaşadığı şehirler, askeri, ticari veya doğa olayları sebebiyle sürekli değişime sahip yerlerdir. Şehirde meydana gelen dikkate değer değişikliklerin şehri sembolize eden logoya yansımaları kaçınılmazdır. Şehir logoları, gelişen ve değişen şehrin dokusuna ayak uydurdukları sürece güncelliklerini korurlar. Reklam- tanıtım açısından şehirle illiyet(bağ) oluşturan görsel unsurların, isim kadar tanımlama ve ayrıştırıcı etkisi vardır.

Bir şehir logosunda tek başına tasarım tekniği başarısı yeterli değildir önemli olan şehirle bütünleşmesini sağlayan temsil performanslarıdır. Makalede son yıllarda logolarında değişikliğe giden belediye veya valiliklerin logoları arasından rastgele seçim yapılarak, görsel temsil performansları görsel iletişim kavram ve ilkeleri çerçevesinde değerlendirmeye çalışılmıştır. Yapılan değerlendirmeler kişisel perspektifte yapıldığı için her türlü eleştiriye açıktır.

Anahtar kelimeler: Simge, sembol, temsil, görsel iletişim, logo

¹ Doç. Dr. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü
engin.ugur@ibu.edu.tr ORCID No: 0000-0001-7831-5449

Atf/Citation: Uğur, E. (2022). Şehir Logolarında Yaşanan Değişikliklerin Şehrin Simgelerinin Temsil Edilmesi Açısından Değerlendirilmesi. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 6(17), 280-299.

EVALUATION OF THE CHANGES IN THE CITY LOGOS IN TERMS OF REPRESENTING THE SYMBOLS OF THE CITY

Abstract

The city logo is an important visual identity element in the awareness and promotion of the city. It provides promotion of the city on all kinds of platforms, as well as allows it to be easily separated from other cities.

The city logos mainly contain geographical and cultural symbols that define the city, as well as structural elements that have an important place in the fabric of the city. In a city logo, "visual representation" can be mentioned if there are visual elements that define the city. It is not necessary to have visual elements in the city logo. However, as in the vast majority of communication studies, logo design is preferred due to the fact that visual elements are perceived and have more persistence in memory than typographic elements.

For thousands of years, cities where a large number of people have lived together have been places of constant change due to military, commercial or natural events. It is inevitable that the remarkable changes taking place in the city will be reflected in the logo symbolizing the city. City logos keep their modernity as long as they keep up with the texture of the developing and changing city. From the point of view of advertising and promotion, the visual elements that create a provincial (bond) with the city have as much a descriptive and parsing effect as the name.

The success of the design technique alone in a city logo is not enough, the important thing is the representation performance that allows it to integrate with the city. Article in recent years to change the logos by the mayor or the governor from among the random selection of logos, visual communication, visual representation of concepts and principles within the framework of the evaluated performances has been studied. Since the evaluations made are made from a personal perspective, they are open to all kinds of criticism.

Keywords: *Icon, symbol, representation, visual communication, logo*

GİRİŞ

Günümüz rekabet ortamında, ticari işletmeler gibi kent yöneticileri de kurumsal olarak yerel, ulusal ve uluslararası alanda tanınmalarını sağlamaya çalışmaktadırlar. Son yıllarda marka imajı oluşturacak, rekabet ortamında kenti ön plana çıkaracak her türlü reklam ve tanıtım faaliyetlerine büyük bütçeler ayrılmaktadır. Bu faaliyetlerin ilk aşamasını kurumsal kimlik çalışmaları oluşturmaktadır. Kent kimliği inşasına, kenti en etkin bir şekilde temsil edecek logo tasarımı ile başlanmaktadır. O şehirde yaşayan veya misafir olarak gelen insanların her an karşılaştıkları şehir logoları, kenti betimleyen, kent hakkında bilgi aktaran ve yükledikleri anlamlarla kent ile insanlar arasında sağlıklı iletişim sağlayan göstergelerdir. Bu özelliklerinden dolayı simgesel ve güçlü bir temsil görevi olan logo, hem yerel sınırlar içinde hem de dışında, kentlerin daha çok tanınır hale gelmelerini sağlayan önemli göstergelerdendir. Bu bağlamda kentlerde logo seçimi genellikle o

kentin tarihsel, sosyolojik, antropolojik, folklorik, dini, politik, iklimsel, coğrafi ve kimi kavramsal özellikleri arasından, bir ya da birkaç öğeden oluşabilen göstergeyi/göstergeleri kullanmakla gerçekleştirildiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Görsel kimlik göstergesi olarak öne çıkan logo, ilgili algılayıcı kitle ile kent arasında iletişim köprüsü kurup karşılıklı yarar sağlayan bir temsil görevi görmektedir. (Demir, 2018: 1575).

1. SİMGE KAVRAMI

Genel anlamda simge, toplumsal anlaşmaya dayanan, anlamı önceden kararlaştırılmış, belirli bir işaret demektir. Algılanan bir nesneye yönelik düşüncesinin yönlendirilmesi olarak tanımlanır. Bilişsel açıdan sembolik bir düşünce demektir (Budrevicius, 2013: 19). Simgeler, insanların belirli bir düşünceye uyarlamasının sonucunda ortaya çıkar. Geçen zamanda düşüncelerin yönü değiştikçe simge özelliğini kaybetmeye başlar. Simge, insanın “kavrama ve imgelem gücü”nü uyarır. Bunun yanında, yaşanmış duygu ve düşünceyle anlamlı deneyimleri “yeniden canlandırma”ya olanak verir. Simge kişisel deneyimler ve bunun farklı düşünsel yansımalarından yola çıkarak evrensele ulaşmanın bir yoludur.

Simge;

- yansıtıcıdır.
- özetleyen özelliğe sahiptir.
- temsil ettiği soyut ve somut değerlerin anımsanmasını, anlaşılmasını, paylaşılmasını sağlayan bir anahtardır.

Simgenin görsel olarak nesneleştirilmesi ile görsel semboller üretilir. Sembol simgenin ses olarak ya da şekil olarak somutlaştırılmış halidir. İletişimde simgesel ya da klişeleşmiş unsurların subjektif kesinlik aracılığıyla belirsizlikleri azaltma işlevi ve anlamayı kolaylaştırma yeteneği, onun yaygınlaşması ve gelenekleşmesini sağlamaktadır. Fakat bu simgesel unsurlar tek başına temsil bütünü olamazlar. Mutlaka insanların iletişim faaliyetlerindeki eklemlenmeleri ile olur. Zira simgesel unsurlar, genellikle kamusal iletişim sürecinde gerçekleşen kolektif temsil tercihi ile olur. Günümüzde yazı ve sözün gücünü yitirdiği bunların yerine görsel simgelerin geçtiğidir (Ümer, 2017: 1537).

2. SEMBOL KAVRAMI

Sembol, hakkında birçok tanım yapılmıştır. Bu tanımlar kimi farklılıklarla beraber iki noktayı esas almıştır. Bunlar, sembolün “tanıma veya tanıma için bir şeye işaret etmesi” ile “işaret ettiği konu üzerinde

genel bir mutabakat olması” şeklindedir. Söz konusu tanımlarda vurgulanan en önemli konu sembolün kendisi dışında bir şeye işaret etmesidir. Sembol kendisine değil kendisi dışında bir anlama işaret etmektedir. Sembolün, kendisi dışında bir şeye işaret etmesi onun en belirleyici özelliğidir. Bu özellik sembolün tek başına iki unsuru içerdiğini, bunları kendisinde birleştirdiğini göstermektedir (Kızıllı, 2018: 1307).

Sembollerin kullanımı uzun bir geleneğe sahiptir. Önce semboller mağaralarda ve taş duvarlarda resim veya oyma olarak ortaya çıktı. Semboller iletebilir bir veya daha fazla metin cümlesine eşdeğer bilgi ifade eden görsellerdir (Dewar, 1999: 9).

Semboller, soyut bir anlama, işitilebilen bir sesle, görülebilen bir nesneyle veya bir hareketle işaret etmektedirler. Sembol bireye “anlama” ileten bir araç konumundadır. Böylece bir kısaltma ve iletişim aracı olarak dünyayı yorumlayan ve anlam katan bir erişim aracı olmaktadır. Sembol iki unsurdan oluşmaktadır. Bunlar sembol için kullanılan araç ile sembolize edilen hakikat şeklinde sınıflandırılabilir (Kızıllı, 2018: 1309).

Bir sembolün bilişsel açıdan kolay algılanabilir ve özgün olması gerekmektedir (Annie, Chan, 2008:2). Görsel iletişim tasarımı açısından sembol; biçimi(form), boyutu, rengi ve yer aldığı zeminin (fon) rengine göre değerlendirilir. Görsel sembol, resim ve illüstrasyona göre daha az ayrıntıya (detay) sahiptir. İfade ettiği nesnenin ön plana çıkan karakteristik özelliklerini en belirgin bir biçimde temsil etmelidir.



<https://tr.weblogographic.com/difference-between-sign-and-symbol-266100>

Görsel. 1 Görsel sembol örnekleri

3. TEMSİL KAVRAMI

Romalıların “repraesentare” sözcüğünden türeyen (Örs, 2006:2) temsil kavramı geçmişten günümüze sosyal, siyasal, iktisadi, ticari, vb. birçok alanda tartışılan önemli bir olgudur. Temsil iletişimin gereği olarak, düşüncelerin aktarımının olanaklı hale getirilmek üzere kodlanması işidir. İnsanın çevresinden veri alabilmesinin temelde beş farklı yolu olduğundan beş farklı duyunun her birine ya da birden çoğuna aynı anda farklı

düzeyleerde etkiyebileceek farklı kodlama yöntemleri geliştirmek mümkündür (Spivey, 2005). Benzer coğrafyayı ve kültürü paylaşan insan toplulukları fikir ve düşüncelerini paylaşabilme yeteneğinin sağladığı evrimsel avantaj sayesinde zamanla kendi aralarında ortak bir sesli kodlama yöntemi geliştirmişlerdir (Ergenç, 1994). Temsil, canlı ya da cansız bir varlık, bir durum, bir nesne, bir duygu, bir sezgi, bir olgu ya da bir düşüncenin (ki bunların hepsi bir gerçekliktir) yerine geçebilecek ve o gerçekliği göreceli de olsa en iyi aktarabilen bir aracı durumundadır. Temsil, aracı olduğu için çoğunlukla dolaylı ve sembolik bir yapıyı da kapsar. Bu bakımdan, dil, sanat ve kültür gibi alanlar aktarım aracılığını üstlenen temsil alanlarından bir kısmıdır. (Alp, 2013: 42-43).

Her temsil alanının temsil ettiği durumu hangi kriterler ve ne oranda temsil ettiği de her zaman tartışmaya açıktır. Bu değişken durum iki ana nedene bağlıdır. Bunlardan ilki, temsil edenin, temsil ettiği şeyi algılama ve aktarma durumudur. Bir şeyin temsil unsurları(nitelikleri) bulunduğu toplumun geçmiş ve şu anki sahip olduğu algı yapısından alır. Bundan dolayı, temsil yapısı zamanla toplumsal sürecin içinde gelişir ve değişir. Temsilin bu toplumsal ve dinamik yapısı aynı zamanda her toplum ve dönemin kendi belirleyici egemen güçleri dahilinde şekillenir ve çoğunlukla resmi sınırların kontrolü altında gelişir. Bu nedenle her dönemin ya da çağın belirli bir temsil anlayışından söz edilebilir (Alp, 2013: 42-43).

3.1.Görsel Temsil

Görsel temsil; görselin, sembol ettiği nesne veya olguya dair biçimsel uygunluğu ve sahip olduğu özellikleri andırması olarak tanımlanabilir. Temsil, temsil ettiği şeyin kendisi değil bir aracıdır (Alp, 2013: 40). Temsilde varlık bulan ve izleyiciye önerilen bir yorumlamadır. Görsel temsil, somut veya soyut bir unsurun gösterilmesinden öte asıl olana karşı bir bakış üretmektir. Bu nedenle sorun, görsel unsurların hangilerinin doğru veya yanlış olduğu değil, nasıl bir bakış ve eylem ürettiğidir (Ümer, 2017: 1540). Görsel iletişimde görsel sembollerin taşıdığı anlamlar ve açıkladığı düşüncelerin okunabilmesi önemlidir (Seels, 1994). Sembollerin hem metaforik hem de somut anlamlarının tanınması açısından bu gereklidir. Görsel sembollerini algılama, kavrama anlama, yorumlama ve onları ifade edebilme olarak kullanma; bireyin iletişim kurabilmesi için açıısından çok önemlidir (Alpan (Bangir), 2008: 85).

Görsel kültür temsiller üzerine düşünmektir (Rundell, 1999: 134). Temsillerin insan düşünmesindeki varlığı göz önünde tutulursa nasıl gösterildiği, nasıl anlamın üretildiği ve bakış açılarının nasıl önerildiği

konuları ile birlikte ele alınması gerekir (Ümer, 2017: 1537). Görsel temsiller, sadeleştirilmiş yapıları ile görsel iletişim etkinliğine büyük katkı sağlar.

Görsel temsil, canlı cansız her türlü nesnenin resme dönüştürülmesidir. Tüm resimler görsel temsil kurallarına dayanır ve görsel etkileşimin birer simülasyonlarıdır. Bazı resimlerin diğerlerinden daha "gerçekçi" olduğunun ifade edilmesinin görsel temsil açısından bir önemi yoktur. Görsel temsilde ortaya çıkan farklılıklar diğer bir ifade ile çeşitlilik (varyasyonlar) çizen kişinin deneyimlerine göre anlamlandırma ve yorumlama farkıdır.

Görsel algı açısından çizilen resmin ne anlama geldiğinin asgari düzeyde anlaşılabilir olması gerekir. Görsel temsil de önemli olan bir başka nesneyle benzerlikler yanılgısı oluşturmamasıdır. Sanatsal resim çalışmalarında dahi benzerlik yanılsamaları görsel temsil açısından kolaylıkla çözümlenemeyen bir olumsuzluk olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin yuvarlak forma sahip kırmızı erik fotoğrafının kırmızı elma olarak algılanabiliyor olması görsel temsilde benzerlik yanılsamalarına tipik bir örnektir.



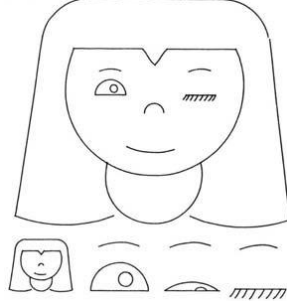
<https://www.trendyol.com/pd/cermik-fidancilik/asili-kirmizi-erik-fidani-3-yas-p-250273661>

<https://www.pexels.com/tr-tr/fotograf/kirmizi-elma-575610/>

Görsel. 2 Görsel temsilde benzerlik yanılsama örneği (kırmızı eriğin elma algısı)

Nesnelerin görsel olarak temsil edilmesinde az ya da çok sanatsal olması istenebilir. Fakat görsel temsil açısından sanatsal kaygılara göre çizilmesinin önemi yoktur. Ivan Sutherland,ın geliştirdiği "Sketchpad" sistemi için çizdiği göz kırpan bir kızın basit çizimi gerçekçi' olarak tanımlamayız ama, bir kızın etkili bir görsel temsilidir. Aslında, göz kırpan

kızın alışılmadık derecede iyi bir temsilidir, çünkü resmin tüm unsurları tamamen soyut ve geneldir.



Yazar/Telif hakkı sahibi: Ivan Sutherland'ın izniyle. Telif hakkı koşulları ve lisans: CC-Att-SA-3 (Creative Commons Atıf-ShareAlike 3.0)

Görsel. 3 Ivan Sutherland'ın "Sketchpad" sistemi için göz kırpan kızın basit çizimi

3.2.Görsel İletişim Tasarımında Temsil

Görsel iletişim tasarımında temsil, gerçek nesnelere yerine geçerek, tasarımcının yaratacağı yeni biçimleri bu yolla gerçekleştirdiği ve "nesnelere ve süreci organize eden olgu" olarak tanımlanmıştır. (Akın, 1986:32). Tasarımda konuyu (mesaj) en iyi temsil eden görselin hazırlanmasında görsel algı süreçlerine dikkat edilmesi kadar hedef kitlenin özelliklerinin de çok iyi bilinmesini gerekmektedir. Görsel iletişim tasarımında temsilin değeri hayal gücünde yatar. Mesajın soyut ya da sembolik bir görselle temsil edilmesi tasarımcının tecrübesine, bilgi birikimine ve hayal gücüne göre şekillenir. Hayal gücünü bu alanda kullanmaya gayret sarf etmeyen bir görsel iletişim tasarımcısı bir görselin bilinen temsil sınırlarının dışına çıkamamaktadır. Oysa ister soyut olsun isterse sembolik bir görselin tek başına özellikle yanına gelecek diğer tasarım elemanları ile bilinen temsil yapısından farklı türevleri(seçenekleri) ortaya konula bilir.

Görsel iletişim tasarımcısı kullanacağı görsellerin anlamsal çözümlemesinde (gösterge bilim çözümlemesi) temsil ettiği kültürel kodlarına öncelikli olarak dikkate almalıdır. Bugün unutulmaya yüz tutmuş ama geçmişte zengin bir temsil gücüne sahip görsellerin günümüze uyarlanması -yorumlanması görsel sanat çalışmaları kadar takdiri fazlası ile hak eder.



https://tr.wikipedia.org/wiki/Galata_Kulesi

https://m.facebook.com/galataalacarte/videos/?ref=page_internal

[https://www.hepsiburada.com/hediyelikevi-galata-kulesi-pm-](https://www.hepsiburada.com/hediyelikevi-galata-kulesi-pm-HB00000MHK7Q)

[HB00000MHK7Q](https://www.logovector.org/logo/galata-yayinlari/) <https://www.logovector.org/logo/galata-yayinlari/>

Görsel. 4 Galata kulesini temsil eden görsel sembol çalışmaları

Görsel temsil pek çok farklı parametreye bağlı olarak değişkenlik gösterir. Bu değişkenler temel olarak; toplumsal dinamik ve dönüşümlere bağlı olarak gerçeklik algısındaki farklılıklar, bu farklılıklara göre temsilin kurulumu, temsilin kendi nesnel gerçekliği, bu gerçekliğin temsil ettiği durum ve tüm bunlara bağlı olarak temsilin özgün konumudur (Özlem Alp, 2013: 41). Bir görsel, keskin sınırlarla belirlenmiş temsil yapısına sahip değildir. Zaman içinde toplumun sosyal, kültürel ve ekonomik yapısında yaşanan değişimlerle doğru orantılı olarak temsil yapısında da az veya çok değişiklikler ortaya çıkmaktadır. Ayrıca temsil yapısı, toplumun farklı katmanlarında az veya çok farklılıklar gösterebilmektedir.

Görselin temsil performansı, onlara bakanların zihinlerindeki birikimlerle uyumlu ve bu uyumun kesin hale getirilmesi ile ilişkilidir. Görsellerin bazıları çok anlamlı ve çok yönlü olabildiği için kullanıldığı yerde farklı temsillere neden olabilir. Bir görselin temsil değerlendirmesi yalnız olarak yapılması yanıltıcı olabilir. Kullanıldığı yer ve yanında yer alan diğer unsurlarla birlikte değerlendirilmelidir.

Görsel unsurların; düşünme, algılama boyutu ve bunların nasıl işlediği ile ilgili yapısal çözümleme mekanizması temsil olgusunun konusudur. Logo gibi görsel çalışmalarda görselin temsil performansı, temsil ettiği objeye benzerliği ve algılanma düzeyine göre değerlendirilir.



<https://www.mardinlife.com/buyuksehir-yeni-logoyu-secimini-vatandasa-birakti.html>

Görsel 5. Halk oylamasına sunulan Mardin Büyükşehir Belediyesi logo tasarımları

3.3.Şehir Logo Tasarımında Görsel Temsil Performansının Başarı Kriterleri

Görsel temsil açısından logo tasarımında, aktarılmaya çalışılan kavramın özüne uygun bir görsel seçildiği sürece etkili olunabilir. Dolayısıyla soyut düşünce sürecinden başlayarak eskiz ve taslak süreçlerine kadar en iyi olana ulaşmak için alternatifler arasından en iyi-en doğru seçimlerin yapılması gerekmektedir. Logo, görsel algıya hitap eden bir nesne olduğundan tasarım sürecinin her aşamasında içerik kadar görsel algıya da dikkat edilmesi gerekmektedir. Başarılı bir şehir logosu, sade yapısı ile algılanması kolay olduğu gibi seçilen görsel unsurları ile güçlü temsil yeteneği taşımalıdır. Görsel temsil açısından başarılı bir şehir logosu tasarlanmanın temel kriterleri şunlardır;

1. **Teknik ve kültürel birikim:** Bir şehir logosu tasarımında görsel temsil açısından başarılı olması için tasarımı yapan tasarımcının, şehrin tarihi, kültürü ve coğrafi özelliklerini çok iyi bilmesi ve teknik açıdan tasarım bilgi, beceri ve tecrübesiyle bunu harmanlaması gerekmektedir.

2. **Ortak akıl (Ekip çalışması):** Görsel iletişim tasarımı süreci, görsel düşünme eylemi ile başlar ardından görsel anlatım çalışmaları(eskiz çalışmaları) ile ilerler ve nihayetinde amaçlanan hedefi karşılayan(istenen düşünceyi en iyi temsil eden) çalışmanın ortaya konulması ile sonuçlanır. Bu tasarım evrelerinin her aşamasında ortak aklın, karar süreçlerine katılması daha iyiye ulaşma adına çok büyük önem taşımaktadır. Çalışmayı yapan tasarımcının göremediği bir detayın bir başkası tarafından görülmesi çok olağan bir durumdur. Bu nedenle ekip çalışmasının çok gerekli olmadığı kişisel çalışmalarda dahi fikir alışverişi ve her türlü farklı öneri, değerlendirme ve yorumlar, daha iyiye ulaşma adına büyük değere sahiptir. Özellikle bir şehrin tüm kurum kuruluş ve vatandaşlarını temsil eden şehir logosunun tasarımında, toplumun her kesiminin görüş ve önerilerinin dikkate alınması başarılı bir sonuca ulaşma adına büyük bir gerekliliktir. Bu nedenle bazı belediye ve valilikler logo değişiminde logo yarışması düzenleyerek geniş katılımlı bir yol izlemektedirler.
3. **Doğru Tercihler (Seçimler):** Görsel iletişim tasarımcısının yapacağı seçimler, logonun hem temsil yapısını hem de estetik performansını belirler. Temsil açısından başarılı şekilde hazırlanan bir sembol, tasarım tekniğine göre hareket edilmemesi ve uygun olmayan tercihler sonucunda başarısız bir logoya dönüşebilir. Asgari düzeyde temsil performansına sahip bir sembol, doğru tasarım tekniği ve doğru seçimlerle başarılı bir logoya dönüşebilir. Tek başına bir sembol veya diğer tasarım elemanları, sonucun başarısında kısmi bir etkiye sahiptir. Başarılı bir logo tasarımında; kullanılan tasarım elemanları (fotoğraf, resim, illüstrasyon, sembol, yazı) kadar önemli olan doğru tasarım tercihleri (ölçü, renk, yön, vb.) sonucunda ortaya çıkan bütünlüktür. Aynı görsel veya birbirine çok benzeyen bir görsel, bir logo çalışmasında farklı tasarım elemanları ile karşımıza çıkar. Aynı görsel bir çalışmada çok zayıf etkide kalırken bir başka çalışmada çok yüksek bir etki ile karşımıza çıkabilmektedir. Bu da bize tek tek tasarım elemanlarının etkinliğinden daha önemli olanın tasarım bütünlüğü olduğunu göstermektedir.



https://tr.wikipedia.org/wiki/Dosya:Demir%C3%B6ren_Holding_logo.png
<https://www.pngindir.com/png-cs3674/>
https://tr.wikipedia.org/wiki/Dosya:Trabzon_B%C3%BCy%C3%BCk%C5%9Fehir_Belediyesi_logosu.png <https://listetek.com/haber/384>

Görsel. 6 Logo tasarım örnekleri

4.ŞEHİR LOGOLARINDAKİ DEĞİŞİKLİKLERİN TEMSİL PERFORMANSI AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Değişikliğe gitme ihtiyacı, daha iyiye ulaşma isteğinin bir sonucudur. Bu nedenle yeni logoların eskilerinden daha iyi olması gerekmektedir. Var olanı daha kötüsü ile değiştirmenin hiçbir mantıksal izahatı olamaz. Bir görsel iletişim ürününün başarı kriterlerinden en önemlisi temsil gücüdür. Görsel temsil performansının yüksek olması, algılamayı kolaylaştıran boyutu ile tasarım ürününden istenen beklentilerin karşılanmasına yardımcı olur.

Bir şehir logosu temsil performansı açısından değerlendirmeye tabi tutulacak ise logoda yer alan görsel, tipografik ve diğer unsurlar ayrı ayrı değerlendirmeye tabi tutulmalıdır. Logodaki bir tasarım elemanı düşük temsil gücü taşıyırken bir diğeri yüksek temsil gücüne sahip olabilir. Logodaki her bir unsurun temsil değerlendirmesi, birbirinden bağımsızdır. Bu değerlendirmeler bir araya gelince, logonun genel temsil performansını meydana getirir.

Bir şehir logosunun temsil performansını değerlendirmek için şehrin coğrafi, fiziki, tarihi ve kültürel yapısını bilmek gerekmektedir. Ayrıca logodaki temsil edilen unsurların karşısına temsilde yer almamış unsurlarında ortaya konulması gerekmektedir.

4.1.Burdur Valiliği Logosu

Eski logo, “B” harfinin yıldız tutan insan formu ile büyük oranda tipografik yapıdan oluşmakta. İlin kendine has özelliklerinin logoda temsil edilmemesinden dolayı, görsel temsil açısından başarısız bir yapıya sahip.

Yeni logoda yer alan tasarım elemanları incelendiğinde ilin kendine has özelliklerin temsil edilmeye çalışıldığı hemen göze çarpmaktadır. Logoda ön planda yer alan görsel unsur, Türk el sanatlarının en yaygın kullanılan süsleme elemanlarından olan “eli belinde” motifidir. Motif, ilin kültürel mirası açısından zengin yapıya sahip olduğunu temsil etmektedir. Motifinin hemen altında boynuz ve sütun sembollerinin birleşiminden meydana gelen bir görsel yer almaktadır. Sütun sembolü, ilin geçmiş medeniyetlerine ev sahipliği yaptığını diğer bir ifade ile tarihi yerler açısından zenginliklerini temsil etmektedir. Boynuz sembolü ise keçi yetiştiriciliğini temsil etmektedir. En altta yer alan dalgalı yatay çizgiler, ilin göller açısından zengin yapısını temsil etmektedir. İlin ön plana çıkan özelliklerinin büyük oranda temsil edilmiş olmasından dolayı görsel temsil açısından başarılı kabul edilebilir.

Eski logo



Yeni logo



<https://www.burdurweb.com/web/burdur-valiliginin-logosu-degisti.html>

<https://www.antalyanews.com.tr/burdur-valiligi-logosu-degisti-578.html>

Görsel. 7 Burdur Valiliği eski ve yeni logoları

4.2.Afyonkarahisar Valiliği Logosu

Dairesel formdaki eski logoda ön planda kurtuluş savaşını temsil eden Büyük Utku Anıtı, onun arkasında Afyon şehir merkezinin coğrafi sembolü olan Kocatepe yer almaktadır. Birbirine yakın renklerde tasarlanmış ve şehrin iki unsurunun temsil edildiği bir yapıya sahip. Yeni logoda Kocatepe'ye daha büyük yer verilmesine rağmen heykel çok küçük oranda yer verilerek temsil gücünün zayıflamasına neden olmuştur. Yeni logonun ön planda olan unsuru, tarihi valilik binasının illüstrasyonudur. Valilik, kendi kurumsal yapısını ön planda tutarak yerleşkesini logoda kullanmıştır.

Eski logo

Yeni logo



https://www.ab.gov.tr/_45103.html

<https://www.afyonhaber.com/afyonkarahisar-valiligi-logosunu-degistirdi/130762/>

Görsel. 8 Afyonkarahisar Valiliği eski ve yeni logoları

4.3.Kastamonu Belediyesi Logosu

Kastamonu, doğal ve kültürel açıdan zengin bir coğrafi yapıya sahiptir. Karadeniz'e açılan geniş sahili, ormanları ve tarihi ahşap evleri ilk akla gelen özellikleridir. Özellikle şehir merkezindeki kalesi, tarihi cami, türbe ve medreseleri göze çarpmaktadır. Bu kadar zengin özelliklerin logoda temsil edilmiş olması gerekmektedir. Eski logo incelendiğinde şehri temsil için sadece kalesi ve kurtuluş savaşı mücadelesini sembolize eden top mermisi taşıyan kadın sembolü yer almaktadır. Şehrin diğer unsurlarının yer almaması bir eksiklik olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeni logoda temsil açısından şehirle ilgili hiçbir unsurun yer almaması çok manidar bir durum oluşturmaktadır. Bu nedenle yeni logo görsel temsil performansı açısından çok başarısız bir tasarıma sahiptir.

Eski logo

Yeni logo



<http://www.aciksoz.com.tr/belediye-logosu-makale,793.html>

<https://www.kastamonuguncel.com/politika/kastamonu-belediyesi-logosunu-degistirdi-h25689.html>

Görsel. 9 Kastamonu Belediyesi eski ve yeni logoları

4.4.İzmir Büyükşehir Belediyesi Logosu

İzmir ülkemizin en kalabalık üçüncü şehri olmasının yanında doğal güzellikleriyle de ilk sıralarda olan bir sahil şehridir. Şehrin kent merkezi ve ilçelerinde çok sayıda tarihi ve kültürel zenginliklere sahiptir. Ayrıca endüstri ve zirai üretimde lokomotif bir şehirdir. Bundan dolayı eski logoda ve yeni logoda sadece Saat kulesinin yer alması şehrin zengin özelliklerinin logoda temsil edilmediğinin bir göstergesidir. Bu durum tasarımda sadelik gerekçesi ile izah edilemez. Bir şehir logosu tasarımında sade ve kolay algılanabilir bir çalışma ortaya koymanın yanında, şehri en kapsamlı temsil edecek unsurların yer alması gerekliliği ilkesine göre eski ve yeni logolar temsil açısından yetersiz kaldığı görülmektedir. Ayrıca yeni logoda şehrin en önemli simgesi olan Saat kulesinin simetrik ve içi dolu sembole(siluet) dönüştürülmüş olması, temsil ettiği nesneye benzerlik özelliklerini ciddi derecede azaltmıştır.

Eski logo**Yeni logo**

<https://www.hurriyet.com.tr/ege/iste-bu-amblem-izmire-yakisti-mi-5777701>

<https://www.izmir.bel.tr/>

Görsel. 10 İzmir Büyükşehir Belediyesi eski ve yeni logoları

4.5.Çankırı Valiliği Logosu

Tüm dünyada olduğu gibi logo değişiminin temel unsuru daha sade kolay algılanabilir tasarım oluşturmaktır. Çankırı Valiliğinin eski logosunda şehri simgeleyen (temsil eden) fazla sayıdaki semboller, sadelik özelliğine zıt bir yapı oluşturmaktadır. Şehir logolarında şehri en geniş perspektifte temsil eden bir logo tasarlamak adına fazla sayıdaki tasarım elemanına yer verilmesi, görsel iletişim performansı açısından büyük sakıncalar oluşturmaktadır. Özellikle logo gibi küçük boyutlu tasarımlarda, tasarım unsurlarının sayısı arttıkça algı kolaylığı yerini algı zorluğu ve karmaşasına bırakmaktadır. Her şeye yer verme çabası içine girmek yerine şehri temsil eden ilk öncelikli sembollerle sınırlı tutmak daha doğru bir uygulama olarak kabul edilebilir. Eğer simgeleri elemekte zorlanılıyor ise, şehrin simgeleri tek bir yapıyı oluşturan birbirine entegre basit geometrik çizgisel sembollerle temsil edilmesi tercih edilebilmektedir.

Çankırı Valiliğinin yeni logosu Fransız grafiker Edouart Allegret hobi amaçlı dünyanın ünlü kulüp logolarını, eski sembollerine bağlı kalarak geometrik yapıya dönüştürdüğü çalışmaları ile büyük benzerlikler göstermektedir. Aşağıda Allegret'in eski logoları geometrik olarak yeniden tasarladığı iki örnek görülmektedir.



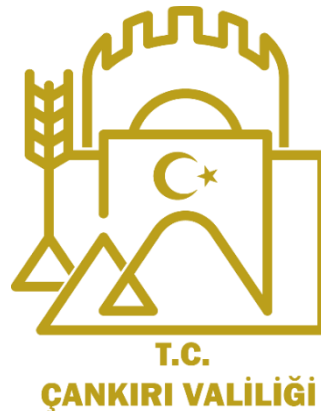
https://www.researchgate.net/profile/Engin_Ugur/publication/324757487_FANSIZ_GRAFIKER_EDOUARD_ALLEGRET_IN_HOBI_OLARAK_TASARLADIGI_KULUP_LOGOLARININ_TASARIM_ILKELERI_ACISINDAN_INCELENMESI

Görsel. 11 Edouart Allegret tarafından hobi amaçlı tasarlanan kulüp logo örnekleri

Çankırı Valiliğinin yeni logosu günümüzün sade yapısına çok uygun olmasa da eski logoya nazaran daha bütünsel bir yapıya sahiptir. Şehri temsil eden semboller tek tip geometrik formuyla daha kolay algılanabilmektedir. Eski logo ile yeni logo temsil açısından kıyaslandığında; “kale” sembolü, “buğday” başağı sembolü, “bayrak” sembolü yeni logoda yerini korudu görülmektedir. Fakat eski logoda yer alan “çam ağacı” sembolü ve “sanayi dişlisi” sembolü yer almazken Çankırı’nın en bilindik simgelerinden olan Ilgaz dağı sembolü yer almaktadır. Şehrin önemli simgelerine göre temsil açısından yeni logonun daha başarılı olduğu görülmektedir.

Eski logo

Yeni logo



<https://www.cankiripostasi.com/manset/cankiri-valiligi-logosunu-degistirdi-h8066.html>

Görsel. 12 Çankırı Valiliği eski ve yeni logoları

4.6.Aydın Büyükşehir Belediyesi Logosu

Aydın Büyükşehir Belediyesinin eski logosu ağırlıklı olarak illüstratif tasarım elemanlarından (tarihi yapı, incir dalı ve efe) meydana gelmektedir. Eski logo, şehrin simgelerinden meydana geldiği için temsil performansı yüksek olmasına karşın günümüzün sade(basit) logo yapısına sahip değildir. Yeni logo şehrin simgelerinden olan efelerin folklorik oyunundan esinlenerek oluşturulmuş bir tasarıma sahiptir. Grafik tasarım açısından başarılı kabul edilebilir fakat temsil açısından sınırlı yapısıyla başarılı bir tasarım olduğu söylenemez. Altı tane efe sembolünün ortasına Aydın şehrinin en önemli simgelerinden olan incire pozitif bir sembolle yer verilebilirdi. Aydın ili ülkemizin sıcak iklim kuşağında yer alan bir şehridir. Eski logoda yer alan sarı dairesel yapı ve içeriye doğru gelen sarı çizgilerle güneşi temsil etmektedir. Yeni logoda, soğuk renk grubunda yer alan lacivertin seçilmesi şehrin temsil performansı açısından yanlış bir seçim oluşturmaktadır.

Eski logo



Yeni logo



<http://www.aydindogumluyuz.com/2014/07/aydin-buyuksehir-belediyesi-logo-secimi.html>

Görsel. 13 Aydın Büyükşehir Belediyesi eski ve yeni logoları

4.7.Mersin Büyükşehir Belediyesi Logosu

Dairesel formdaki eski logo, turuncu renkli daire ile güneş, mavi fon ile gökyüzü ve mavi çizgiler ile deniz dalgaları temsil edildiği görsel yapıya sahiptir. Eski logoda deniz dalgalarına kullanılarak kabartma(rölyef) "M"

harfi temsil edilmiştir. Fakat logo küçüldüğünde bu kabartma harfin görsel algı açısından algılanması zor olacaktır. Eski logo deniz ve güneşin ön plana çıkan bir şehrin temsil performansı daha uygun olmasına karşın yeni logoda şehri temsil eden herhangi bir unsur yer almamaktadır Bunun yerine şehrin baş harfinden türetilmiş bir tipografik form tercih edilmiştir. Tipografik unsurdan meydana gelen yeni logoda şehrin denizi ve güneşi kırmızıdan maviye renk geçişi olarak et kalınlığında (gövde) temsil edilmiştir. Fakat görsel iletişim renk psikolojisine göre, mavi- mor renk grubu soğuk, sarı-turuncu renk grubu sıcak renkler olarak kabul edilir. Buna göre tipografik logonun bir tarafı sıcak bir tarafı soğuk renklerle zıtlıklara sahip bir temsil ortaya çıkmıştır. Özellikle mor rengin yer alması soğuk renk algısını kuvvetlendirmiştir.

Eski logo

Yeni logo



T.C. MERSİN BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ

<https://www.freeologovectors.net/mersin-buyuksehir-belediyesi-logo/>

<https://www.habernediyor.com/gundem/mersin-buyuksehir-belediyesi-nin-yeni-logosuna-tepki-h14424.html>

Görsel. 14 Mersin Büyükşehir Belediyesi eski ve yeni logoları

SONUÇ

Son yıllarda ülkemizde ve dünyada özellikle yoğun rekabet içinde yer alan işletmeler reklam tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde önemli bir yere sahip olan kurumsal kimliklerini günün ihtiyaçlarına cevap verebilmek için revize etme gereği duymaktadırlar. Kurumsal kimlik tasarımlarının

güncellenmesi akımına şehrin yönetim yapıları olan belediyeler ve valiliklerde etkin bir şekilde dahil olmuşlardır. Belediye ve valilikler, yurtiçinde ve yurtdışında gerçekleştirilen sanatsal, kültürel, bilimsel, ticari ve endüstriyel faaliyetlerinde, sosyal proje ve şehre dair her türlü hizmetlerinde, şehrin simgesel ismi olan logoları üzerinden kolayca bilinmek ve hatırlanmak istemektedirler.

Bir şehir logosu özgün yapısı ile şehrin ismi kadar ayırt edici olmalıdır. Ayrıca şehri tanıtan temsil özelliği taşımalıdır. Zamanının kısıtlı imkanları ile hazırlanmış bir şehir logosu, hazırlandığı dönemin beklentilerini karşılamış olsa bile bugünün gelişmiş koşullarına karşı yetersiz kalması kaçınılmazdır. Ayrıca geçen uzun zaman sürecinde şehrin genel yapısında yaşanan önemli değişikliklerin logoda yer almaması da temsil özelliği açısından eksik durum oluşturacaktır. Bu nedenle değişikliğe gidilmesi bir zorunluluk olarak kabul edilmelidir.

Aklın ve bilimin temel unsuru her şeyin sorgulanabilir olmasıdır. Günün değişen koşullarına göre her şey mantıksal çerçevede kalmak koşulu ile tartışmaya açılıp sorgulanabilir. Dün değerlendirmesi yapılmış bir çalışmanın bugün tekrardan ortaya çıkan yeni koşul ve kriterlere göre tekrar değerlendirmeye tabi tutulmasından daha doğal bir şey olamaz. Özellikle kişiden kişiye farklılıklar göstermesi kaçınılmaz olan görsel iletişim çalışmaları, temsil açısından veya farklı açılardan sorgulanması daha iyiye ulaşma yolunda bir gerekliliktir.

KAYNAKÇA

Akın, Ö. (1986) Psychology of Architectural Design, Pion Ltd., London

Alpan (Bangir), G. (2008) “Görsel Okuryazarlık ve Öğretim Teknolojisi” Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi, Aralık Cilt:V, Sayı:II

Annie WY Ng & Alan HS Chan (2008) “Visual and Cognitive Features Related to Icon Activity”, Proceedings of the International MultiConference of Engineers and Computer Scientists, Vol IIIMECS, 19-21 Mart, Hong Kon

Ayaydın, A. (2012) “Evrensel Dil ve Semboller Dünyası: Görsel Sanatlar ”, e-Journal of New World Sciences Academy NWSA-Fine Arts, D0100, 7, 3

Boronowski, J. (1978) The Origins of Knowledge and Imagination, Yale University Press

Budrevicius, A.(2013) “Symbol Interpretation In Visual Communication: Analyzing A Suprematist Painting “The Black Square” In Terms Of INTENTIONALITY”, Online Journal of Art and Design, volume 1, issue 4,

Demir, H. (2018) – “Adana Mersin ve Antalya’nın Kimlik Göstergeleri Olarak Kent Logolarını Çözümlemek”, İdil Dergisi, cilt / volume 7, sayı / issue 52

Dewar, R. (1999). Design and evaluation of public information systems. In H. J. G. Zwaga, T. Boersma, and H. C. M. Hoonhout (Eds.). Visual information for everyday use. Design and research perspectives. London, Philadelphia: Taylor & Francis

Kızıl, H.(2018) “Özellikleri Açısından Sembol”, e-Şarkiyat İlmi Araştırmalar Dergisi (JOSR) Cilt:10 Sayı:4
ÖRS, B., (2006). “Siyasal Temsil”, İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, NO: 35.

Özlem Alp, K. (2013) “Sanatın Temsili ve Postmodern Sanatta Temsil”, ART-E Kasım-Aralık, Sayı 12

RUNDELL, J. (1999). Yaratıcılık ve Yargı: Akıl ve Tahayyül Gücü Üzerine Kanıt. Tahayyül Gücünü Yeniden Düşünürken içinde. Der. Gillian Robinson, John Rundell. Çev. Ertuğrul Başer, İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Seels, B.A. (1994) Visual Literacy:The definition problem. In D. M. Moore & F. M. Dwyer (Eds.) Visual literacy - A spectrum of visual learning., New Jersey 07632: Educational Technology Publications Englewood Cliffs.

Spivey, N., (2005)“How Art Made the World” BBC/KCET Hollywood Co-Production.

Ümer, E. (2017). “Görsel Kültür ve Resim Sanatında İmge”, idil, 6 (33).