

## DİJİTAL ÇAĞDAKİ YENİ EĞİLİMLER BAĞLAMINDA YAPILAN AMBLEM/ LOGO TASARIM TRENDLERİ

Arş. Gör. Hüseyin UZUNTAŞ<sup>1</sup>

Yrd. Doç. Dr. Tarık YAZAR<sup>2</sup>

### Özet

Logo tasarımlarının görsel anlatım şekli tarihsel süreç boyunca içerisinde bulunulan döneme göre farklılık göstermiş fakat temel fonksiyonu, kimlik ve kişilik özelliklerini özetlemesi, hiçbir zaman değişmemiştir. Dünyamızda iletişim kanalları teknolojik gelişmelere bağlı olarak her geçen gün çoğalmakta ve çeşitlenmektedir. Bunun sonucunda da artan mesaj yoğunluğu bilginin öğrenilebilir, anlaşılabilir ve ilgi çekici bir biçimde sunulmasını gerektirmektedir. İnsanoğlunun yaşamış olduğu bu görsel değişimden hiç kuşkusuz logo tasarımları da etkilenmektedir. Geleneksel temsil sistemlerinde logo biçimleri statiktir ve bu yapı çeşitli kurallarla korunmaktadır. Görsel, teknolojik ve kültürel gelişmelerin bir sonucu olarak karşımıza çıkan dinamik logolar, alışılmış temsil sistemlerinin dışında yeni bir ifade biçimidir. Çoklu ortam uygulamalarına uyumlu bir görsel araç olan dinamik logolar, internet sitelerinde kısa animasyonlar ile canlandırılabilen ve bu uygulamalar tasarımcılar tarafından geleneksel medyaya da yansıtılabilmektedir. Statik logo tasarımları çoklu ortam uygulamaları kullanılmaya başlamadan önceki medyalar için önerilmiş bir çözümdür denilebilir. Dolayısıyla basılı malzemelerde geçerli olan görsel kurallar dijital ortamda büyük ölçüde değişikliğe uğramaktadır. Yeni bir algılama önerisinde bulunan dinamik logolar günümüzün bilgi teknolojilerinin gereksinimlerine yanıt verebilmektedir. Dinamik logo tasarımları yeni bir dönemin habercisi konumundadır. Hayatımızın teknoloji ve internetle kuşatıldığı bu dönemde görsel algımız bugüne kadar hiç olmadığı kadar hızlı bir biçimde değişmektedir. Yeni görüntü arayışı içinde olan bireyler günümüzde statik imgelere duyarsız hale gelmektedir. Bu nedenle tasarımcılar bu gerçeğe uygun refleksler geliştirmelidirler.

Bu çalışmanın temel amacı; çağımızın gerekleri doğrultusunda kurum ve kuruluşları daha iyi temsil etmesi açısından yeni eğilimler bağlamında yapılan amblem/logo tasarımlarının hangi kriterlere göre yapıldığını belirlemek, yeni eğilimler bağlamında yapılan amblem/logo tasarımları ile diğer amblem/logo tasarımları arasında ne tür farklar olduğunu açıklamaktır. Yeni eğilimler bağlamında yapılan amblem/logo tasarımları araştırılarak örnekler ile incelenip çözümlenmeleri yapılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Dijital çağ, Logo tasarımı, Logo tasarım trendleri, Amblem/Logo.

<sup>1</sup> Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, huseyin.uzuntas@omu.edu.tr

<sup>2</sup> Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, tarikazar08@gmail.com

## ***EMBLEM / LOGO DESIGN TRENDS IN THE CONTEXT OF DIGITAL EPOCH NEW TENDENCY***

### **Abstract**

In the course of the historical process, the visual expression of the logo designs differed according to period, but the basic function, identity and summarizing personality traits never changed. Communication channels in our world are increasing and diversifying day by day depending on technological developments. As a result, the increasing message intensity requires information to be presented in an understandable, comprehensible and engaging manner. There is no doubt that logos is also affected by this visual change in which human beings lived. Logo formats are static in traditional representation systems, and this structure is protected by various rules. The dynamic logos that emerges as a result of visual, technological and cultural developments is a new form of expression other than the usual representation systems. Dynamic logos, a visual tool compatible with multimedia applications, can be animated with short animations on internet sites, and these applications can be reflected in the traditional media by the designers. Static logos are a recommended solution for media before multimedia applications are used. Therefore, the visual rules that apply to printed materials are subject to considerable changes in the digital environment. The dynamic logos found in a new detection proposal can respond to the needs of today's information technologies. Dynamic logos informs of a new period. Our visual perception in this period where our life is surrounded by technology and the internet has changed as fast as ever. Individuals, who are in search of a new image, are becoming insensitive to static imagery at the present time. For this reason, designers must develop reflexes in accordance with this fact.

The main aim of this study is to determine the criteria of emblem / logo designs made in the context of new trends in order to better represent the institutions and organizations in line with the requirements of our age and to explain what kind of differences between emblem / logo designs and other emblem / logo designs made in the context of new trends. Emblem / Logo designs made in the context of new trends have been researched, and examining with examples and analyzing.

**Keywords:** Digital Epoch, Logo design, Logo design trends, Emblem/Logo.

### **Giriş**

Ticaretin başlangıcıyla birlikte bir ürünün, bir malın diğerinden ayırt edilmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Zaman içerisinde bazı ürünlerin taşıdığı özellikler nedeniyle rakiplerinden farklılaşmaya ve aranır olmaya başlayınca rakiplerinden ayırt edilebilmesi için üzerlerine bazı işaret veya semboller koyma zorunluluğu doğurmuştur. O dönemlerde okuryazar oranının az olması bu işaretlerin çoğunlukla semboller şeklinde oluşmasına neden olmuştur. Bu nedenle kurum ve kuruluşların ilk logo/ amblem tasarımları çoğunlukla basit harf veya sembollerden oluşmaktadır, sonrasında uygarlıkların gelişmesiyle birlikte soyut biçimlere, hatta kelimelere dönüşmüş ve kullanım alanları genişlemiştir.

Tarihsel süreç içinde logo tasarımının görsel anlatım biçimi, içinde bulunduğu döneme göre değişiklik göstermiş ancak işlevi değişmemiştir. Bu doğrultuda kişilik ve kimlik özelliklerini özetlemek logo tasarımının temel görevi olmuştur.

Bir markanın en önemli ögesi logosudur. Logo, markanın imzası olarak görülür. Logo şirketin perspektifinin, kurumsal kimliğinin ve modernizmin harmanlandığı bir yapıda olmalıdır. Firmalar

için tasarlanan logolar çağın değişen şartlarına göre değişim ihtiyacı gösterebilmektedirler. Tıpkı insan gibi, logo tasarımlarının da bebeklik, çocukluk, orta yaşlılık, ihtiyarlık ve ölüm dönemleri olabilir. Bu durumda yapılabilecek en iyi işlem logo tasarımlarını çağın koşullarına göre güncellemek olacaktır.

*Yeni yüzyılın hemen öncesinde başlayan grafik üretim ve baskı teknolojilerindeki gelişmeler tasarımcılara daha geniş olanaklar sunmaya başlamıştır. Artık, basılı materyallerden çok dijital olarak oluşturulan görüntülerin ara yüzleri ile karşı karşıya kaldığımız söylenebilir. Yeni medyanın, hareket ve etkileşim de dahil bir çok yeniliği üzerinde barındırabilmesiyle beraber pek çok yeniliğe de ufuk açacağı düşünülmektedir (Seylan ve Yazar, 2012, s.3).*

Teknolojinin gelişimiyle birlikte iletişim kanalları her geçen gün çoğalmaktadır. Bu olgu sonucunda ortaya çıkan mesaj enflasyonu, bilginin anlaşılır, öğrenilebilir ve ilgi çekici bir biçimde sunulmasını gerektirmektedir. Bu bağlamda logo tasarımları insanoğlunun yaşadığı görsel evrimin bir ürünü olarak görülmektedirler. Hakan Ertep günümüzün logo anlayışını şöyle yorumlamaktadır;

*Bugünün logo tasarımlarına bakıldığında yüzyıl öncesinin kaygı ve bilinmezliklerinin benzerlikler taşıyan biçimlerle karşımıza çıktığı görülebilir. Yirminci yüzyılın özellikle son on yılında yaşanan inanılmaz boyuttaki teknolojik ve sosyolojik gelişmeler, söz konusu olan eklektik düşünme ve ifade biçimini de içine katarak görsel kimlik tasarımını daha karmaşık, kısa ömürlü; ancak daha özgür, zengin, ve çoğulcu bir yapıya büründürmüştür. Görsel kimlik tasarımının geleceğinin bugünün eklektik yapısını da göz önünde bulundurarak daha da karmaşık bir yönde ilerleyeceği şeklinde düşünmek mümkündür. Ancak günümüz tüketim hızının ve alışkanlıklarının yaşantımızı biçimlendirmesi ve egemen olmasına paralel olarak, bugünün logo tasarımı da artık uzun ömürlü olmadan, bu alışkanlıklarda barınan rahatlık, keyfilik, geçicilik ve tahammülsüzlük gibi önemli kavramları aynen yansıtmaktadır. Logo tasarımı, günümüzün değerleri ve görsel biçimlemelerini temsil etmesi ve sergilediği cesaret ile günümüzün egemen görsel kimlik dilini oluşturmuş, geleceğin kimlik dilini de oluşturmakta da hızla ilerlemektedir (Ertep, 2001, s.120).*

Günümüzde tasarımcılar gelişmiş iletişim teknolojilerinin sayesinde kendilerini daha kolay tanıtabiliyor ve dünyanın en uzak köşelerine ulaşabiliyorlar. Bu da, tasarımcılar sayesinde firmalara çeşitliliği görme ve yeni görsel ifade biçimleriyle tanışma olanağı sağlamıştır. Gelişen teknoloji ve iletişim kanalları sayesinde logo tasarımları müthiş bir çeşitlilik oluştururken, bunun yanında yeni mecralarda yeni ifade biçimleri geliştirilmiştir.

Bu çalışmanın kapsamı yeni kurulan ve yeniden yapılanma sürecinde olan kuruluşların görsel kimlik oluşturmada ve görsel kimlik yenilemesinde değişim stratejilerini nasıl bir yenilik olarak ortaya koyduklarını içermektedir. Dolayısıyla çalışmanın kavramsal çerçevesi, amblem/logo tasarımlarının teknolojinin de imkanları eşiğinde yeni eğilimler bağlamında yapılan tasarımlar ve yeniden yapılanma sürecinde izledikleri yalınlaşma stratejisi ile sınırlandırılmıştır. Bu doğrultuda yapılan araştırmalar ile elde edilen veriler sonucunda, yeni kurulan ve görsel kimliklerini yenileme yoluna giden kurum ve kuruluşların yeni eğilimler bağlamında ortaya koydukları logo tasarımlarına örnekler verilerek analizleri yapılacaktır.

## 1. Amblem/Logo Tasarım Trendleri

Logo tasarımlarını kullanım ortamlarına ve belirgin özelliklerine göre statik logolar ve dinamik logolar şeklinde iki ayrı gruba ayırmamız mümkündür. Statik logolar, adından da anlaşılacağı üzere genellikle basılı mecralarda kullanılan değişken olmayan ve tekrar etmeyen logo tasarımlarıdır. Dinamik logo tasarımları ise genellikle dijital alanlarda kullanılan ve basılı mecralara da uyarlanabilen değişkenlik ve tekrar etme özelliği gösteren logo tasarımlarıdır.

*Dinamik logolar statik logoların ötesinde değişebilen ve farklı biçimlerde kullanılabilen görsel temsil araçlarıdır. Bir başka deyişle dinamik logolar belirli bir düzen içinde birden fazla biçimi, rengi, ya da deseni olan logolardır. Dinamik logolar bir kurumun, ürünün veya hizmetin birden fazla logo ile temsil edilebilmesini sağlayabilmektedir. Böylece statik bir logo yerine durmadan yenilenen logolarla, yasayan bir temsil sistemi meydana gelmektedir. Statik logolarda yer alan önermeler sabit özellikler gösterirken, dinamik logolar birbirinden farklı önermeler sunabilir. Bunun nedeni dinamik logoların temsil ettiği temel kavramın “değişim ve yenilik” olmasıdır (Ergüven, 2012, s.16).*

Yukarıda da belirtildiği gibi dinamik logo tasarımları statik logolardan farklı anlamsal özellikler taşımaktadır. Statik logolarda yer alan önermeler sabit özellikler gösterirken, dinamik logolar birbirinden farklı önermeler sunabilmektedirler. Farklı biçimlere dönüşebilen bu tür logo tasarımları her seferinde yeni bir izlenim yaratabilmektedirler. Dinamik özelliklere sahip olan bu logo tasarımları hareketli ve canlı bir kimliği temsil etmektedirler.

## 2. Dijital Çağdaki Yeni Eğilimler Bağlamında Yapılan Amblem/Logo Tasarım Trendleri

Günümüzde baskı teknolojileri ve grafik üretimi alanındaki gelişmeler tasarımcılara daha geniş imkanlar sunmaya başlamıştır. Dijital görüntülerin büyük bir hızla basılı materyallerin yerini almaya başladığını söyleyebiliriz. Yeni medyanın, hareket ve etkileşim de dahil pek çok yeniliği üzerinde barındırabilmesiyle birlikte bir çok yeniliğe ufuk açacağı düşünülmektedir.

Dijital çağdaki yeni eğilimler bağlamında yapılan ve statik logolar ile dinamik logolar şeklinde iki ayrı grupta değerlendirilen logo tasarımları aşağıda kullanım ortamlarına ve belirgin özelliklerine göre açıklanmıştır.

### 2.1. Statik Logo Tasarım Trendleri

Statik logo tasarımları tasarım ve baskı teknolojisindeki gelişmeler sayesinde bugüne kadar hiç olmadığı kadar renk, doku, saydamlık, ışık, üç boyut, hareket efekti, fotografik görüntüler ya da parçalardan oluşan yapılar gibi biçime yansıyan yeni anlatım tarzları görüyoruz.

Online portfolyolar aracılığıyla koleksiyonunda 250.000’in üzerinde logo tasarımını ve on binlerce tasarımcıyı web platformunda buluşturan ”Logolounge” her yıl karakterize özelliklerin betimlenmesi üzerinde o yılın logo trendlerini yayınlamaktadır. Yeni raporunu hazırlayan Gardner 2017 logo tasarımlarını karakterize özelliklerine göre 15 ayrı gruba ayırmıştır: Gölge kırılmaları, solmalar, artan renk, basitlik, basit kaplamalar, çok merkezli, üç nokta, metin kutuları, yin yang, makarna bükmeleleri, örtülmüş, mikro çizgiler, çiftler, kanatlar ve renk bölmesi (Şekil 1,2,3).



Şekil 1: 2017 statik logo tasarımları. (<https://www.logolounge.com/articles/2017-logo-trends>)

Gölge kırılmaları, solmalar, artan renkler, valör, degrade ve kıvrımlı efektler gibi özellikler logo tasarımlarındaki katmanların ve derinliklerin ayrılması için kullanılan yaklaşım tarzlarına örnek olarak verilebilir. Logo tasarımları genellikle düz zeminlerde kullanıldıkları için gölgeler veya renk geçişleri ile derinlik ve üç boyut algısı kazandırılması daha kolay seçilmelerini sağlayabilmektedir.



**Şekil 2:** 2017 statik logo tasarımları. (<https://www.logolounge.com/articles/2017-logo-trends>)

Renk bölmeleri, metin kutuları, basitlikler aşırıya ulaşmanın iddiasını bir kenara bırakarak süslenmiş form uygulamalarından uzak, basit geometrik şekillerle vermek istedikleri mesajı açık ve kolay bir şekilde verebilmektedirler. Bu tarz logo tasarımlarının öncelikli özelliklerinden bir tanesi de temsil ettikleri şirketin veya kurumun tüm değerlerini açık ve net olarak ifade edebilmesidir.



**Şekil 3:** 2017 statik logo tasarımları. (<https://www.logolounge.com/articles/2017-logo-trends>)

Yeni eğilimler bağlamında tasarlanan ve Şekil 3’de görülen logo tasarım örneklerinde genel olarak iki boyutlu yüzey üzerinde renkler yalın olarak kullanılmıştır. Alışılmış ve bellekte iz bırakmış olan tasarımlara ek olarak algıda seçiciliğin artırılması için parabol tarzı ve rölyef etkisi verebilecek logo tasarımları yapılmıştır. Ayrıca ardışık olarak sürekli tekrarlarla oluşturulan lekeler yeni logo tasarımlarında yer verildiği gözlemlenebilmektedir.

## 2.2. Dinamik Logo Tasarım Trendleri

*Günümüzde tasarım ve baskı teknolojilerinin sunmuş olduğu imkanlarla farklı uygulamalarda kullanılabilen logo çeşitleri üretilebilmektedir. Web sitelerinde logolar minik animasyonlarla canlandırılabilen ve tasarımcılar bu uygulamaları geleneksel medyaya da yansıtılabilmektedir. Fakat genel uygulamalar doğrultusunda, logonun değişmezliği bir tür tabuya dönüşmüştür. Günümüzün görsel iletişim kültürü içinde, yıllarca denenmiş ve daha güvenli olduğu düşünülen statik logoların anlatım özelliklerinin yetersiz kaldığı görülmektedir (Ergüven, 2012, s.4).*

Çekirdek ailenin yerini dijital aileye bıraktığı yeni medya ve dijital çağda kurumsal ve görsel kimlikler de eskiden olduğundan daha farklı olmak, değişmek ya da değişime ayak uydurmak zorundadır. Günümüz dinamik logo tasarımlarında birden fazla renk, doku ve çeşitli formları görmek mümkündür. “Dinamik Logo” kavramlarına hiç de yabancı değiliz. Yabancıysak bile, ilerleyen yıllarda bunun pek çok örneğini göreceğiz (Çolak, 2015, s.30).

Belirli bir formu olmayıp birçok farklı versiyona sahip olan yani değişebilen dinamik logolar (dynamic logos) aynı zamanda, değişken logolar (mutable logos), esnek logolar (flexible logos), ardışık logolar (logo series) veya logo ailesi (logo families) gibi isimlerle de adlandırılmaktadır (www.linkedin.com). Bruce Mau'ya göre dinamik logo tasarımlarının popüler hale gelmeye başlamasının nedeni günde 3000'den fazla kurumsal sembol gören batılı tüketicilerin 'sürekliliğe' duyarsızlaşmış olmasıdır. O'na göre "duran bir imge kaybolmaktadır." Bir imge değişmediği ve tazelenmediği sürece statik hale gelmekte ve ölmektedir (www.nytimes.com).

Görsel, kültürel ve teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak karşımıza çıkan "dinamik logolar" alışlagelen temsil sistemlerinin dışında yer alan yeni bir ifade araçlarıdır. Logolar geleneksel temsil sistemlerinde statik biçimlerde ve bu yapı çeşitli kurallarla korunmaktadır. Günümüzde, özellikle yaratıcı ve kültürel alanlarda hizmet veren bir çok kuruluş tek bir logonun fazla katı olduğunu düşünmektedir. Dinamik logolar statik logolardan farklı olarak bukalemun gibi değişebilmekte ve yeni bağlamlar yaratmak üzere izleyicilerle iletişim kurabilmektedirler.

Hayflick sunu ifade etmektedir; yaşam statik değildir ve içinde yer alan tüm öğelerin değişmesiyle birlikte süreklilik taşır. Bu düşünce doğrultusunda dinamik logoların, yaşamın gerçeğine uygun olduğu ve onu taklit ettiği söylenebilmektedir (Ergüven, 2012, s.4). Görüntü ve iletişim teknolojisindeki gelişmelerle birlikte dinamik logoların, yasayan ve sürdürülebilir kimlikler yaratılabilmesine olanak sağladığı görülmektedir.

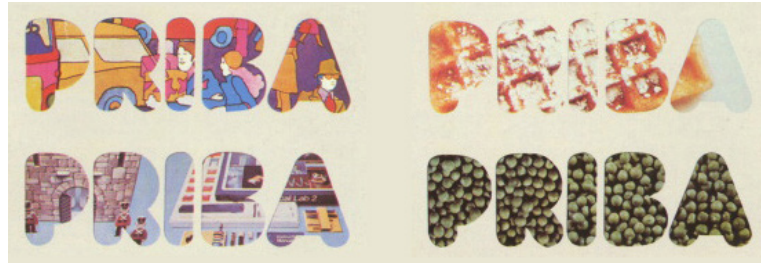
Dinamik logo tasarımları, dinamik organizasyonların temsil edilmesi bakımından ergonomik çözümler sunabilmektedir. Dinamik logo tasarımlarının değişkenlik özellikleri düşünüldüğünde, birbirini takip eden süreçte bir sonraki logonun görünümü tahmin edilemez. Dinamik logoların ortaya çıkmasının en önemli etken şaşırtıcı olma özelliğidir. Mau'nun "MTV dinamik bir kurum olduğu için dinamik bir kimliğe sahiptir ve öyle olmasını da isterim, ancak bankamın dinamik olmasını istemiyorum, muhafazakar ve radikal olarak istikrarlı olmasını istiyorum (www.nytimes.com)." fikrine paralel olarak günümüzde özellikle, yaratıcı, kültüre ve sanatsal alanlarda hizmet veren bir çok kurum ve kuruluş tek bir logonun yada logotaypın yetersiz olabileceğini düşünmektedirler. Dinamik logo tasarımları ise özellikle bu gibi kurum ve kuruluşlar için yeni ve dinamik bir algı yaratabilmeyi sağlamaktadırlar. Moda, eğlence, kültür ve sanat kuruluşları genellikle yenilenen ürünler ya da programlarla izleyiciler ile iletişim kurmaktadır. Dinamik logolar değişen görünümleri ile bu dinamizmi yansıtabilecek potansiyele sahiptirler.

Örneğin, 11 Şubat 2007 tarihinde yayınlanan The New York Times gazetesinde Alice Rawsthorn, dinamik logo tasarımlarının farklı zamanlarda veya bağlamlarda ortaya çıkabilen, farklı kılıklara girebilen ve asla tam olarak nasıl görünecekleri tahmin edilemeyen semboller olarak ifade etmiştir. Bu bakış açısına en uygun örneklerden biri Google'ın logotayıdır. Bu logotayp çoğu zaman farklı görünümde sunulmaktadır. Örneğin kutlamalar, yıldönümleri, uluslararası ve ulusal günler, Google logotaypını biçimlendiren başlıca temalardır. Olimpiyatlar, Dünya Kupası karşılaşmaları ve önemli kişilerin doğum günleri Google logotaypında işlenen diğer konular arasındadır (Şekil 4). Sürekli değişen logotayp, bu akımının yaygınlaşmasına öncülük ederek grafik tasarımda önemli tabulardan biri olan logonun sabit kalması ilkesinin sorgulanmasını gündeme getirmiştir (Nes, 2012, s.8).



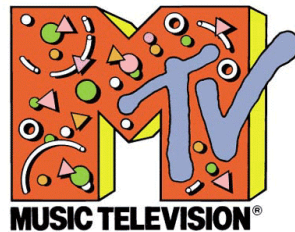
**Şekil 4:** Google logotayplarından bazı örnekler. (<https://www.google.com/doodles>)

Dinamik logo tasarımlarının ilk örneklerinden biri 1973'te Priba Süpermarketleri için tasarlanmıştır. Priba logotaypının farklı versiyonlarında tipografi sabit kalmış, fakat harflerin içi birbirinden farklı imgeler, renkler ve desenlerle doldurularak ürünlerin ve hizmetlerin çeşitliliğini yansıtmaya amaçlanmıştır (Şekil 5). İngiliz tasarımcı John Lloyd'un Allied International Designers'ta çalışırken, Geoff Gibbons'la birlikte gerçekleştirdikleri projede, esnek bir marka kimliği yaratılmış, ve Priba logotaypının değişen eğilimlere uyabilmesi sağlanmıştır (Cox, 2014, s.19).



**Şekil 5:** Priba Logotayı. (<http://www.johnlloyd.uk.com/early-work/4/1/>)

Dinamik logo tasarımlarının ilk örneklerinden bir başka örnekte MTV logo tasarımıdır. Bu tasarım çok renkli ve sıradışı görüntüsüyle 1 Ağustos 1981'de izleyicilerin karşısına çıkmıştır. 1979 ve 1991 yılları arasında New York'ta faaliyet gösteren Manhattan Design'in ortaklarından Frank Olinsky'nin, o dönemde MTV'nin yaratıcı yönetmeni olan Fred Seibert'in yön bilgisi doğrultusunda tasarladığı logo blok şeklindeki "M" harfi ve bu harfin sağ alt köşesine graffiti üslubuyla yazılmış, "TV" kısaltmasından oluşmuştur (Şekil 6). Bu görsel anlatımda "M" harfinin bir duvara benzetildiği ve "TV" harflerinin daha çok gençlerin tercih ettiği isyankâr bir ifade biçimi olan graffitiyi örnek aldığı söylenebilmektedir. Logonun en belirgin özelliği renginin ve desenlerinin sürekli olarak değişmesidir.



**Şekil 6:** MTV Logosu. (<http://frankolinsky.com/mtvstory1.html>)

Tasarım aşamasında kanal yöneticileri tarafından “tutarsız” bulunarak reddedilen logo, Seibert’in “Tutarsızlık bizim tutarlılığımız olacaktır” şeklindeki savunmasından sonra kabul edilmiştir. Günün yirmi dört saati farklı türlerdeki müzik kliplerini yayınlayan MTV için Fred Siebert bu yöntemin en doğru çözüm olduğuna inanmıştır. Animasyon tekniklerinin gelişmesiyle birlikte MTV logosu çok farklı biçimlerde temsil edilmiş ve logo tasarımı adeta yaşayan bir canlıya dönüşmüştür (Şekil 7). Öncelikli olarak genç izleyicilerin takip ettiği MTV’nin logosu, ardıışık özellikleri sayesinde “yenilik” kavramını başarıyla yansıtmaktadır (www.frankolinsky.com).



**Şekil 7:** Farklı zamanlarda tasarlanmış MTV Logosu. (<https://www.designboom.com/design/mtv-logo-refresh/>)

Dinamik logo tasarım çalışmalarının günümüzdeki birçok farklı kullanımları için aşağıda Casa da Musica, Secca Art Center ve Nordkyn gibi logo tasarımları örnek olarak verilmiş ve değerlendirilmiştir.

### 2.2.1. Casa da Musica

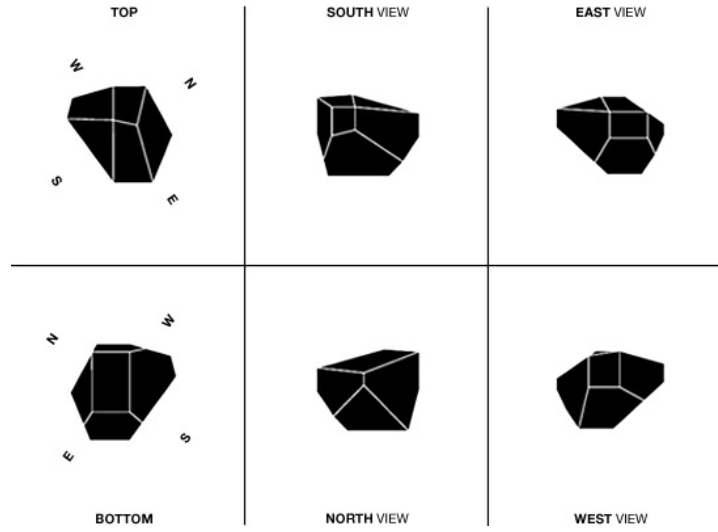
Hollandalı mimar “Rem Koolhaas” tarafından tasarlanan müzik evi binası Portekiz’in bir liman şehri olan Potro’da bulunmaktadır. 2001 Avrupa Kültür Başkenti seçilen Porta için projeye dahil edilmiş ancak inşası 2005 de bitmiş ve kısa bir sürede de şehrin bir simgesi haline gelmiştir (Şekil 8).



**Şekil 8:** Casa da Musica binası. (<https://logoblink.com/dynamic-logos/>)

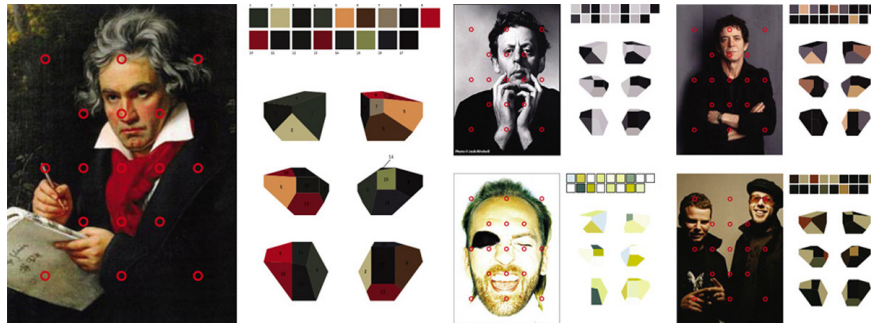
“Sagmeisterwalsh” tasarım ajansı (Stefan Sagmeister); müzik evinin kurumsal kimliği için logo tasarım çalışması yaparken binanın kendilerinin logo tasarımı olabileceğini fark ederler ve dinamik bir logo tasarımı oluştururken kaynak olarak binanın formunu ilham kaynağı olarak kullanırlar (Şekil 9) (Jochum, 2013, s.30).



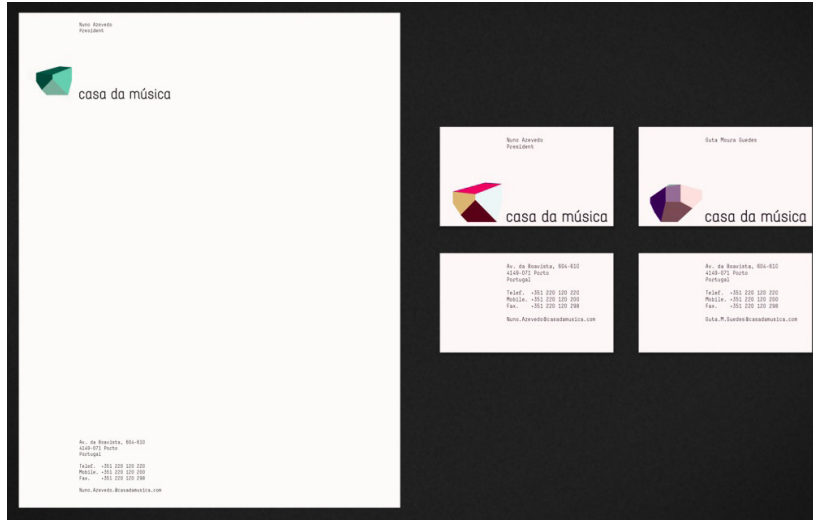


**Şekil 9:** Casa da Musica binasının, logosuna ilham veren cephe görüntüleri. (<http://nevolution.typepad.com/theories/2011/03/casa-de-musica-contingent-solutions.html>)

Binanın farklı açılardan görüntülerini alarak ardından üç boyutlu bir form olarak grafik görünümünü oluştururlar. Tasarlanan bu üç boyutlu görseller için özel bir yazılım geliştirmişlerdir. Kullanılacak görselin üzerinden 17 farklı noktadan renk alarak, çizilen şekle uygulanmıştır. Her görselden farklı renkler seçilebilmekte ve 6 farklı şekil olduğu için sonsuz sayıda logo tasarımı oluşturulabilmektedir (Şekil 10). Kullanılan her görselin kendisine ait renkleri olduğu için ortaya çıkan logo arasında uyumlu bir ilişki vardır (www.logoblink.com).



**Şekil 10:** Casa da Musica'nın dinamik logosunun örnekleri. (<https://logoblink.com/dynamic-logos/>)



**Şekil 11:** Casa da Musica'nın dinamik logosunun basılı materyallerde kullanım örnekleri. (<https://logoblink.com/dynamic-logos/>)

### 2.2.2. Secca Art Center

Ulusal ve uluslararası kitleye çağdaş sanatı sunmakta kararlı olan Secca Sanat Müzesi, Kuzey Carolina'da Winston-Salem şehrinde bulunmaktadır. Pentagra'dan Luke Hayman'ın yapmış olduğu yeni logo tasarımının hareket etmesinin anlamı; Secca Sanat Galerisi'ndeki parlak, yeni, güncellenen sanat alanlarındaki çalışmaların sergilenme programlarının sürekli değişmesini göstermektedir (Şekil 12) (www.underconsideration).



**Şekil 12:** Secca Art Center'in eski ve yeni logo Tasarımı. ([http://www.underconsideration.com/brandnew/archives/living\\_art.php](http://www.underconsideration.com/brandnew/archives/living_art.php))

Bu şekilde hareketli bir logo tasarımı yapmalarında ki temel amaç; artık günümüzde markalaşmanın dijital çağda gerçekleştiğine inanıyor olmalarıdır. Hareketli logo tasarımı sayesinde diğer medya organlarına göre hem daha ucuz hem de daha kolay bir şekilde isimlerini popüler bir hale getirmeyi amaçlamışlardır. Bu şekilde hareketli bir logo tasarımı yapmalarındaki amaç; artık günümüzde markalaşmanın dijital çağda gerçekleştiğine inanıyor olmalarıdır (Gengli, 2013, s.123).

Basılı kurumsal kimlik tasarımlarında (kırtasiye, tabela, afiş...) logo durağan olmasına karşın, logoyu uyguladıkları her yerde farklı biçimde kullanarak basılı halinde bile hareketi göstermek amaçlanmıştır (Şekil 13).



**Şekil 13:** Yeni dinamik logonun basılı materyallerde kullanım örnekleri. ([http://www.underconsideration.com/brandnew/archives/living\\_art.php](http://www.underconsideration.com/brandnew/archives/living_art.php))

Logo tasarımı için “Monotype Grotesque” font ailesini kullanmışlardır. Bu fontu kullanmalarının nedeni şudur; ‘Condense’ yazı karakteri ince ve dikey konumda uzun olduğundan harfler sağa ve sola hareket ederken aralarında daha fazla belirgin boşluk oluşabilmektedir. Secca Art Center binası, büyük ve yeşil bir ormanlık alanda bulunduğu için, logo tasarımında yeşilin farklı tonları kullanılmıştır.

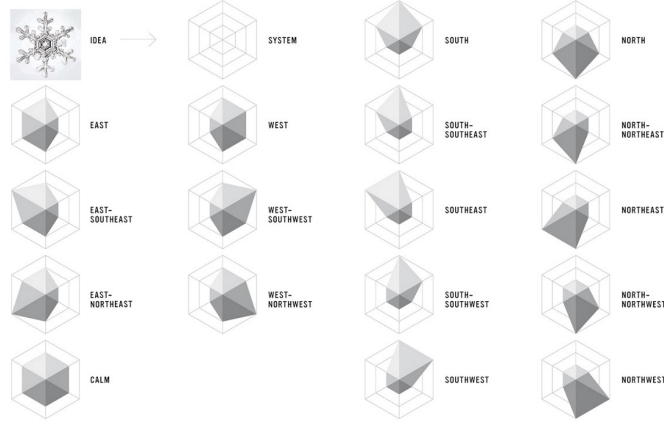
### 2.2.3. Nordkyn

Nordkyn; Norveç’in kuzeyinde Finnmark yarımadasında bir kasabanın adıdır. Lebesby ve Gamvik bölgesinde yaşayanların birlikteliği ile; Nordkyn’e ziyareti arttırmak, ve bölgedeki turizmi kontrol etmek için yerel işletmeler tarafından yaptırılan bir logo tasarımıdır (Şekil 14). Lebesby ve Gamvik bölgesinde yaşayanlar işbirliklerini geliştirmek ve pazarlama çabalarını ortak bir kimlikte birleştirmek istiyorlardı. Bu amaç doğrultusunda yeni tasarlanan bu logonun özelliği; canlı meteorolojik verileri, rüzgarların şiddet ve yönlerini ve değişen hava sıcaklığını dinamik bir biçimde aynı anda gösterebilmesidir.



**Şekil 14:** Nordkyn logo tasarımı. (<http://logok.org/visit-nordkyn-logo/>)

Kar tanesinden ilham alınarak tasarlanan altıgen logo, şekliyle esen rüzgarın yönünü ve şiddetini, rengiyle de hava sıcaklığını gösterebilmektedir (Şekil 15).

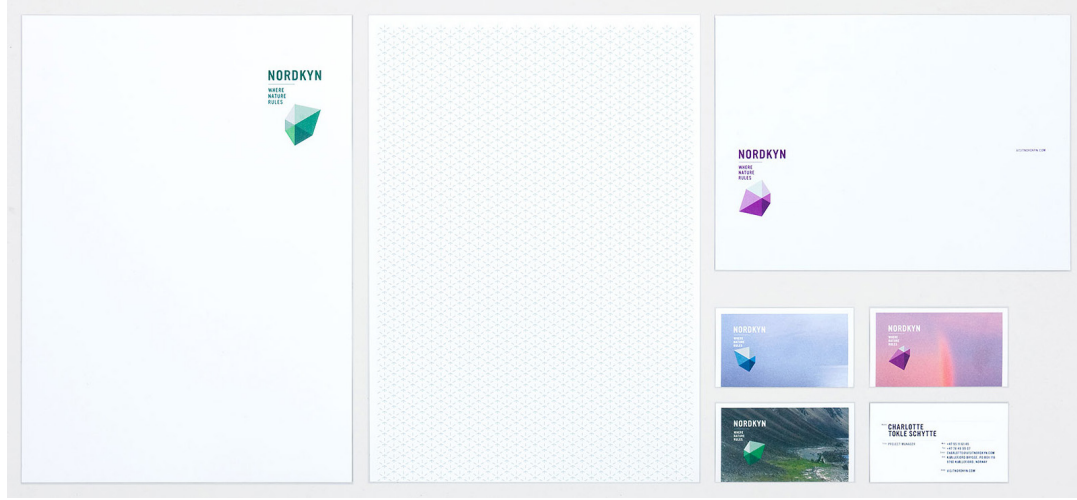


Şekil 15: Nordkyn logo tasarımının çıkış noktası. (<http://www.neue.no/nordkyn/>)



Şekil 16: Nordkyn logo tasarımının çeşitli dinamik örnekleri. (<http://www.neue.no/nordkyn/>)

Norveç tasarım stüdyosu “Neue” Tarafından yapılan Nordkyn’in bu yeni dinamik logosu; “Merket For God Design” yarışmasında, çok farklı ve yenilikçi bir tasarım ortaya koydukları için tasarım mükemmelliği ödülüne layık görülmüştür (www.neue.no).



**Şekil 17:** Nordkyn logosunun basılı materyallerde kullanım örnekleri. (<http://www.neue.no/nordkyn/>)

### Sonuç

Güncel yaşamımızın tüm alanlarındaki gelişmeler, özellikle teknolojideki gelişmeler, dünyayı algılamamızı etkilemektedir. Teknoloji sayesinde oluşan yeni görsel mecralar, yeni bir görsel algı kültürü oluşturmakta ve alıcı kitlenin estetik değerlerini değiştirmektedir. Bu bağlamda logo tasarımlarında anlamsam olduğu kadar biçimsel olarak da yeni denemeler yapılmaktadır.

Teknoloji ve internet ile kuşatıldığımız bu dönemde görsel algımız hızla değişmektedir. Bireyler yeni görüntü arayışı içerisinde oldukları için artık statik olan imgelere duysız hale gelmeye başlamışlardır. Çoklu ortam uygulamalarına uymayan statik logo tasarımları yerini giderek çoklu ortam uygulamalarına uyumlu görsel araçlar olan dinamik logo tasarımlarına bırakmaktadır. Çünkü basılı malzemelerde geçerli olan görsel kurallar dijital ortamda büyük ölçüde değişikliğe uğramaktadır. Bilgi teknolojilerinin gereksinimlerine en iyi şekilde yanıt veren dinamik logo tasarımları yeni bir algılama önerisinde bulunmakla beraber, hayatımızı kuşatan bilgisayarlar, dijital ekranlar, tablet ve telefonlar sayesinde hızla yaygınlaşmaya başlamışlardır. Dinamik logo tasarımlarının yaşamakta olduğumuz dijital çağın görsel iletişim gereksinimleri sonucunda ortaya çıktığı ifade edilebilmektedir. Aynı nedenle dinamik logo tasarımlarının günümüz teknoloji sistemlerine uygun temsil araçlarına dönüştüğü görülmektedir. Dijital ekran teknolojilerin gün geçtikçe yaygınlaşması ve ucuzlamasından dolayı izleyicilerin beklentileri doğrultusunda sabit yüzeylerle iletişim kurmanın giderek zorlaşabileceği söylenebilir.

Yeni bir dönemin habercisi olan dinamik logo tasarımları, statik işaretlerin daha kolay hatırlanabildiğine yönelik dogmaların geçersiz hale geldiği yeni bir görsel tasarım döneminin başlangıcını göstermektedir. Bu nedenle artık tasarımcıların söz konusu gerçeğe uygun olarak hareket etmeleri gerekebilir. Bir başka deyişle günümüz iletişim teknolojilerinin yol açtığı niteliksel dönüşüm dikkate alınarak algılama sürecine etkileri açısından tasarım sürecinde logo tasarımlarına dikkat edilmesi, çağımızdaki yeni eğilimler bağlamında yapılan amblem/logo tasarımları için oldukça önemlidir denilebilir.

## Kaynakça

Cox, O. (2014). Are Flexible Identities the Future of Identity Design?. Doctor's Degree Thesis of Arts. Birmingham Institute of Art & Design.

Çolak, C. (2015). Transmedya Çağında Görsel Kimlik ve Salt. Grafik Tasarım Dergisi. 64. 30-34.

Ergüven, A. (2012). Ardışık Logotayplar ve Görsel Algı. Sanatta Yeterlilik Tezi. Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.

Ertep, H. (2001). Bugünün logo Tasarımı Üzerine Düşünceler, Arredamento Mimarlık Dergisi. 06. 120-123.

Gengli, L. (2013). Branding Element Logos. China: Guangzhou Sendpoints Book

Jochum, E. (2013). Dynamic Branding. Master Thesis of Arts in Design. Zurich University of the Arts Department of Design.

Nes, I. (2012). Dynamic Identities, How to Create Living Brand. Amsterdam: BIS Publishers.

Seylan, A. ve Yazar, T. (2012). Yeni Eğilimlerin Amblem/Logo Tasarımları ve Grafik Tasarım Eğitimi Sürecine Yansımaları. IFAS Uluslararası Güzel Sanatlar Sempozyumu Bildiriler Kitabı (49-54). Konya: Selçuk Üniversitesi.

<https://www.logolounge.com/articles/2017-logo-trends> (05/07/2017).

<https://www.linkedin.com/pulse/20140908152328-31500675-flexible-logos-should-my-company-have-one> (05/07/2017).

<http://www.nytimes.com/2007/02/11/style/11iht-design12.html> (10/07/2017).

<http://www.johnlloyd.uk.com/early-work/4/1/> (11/07/2017).

<http://frankolinsky.com/mtvstory1.html> (06/07/2017).

<https://logoblink.com/dynamic-logos/> (06/07/2017).

[http://www.underconsideration.com/brandnew/archives/living\\_art.php](http://www.underconsideration.com/brandnew/archives/living_art.php) (20/07/2017).

<https://www.google.com/doodles> (17/07/2017).

<https://www.designboom.com/design/mtv-logo-refresh/> (19/07/2017).

<http://nevolution.typepad.com/theories/2011/03/casa-de-musica-contingent-solutions.html> (19/07/2017).

[http://www.underconsideration.com/brandnew/archives/living\\_art.php](http://www.underconsideration.com/brandnew/archives/living_art.php) (04/07/2017).

<http://logok.org/visit-nordkyn-logo/> (04/07/2017).

<http://www.neue.no/nordkyn/> (19/07/2017).