

MERSİN'DE KENTSEL KİMLİK GÖSTERGELERİ OLARAK KULLANILAN LOGOLARA İLİŞKİN BİR DEĞERLENDİRME

Hüseyin DEMİR*

Özet

Bu araştırma, Mersin'in kentsel kimlik göstergelerinde önemli bir yere sahip olan kurum ve kuruluşların logolarının çözümlenmesine ilişkin bir değerlendirmeyi içerecektir. Mersin'de valilik, anakent belediyesi, ilçe belediyeleri, belde belediyeleri ile farklı iş ve hizmet sunan kurum ve kuruluşların logoları, kentin kimlik göstergelerinde önemli bir role sahiptirler. Mersin'in kentsel özelliklerinden yararlanarak oluşturulan bu logolar, yükledikleri iletişim faktörüyle hem yerel sınırlar içinde hem de bu sınırlar dışındaki insanlarla, kent adına iletişim sağlayan ve bir anlamda kentin sözcülüğünü yapan bir misyona sahiptirler. İletişim alanındaki bu görsel göstergelerin anlamını çözümlenmeye çalışırken form, içerik ve şekil yönünden birbirlerine benzer yanlarına, birer tasarım olarak özgün ve nitelikli olup olmadıklarına ve varsa eksikliklerine ilişkin eleştirel bir yaklaşım getirilecektir. Ayrıca, Mersin'in sahip olduğu sosyal, kültürel, ekonomik ve tarihi özelliklerinin kullanılmakta olan bu göstergelere doğru yansıtılıp yansıtılmadığı konusu irdelenerek yönetici, işverenler ve ilgili temsilcilerin, bu göstergelerin oluşturulmasında, belirleyici rollerine ve tasarımcılar üzerindeki yönlendirici etkilerine ilişkin bir değerlendirme yapılacaktır.

AN EVALUATION REGARDING OF LOGOS USED AS SIGNS OF URBAN IDENTITY IN MERSİN

Abstract

This paper will contain an evaluation regarding analysis of logos in associations of Mersin which have important places as urban identity signs. Logos of different work and service suppliers such as governing, metropolitan and district municipalities of Mersin have very important role in signs of city's identity. These logos made by utilizing features of urban facilities of Mersin have a mission as a speaker of city in the name of city itself with the communicative factor they contain both for domestic dwellers and outsiders. It is aimed to bring a critical approach regarding their similarities, their originality or quality as a design towards their form and content by trying to analyze meanings of these visuals signs' in the field of communication. Besides there will be an evaluation upon managers, employers and others regarding their determination and orientation effects on designers in making these signs by examining whether social, cultural, economic and historical features of Mersin are reflected or not in these signs used orderly.

Anahtar sözcükler: Amblem, logo, kurumsal kimlik, reklam, tanıtım, kentsel kimlik

Keywords: Emblem, logo, institutional identity, advertisement (publicity, commercial), presentation (exhibition), urban (civic) identity

* Doç., Mersin Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Bölümü-MERSİN

Giriş

Grafik tasarım, ortaya çıktığı günden bu yana, bilgi ve mesaj iletmenin yanı sıra evrensel, ulusal ve yerel anlamda kültürün yaşatılıp devamlılığının sağlanmasında önemli bir sacayağını oluşturmuştur. Geçmişten günümüze grafik ürünler ve onları üreten teknikler kuşaklar arası iletişimin sağlanabilmesi bağlamında köprü görevini yerine getirmişlerdir. Özellikle yaşamakta olduğumuz bu hızlı iletişim çağında, görsel kültürün yaşatılması ve daha sonraki dönemlere aktarılması açısından, grafik tasarımın önemi yadsınamaz. Bu bağlamda

grafik tasarım, toplumsal yaşamın her alanında görsel iletişim boyutuyla sürekli işlevsel bir rol üstlenmiştir.

Kent ortamında insanlar günlük yaşamlarında her an farklı görsel göstergelerle karşı karşıya gelmektedirler. Bu göstergeler arasında, günlük yaşamlarını kolaylaştırmak amacıyla, insanlar arası iletişim sağlayıp bilgi veren grafik tasarım örnekleri çok daha önemli bir konumdadırlar. Özellikle kentlerde, idari ve hizmet veren kurumların göstergeleri iletişim kurma, kentlilik bilincini geliştirme ve kente ait olma duygusunun gelişmesinde ilk sırayı alırlar. Büyükşehir konumunda olan kentlerde her adım başı insanların karşısına çıkan göstergeler, kenti betimleyen, kent hakkında bilgi aktaran ve yükledikleri anlamlarla kent ile insanlar arasında iletişim kuran ortak kimlik göstergeleridir.

Baş döndürücü bir hızla değişen yeni dünya düzeninde, kent özelinde hizmet ve idari görev yürüten kurumlar artık birer ticari işletme gibi faaliyet göstermek istemektedirler. Bu kurumlar sürekli bir yarış içinde olup verdikleri hizmet ve ürün kalitesini artırmak ve çağın gereklerine uymak zorunda olduklarının bilincindedirler. Bu bağlamda kentler, kendilerini temsil etmek üzere, tarihsel geçmişinin izlerini, sosyal ve ekonomik durumlarını, kültürlerini, iklim ve coğrafi gibi önemli özelliklerini kurumsal kimliklerinde yansıtarak farklı bir imaj yaratmak ve yaptıklarıyla bir marka olma çabasını sürdürmektedirler. Türkiye’de bu tutum yavaş işlemekle birlikte, özellikle belediyeler gibi hizmet veren kurumlar gelenekçi alışkanlıklarından vazgeçip yenilikler yapma yönünde hızlı bir değişim göstermektedirler. Son yıllarda, başta büyükşehir belediyeleri olmak üzere, pek çok il ve ilçe belediyesi yönetim biçimlerini yenilemekte, hizmetleriyle kendilerini bir marka gibi algılanmasını sağlamak ve kurumsal kimlik olarak birer logoya sahip olmak istemektedirler. Bu nitelikleriyle hem yerel sınırlar içinde hem de dışında daha çok tanınır hale gelmelerinin yarısını sürdüren kentler, kendilerini temsil eden göstergelerle -logolarla- öne çıkmaya çalışmaktadırlar.

Bu bağlamda logo hakkında kısa bir bilgi vermek yerinde olacaktır. Logo, farklı alanlarda iş ve hizmet üreten işletme, kurum ve kuruluşların yerine geçerek onları görsel simge ve yazı ile temsil eden göstergedir. Logolar, özel bir görev üstlenerek, kendilerinden farklı olduğu halde, kurum ya da kuruluşların yerine geçerek onları temsil ederler. Özgün karakterler sergileyerek kurum ve kuruluşları birbirinden ayıran logolar kurumsal kimlik oluşturmada ilk basamaktırlar. Bir işletmenin, kurumun veya hizmetin adlandırılıp bir kimlikle piyasada tanıtımının yapılması için logo tasarımına ihtiyaç duyulmaktadır. İşletmeleri tanıtmak ve onlara belli bir kimlik kazandırmak amacıyla iç ve dış mekanlara konumlandırılan pek çok unsurun arasında logo tasarımı ilk sırayı alır. Bir ticari işletmenin, hizmet sunan kurum veya kuruluşun logosunu oluşturmak, aynı zamanda o işletme ve kuruma belli bir görsel kimlik kazandırmak anlamına da gelir. Günlük yaşamda neredeyse her an ve her yerde çok değişik görseller ile karşı karşıya gelmektedir. Bu görsellerin iletişime dair olanları arasında logolar kısa ve öz bilgi aktarmak bakımından ilk sırayı **almaktadırlar.**

Farklı görsel karakterlerden oluşturulan logolar, yüklenildiği anlam veya anlamlar sayesinde rakiplerinden ayrılır, hedef kitle tarafından algılanır ve akıllarda kalarak, birer görsel kimlik oluştururlar. Böylece logo ile oluşturulan görsel kimlik özgünlüğü, niteliği ve çarpıcılığı ile kurum ve kuruluşların iş veya hizmet anlayışlarına ve üretimlerine bir artı değer katar. Kurum ve kuruluşlar ne denli iyi ve kaliteli ürün ya da hizmet üretirlerse üretsinler, o ürünü veya hizmeti doğru bir biçimde ilgili hedef kitle ile paylaşmadıkları sürece başarı sağlamaları zordur. Günümüz rekabet ortamında, birer görsel gösterge olarak işlev gören

logo ve amblemler temsil ettikleri kurum ve kuruluşlar adına oluşturulan ürün, hizmet ve diğer etkinliklerin hedef kitle tarafından benimsenmesinde önemli görevler üstlenirler.

Kentlerde valilik, büyükşehir belediyesi, ilçe belediyeleri, üniversite, odalar, vakıf ve dernekler, turizm şirketleri, farklı iş ve hizmet sunan diğer kurum ve kuruluşlar birer görsel simgeyle temsil edilmekte ve onlarla tanınmaktadırlar. Özellikle büyük kentlerde kamu ya da özel sektöre bağlı kurum ve kuruluşlar yaptıkları iş, ürettikleri ürün ve sundukları hizmet kalitesine göre kabul görür ve bir kimlik kazanırlar. Bu özelliklerinin yanı sıra, kurum ve kuruluşların yerine geçerek onları görsel simge ve yazı ile temsil eden kimlik göstergeleri kurumlaşmanın iletişim ayağını oluştururlar

Günümüz rekabet ortamında, iş ve hizmet üreten kurum ve kuruluşların, özgün ve güçlü bir imaj oluşturulmasının yolu, özelliklerine ve niteliklerine uygun bir tasarımla bu ortamda varlık göstermeleri gerekir. Bu açıdan irdelendiğinde, Mersin'in kimlik göstergeleri olarak gösterilen logoların her birinin ait olduğu kuruma hizmet ettiğini, onu farklı kıldığını ve özgün bir kurumsal kimlikle temsil ettiğini söylemek zorlaşmaktadır. Bu göstergeler grafik ürünler analizi bağlamında incelendiğinde, kentsel kimlik göstergeleri olarak kullanılan logolar ile diğer alanlarda faaliyet gösteren kurum ve kuruluş logolarında renk, form ve içsel anlam bakımında birbirlerine benzer karakterler kullanılmıştır. Kimi ufak ayrıntılar dışında, genellikle narenciye, güneş, deniz ve ören yerler bu görsellerin ana temasını oluşturmaktadır. Bu durum, gerek kentsel, gerekse kurumsal anlamda kimlik göstergelerinin özgünlüğünü ve niteliğini tartışır hale getirmektedir. Bu nedenle logo tasarımı ve bu bağlamda oluşturulan kurumsal kimlik çalışmaları, sıradan ve basit çözümler yerine, daha kapsamlı araştırmalar yaparak sağlam bir içerikte ve estetik yapıda olmasına özen göstermek gerekir.

Dile getirilen bu açıklamalar bağlamında Mersin'de kimlik göstergeleri olarak kullanılan logoların hem içerik ve anlam, hem de nitelik ve özgünlük bakımında istenilen düzeyde olmadıklarını söylemek mümkündür. Bu nedenle kullanılmakta olan bu göstergelerin olumsuzluk gösteren yönlerine dikkat çekmek yerinde olacaktır. Öncelikle Mersin'in kentsel kimlik göstergelerinde ve diğer iş ve hizmet alanlarında kullanılan göstergelerin aynı temalardan yararlanılarak oluşturulduğunun altını çizmek gerekir. Birbirin tekrarı olan renklerin, formların ve karakterlerin farklı kurum ve iş alanlarında kullanılıyor olmasının pek çok nedeni bulunmaktadır. Ancak bunlardan en önemlisi gerekli desteği almadan ve moda alışkanlıklarla var olanın tekrar edilmiş olduğunu görüyoruz. Yukarıda da belirtildiği üzere, söz konusu olan logolar, içeriğini ve görsel karakterini Mersin'in öne çıkan önemli özelliklerinden almış olduğunu söyleyebiliriz. Ancak sıkıntılı olan hep aynı temaların kullanılıyor olmasıdır. Mersin, kent olarak çok daha farklı özellik ve niteliklere sahip, **yerleşim alanı olarak geçmişi çok eskilere dayanan** bir coğrafyada yer almaktadır. **Bu bağlamda, kentin önemli özelliklerini şöyle açıklayabiliriz:**

Yapılan kazılarda, beş bin yıl öncesine ait bir şehir kalıntısının bulunduğu Yumuk Tepe ve çevresi, Mersin'in ilk yerleşim yeri olduğunu kanıtlamaktadır. Yine Mersin'in Mezitli İlçesi sınırlarında, "Pompeipolis" antik kentinin harabelerinden anlaşılacağı üzere, Roma çağına ait büyük bir yerleşim alanının varlığı söz konusudur. Bu şehirlerden sonra Selçuklular döneminde bugünkü Mersin'in bulunduğu yerde önce oba sonra küçük bir köy olarak kurulmuş, on dokuzuncu yüzyılın ortalarından itibaren, hızla gelişerek Akdeniz'in ticaret limanlarından biri olmuştur. Cumhuriyetin ilanından sonra kurulan İçel İli'nin merkezi olan Mersin, son yıllarda tamamlanan limanı ile Türkiye'nin güney bölgesinin en zengin ticaret ve sanayi şehri olmuştur. Çevredeki tarihi ören yerleri ile turizm alanında önemli bir merkez olma yolunda kapılarını orta doğuya ve dünyaya açmıştır. Klikya olarak

adlandırılan ve Mersin'i de içine alan büyük bir uygarlığın kalıntıları üzerinde yer alan kentte Toros Dağları ayrı bir özellik katmaktadır. Böyle bir tarihi geçmişi olan Mersin'de deniz, güneş ve narenciye formlarının kentsel kimlik göstergelerinin nerdeyse bütününde ana tema olarak kullanılıyor olması tek ve doğru bir seçim olduğu söylenemez.



Şekil:1 (yeni logo)

Mersin'de farklı kurum ve kuruluşların kullanmakta oldukları göstergeler değerlendirildiğinde, Mersin Büyükşehir Belediyesi logosu ana yapıyı oluşturan ve diğer kurum ve kuruluşlara da kaynaklık eden göstergedir. Grafik tasarımcı Abdullah Taşçı tarafında yapılan bu logo Mersin'de kullanılan ilk kentsel kimlik göstergesidir. Mersin'in dolayısıyla Akdeniz Bölgesi'nin iklim özelliklerinden yararlanarak oluşturulan söz konusu logo, göstergebilim açısından incelendiğinde özgün ve nitelikli bir grafik tasarım olduğunu söyleyebiliriz. Zamanla bu logoda yer alan görsel elemanlar (mavi dalgalardan oluşan deniz görüntüsü, daire biçimindeki güneş ve portakal gibi simgeler) kentin diğer kurum ve kuruluşlarının logolarında da kullanılmaya başlanmıştır. Böylece Mersin Büyükşehir Belediyesi logosunun tekrarından oluşan diğer kurum ve kuruluş logoları, hem içerik hem de görsel elemanlar olarak ortak karakterlere sahiptirler. Bu özelliği ile bu logolar, Büyükşehir Belediyesi'nin ve yerini aldığı diğer kurum ve kuruluşların kurum kimliklerinin değerini azaltmaktadır. İlçe belediyelerin neredeyse tümü Büyükşehir Belediyesi'nin logosuna benzer göstergeler kullanılmış ve şekil olarak aynı formlardan yararlanılmıştır. Genellikle mavi, turuncu ve beyaz renklerin kullanıldığı bu göstergeler yuvarlak bir formdan oluşmaktadır. Söz konusu logolar, birbirinin tekrarından oluştuğu izlenimini verdiği için özgün ve nitelik bakımından tartışmaya yol açmaktadır. **Mersin'in** kentsel kimlik göstergelerinde bir karmaşaya yol açarak kime ve neye ait olduklarının sınırlarını da zorlayan bu logolar, kurum ve kuruluşların hem hizmet hem de ticari yapılarına zarar vermektedir.

İlçe belediyelerine ait logoların yanı sıra diğer kurum ve kuruluşların logolarında da Mersin Büyük Şehir Belediyesi'nin logosunda yer alan görsel elemanlardan yararlanmıştır. Deniz, güneş ya da portakal gibi imgelere neredeyse bütün logoların çözümlerinde yer verilmiştir. Çok ufak ayrıntılar eklenerek veya çıkarılarak uygulanmakta olan göstergelerin analizi yapıldığında, grafik tasarım alanında uzman olmayan kişilerce oluşturulduğu anlaşılmaktadır. Bu yönüyle incelendiğinde, kullanılan göstergeler büyükşehir belediyesi, ilçe belediyeleri ve özel kurum veya kuruluşlardan hangisine ait olduğunu izleyici veya tüketici algısında zorluk çıkarmaktadır. Büyükşehir Belediyesi'nin tekrarından oluşan bu logolar tasarlandığı biçimiyle özgünlüklerini kaybederken, iletişim boyutundaki önemini azaltır ve görevini yerine getirmesini de engellemektedir.



Şekil:2 (eski logo)



Şekil:3



Şekil 4



Şekil 5



Şekil 6



Şekil 7



Şekil 8



Şekil 9



Şekil 10



Şekil 11



Şekil 12

Kurum kimliği göstergesi olarak kullanılan görsellerin yarattığı şekil ve anlam benzerliği sadece yukarıda belirtilen resmi kurum veya kuruluşlarla sınırlı değildir. Aynı zamanda kentin toplu yaşama alanlarında yer alan ve farklı iş alanlarında, irili ufaklı işletmelerde, turizm firmaları ve kentin başka kurum ve kuruluş logoları için de geçerlidir. O halde, tartışmalara yol açan göstergelerin tasarlanıp uygulanmasına kim veya kimler karar vermiş ve bu tartışmalar devam ediyorsa sorunun giderilmesi için neler yapılmalıdır ve bunun yetkisi kimlerde olmalıdır? Kurum yetkililerinin, işyeri sahiplerinin veya tasarımcıların bu logoları belirlerken görüşleri, beğenileri ve belirleyiciliğinin sınırları neler olmalıdır?

Mersin’de kentin görsel imajının önemli bir kısmını, başta valilik ve büyükşehir belediyesi olmak üzere; ilçe belediyeleri ile kamu ve özel sektöre bağlı kurum, kuruluş ve

işletmelerdir. Bu bağlamda kurum, kuruluş ve işletmeleri temsilen yeni bir logo tasarlanması istenirken yöneticiler, bir moda tutumla ve amatör bir ruhla, özgün ve nitelikli bir tasarım yerine başka kurumların logolarındaki şekil ve anlam benzerliği olan görselleri kullanmayı tercih etmişlerdir. Bu durumun pek çok nedeni olmakla birlikte en önemlisi tasarım için ödenmesi gereken parasal değer için bir ödeneğin ayrılmamasıdır. Merkezi bir yönetim modelinin uygulandığı ülkemizde, kültür-sanat ve tanıtım amaçlı harcama yapmak yöneticiler için yeni sorunlara neden olmaktadır. Böylece, reklam ve tanıtım amaçlı harcamaların kısıtlı olduğu ülkemizin pek çok kentinde, özellikle logo tasarımı için, bir ödeneğin ayrılması lüks kaçmaktadır. Bu tutumun değişmeden süregelmesi, kentin görsel kimliğinin özgünlük, teklik ve nitelik olarak oluşturulmasında Mersin'deki kurum ve kuruluş logolarının istenilen düzeyde olmadığına da bir göstergesidir.



Şekil 13



Şekil 14

Diğer bir olumsuz etken de, görsel göstergelerin seçimi ve uygulanmasında çoğunlukla şehirlerde mülkü amirler, yerel yönetimlerde belediye başkanları, özel sektörde ise iş sahipleri tek karar veren mercidir. Yarışma düzenleyerek veya grafik tasarımcısına sipariş yoluyla verilen logo tasarımlarının seçimi de yine aynı konumdakiler karar vermektedirler. Bu olumsuz durum, öteden beri ülkemizde tartışılan ancak çözüme kavuşturulamayan bir konudur. Özellikle tasarım alanındaki meslek kuruluşlarının ve alanında yetkin tasarımcıların onaylamayıp sürekli tenkitlerde buldukları bir durumdur ve henüz çözüme ulaştırılamamıştır. Bu yüzden gerek Mersin'de gerek ülkemizin diğer şehirlerinde kentsel kimlik göstergelerinin uygulanmasında çoğunlukla tasarım ayağı hep eksik kalmaktadır.



Şekil 15



Şekil 16



Şekil 17



Şekil 18

Oysa ülkemizde grafik tasarım alanında meslek kuruluşları, ajanslar ve ilgili fakültelerin grafik bölümlerinde alanlarında uzman-akademisyenler bu sorunu çözebilecek kapasitededirler. Logoların seçilip uygulanmasına keyfi olarak işveren ya da kurum yöneticilerinin kararlarıyla değil, sözü edilen bölümlerdeki akademisyenler ve uzman tasarımcılardan oluşturulan jürilerce çözülebilmesi daha uygun bir yöntemdir. Bu nedenle Büyükşehir Belediyesi dışında, Mersin’de başta Valiliğin ve yukarıda sözü edilen diğer kurumların, kullanmakta oldukları ve sorun teşkil eden göstergeleri, yarışmalar düzenleyerek değiştirmelerine ihtiyaç bulunmaktadır. Böylesi bir değişiklik ve yenilik yüksek bir harcama gerektirse de kentin görsel kimlik göstergelerinde bir düzenin, kalitenin ve özgünlüğün oluşturulması günümüzde kaçınılmaz olmuştur. Bu yenilenme ile Mersin’in görsel kent kimliğini öne çıkarmak ve halkla daha sıkı bir ilişki kurulacak ve halkın kente bağlılığını ve aidiyet duygusunu güçlendirmeye katkı sağlayacaktır.

Kaynaklar

- Knapp, Duane E. *Marka Akli*. Çev. Arzu Tuna Akartuna. İstanbul: MediaCat Kitapları, (2003).
Meydan Larousse Büyük Lügat ve Ansiklopedi, Cilt: 3, (1970).
Öztokat, Erdim, "Anlam Çözümlemesi: Temel Fransızca'da 'Duygu' Sözlüksel Alanı", *Dilbilim X, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Yabancı Diller Eğitimi Bölümü Dergisi*, (1990).
Pottier, Bernard , *Linguistique Générale Théorie et Description*. Paris: Klincksieck, (1985).
Rifat, Mehmet , *XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergibilim Kuramları*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, (1998).
Uçar, Tevfik Fikret , *Görsel İletipim ve Grafik Tasarım*, İstanbul: İnkılâp Kitapevi, (2004).
Wilkinson, Kathryn, *Semboller ve İşaretler*, Alfa Yayınları, 2008
Zemor, Pierre , *Communication Publique*. Paris: Presses Universitaires de France, (1995).

Web kaynakça adresleri:

- "Dünyada Kentleşme Eğilimleri", <http://www.tumbelsen.org/dokuman/DünyaKentleşmeEğilimleri.doc>
<http://mtsoal.tripod.com/resimler/mersin.jpg>
<http://www.iticu.edu.tr/kutuphane/dergi/s9/M01129.pdf>
http://www.sosyalbil.selcuk.edu.tr/sos_mak/makaleler
İzmir Büyükşehir Belediyesi. <http://www.izmir.bel.tr/StandartPages.asp?menuID=822&MenuName=saat%20kulesi>
Wikipedia Internet Encyclopedia. http://en.wikipedia.org/wiki/Twoheaded_eagle