

LAKAP VE LOGOLARDA TÜRKİYE ŞEHİRLERİ: ANLAMLARIN COĞRAFYASI

Yard. Doç. Dr. Alpaslan ALİAĞAOĞLU



ÖZET

Şehirler insanoğlunun en son mekânsal eseridirler. Birçok bakımdan onlara benzerler. Şehirlerin de kişilikleri vardır. Bu kişilikler lâkap ve sembollerle ifade edilebilir. Bu çalışma, Türkiye’de il merkezi olan şehirlerin lâkapları ile logolarında yer alan sembolleri ele almakta ve çözümlemektedir. Logolarda bulunan sembollerin anlamları internet ve telefon görüşmesi yoluyla şehir belediyelerinden elde edilmiştir. Sonuçta görülmektedir ki Türkiye’deki il merkezi olan şehirler, sayıca çok olmasa da lâkaplara sahiptir ve logolarında çok sayıda sembol kullanmışlardır. Bu durum ülkemiz arazi yapısının çeşitliliği ile tarihsel geçmişinin zenginliğinden kaynaklanmaktadır. Semboller arasında tarımsal ürünler, kaleler ve camiiler ön plâna çıkmaktadır. Bu durum bir yandan ülkenin uzun süre tarım ekonomisinin etkisinde kalışı, diğer yandan şehirlerin doğası gereği toplanma ve dağıtma merkezi oluşu ile ilgilidir. Diğer etmenler yanında kültürel nedenler de Türkiye’de şehirlerin kimliğini etkilemektedir.

Anahtar sözcükler: *Lâkap, sembol, logo, kimlik, Türkiye şehirleri*

Abstarct

Cities are of the last products of human being. They very much look like them. They have identities too. These identities can be expressed by nicknames and symbols. Nicknames and symbols in logos of province center in Turkey are examined and analysed in this study. The meaning of symbols in logos are obtained by internet and phone calls from city municipalities. The study shows that the cities of provence center in Turkey use a lot of symbols in their logos and being not so much in number, have also nicknames. This can be explained by Turkey's geographical diversity. Among symbols come agricultural products, castles and mosques first. This is the result of both agricultural economy for a long time effecting Turkey and the nature of cities which are the center of gathering and delivery. Beside orher causes, cultural reasons effect the identity of cities in Turkey too.

Key words: *nickmane, symbol, logo, identity, cities in Turkey*

LAKAP VE LOGOLARDA TÜRKİYE ŞEHİRLERİ: ANLAMLARIN COĞRAFYASI

Turkey's Cities in Nicknames and Logos: The geography of meanings

Giriş

Bütün şehirler bir imaja sahiptir. Gerçekte bütün şehirler çok sayıda imaja sahip olmuşlardır veya sahiptirler ifadesi daha yerinde bir ifadedir. Bir yerin imajı insanların o yer hakkındaki basit, genel ve genellikle basmakalıp izlenimlerdir. Hiç kuşkusuz şehirleri bir bütün olarak bilmek mümkün değildir. Çevreden anlam çıkarmak için gerçeğin karmaşıklığını seçici birkaç izlenime indirgemek ihtiyacı vardır. Bu şekilde seçici davranarak yer imajı meydana getirilmiş olunur. Tipik olarak yer imajları ister fiziksel, sosyal, kültürel, politik, ekonomik, isterse bütün bunların birleşimi olsun, diğer özelliklerin azaltılması veya dışlanması ile bazı özelliklerin ise abartılması ile ortaya çıkar (Hall, 2001).

İmaj “Sembolle ilgili ve dar anlamlı kategoriler olarak sembolün oluşumunda etkili olan kavramlar arasında bulunmaktadır” (Çoruhlu, 1995: 13). Şehirler birçok bakımdan insana benzerler. Onların da kişilikleri, dolayısıyla imajları vardır ve bu kişilik veya imajlar semboller veya lakaplarla ifade edilebilir.

Şehirlerin imajları veya onların coğrafi görünüşleri farklı nedenlere bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Bu konuda etkili olan faktörleri kısaca şöyle sıralamak mümkündür: Coğrafi çevrenin fiziki ve beşeri özellikleri, kültürel ve sosyal özellikler, yerleşme tarihi, tarihi geçmiş, ekonomik konum (tarım, sanayi ve sanayi sonrası ekonomi) ve dini faktörler. Çalışmanın amacı söz konusu bu faktörlerin Türkiye’de şehirlerin imajı üzerine olan etkisini ortaya koymaktır. Çalışmada il merkezi konumunda olan Türkiye şehirlerinde logolarda yer alan semboller ile bazı şehirlerin lâkapları kullanılmaktadır. Çalışma sembol ve lâkapların çözümlenmesine bağlı olarak coğrafi görünüşleri ortaya koyması bakımından önemlidir.

Çalışma altı bölümden oluşmaktadır. Kısa bir giriş bölümünden sonra, ilgili yayınlar ve kavramsal çerçeve bölümüne geçilmektedir. Bu bölümde çalışmanın kavramsal çerçevesini oluşturan Tuan’ın çalışması ile birlikte Batılı şehirlerde kültürel coğrafi görünümü ve şehirlerin imajını etkileyen faktörleri konu

olan çalışmalar verilmektedir. Tuan'ın çalışması bir yana bırakılırsa, bu çalışmalarda daha çok sanayi ekonomisinden sanayi sonrası ekonomiye geçişin şehir kimlik veya imajları üzerine olan etkisi tartışılmaktadır. Üçüncü bölümde çalışmanın veri yöntemi ve sınırlılıkları ele alınmaktadır. Dördüncü ve beşinci bölümlerde Türkiye'de il merkezi olan şehirlerin lakapları ve logolarında yer alan semboller ele alınmakta; bunların başta coğrafi çevre olmak üzere tarih, kültür ve diğer etmenlerle olan ilişkisi üzerinde durulmaktadır. Çalışma sonuç bölümü ile sona ermektedir.

1-İlgili yayınlar ve kavramsal çerçeve

Tuan (1978) "Yer Sevgisi: Çevresel Algılama, Tavırlar ve Değer Yargıları ile İlgili Bir Çalışma" adlı eserinin bir bölümünde Amerikan şehirlerinin özel sembollerini ve şehir lakaplarını ele almaktadır.

Şehirlerin kendisi bir anıttır (semboldür). Dairevi Bağdat ve Pekin bunlara örnektir. Bunlar fiziksel yayılım, geometri ve şekillerin kademeli düzeni ile toplum ve kâinatın ülküsünü ifade eden mimari araçlardır. Amerika Birleşik Devletlerinde Washington D.C bir ülküyü sembolize eder. Fakat buradaki ülkü kâinat ile ilgili değil, ülkenin büyüklüğü ile ilgilidir. Bu büyüklük imajı onun kuruluş ve tasarımından esinlenmiştir. Bu şehir istisnadır ve Amerikan şehirlerinin çoğu morfolojilerini grid sistemine ve ulaşım aksları boyunca ekonomik gelişmelerine bağlıdır. Ayrıca dini ve kamu amaçlı yapılar da şehrsel coğrafi görünümde, hâkim olmasa da, önemli elemanlardır. Örnek olarak kiliseler XIX. yüzyılın son çeyreğine kadar büyük şehirlerde bile kentsel silüetin önemli elemanı olmuşlardır. Bu konuda ekonomi ile ilgili olmayan başka bir eleman ise hükümet konağı olarak tanımlanabilecek yapılarıdır. Bunlar Tuan tarafından "hükümet tapınağı" veya "kamu sarayları" olarak adlandırılmakta ve büyük Amerikan Roman stilinde inşa edildikleri belirtilmektedir. Kamu saraylarının en önemlisi Washington DC'de bulunmakla birlikte, eyalet başkentleri ve ilçe yönetim merkezleri de benzer yapıların buldukları başka alanlardır. Bir diğer şehrsel sembol işlevsel yapılar, örnek olarak köprüler, faydacı olmayan büyük yapılar, örnek olarak St. Luis kemerli veya bir parça arazi, örnek olarak Boston parkıdır. Köprüler konusunda en iyi örnek Brooklyn köprüsüdür. Köprünün işlevinden öteye farklı bir anlamı bulunmaktadır: Bu da Amerikan ülküsüdür; yani batı yönlü hareket, doğu ve batının birbirine bağlanması. O aynı zamanda iç savaşın yaralarının sarılması, doğaya barışçıl bir şekilde hâkim olunması anlamını taşımakta, kısa bir zaman sonra ulusal bir anıt niteliği kazanmaktadır. Aynı şekilde St. Luis kemerinin şehrin batı yönlü harekette

giriş kapısı olma gibi bir özelliğe sahip olduğunu ifade etmektedir. Boston parkı ise fiziksel özellikleri ile değil, ulusun en büyük anıtlarını ihtiva etmesi ile önemlidir. Bunlar toplumun önemli bir kısmının gerçek tarihi hislerini sembolize etmesi ve en iyi şekilde açıklaması ile ilgilidir (Tuan, 1978).

Şehir lâkapları bakımından Amerikan şehirleri oldukça zengindir. Övünç ve ekonomik rekabet birlikte şehir lâkaplarının ortaya çıkmasına neden olmakta ve bunlar şehirlerin farklılığını ortaya koymaktadırlar. Ticaret odaları, kamu liderleri, iş adamları, gazeteci ve sanatçılar kendi memleketlerinin itibarını yükseltmek için farklı ve göze çarpan imajlar kullanmakta, sonuçta zengin birbiriyle uyuşmayan imajlar karışımı ortaya çıkmaktadır (Tuan, 1978).

Büyük şehirler birçok lâkaba sahip, küçükler ise monoton bir düzen sergilemektedirler. Ancak bölgesel farklılıklar da ortaya çıkmamış değildir. Bu konuda Amerika Birleşik Devletlerinin dört büyük şehri dikkate alınarak örnekler verilmektedir. New York dünya ölçüsünde bir şehir olmakla övünürken, Washington DC politik üstünlüğü, Şikago güçlü oluşu, San Fransisko zarafeti ile övünçünü ifade etmektedir. Şikago ve San Fransisko imajlarındaki benzerlik ve farklılıklarla dikkati çekmektedirler. İkisi de coğrafik lokasyona vurgu yapmaktadır: Bu da Batıdır. Şikago batının metropolisi iken, San Fransisko batının kral şehridir. Her iki şehir metropolitan sit alanlarındaki farklılığın bilinci içindedirler. Şikago göl kenarı şehri ve prilerin incisi iken, San Fransisko körfez ve yüz tepeli şehirdir. San Fransisko kozmopolitan şehir olma ve zarafeti üzerinde durmakta ve kendini kral şehri, Amerika'nın Paris'i ve kozmopolitan şehir gibi tanımlamaktadır. Şikago tersine bulunduğu alanın zenginliğine ve ülkedeki merkezî konumuna vurgu yapmaktadır. O bu yüzden kendini Hogopolis, Cornopolis¹, Amerikan ticaretinin ve ülkenin en büyük demiryolu merkezi olarak görmektedir (Tuan, 1978).

Coğrafi sitin farklı ve dikkat çeken özellikleri de Amerikan şehirlerinin lâkaplarını etkileyen faktörler arasında bulunmaktadır. New Meksiko'da bulunan Carlsbad, yakınında kireçli kayalar içindeki mağaraların mevcudiyeti nedeniyle mağara şehri olarak tanımlanmaktadır. Ancak tepe, göl, yokuş ve dağ gibi topografik unsurlar büyük şehirlerin lâkaplarında önemli olmayan unsurlardır. Bazen, örnek olarak coğrafik sitin istenmeyen şartlar göstermesi durumunda, çöl gibi, bunlar ihmal edilmektedir (Tuan, 1978).

¹ Hogopolis ve Cornopolis kelimelerinin Türkçe karşılığı bulunamamıştır.

Lâkaplar Amerikanın temel değer ve mitini yansıtmakta ve onları mübalağa etmektedirler. Endüstriyel gelişmişliğin onurunu yaşayan bir ülkede birçok yer endüstriyel kimlik ve ürünleriyle kendilerini tanımlamaktadırlar. Böylece otomobil şehri, bira şehri, para kütük şehri, çubuk kraker şehri, sigorta şehri, ayakkabı şehri gibi lakaplar yaygındır. Bunlar kadar yaygın olmasa da kırsal ve botaniksel bir takım lâkaplar da mevcuttur. Kamelya, çayır, meşe, çardak, palmiye ve çınar bunlar arasındadır. Yine batı yönlü göç Amerikan tarihinin büyük destanıdır. Bu nedenle giriş veya giriş kapısı 183 şehrin lâkabı durumundadır (Tuan, 1978).

Şehirlerin toplanma noktası oluşu, merkez, başkent, vatan, kalp, beşik, kavşak ve doğuş yeri olarak da tanımlanmalarına neden olmaktadır. Bu konuda en az 240 yerleşmede başkent lâkabı bulunmaktadır. Bu değer yukarıda ifade edilen diğer kavramlarla daha da artacağı hiç şüphesizdir (Tuan, 1978).

Davranışsal coğrafi yaklaşım çalışmaları bir yana bırakılırsa, şehirler konusunda farklı imaj çalışmaları yapılmış durumdadır. Bunlardan biri de şehir imajında meydana gelen değişiklikler veya yeni imaj yapılanmasıdır. Bu duruma 1970'li yıllardan sonra dünya ekonomisinin yeniden yapılanması sonucu, ekonomik temelini kaybeden erken sanayileşmiş ülkelerde sıkça rastlanmaktadır. Adı geçen ülkelerde önemli sanayi şehirleri karar vericileri etkilemek, dolayısıyla yatırımı çekmek amacıyla sıkı rekabet halindedirler. Bu rekabette başarılı olmak olumlu imaja sahip olmakla mümkündür. Şehirler eğer metin² ise, bu metin yazılabilir, okunabilir, yeniden yapılandırılır, yorumlanır, üretilir ve aynı zamanda tüketilebilir. Bu mantıkla Short ve diğerleri (1993) Kuzeydoğu ABD'de önemli bir sanayi şehri olan Syracuse'u ele almaktadırlar.

Endüstriyel dönem ile post endüstriyel dönem imajları birçok bakımdan farklılık göstermektedir. Endüstriyel dönem geçmişte kalan yani eski, yaşlı, iş ile ilişkili, kirli ve üretim dünyası ile ilgili iken, post endüstriyel dönem tersine, yeni, gelecek, kirlenmemişlik, tüketim ve değiş tokuş ve çalışmanın (işin) aksine serbestçe harcanan dünya anlamları taşımaktadır. Bu bağlamda Syracuse son değinilen özellikleri kazanma çabası içinde olmuştur. Şehrin merkezi yeniden düzenlenmiş, böylece şehrsel yapı ve onun imajı yeniden inşa edilmiştir. Bu durum hiç kuşkusuz şehrin imajını yansıtan logosunda değişikliğe neden olmuştur. 1848 tarihli logoda sanayi tesisleri veya endüstriyel coğrafi görünüm ön plâna çıkarken, şehrin yeni

² Bu konuda bakınız; Duncan, 1990, *The City as a Text: The Politics of Landscape Interpretation in the Kandyan Kingdom*.

logosunda sanayi döneminde kirli bir gölden başka bir şey olmayan Onondaga gölü, ön bahçe olarak sunulmakta, şehre yukarıda ifade edilen endüstri sonrası şehri imajı verilmektedir (Short ve diğerleri, 1993). Başka bir anlatımla şehrin anlamı yeniden yazılmış, negatif endüstriyel imajın yerini daha pozitif anlamı olan post endüstriyel imaj almıştır.

Kuşkusuz benzer çalışmalar erken sanayi devletlerinde (merkez devletler) yer alan başka şehirler için de söz konusudur. İmaj yapılanması ve değişikliklerinde etkili olan olgulardan en önemlisi kuşkusuz turizm olmuştur. Bunlar arasında McNulty (1985), Lowell, (Massachusetts), Peterson (New Jersey), Birmingham (Alabama) şehirlerinin kendilerini kültürel turizm merkezî yapma çalışmalarını ele almaktadır. Bu konuda bir başka çalışma Richards ve Wilson'a (2004) aittir. Araştırmacılar Rotterdam şehrini ele almışlardır. Şehir işçi şehri sıfatını değiştirmek yolunda kültürel olayları kullanmakta, kültürel şehir kimliğine doğru imaj değişimi çabası içine girmektedir. Kültürel olay, Avrupa kültür başkent olayıdır. Avrupa Kültür Başkent Olayı (The European Cultural Capital Event), Avrupa Birliğinin kültürel pozisyonunu göstermekte ve farklılıkta birliği yansıtmaktadır. Farklılık olayın yer aldığı alandaki şehrin kültürü, birlik ise tüm Avrupa tarafından paylaşılan ortak kültürel değerlerdir. Avrupa Kültür Başkent Olayından sonra gerek yerli ve gerekse yabancıların şehir için olumlu imaj geliştirdikleri görülmektedir. Benzer bir çalışma Smith (2005) tarafından yapılmıştır. Araştırmacı üç İngiliz şehirde (Birmingham, Manchester, Sheffield) sanayi sonrası imajı geliştirme üzerinde sporun rolünü ele almaktadır.

2-Veri, yöntem ve sınırlılıklar

Bu araştırma özellikle Tuan'ın yapmış olduğu çalışmadan etkilenmiştir. Ancak çalışmanın Tuan'ın eserinden farklı olan yönleri de yok değildir. Bir kere Tuan başka bir çalışmadan istifade ederek ABD şehirlerinin lakaplarını ortaya koymuştur. Bu makalede ise anket yöntemi kullanılmaktadır. Yine başka bir farklılık ise belediye logolarının kullanılmasıyla ortaya çıkmaktadır. Türkiye'de il merkezî olan şehir yerel yönetimlerinin (belediyelerin) kullandığı logolardan istifade edilerek; Türkiye şehirlerinde yaygın olarak kullanılan semboller, dolayısıyla onların kimlikleri ve bu kimliklerin oluşumunda etkili olan faktörler tespit edilmektedir. Ancak burada şu hususa dikkat çekmek ihtiyacı vardır. Türkiye'de her il merkezi olan yerleşme şehir midir? Kuşkusuz değildir. Özçağlar'ın tespitlerine göre (2003: 82) Ardahan Türkiye'de il merkezî olan büyük bir kasaba

yerleşmesinden başka bir şey değildir. Ancak çalışmada DİE'nin yaptığı gibi il ve ilçe merkezi olan yerleşmeler şehir olarak kabul edilmiştir. Yine bilindiği gibi bazı il merkezlerinde Büyük Şehir Belediyeleri mevcuttur. Bu durumda sadece Büyük Şehir Belediyelerinin logoları dikkate alınmıştır.

Sorulacak sorulardan bir başkası ise neden belediye logolarının seçildiğidir. Kuşkusuz şehirlerde mevcut başka kamu kurumlarının da logoları vardır. Hatta şehir futbol takımının veya şehirde şehirlerarası ulaşım hizmet eden otobüs firmalarının da logoları vardır ve bunlar da şehir kimliğini ifade etmektedirler. Bunlardan bir seçim yapmak lazımdı. Örnek olarak bu çalışmada Valilik logoları da ele alınabilirdi. Ancak yerelliği daha iyi ifade eder düşüncesiyle şehir belediyesi logoları tercih edilmiştir.

Belediye logolarının çoğunluğu internet vasıtasıyla elde edilmiştir. Bunlarda mevcut olan sembollerin bazılarının anlamlarını çözmek zor değildir. Örnek olarak çift başlı kartal (Konya) veya gül (Isparta) gibi. Ancak sembollerini farklı anlamları ifade eden yerleşmeler de vardır. Dolayısıyla çözümlemenin doğru olarak ortaya konulması ancak ilgili belediyelerin yardımı ile mümkün olabilirdi. Bu nedenle logolardaki mevcut sembol ve renklerin anlamları anket metoduyla öğrenilmeye çalışılmıştır. Bu nedenle açık uçlu dört sorudan oluşan bir anket hazırlanmıştır. Ankette yer alan sorulardan biri logolarda yer alan sembol ve renklerin ne anlama geldiği ile ilgilidir. İkinci soruda bunların şehir yerleşim alanında mı yoksa şehrin çevresinde mi olduğu öğrenilmeğe çalışılmıştır. Logonun oluşturulma yılı veya değişiklik yapıldıysa, yapılan bu değişikliğin zaman ve nedeni üçüncü soruyu oluşturmaktadır. “Şehrinizi birkaç kelimeyle tanımlarsanız, nasıl tanımlardınız? Örnek olarak Karadeniz’in incisi gibi”, ifadesi uygulanan anketin son sorusudur. Bu soruda şehirlerin lâkapları öğrenilmeye çalışılmıştır. Türkiye’de mevcut il merkezi olan 81 şehir belediyesine (elektronik olarak erişilemeyen) bir kaç hariç elektronik posta yoluyla anket yollanmış, ancak yeterli cevap alınamamıştır. Cevap veren bazı belediyeler, anketteki sorular ile ilgili herhangi bir bilginin kayıtlarında mevcut olmadığını ifade etmişlerdir. Bilginin verilmeme gerekçelerinden biri ise logonun yeniden oluşturulma aşamasında olduğudur (örnek olarak Rize belediyesinden bu yüzden cevap alınamamıştır). Bu nedenle belediye logoları üzerindeki sembollerin anlamlarını öğrenmek için telefon görüşmeleri yapılmış, bu görüşmelerden notlar tutulmuş veya bazı belediyeler ise bu görüşmeler sonucunda logolarını faksla göndermişlerdir. Telefon görüşmelerinden ortaya çıkan bir sonuç şudur: Bazen logoların anlamları bilinmemektedir ya da logonun tespit

edilme zamanı belli değildir. Yine logolarını yeniden düzenleyen belediyeler vardır. Örnek olarak Rize belediyesinden logosunun yeniden düzenlenmesi nedeniyle gerekli bilgi elde edilememiş, dolayısıyla Rize bu çalışmanın dışında tutulmuştur. Bütün bu sınırlılıklar nedeniyle, çalışma konusu olan bütün şehirlerin lâkaplarını listelemek bu çalışmadan beklenemez. Yine şu husus da belirtilmelidir ki her şehrin lâkabı da yoktur, tıpkı her insanın lâkabının olmaması gibi. Benzer şekilde her şehrin resmi lâkabı da yoktur. Bu özellik logolarda mevcut sembollerin resmi özelliğine karşılık akılda tutulmalıdır. Yani çalışma bir bakıma lâkaplar açısından resmi olmayan, ancak semboller açısından resmi olan logoları çalışma konusu yapmaktadır. Yukarıda lâkaplar için mevcut olan sınırlılıklar semboller için büyük ölçüde mevcut değildir. Ancak bu sefer ortaya başka sorunlar çıkmaktadır: Bu sorunlardan bir tanesi logolarda çok sayıda sembolün kullanılmasıdır. Bu durum her sembolü tek tek ele alıp incelemektense, genellemeler yapılarak veya yaygın olanları incelemekle giderilmektedir. Yine logoların oluşturulma yılı veya değiştirilme nedenleri ve onlarda yer alan renklerin anlamları da bu çalışmada dikkate alınmamıştır. Sonuç olarak bu çalışmada bazı şehirlerin lakapları ile şehirlerin logolarında yer alan semboller dikkate alınmaktadır.

3-Lâkaplarda Türkiye şehirleri

Lâkap “bir kimseye veya bir aileye kendi adından ayrı olarak sonradan takılan, o kimsenin veya ailenin bir özelliğinden kaynaklanan ad” (Türkçe Sözlük: 1988: 956) anlamına gelmektedir. “Köy veya kasaba gibi küçük yerleşim birimlerinde, kapalı topluluklarda, meslek zümrelerinde, cemaatlerde, öğrenci topluluğu veya hapishanelerde, nerdeyse herkesin bir lâkabı vardır ve gerçek ad yerine kullanılır. İnsanlar özellikle gençlik yıllarından itibaren bir lâkapla anılmaya başlanır ve bunun iyi ve güzel olması beklenir. Lâkaplar olumlu, olumsuz bildirimleriyle kişi ve ailelerin beceri, huy, meslek, fiziki özelliği ve iz bırakan yanlarıyla ilgilidir” (Kibar, 2005: 33).

Şehirler birçok açıdan insana benzetilmişlerdir. Bütün yerler gibi onların da kişilikleri vardır. “...Kişilik özgün olanı ifade eder. Yerler aynen insanlar gibi zamanla kişilik kazanır. İnsanın kişiliği doğal olarak ona verilmiş ve sonradan kazanılmış özelliklerden oluşur. Genel anlamda konuşursak yerin kişiliği doğal özellikler ile insan neslinin zamanla meydana getirdiği düzenlemelerin bileşkesidir...” (Tuan, 2005: 120). Yine şehirlerin meslekleri vardır. “Şehir bedensel bir organdır. Nasıl ki herhangi bir kişi bankacı veya doktor ise Detroit ve

Sochaux otomobil üretim şehri, Dunkirk bir liman, Cambridge bir üniversite şehri, Brasilia bir başkenttir” (Beaujeu-Garnier ve Chabot, 1967:106). Bu açıdan büyük bir işverendirler. Yine şehirler doğmakta, gelişmekte ve yok olmaktadır (Göney, 1984: 136).

Şehirlerin de lâkapları vardır ve bu lâkaplar onların birçok özelliğini ifade etmektedir. Bu manada ülkemizde akla ilk gelen lâkap “Taşı toprağı altın İstanbul” lâkabıdır. Lâkap şehrin ülkemiz için işveren anlamında ne kadar önemli olduğunu gösteren, algısal nitelikli bir lâkaptır. Yine övünç, kahramanlık ifade eden lâkaplar da yok değildir. Bu manada akla ilk gelenler Gazi, Kahraman ve Şanlı lâkaplarıdır. Gaziantep, Kahramanmaraş ve Şanlıurfa İstiklal Savaşında oynadıkları roller ile bu lâkapların haklı onurunu elde etmişlerdir. Yine Türkiye Cumhuriyetinin kurucusu Ulu Önder Atatürk, bazı şehirlerimizin lâkaplarında yer alarak onlara onur vermiştir. Bu noktada Samsun “Atatürk’ün şehri” iken, Tekirdağ “Üç Kemaller şehridir; Mustafa Kemal, Namık Kemal ve Yahya Kemal Beyatlı”. Yine “Cumhuriyet şehri” olmak gibi bir lâkap, bu dönemde kurulup gelişen bir şehirle, yani Karabük’le ilgilidir. Övünç anlamında olan gelişmişliği ve üretimi de ifade eden, dünya, inci, yıldız, Paris, başkent, uygar gibi sıfatlar kullanılarak ortaya çıkmış şehir lâkapları da mevcuttur. Bunlar aşağıda görülmektedir:

- Kayseri, “Orta Anadolu’nun parlayan yıldızı”,
- Artvin, “Karadeniz’in incisi”,
- Kocaeli, “Avrupa kenti”,
- Antalya, “Dünya kenti”,
- Eskişehir, “Avrupa kentleri seviyesinde Anadolu kenti”,
- Çanakkale, “Asya’nın en batısındaki uygar kent”,
- Giresun, “Kiraz ve fıındığın başkenti”,
- Afyonkarahisar, “Sucuk, mermer, kaymak ve termalin başkenti”,
- Ordu, “Fıındığın başkenti”,
- Karaman, “Türkçe’nin başkenti”,
- Van, “Doğunun incisi veya Paris’i” dir.

Lâkaplar bazen bir ülkede yerleşmenin tarihi gelişimi hakkında ipucu verebilmektedir. Anadolu'nun Türkleşmesi ile Malazgirt savaşı arasında yakın bir paralelliğin mevcut olduğunu söylemeye bile gerek yoktur. Bu açıdan Muş, "Anadolu'nun kapısı" lâkabına, dolayısıyla kimliğine sahiptir.

Yerleşmelere ait sit ve situasyon özelliklerini de yine lâkaplardan çıkarmak mümkündür. Bu açıdan Hakkâri "Dağlar kenti" iken, Bitlis "Tarihin bulunduğu minareler şehri" veya "Vadideki güzel şehir" dir. Osmaniye, "Tarihten günümüze yolların buluşma noktası" ve "Kaleler şehri"dir. Yine Ardahan, "Serhat şehridir". "Karadeniz'in incisi, suların surlara vurduğu kent" olan Sinop ise kendini başka bir şekilde şöyle tanımlamaktadır: "Karadeniz'de üç liman vardır: Temmuz, Ağustos ve Sinop". Bu ifade şu şekilde açıklanabilir: Karadeniz'de denizin sakin olduğu iki ay ile birlikte, Sinop limanının doğallığı nedeniyle ortaya çıkan sakinlik.

Becerileri ortaya koyan şehir lâkaplarına en güzel örnek Kütahya'dır. Şehir kendini "Çiniler diyarı" olarak tanımlamaktadır. Kuşkusuz "Çiniler diyarı" olma sadece beceriyi ortaya koymamakta, övünç nedeni de olabilmektedir. Buna benzer bir örnek de Afyonkarahisar şehrine aittir. Şehir başkent olmakla övünürken, aynı zamanda çeşitli maddelerin çokluğu ve üretim ile de ön plâna çıkmaktadır. Bu konuda bir başka örnek ise Zonguldak ve Bilecik şehirleridir. Zonguldak "Kara elmas" diyarıdır. Bilecik, "Taşı mermer, toprağı seramik, yaprağı ipek, tarih şehri, Seyh Edebalı diyarı"(uygun11@hotmail.com) olarak nitelenmiştir. Burada bir bakıma uzak geçmişle ilgili bir vurgu vardır. Aynı vurgu Amasya'da da görülmektedir. Amasya "Şehzadeler şehri"dir. Lâkaplarla ilgili örnekleri çoğaltarak vermek mümkündür. Kullanılan lâkaplarda şehirde yaşayanların sosyal, "Dadaşlar diyarı" (Erzurum), "Gakkoçlar diyarı" (Elazığ) gibi, bazen de kültürel özelliklerini görmek mümkündür; "Peygamberler şehri" (Şanlıurfa) gibi.

4-Sembollerde Türkiye Şehirleri

Latince symbolum kelimesinden gelen ve Batı dillerinden Türkçe'ye giren sembol (İng. symbol, Fr. symbole, Alm. symbol) kelimesi Türkçe'de timsal veya remz kelimesinin karşılığıdır. Sembol kelimesinin farklı sözlük anlamları vardır. Bu bağlamda sembol: "Devam edegelen veya bir başka şeyi gösteren bir şey", "Özellikle soyut bir şeyi temsil eden bir nesne, amblem", "Bir yazılı veya basılı işaret (marka, damga vb.), harf, remiz", "Matematikte veya kimyada olduğu gibi bir nesnenin niteliğini (sıfatını, özelliğini), niceliğini gösteren şey (işaret)", gibi çeşitli anlamlarda kullanılmaktadır. Bütün bunların yanında sembol veya onunla eş

anlamalı olan kelimelere bazı anlamlar yüklenerek bir takım sınıflandırmalara da gidildiği görülmektedir. Bunları; “tabiatı anlamada ve yorumlamada kullanılan semboller”, “O medeniyette baskın olan ve eşyanın tabiatında gizli olan semboller”, “sayı sembolleri”, “harf sembolleri (veya sembolizmi)”, “renk sembolleri”, “Devlet sembolleri ve milli semboller”, “Sanat ile ilgili semboller”, “Dini, ekonomik, ilmi semboller” şeklinde sıralamak mümkündür (Çoruhlu, 1995). Farklı anlamlara gelen semboller tek başına veya birleşerek logoları oluşturmakta; logolar ise şehirlerin şekilsel olarak kimliklerini ortaya koymaktadır. Şehirlerin kişilikleri farklı süreçlerin etkisinde meydana gelebilmekte, bunlar bazen diğer özelliklerin yanında çevrenin coğrafi özelliklerini de yansıtabilmektedir.

İl merkezi olan Türkiye şehirleri logolarında çok sayıda sembol kullanılmıştır. Bunların sayısı 60’tan fazladır (Tablo 1). Bazı şehirler logolarında tek sembol kullanmışlardır. Bunların sayısı oldukça azdır. Hatta Sivas, Konya ve Kastamonu şehirleri bu açıdan sadece üç örnektir. Sivas’ın tek sembol kullanması veya oluşturulan tabloda böyle görülmesi, cami, minare gibi sembollerin tek sembol olarak verilmesi ile ilgilidir. Konya’da çift başlı kartal kullanılırken, Kastamonu şehri Candaroğlu Beyliğinin bayrağını ifade eden kırmızı renk üzerine ters hilali sembol olarak kullanılmaktadır. Erzincan çok sayıda sembol kullanan şehirler arasında bulunmaktadır. Şehir sembolü üç ana bölüm, dört ayrıntı ve üç ana renkten oluşmaktadır. Çift başlı kartal, koçbaşları, bakır kandil, kubbe ve minare üç ana bölümü oluştururken, kılıçlar, kanat motifleri ve kupa filizleri, altılı gül çerçeve ve gül desenli üzüm salkımı, taraklı-palmet kuyruk ise ayrıntıları oluşturmaktadır (Şekil 13) (Şahin, 2006).

Çalışma konusu olan şehirlerde çok sayıda sembol kullanılmasına karşın, bunların sadece birkaçında toplanma söz konusu olmuştur. Bu bağlamda tarımsal ürünler, kaleler, camiler ve harfler en yaygın olarak kullanılan semboller arasındadır. Baklava (Gaziantep), çoban ve koçboynuzu (Bingöl), körfez (Kocaeli), baca (Muğla), saz (Uşak), madenci bareti (Zonguldak), Nuh’un gemisi veya tufanı (Şırnak), çadır (Bilecik), vazıo (Kütahya), taka (Trabzon), peri bacası (Niğde), traverten (Denizli), Hitit güneşi (Çorum), kalem (Niğde), testi (Çanakkale), Atatürk portresi (Kars), istiklal madalyası (Kahramanmaraş), boğaz (İstanbul), rafineri (Batman), atletizm (Ağrı) ve termal su ve karanfil (Yalova), bal peteği (Ardahan), horoz (Denizli), dağ keçisi (Tunceli, Hakkâri), kubbe (Bursa, Erzincan), kılıç, koç (Erzincan), gibi semboller ise en az kullanılmış olanlardır.

Harfler sıkça kullanılan semboller arasında yer almaktadır. Eskişehir sadece iki “e” harfinden oluşan sembolü kullanmaktadır. Bunlardan biri eski Eskişehir’i ifade ederken, diğeri yeni Eskişehir’i ifade etmektedir. Kullanılan harfler bazen farklı şekillerde kullanılarak değişik anlamları da ifade etmektedir. Bazen elmanın bir parçası (Amasya), bazen dalga şekli verilerek denizi (Mersin), bazen de şehir adının bütün kelimeleri bir araya gelerek ayı (hilal) (Bayburt) oluşturulmaktadır. Harfler bazen camiyi (Edirne) ifade ederken (Şekil 1), bazen de iki harfin yan yana getirilmesi ile tepeyi ifade etmişlerdir. Örnek olarak Kırıkkale logosunda iki “k” harfinin simetrik hali Kaletepeyi sembolize etmektedir. Yine Yozgat şehrine ait logoda ilk bakışta “y” ve onun sap kısmında görülen “b” harfi Yozgat belediyesi anlamına sahip olduğu gibi “y” harfi “sanayiye giden yol” anlamına da sahiptir.



Şekil 1: Edirne şehri logosu. Logoda harf sembolü ile yol ve camii de ifade edilmektedir. Yol sembolü şehrin Türkiye’yi Avrupa’ya bağlayan konumu ile ilgilidir.

Sembollerin çok az bir kısmı şehir sitinin fiziki özellikleriyle ilgilidir. Afyonkarahisar şehri Afyon kayalığını kullanmıştır. Bu açıdan İstanbul şehir logosu daha anlamlıdır. Logoda yer alan semboller şehrin kültürel özellikleri yanında, onun sit ve situasyonunu da ifade etmektedir. Şekil 2’de görüldüğü gibi minarelerin altındaki üçgenler şehrin üzerinde kurulduğu yedi tepeyi ifade etmektedir. Bunların hemen altında yer alan ve aşağıya doğru kıvrılan şekiller iki kıtayı ifade ederken, bunları birbirinden ayıran boşluk boğazı ifade etmektedir. Ancak şehirlerin yakın veya uzak çevresinde yer alan dağ, traverten ve peribacası gibi fiziki unsurlar da şehirlerde sembol olarak kullanılabilir. Bu açıdan tek dağlar olarak nitelenebilecek olan volkanik dağların birçok şehrimizin logosunda sembol olarak

kullanıldığı görülmektedir. Erciyes (Kayseri), Hasan dağı (Aksaray), Büyük ve Küçük Ağrı dağı (Ağrı) verilebilecek başlıca örneklerdir.



Şekil 2: İstanbul Büyük Şehir Belediyesi Logosu

Tablo 1: Türkiye’de İl Merkezi Olan Şehirlerde Sıkça Kullanılan Semboller

Şehirler	Semboller																									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	D
Adana									X										X							
Adıyaman	X		X													X							X			
Afyonkarahisar	X																					X				
Ağrı											X															50
Amasya	X			X																						
Ankara			X					X																		30
Antalya	X			X		X	X																			
Artvin																X										
Aydın	X														X											
Balıkesir				X					X			X														
Bilecik								X	X			X							X							36
Bingöl						X																				34,51
Bitlis	X	X	X																							
Bolu												X						X								
Burdur	X									X			X	X												
Bursa			X								X				X											
Çanakkale	X	X						X																		42
Çankırı		X						X																		
Çorum								X																		45
Denizli					X																					38
Diyarbakır		X			X																					
Edirne			X	X																				X		
Elazığ			X																				X			
Erzincan	X		X		X																					26,27

pamuk kozası içinde oluşturmakla, belki de çevresindeki mikro iklimden bizi haberdar etmektedir (Şekil 3). Mikro iklimle ilgili olmamakla birlikte, Amasya, Gümüşhane ve Manisa şehirleri de logolarını sırasıyla elma ve asma yaprağı içinde sembolize etmektedirler. Bazı şehirlerde ise birden fazla tarımsal ürüne sembol olarak yer verilmektedir. Tekirdağ, kiraz, üzüm, buğday ve ayçiçeği ile tarımsal sembolleri en çok kullanan şehirdir. Benzer şekilde Osmaniye'nin logosu buğday, pamuk ve yerfıstığı sembollerinden oluşmuştur (Tablo 2). Önemli bir hayvancılık merkezi olan ülkemizde hayvan sembollerinin tarımsal manada çok az olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu açıdan kara hayvanlarından koçbaşı (Erzincan) koçboynuzu (Bingöl), su ürünü olan balıklar (Çanakkale, Sinop) ve arıcılık (Bal peteği-Ardahan) ön planda yer almaktadır. Ancak yine Bingöl'de çoban ve koçboynuzu sembollerinin kullanılması, çevre için hayvancılığın önemini anlatırken, Trabzon'da takanın kullanılması denizle bu yönde var olan bir ilişkiyi hatırlatmaktadır.

Tablo 2: Logolarda Sembol Olarak Kullanılan Tarımsal ürünler ve Şehirler

ŞEHİRLER	TARIMSAL ÜRÜNLER	ŞEHİRLER	TARIMSAL ÜRÜNLER
Adıyaman	Tütün	Isparta	Gül
Afyonkarahisar	Haşhaş	Kırşehir	Başak
Amasya	Elma	Kütahya	Kiraz
Antalya	Narenciye	Malatya	Kayısı
Aydın	İncir	Manisa	Asma yaprağı, üzüm
Ardahan	Bal peteği	Mersin	Narenciye
Bitlis	Tütün	Muş	Tütün
Batman	Başak, tütün, pamuk	Niğde	Elma
Burdur	Gül	Ordu	Fındık
Çanakkale	Balık	Osmaniye	Başak, pamuk, yer fıstığı
Çankırı	Başak (Tahıl)	Sinop	Balık
Erzincan	Üzüm, koç	Tekirdağ	Başak, ayçiçeği, üzüm, kiraz
Gaziantep	Antep fıstığı	Şanlıurfa	Başak
Giresun	Kiraz, fındık	Kırklareli	Üzüm
Gümüşhane	Elma	Kilis	Zeytin, üzüm
Iğdır	Pamuk		



Şekil 3: İğdir Şehri Logosu: Logo pamuk kozası içinde dağ, güneş ve Kafkas bar ekibi sembollerinden oluşmaktadır.

Tarımsal ürünlerin bu üstünlüğüne karşılık sanayi faaliyetlerini temsil eden çark veya dişli birkaç şehrimiz dışında (Kocaeli, Uşak, Yozgat) kullanılmamıştır (Tablo 1). Oysa Tunbul'un (2000) sınıflandırmasına göre fonksiyonel olarak ülkemizde 41 adet sanayi şehri vardır. Ancak bunlar arasında il merkezi olanların sayısı 9 adettir. Kocaeli logosunda bu işlevi yansıtırken (Şekil 4), diğer şehirlerde (Karaman, Kırıkkale, Adana, Bursa, Gaziantep, İstanbul, İzmir, Yalova) sanayi ile ilgili sembol kullanılmamıştır. Sakarya şehrinde kullanılan çarkın ise farklı bir anlamı vardır. Çark Sapanca gölünün fazla sularını Sakarya nehrine boşaltan ve şehrin ortasından geçen Çark (Melas) deresi üzerine 1894 yılında dönemin Adapazarı kaymakamı olan Nüşet Paşa tarafından inşa edilen çarktır. Bu çarkla dereden akıp giden temiz suya debi kazandırılarak şehrin içme suyunun iki km mesafedeki evlere gitmesi sağlanmıştır (culturmen@mynet.com).



Şekil 4: İzmit Büyük Şehir Belediye Logosu. Üst kısımda Atatürk heykeli yer alan logoda, saat kulesi, sanayi dişlisi kullanılırken, ok sembolü ile birlikte beyaz alan körfezi ifade etmektedir.

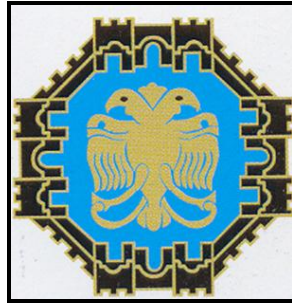
Gerek büyüklükleri ve gerekse mimari özellikleri nedeniyle bütün dini yapıların en önemlisi olan tapınaklar dinin kültürel coğrafi görünümde somut ifadesidirler (Stoddard ve diğerleri, 1986). Bunların dini törenlerin yapılması yanında farklı bazı işlevleri de söz konusudur. Bu anlamda cami veya minare, kubbe ve türbe sembolleri-ki Türkiye şehirlerinde 14 farklı konumda kullanılmışlardır-İslam kültürünün coğrafi görünümüne yansımından başka bir şey değildir. Bugün hemen her Türkiye şehrinde rastlanan camiler, ibadetin yanında geçmişte şehirlerin kuruluşu açısından da farklı görevler üstlenmişlerdir. “Cami yeni kurulacak bir [şehrin] ya da imar ve iskânı arzu edilen [şehrin] yeni bir semtinin çekirdeğini temsil ediyordu” (Kuban, 1995: 193). Dini yapılarla birlikte ancak onlardan daha az etkili olarak dini nitelikli efsaneler de Türkiye şehirlerini etkilemiştir. Hatta bu etki bazen onların adına bile yansımıştır. Kırklareli kırk adet insanı sembol olarak kullanmıştır. Bu kırk adet insan; İslâm mitolojisinde peygamber zamanında toplanan “Kırklar Meclisine” izafeten İslâm tarih ve kültürü içerisinde bir halk geleneği haline gelmiş olan olayın sembolüdür. Din ile ilgili bir başka olay ise Nuh Tufanıdır. Nuh Tufanı denilince hemen akla Ağrı dağı gelmekle birlikte, Şırnak kendini “Şehri Nuh” olarak ifade etmekte ve şehir logosunda Nuh Tufanı sembolize edilmektedir (Şekil 5). İnanişâ göre Nuh’un gemisi Şırnak ili sınırları içinde bulunan Cudi dağında bulunmaktadır.



Şekil 5: Şırnak logosunda Nuh Tufanı'nı sembolize etmektedir.

Kaleler, Türkiye'nin özel konumu nedeniyle ortaya çıkan tarihi zenginliği ifade eden sembollerdir. Arapça'da “tepe gibi yüksek olan şey” anlamına gelen kale, geçmişten günümüze farklı konumlarda, arazinin doğal koşulları da dikkate alınarak inşa edilmişlerdir. Bu konumları, şehirlerin etrafı, yol kavşakları, önemli yere giden ana yol, geçit yerleri, dağlar arasındaki boğaz, denize doğru uzanan burun, kıyı açığı adalar, köprübaşları, deniz boğazları gibi sıralamak mümkündür (Boran, 2002). Türkiye arazisinin parçalı yapısı dikkate alındığında birden fazla

alanın kale kuruluşu için uygun olacağı açıktır. Dolayısıyla çok sayıda kalenin var oluşunu sağlayacak nedenler de ortaya çıkmış olmaktadır. Nitekim Boran'ın tespitlerine (2002) göre ülkemizde binden fazla kale mevcuttur. Bütün bunların sonucunda çalışma konusu olan il merkezlerinden 17'sinde kale (sur veya hisar) sembol olarak kullanılmıştır.



Şekil 6: Diyarbakır'da Surlar ve Çift Başlı Kartal ön plana çıkmaktadır.

Coğrafi görünümde kolay bir şekilde fark edilen, “zamanın bekçileri” (Solmaz, 2006: 3) olarak tanımlanan saat kuleleri de şehir logolarında kullanılmıştır (Şekil 7). XIV. yy. başlarında Avrupa'da ortaya çıkan saat kulesi yapma geleneği, XVI. yy.' in sonlarında Osmanlı hayatına girmiş, XVIII ve XIX. yy.' da batıdan doğuya doğru bu gelenek yayılmıştır. Bu geleneğin Anadolu'nun iç kısımlarına doğru yayılmasının en önemli nedeni ise II. Abdülhamit'in tahta çıkışının 25. yılı olan 1901'de saat kulesi yapılması konusunda valilere gönderdiği ferman olmuştur (Acun, 2002). Bugün yedi kadar şehrimizde saat kulesi coğrafi görünümün önemli bir parçasıdır.



Şekil 7: Çorum şehri logosunda saat kulesi, Hitit güneşi ve mavi zemin üzerinde ay-yıldızlı bayrağı kullanılmaktadır.

Bazı semboller nicelik olarak az kullanılmıştır (Tablo 3). Ancak onlar nitelik olarak önemli anlamlar ifade etmektedirler. Örnek olarak bayrak sembolü az kullanılmakla birlikte bağımsızlığın sembolü, dolayısıyla milli sembol olma gibi bir niteliğine sahiptir. Diğer az kullanılan semboller arasında, göl, akarsu, traverten, peribacası, kayalık gibi coğrafi özellikleri yansıtanlar mevcut olduğu gibi, yerleşmelerin doğuşunu ve gelişimini ifade eden semboller de vardır. Sanayi bacası, rafineri gibi semboller bunlar arasındadır.

Tablo 3: Şehirlere Göre Logolarda Az Kullanılan Bazı Semboller

SEMBOL	ŞEHİR	SEMBOL	ŞEHİR
Atakule	Ankara	Mum kandili	Erzincan
Atatürk portresi	Kars	Nuh'un gemisi	Şırnak
Atletizm	Ağrı	Peri bacası	Nevşehir
Boğaz	İstanbul	Petrol kuyusu	Batman, Adıyaman
Baklava dilimi	Gaziantep	Rafineri	Batman
Bal peteği	Ardahan	Saz	Uşak
Çoban	Bingöl	Taka	Trabzon
Koçboynuzu	Bingöl	Sanayi bacası	Karabük
Çadır	Bilecik	Tepe	İstanbul
Hitit güneşi	Çorum	Termal su	Yalova
İstiklal madalyası	Kahramanmaraş	Testi	Çanakkale
Kılıç	Erzincan	Traverten	Denizli
Kalem	Niğde	Türkiye haritası	Kilis
Körfez	Kocaeli	Vazo	Kütahya

Sanayi bacası Karabük'te, demir çelik tesislerini ifade ederken, Batman'da rafineriyi ifade etmektedir. "Karabük kuruluşunu 1939 yılında kurulmuş olan Türkiye'nin ilk demir-çelik fabrikasına borçludur. Bu tarihlerde 16 [haneli] bir köy ve istasyon çevresinde 'bir iki' binadan ibaret olan Karabük, adı geçen tesisin kuruluşundan sonra hızla gelişmiş, vadi tabanındaki fabrikanın çevresinde işçi evlerinin ve çarşının yerleştiği kısımlar teşekkül etmiş, vadinin sağ tarafına hâkim taraça üzerinde de Yenişehir adı verilen, modern bir oturma mahallesi oluşmuştur" (Tuncel, 1980: 157). "Cumhuriyet döneminde kurulan ve gelişmesi çok hızlı olan kentlerimizden biri de Güneydoğu Anadolu'daki Batman'dır. Batman petrol ve onun sonucu olan petrol sanayinin müşterek olarak, 10-15 yıl gibi kısa bir süre

içinde yarattığı bir kenttir” (Tuncel, 1980: 157) (Şekil 8). Yine petrol kuyusu sembolleri ülkemizde kısmen petrol çıkarım alanlarının coğrafi dağılışını da ifade etmektedir. Nitekim Adıyaman şehri logosunda diğer sembollerle birlikte petrol kuyusu sembolüne de rastlanmaktadır (Tablo 1).



Şekil 8: Batman’da petrol kuyusu ve rafineri bacası ön plana çıkmaktadır. Bu semboller şehrin gelişim nedenlerini ortaya koymaktadır.

Semboller tek tek yerleşmelerin kuruluş ve gelişimini ifade ettiği gibi, bazen de imparatorluk ve yeni bir ülkenin doğuşunu ifade etmektedirler. Bilecik’te kullanılan çadır sembolü Osmanlı İmparatorluğunun kuruluşunu ifade etmektedir (Şekil 9). Güneş, sıcaklık (Mardin, Şanlıurfa) belki turizm açısından (Antalya, Mersin) uygunluk ifade etmektedir. Ancak Samsun şehrinin kullandığı güneş sembolü, yeni Türkiye Cumhuriyeti’nin doğuşunu, ifade etmektedir (Şekil 10). Benzer bakış açısıyla Hitit güneşi (Çorum) Anadolu’da kurulmuş olan devletlerin en eskilerinden biri olan Hitit devletini ifade ederken (Şekil 7), Anadolu topraklarının tarihi ve kültürel zenginliğini de pekiştirmektedir. Bu konuda başka bir örnek Erzincan şehrinde yer alan, çift başlı kartalın organı olan taraklı palmet kuyrukta yer alan beyaz renkli çubuklardır. Yedi adet olan bu çubuklar, “Anadolu’nun Türkler tarafından fethedilişinden sonra Erzincan’da hüküm süren devlet, beylik ve emirlik gibi siyasi teşekkülleri temsil etmektedir”(Şekil 13) (Şahin, 2006: 33).



Şekil 9: Diğer sembollerle birlikte (saat kulesi (solda), Medris Tepe şehitlikler anıtı (sağda)), dişli üzerinde yer alan çadır sembolü, Bilecik şehrinin Osmanlı'nın ilk kuruluş toprakları olduğunu ifade etmektedir.



Şekil 10: Samsun'da yeni Türkiye Cumhuriyeti'nin ortaya çıkışı.

Güneş gibi bir gök cismi olan yıldız, onun gibi gerçek ve mecazi anlamlarda kullanılmıştır. Yıldız geleceğin parlaklığı, yıldızlar topluluğu ise Avrupa Birliğine giriş sürecini veya Avrupa şehri olma (Bursa ve Kütahya) gibi bir anlam ifade ederek, başarı sembolü olmaktadır. Başarı, kuşkusuz, sadece yıldızlar ile ifade edilmemektedir. Cumhuriyet döneminin ilk önemli yapıtlarından biri olan Keban barajı, Elazığ şehrinde çayda çıra figürünün bir parçası olarak verilmektedir (Şekil 11). Yine Adıyaman şehir logosunda kullanılan baraj ve elektrik direği aynı anlama gelmektedir. Başarı atletizm sembolü olarak Ağrı şehrinde de ortaya çıkmıştır. En yaygın spor dalı olmasa da atletizm, Ağrı ve çevresinde en fazla başarının elde edildiği daldır. Yurt içi ve dışında pek çok birincilik elde eden çok sayıda atlet Ağrı'da yetişmiştir. Şehir ve çevresi ülkemizin atletizmde önemli bir kaynağıdır. Türk atletlerinin onda biri Ağrı'lıdır (Ağrı Valiliği, 1998).



Şekil 11: Çayda çıra figürünü oluşturan sembolün solunda Keban barajı ifade edilmektedir.

El sanatlarını ifade eden semboller Anadolu kentinin kökeninde mevcut olan imalat sanayini sembolize eden kalıntıların bir kaçını ifade eder niteliktedir. Anadolu kentleri bir yandan “bölge ve yörelerde bol bulunan hammaddenin çok özel bir işçilikle değerlendirilmesi ve bir yandan da kervanların gereksinimlerinin karşılanması için geliştirmiş oldukları spesiyalitesi ile ayrı bir isme ve dolayısıyla da üne kavuşmuşlardır (Tunçdilek, 1983). Bu bağlamda Kütahya'nın “Çiniler Diyarı” olması ve vazoyu sembol olarak kullanması, Burdur ve Uşak'ta kilim (Şekil 12) motif ve tezgâhının, Isparta'da halının, Çanakkale'de testinin kullanılması anlamlıdır. Benzer şekilde farklı sembolleri ifade ederken (örnek olarak Balıkesir'de saat kulesi ve zeybek sembolleri kilim motifleriyle birlikte verilmiştir.) kilim motifin kullanılması, Tunçdilek'in yerinde olarak ifade ettiği gibi onların (şehirlerin) “.....spesiyaliteli ile ölümsüzleşmesi....” (Tunçdilek, 1986: 1001) anlamına gelmektedir.



Şekil 12: Kilim motifi Anadolu'da yaygın olan imalat sanayini sembolize etmektedir. Saz Türkiye şehirlerinde nadir olarak kullanılan semboller arasındadır.

Türkiye şehirlerinde hayvan sembolleri de kullanılmıştır. Çift başlı kartaldan dağ keçisine kadar farklı çeşitlilikte hayvan sembolü on kadar şehirde kullanılmıştır. Bunların bir kısmı mitolojik boyutta iken bir kısmı doğayı ve barışı, bir kısmı ise genetik açıdan teklifi ifade etmektedir. Çift başlı kartal ve koçbaşları mitolojik hayvan sembolleri arasındadır. Bazen (Mengüçik stilinde) “sanat ve güzelliği de ifade eden kartal, genelde yüceliği, hürriyeti, güç, kuvvet ve vakarı sembolize etmektedir” (Şahin, 2006: 4). Akkoyunlu ve Karakoyunlu’lar tarafından kullanılan koçbaşları, mitolojik anlam ifade ettikleri gibi gücü de temsil ederler (Şahin, 2006) (Şekil 13). Dağ keçileri doğayı (Tunceli ve Hakkâri), özellikle bakir doğayı temsil ederlerken, horoz genetik olarak teklifin (Denizli), martı (Sinop) ise barışın ifadesidir.



Şekil 13: Erzincan şehri logosu: Logoda çok sayıda sembol kullanılmıştır. Bunlardan biri olan çift başlı kartal Türk kültüründe anlamlı bir boldür.

Sonuç

Türkiye şehirleri logolarında çok sayıda sembol kullanmışlardır. Başka bir anlatımla sembol seçiminde çeşitlilik söz konusudur. Bu durum ülke arazisinin coğrafyasından kaynaklanan bir özelliktir. Tunçdilek’in (1986) değimiyle ülke bal peteğine benzer şekilde kompartımanlara ayrılmıştır. Her bir kompartımanın farklı coğrafi özelliği bulunmakta ve bu durum sembollere yansımaktadır. Semboller bakımından çeşitlilik olmakla birlikte bazı sembollerde kullanım bakımından toplanma söz konusu olmaktadır. Bunlar tarımsal ürünler, camii ve kalelerdir.

Tarımsal ürünlerin çokluğu ülkenin uzun yıllar tarımsal ekonominin etkisinde olması ile ilgili olduğu kadar şehirlerin doğası ile de yakından ilgilidir. Bu da onların toplanma ve dağıtım merkezi olma işlevidir. Yine aynı özellik geçmişe

duyulan saygının başka bir şekilde ifadesi olmalıdır. Tarımsal ürünlerin çokluğu ve çeşitliliği bize ülke coğrafyasındaki çeşitliliği anlatmaktadır.

Sanayi sembolleri az sayıda kullanılmakta bu ise daha çok gelişmişliği ifade etmektedir. Çünkü sanayi fonksiyonu ön plana çıkan şehirlerin çoğunda sanayi dışı kullanılmamıştır. Bu bağlamda sanayi ekonomisinin daha çok yakın yıllarda etkili olduğu ülkemizde şehirlerin bu açıdan rekabeti söz konusu değildir. Başka bir anlatımla ABD şehirlerinde olduğu gibi farklı bir ekonomiye geçiş, şehir imajlarına bu ekonomiye geçişi yansıtan sembolde yaşanmamıştır. Bu durum başka bir şekilde şöyle anlatılabilir: Semboller seçilirken kapitalist düşünce sisteminin etkisi olmamıştır. Yine ülke tarih ve kültürünün zenginliği, tıpkı coğrafi imkânlar gibi Türkiye şehirlerine çok sayıda seçenek sunmuştur. Ancak yukarıda anlatılanlara bakarak ülkenin geçiş süreçlerinden etkilenmediği anlamı da çıkarılmamalıdır. Ülke saat kulelerinde olduğu gibi Batılılaşma sürecinden etkilenmiş, az sayıda şehrimizde görülmekle birlikte, Avrupa birliğine geçiş sürecinden de etkilenmiş gibi görünmektedir. Yıldızlar bu durumu bize anlatmaktadır.

Tarımsal ürünlerde olduğu gibi, diğer sembollerin kullanımında da görülmektedir ki şehirler kendi sit alanlarının özellikleriyle tek başlarına değil, çevreleriyle birlikte yaşayan organizmalardır. Hiç kuşkusuz bu durumun istisnası da yok değildir. Osmaniye bir yana bırakılırsa, şehirlerde kullanılan kale ve camiler şehirlerin kendi sitinde mevcut kültürel unsurlardır.

İnsanoğlunun yarattığı en son mekânsal ürünler olan şehirler “en iyi hafıza organıdır” (Mumford,1961: 640). Türkiye şehirleri bayrağını dolayısıyla bağımsızlığını, Atasını, Anadolu’nun Türkleşmesini, şehitlerini, Türkiye Cumhuriyetinin kuruluşunu, coğrafyasını, tarihini, başarılarını, kültürünü hep sembollele hatırlamaktadır. Yine semboller traverten, peribacası, saz gibi teklikleri yansıtmaktadır. Modern anlamda sanayi faaliyeti olmamakla birlikte kökenleri İlk Çağlara giden atölye tipi sanayi yine sembollerle anılmaktadır. Yani semboller ülke coğrafya ve tarihinin ürünüdürler. Aynı durum lâkaplar için de söz konusudur. Bu bağlamda bütün Türkiye’nin lakabı şu olmalıdır: “Türkiye, Tarih ve coğrafyanın bulunduğu yer”.

Kaynaklar

Ağrı Valiliği, (1998), Cumhuriyetin 75. Yılında Ağrı, Ankara.

- Beaujeu-Garnier, J., Chabot, G., (1967), *Urban Geography*, John Wiley & Sons Inc, New York.
- Boran, A., (2002), "Türk Sanatında Kale Mimarisi", *Türkler*, C.7, s. 878-890, Ankara.
- Çoruhlu, Y., (1995), *Türk Dünyasında Hayvan Sembolizmi*, Seyran Kitap, İstanbul.
- Dickinson, R.E., (1966), *City and Region*, Routledge & Kegan Paul Ltd, London.
- Doğanay, H., (1998), *Türkiye Ekonomik Coğrafyası*, Çizgi Kitabevi, Konya.
- Duncan, J.S., (1990), *The City as a Text: The Politics of Landscape Interpretation in the Kandyan Kingdom*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Göney, S., (1984), *Şehir Coğrafyası I (İkinci Baskı)*, Acar Matbaacılık Tesisleri, İstanbul.
- Hall, T., (2001), *Urban Geography (2nd edition)*, Routledge, London.
- Kıbar, O., (2005), *Türk Kültüründe Ad Verme, Kişi Adları Üzerine Bir Tasnif Denemesi*, Akçağ, Ankara.
- McNulty, R. H., (1985), "Revitalising Industrial Cities Through Cultural Tourism", *Internatinal Journal of Environmental Studies*, Vol. 25, s. 225-228.
- Mumford, L., (1961), *The City in History*, Penguin Book, USA.
- Özçağlar, A., (2003), *Coğrafyaya Giriş, Sistematik, Kavramlar, Yöntemler*, Ankara
- Richards, G., (2004), "The Impact of Cultural Events on City Image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001", *Urban Studies*, Vol. 41, No. 10, s. 1931-1951.
- Salman, Y., (2004), "İmge, Zor yakalanır bir görselleştirme", *Kitaplık*, Yıl. 74, S. 11, s. 65-74.
- Short, J.R., Benton, L.M., Luce, W.B., Walton, J., (1993), "Reconstructing the Image of an Industrial City", *Annals of Association of American Geographers*, 83 (2), s. 207-224.
- Solmaz, M., (2006), "Zamanın Bekçileri", *Gerçek Haber*, 29 Nisan, s. 3., Dikili, İzmir.
- Smith, A., (2005), "Reimagining The City The Volue of Sport Initiatives", *Annals of Tourism Research*, Vol. 32, No. 1, s. 217-236.
- Stoddard, R. H., Blouet, B. W., Wishart, D. J., (1986), *Human Geography, People, Places and Cultures*, Printice-Hall, New Jersey.
- Şahin, T.E., (2006), *Erzincan Amblemi, Erzincan Belediyesi Kültür Yayınları*, Erzincan.

- Tuan, Y., (2006), “Mekan ve Yer: Humanist Perspektif”, 20. yy. da Amerikan Coğrafyasının Gelişimi, İçinde Yılmaz Arı, s. 119-134, Çizgi Kitabevi, Konya.
- Tuan, Y., (1978), “American Cities: Symbolism, Imagery, Perception”, Systems of Cities, Readings on Structure, Growth, and Policy, İçinde L.S. Bourne, J.W. Simmons, Oxford University Pres, New York
- Tunbul, M., (2000), Türkiye’deki Şehirlerin Fonksiyonel Sınıflandırılması, DPT, Yayın No: 2520, Ankara.
- Tunçdilek, N., (1986), Türkiye’de Yerleşmenin Evrimi, İstanbul Üniversitesi Yayınları No. 3367, Deniz Bilimleri ve Coğrafya Enstitüsü Yayınları No. 4., İstanbul.
- Tuncel, M., (1980), “Türkiye’de Kent Yerleşmelerinin Tarihçesine Toplu Bakış”, İstanbul Üniversitesi Coğrafya Enstitüsü Dergisi, S. 80, s. 123-160.
- Tümertekin, E., Özgüç, N., (1998), Beşeri Coğrafya, İnsan, Kültür, Mekan, Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Uygun11@hotmail.com
- www.belediyeler.com
- www.culturmen@mynet.com