

**KENT KİMLİĞİNİN GÖRSEL İFADESİNDE LOGONUN YERİ: ÇANAKKALE
BELEDİYESİ ÖRNEĞİ**
(Sayfa 51-59)

Sümeyye AŞÇI

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Grafik Tasarımı ASD. Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi
ORCID ID: 0009-0007-9657-5982
sumeyyeasci01@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Özlem UYAN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi,
Güzel Sanatlar Fakültesi
Grafik Tasarımı Bölümü
ORCID: 0000-0002-8724-7633
ozlemuyan@comu.edu.tr

Öz

Kent kimliğinin görsel ifadesinde logolar önemli bir rol oynamaktadır. Kent logoları, kentin taşıdığı değerler bütünü bir yansımasıdır. Logolarda kent değerlerinin, doğrudan, estetik, akılda kalıcı, kolay anlaşılır şekilde yansıtılması kent kimliğini pozitif etkilemektedir. Bu doğrultuda hazırlanmış logolar kullanıcı deneyiminde ilk izlenimlerin olumlu olmasını sağlayacaktır. Kentlerin sahip oldukları sosyal, kültürel ve tarihi değerlerini yansıttıkları belediye logolarına sahip olması, turistik ve ekonomik açıdan gelişimlerine katkı sağlamaktadır. Tarihi, turizmi, kültürü ile ülkemizin değerli bir kenti olan Çanakkale'nin Belediye logosunun, grafik tasarım ve görsel ifade perspektifinden analizi, araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Logonun tarihçesi, tescili, kullanımı, rengi, tipografisi, boyut ve simetrisi incelenmiştir. Veri toplama amacı ile literatür taraması yapılmış ve Çanakkale Belediyesi Yazı İşleri departmanından, logonun hikâyesine ve tarihine dair yazılı ve sözlü bilgi alınmıştır. Temin edilen bilgiler ışığında, logonun incelenmesi ile Çanakkale Belediyesi logosunda kullanılan ve kent kimliğini ifade eden grafik öğeler tespit edilmiştir. Araştırmanın, bu alanda yapılan akademik çalışmalara ve literatüre katkı sunması amaçlanmaktadır.

Anahtar kelimeler: Çanakkale, logo, kent kimliği, görsel kimlik.

**THE ROLE OF THE LOGO IN THE VISUAL IDENTITY OF KENT: THE CASE OF
ÇANAKKALE MUNICIPALITY**

ABSTRACT

Logos play a significant role in the visual expression of city identity, reflecting the city's core values. In logos, the direct, aesthetic, memorable, and easily understandable representation of these values positively impacts the city's identity. Logos designed in this way help create a positive first impression in user experience. Municipal logos that reflect a city's social, cultural, and historical values contribute to its tourism and economic development. The analysis of the municipal logo of Çanakkale, a city rich in history, culture, and tourism, is the focus of this research. The logo's history, registration, usage, color, typography, size, and symmetry were examined. A literature review was conducted, and written and verbal information about the logo's history was gathered from the Çanakkale Municipality Editorial Department. Using this information, the graphic elements of the logo expressing the city's identity were identified. This study aims to contribute to the academic literature on this topic.

Keywords: Çanakkale, logotype, urban identity, visual identity.

JEL CODE: Z0

Çalışma Alanı: Güzel Sanatlar

¹ Bu makale, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Grafik Tasarımı Anasanat Dalı'nda yapılan "Grafik Tasarım Öğelerinin Kent Dokusuna Etkileri; Çanakkale Demircioğlu Caddesi Örneği ve Bir Uygulama Önerisi" adlı Yüksek Lisans Tez çalışmasından yararlanılarak oluşturulmuştur.

1. Giriş

Dil, insanlığın temel iletişim araçlarından biridir. Kelimeler, onları temsil eden işaret, sembol ve seslerin yansımasıdır. Logo ve amblemlerin tarihinde mitolojinin izleri bulunmaktadır, bu izler çeşitli görsel tasarımlar ile süregelmiştir (Erdal, 2017: 686). Gelişen teknolojiler ve çağların dinamikleri, sosyal, kültürel, ekonomik değişikliklere yol açmıştır. Yaşanan gelişmeler doğrultusunda, küreselleşen değişim hareketleri, kavramlara farklı bakış açıları kazandırmaktadır. Bu hızlı tüketim yolculuğunda kentlerin imajları ve markalaşma kavramları da gelişerek değişmektedir. Markalaşma, ülkeler ve şehirlerarası rekabeti tetiklemekte, gelişim bu tetiklenmeden beslenmektedir. Kent kimliği ve kentlerin kurumsal öğelerinin incelendiği bilimsel çalışmalar popülerleşerek çoğalmaktadır. Yapılan bilimsel çalışmaların da etkisi ile kentlerin sahip oldukları marka ve kurumsal kimliklerinde gelişmeler görülmektedir. Yaşanan gelişmeler ışığında daha işlevsel ve estetik hazırlanan kent markaları ve kurumsal kimlikleri, söz konusu kentin cazibesini artırarak turizm faaliyetlerinin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Kentlerin markalaşmasında kültür ve tarihlerinin yansıtıldığı estetik öğeler sunduğu örnekler çokça mevcuttur (Pilici, 2019: 96). Değişen alışkanlıklar ve beklentiler sebebi ile logo tasarımlarında yeniliklere gidilmektedir. Bu noktada minimalizmin etkileri büyüktür. Görsel ifadede kolay anlaşılabilirlik, basit ve estetik görünüm eğilimi oluşmaktadır. İşlevsel açıdan büyük avantajları olan trend ile logo tasarımında maliyette azalma ve sadeleşme sağlanmaktadır. Minimalizm trendinin bir başka getirisi de tipografik bağlamda olmaktadır. Tipografide sadeleşme ve sans-serif ile detaylarından kurtulan yazı stilleri, tasarımcıların tercihi olmaktadır (Polat, 2021: 174). Yaşanan değişimler ile logo ve markalaşma kavramları yeni bir dile kavuşmuştur. Kentlerin markalaşma süreçleri ticari olarak rekabeti sağlamak ve önemli gelişmelere yol açmaktadır. Markalaşmaya yatırım yapmak ve rekabette öne geçmeyi sağlamaktadır. Bu yatırımın etkileri göz önünde bulundurulduğunda geri dönüşleri önemli ve büyüktür. Kentlerin sahip olduğu turizm potansiyelinin doğru kullanımı ve yansıtılması ile markalaşmanın en büyük etkileri kentin turistik faaliyetlerine olmaktadır. Markalaşma, gelişen turistik faaliyetler ile oluşan sosyal ihtiyaçlar açığını kapatmak üzere yabancı yatırımcıların bölgeyi cazip bulmasını ve ekonominin kalkınmasını sağlamaktadır. Kentlerin markalaşması ve sahip oldukları coğrafi işaretleri bulduran logoların, söz konusu kentleri tanıtmayı sağladıkları söylenebilmektedir. Bu tanıtımın getirileri; ticari, sosyal, ekonomik ve kültürel (Uyar, 2018: 469). Coğrafi logoların barındırdıkları doğal ve beşerî unsurların etkileri gözlemlenerek; Çanakkale Belediyesi logosunda yer alan; kale, balık, deniz ve seramik öğeleri ve teknik analizleri, ayrıca kentin sahip olduğu diğer tarihi ve turistik öğelerden olan; adaları, tarım faaliyetleri, coğrafi etikete sahip yöresel lezzetleri, Troya, nice tarihi dokuya sahip kültür mirasları ve arkeolojik potansiyeli göz önünde bulundurulmaktadır. Bu çalışmada, “kent logosu, kentin kimliğini doğru ve yeterli yansıtmakta mıdır?” sorusundan yola çıkılarak Çanakkale Belediyesi logosu incelenmiştir.

2. Kent Kimliği ve Görsel İfade

Tarih boyunca toplumlar çeşitli iletişim ve ifade yöntemlerine başvurmuşlardır. Bu yöntemlerden bazıları işaret, amblem, bayrak ve sembollerdir. Okur yazarlık oranının düşük olması, logo ve amblemlerin gelişimini desteklemiştir. Logonun tarihsel süreci ele alındığında, bu ifade yöntemini ilk kullananlar; krallar, soylular ve kentlerdir (Çakmak, 2013: 1316). Logo, kavramsal olarak kurum veya kuruluşların tanıtımını yapan ayırt edici özelliklere sahip şekil ve sembollerden meydana gelmektedir. Logoların oluşturulmasında sembollerin önemi büyüktür. Bir anlamı, kavramı veya düşünceyi temsil eden simgeler, sembol olarak adlandırılır. Bu semboller, logo oluştururken, bahsi geçen kurum veya kuruluşun ifadesinde önem arz etmektedir. Tarihsel süreçte ortaya çıkan yeni ve etkili logo kavramı; kurum, kuruluş ve kentler arasında kurumsal ifadede rekabete yol açmıştır. Bu rekabet, tanıtım ve iletişime büyük ölçüde etki etmiştir. Logo kavramı, kurumsal kimlik tanımını ortaya çıkarmıştır. Bu tanım ile kurum ve kuruluşlar büyüklüğü fark etmeksizin, etkili bir iletişim aracı olan logo ve kurumsal kimlik ile tanışmıştır (Köşker, Yılmaz, 2019: 2231-2232). Pazarlama yöneticilerinin ürün yerine imaja verdikleri ağırlık, bölgesel hazırlanan uygulamalara da etki etmiştir. Bölgelerin marka imajının oluşturulması, dünya genelinde yaygın ve etkin girişimdir. Bölgesel marka imajının oluşturulması profesyonel kimselerce ve süreci destekleyen araştırmalar ile desteklenmektedir (Matlovičová, Tırpáková, Mocák, 2019).

Kentler, kişilerin temel yaşamsal faaliyetlerini sürdürebildikleri, sosyo ekonomik olarak gelişmemiş veya gelişmekte olan kırsal bölgelere göre daha cazip gelen yaşam alanlarıdır. Türlü zenginlikler barındıran kentlerin, sahip oldukları coğrafyaları ve öne çıkan özellikleri zaman içerisinde, onları temsil eden logolara yansımaktadır. Grafik öğeler açısından farklılık gösterebilen bu logolar, temsil ettikleri kenti tanımayan kişilere, bölge hakkındaki ilk izlenimleri vermektedir. Taşıdıkları karakteristik özellikler ile diğer bölgelerden ayrılan kentler, bu sayede kimlikleri ile belirginleşirler. Kent kavramının farklı perspektiflerden ele alınan tanımları bulunmakla beraber

genel değerlendirildiğinde, kentler taşıdıkları maddi manevi değerler bütünüdür (Köşker, Yılmaz, 2019: 2231-2232). Kentler tarihleri, coğrafyaları ve çeşitlilikleri ile kişilerin zihinlerinde kent imgeleri yaratarak, esas olan kent kimliklerinin oluşumunu desteklemektedirler. Kayabaş ve Sayın'a göre (2022: 1407-1408), birçok durum ve konuyu kapsayarak gelişmiş olan kent kimliği yapısı, kent sakinlerinin, bilgilendirme ve yönlendirme gibi temel konularda duyduğu gereksinimleri karşılamaının yanı sıra kentlerin yönetimlerinin birbirleri arasındaki iletişimi güçlendirmektedir.

Bu coğrafyada, 18. yy. sonrası Osmanlı Devleti'nde deniz yolu ile sürdürülen ticaretlerde, kurumlar kendilerine ait işaretler kullanmış, günümüz logo anlayışının ilk örnekleri ortaya çıkmıştır. Bu işaretler, Osmanlı'da "alamet-i farika" olarak adlandırılmıştır. Birçok disiplinin kendini yansıma konusunda etkili bir ifade yöntemi olan logolardan, coğrafya bilimleri de yararlanmıştı. Bu doğrultuda coğrafi logolar, temsil ettikleri alanları doğal ve beşerî unsurları ile yansıtmışlardır. Bölgenin barındırdığı doğal unsurlar logolarda, yeryüzü şekilleri, su kaynakları ve bitki örtüleri gibi unsurlar olarak yer alırken, beşerî unsurlar ise; insan eli ile üretilmiş gelişmiş yapı ve ürünler olarak logolarda yer almıştır. Kentler, kendine ait yapıları ve coğrafyaları ile gelişen dinamiklerini, logolarında kullandıkları öğeler ile ifade etmişlerdir (Tüğen, 2023: 2231).

Küreselleşmenin bir getirisi olarak, kentler belli başlı faaliyetlerini sürdürebilmek, arttırabilmek amacı ile kent kimliği ve markalaşma yollarına başvurmuşlardır. Bu faaliyetler ekonomik, turistik, sosyal ve ticaridir. Kent çıkarlarını desteklemek amacı ile ortaya çıkan faaliyetler çeşitli kitleleri hedef alır. Hedef kitleler değişken meslek ve yaş gruplarından oluşur. Mekânların pazarlanması ve markalaşma adımlarında logonun yeri yadsınamaz (Şenol, 2020: 2144). Logoların izleyicide ilk bakışta bıraktığı psikolojik etki, kent hakkında ilk fikirlerini oluşturmaktadır. Bu sebeple, kullanılan renk ve sembollerin doğrudan veya dolaylı yansıttığı ilk izlenim önemlidir. Renkler, teknik olarak değerlendirildiğinde, yakaladığı uyum, kent kimliğini de pozitif yönde etkilemektedir. Yanlış renk kullanımlarında ise oluşan karmaşa ve teknik problemlerin yarattığı negatif etkiler söz konusudur (Tüğen, 2023: 2234). Türkiye'de mevcut yerel yönetimlerin, il, ilçe, büyükşehir ve beldelerin çoğunu temsil eden birer logoları bulunmaktadır. Bu gibi bölgesel logolar tasarlanırken, tipografik düzenlemelerin yanı sıra çevrenin doğal ve beşerî unsurları yansıtılmaktadır. Kent kimliği ve bu doğrultuda kullanılan logolar popülerleşerek bilimsel çalışmalara konu olmuştur. Kentlerin sahip oldukları coğrafi logoların kullanımları ile alakalı kanunlar bulunmaktadır. 5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 81. Maddesi uyarınca, tasarlanan logonun kullanılması için belediye meclis kararı gerekmektedir. Eleştirel yaklaşımlar ele alındığında; logoları seçen, tasarlayan kişi ve kullanan kitlelerce kent kimlikleri büyük oranda doğru yansıtılmıştır. Sanat ve grafik bazında önem arz eden logoların yalnızca estetik görünüm değil, baskıda maliyet, farklı yüzey ve ölçülerde kullanılabilirlik özellikleri de aranmaktadır. Bu nedenle kent logoları farklı disiplinlerin araştırmalarına da konu olmuştur (Şenol, 2020: 2144).

2.1. Tarihi, Kültürü ve Coğrafyasıyla Çanakkale

Tarihin en büyük kara ve deniz savaşının yaşandığı Çanakkale, mitolojik destanların temellerini oluşturan Troya ile UNESCO Dünya Kültür Mirası listesinde². Yüzyıllar boyu birçok uygarlığın varlığını sürdürdüğü ve M.Ö. 350'li yıllarda kurulan felsefe okulları sebebiyle, felsefenin merkezi olan Assos, kentin derin tarihinin bir diğer yansımasıdır. İklimi, kültürü, doğal güzellikleri ile Gökçeada ve Bozcaada, kentin barındırdığı turizm zenginliklerindedir. Asya ve Avrupa kıtalarını birleştiren Türkiye'nin iki kentinden biri olması da Çanakkale'yi benzersiz kılan coğrafi özelliklerinden biridir. 671 kilometre kıyı uzunluğu ile kent birçok şifalı su kaynağına sahiptir. Deniz sporları ve iklimi dolayısı ile üzüm yetiştiriciliği, zeytincilik ve meyve sebze yetiştiriciliği gibi tarım faaliyetleri de yapılmaktadır. Çanakkale doğal çevresini korumakla beraber sanayileşme ve kentleşme baskısına da direnmektedir. (Boz, 2019: 149-150). Stratejik konumu sebebi ile Çanakkale'de hakimiyet sahibi olmak önem arz etmektedir. Söz konusu hakimiyet, Karadeniz ve Akdeniz kıyılarına sahip devletlerin faaliyetlerinde kontrol unsuru olmuştur. Ticari, siyasi ve kimi askeri faaliyetlerde dolaylı olarak kurulan bu kontrol, kentin önemini arttırmakla beraber, yüzyıllardır süregelen derin bir tarihi de barındırmaktadır. 20. yy. da gelişen türlü siyasal hareketler ve Winston Churchill'in hamleleri ile 1. Dünya Savaşı'nın temellerini etkileyen, günümüzde dahi sonuçlarını gördüğümüz Çanakkale Cephesi açılmıştır (Erdemir, 2008). Çanakkale barındırdığı derin tarihi ile turistik bir kenttir. Turizmden söz ederken destinasyon kavramına da değinmek doğru olacaktır. Sözcük anlamı "gidilecek yer" olarak tanımlanan destinasyon³, genişletilmiş biçimde turizm ziyaretleri için barındırdığı kaynaklar dolayısı ile ziyaretçi alan, karmaşık turizm hareketleri bütünüdür. Zamanla rekabetin arttığı

²Troya Antik Kenti Türkiye Kültür Portalı'nda belirtildiği üzere 1998 yılında, UNESCO Dünya Kültür Mirası listesine girmiştir (Türkiye Kültür Portalı, t.y.).

³ Destinasyon, turizm faaliyetlerinde kullanılan bir terimdir. Varış yeri, gidilecek yer anlamına gelmektedir.

destinasyonların arasında turist ziyaretlerini arttırmak ve sürdürülebilirliği sağlamak önem arz etmektedir. Destinasyonun faydaları yanında türlü ekonomik ve kültürel zararları da göz önünde bulundurulmalıdır. Bu sebeple sürdürülebilir destinasyon kavramı belirginleşerek maliyet-çıkarcı ilişkisi gözetilmektedir. Eksik ve yetersiz destinasyon faaliyetlerini azaltmak için, turizmle ilgisi olan ortaklar ve halk sürece dahil edilerek göz önünde bulundurulmalıdır (Genç ve diğerleri, 2014: 50).

Gelişen teknolojiler, sosyal ve demografik değişikliklerin etkileri ile turizm anlayışı ve beklentiler de değişmiştir. Sosyal ve kültürel faaliyetler için kısa süreli ziyaretler, tatil, tarihi geziler, iş gezileri, spor etkinlikleri, sanatsal faaliyetlere katılım amaçlı deneyim sağlayan turizm hareketleri günümüzde artmıştır. Kent turizmi, kentin öğeleri, tarihi ve halkın bir yansımasıdır. Bu doğrultuda Çanakkale tarihi, turizmi, geleneksel lezzetleri ve gastronomi turizmi ile yüksek bir potansiyele sahiptir. İklimi ve deniz mahsullerinin çeşitliliği ile dünyanın ilk Cittaslow (Sakin şehir) adası olan Gökçeada kentin öne çıkan bir parçasıdır (Temiz ve diğerleri, 2019).

Cittaslow sakin şehir olarak adlandırılan, temelleri 1999 İtalya’ında atılmış bir harekettir. Küreselleşmenin kentler üzerinde yarattığı tahribatin bilincinde olarak, yerel özelliklerin korunmasını amaçlamaktadır (Ergüven, 2011: 203-204). Coğrafi işaret, ürünün tüketicilere kaynağını açıkça gösteren, ürün ile coğrafya arasında kurulan bağı garanti eden ve kalite belirten bir işarettir. Bu işaret hammaddesi yerel nitelikli, geleneksel, kaliteli ve üne sahip yöresel ürünlerin korunmasını sağlamaktadır. Tarım, kimi sanayi ürünleri, el sanatları, maden ve gıda ürünleri coğrafi işarete konu olabilmektedir. Kent 14 adet coğrafi işaret taşıyan ürüne sahiptir. Coğrafi işareti alınan ürünler sırası ile; Çanakkale El Halısı, Ezine Peyniri, Bayramiç Beyazı, Bayramiç Elması, Bozcaada Çavuş Üzümü, Geyikli Zeytinyağı, Yenice Kırmızı Biberi, Bayramiç Tahin Helvası, Bayramiç Zeytinyağı, Lapseki Şeftalisi, Biga Peynir Tatlısı, Biga Pirinci, Çanakkale Domatesi ve Işıklı Nohut Kahvesi’dir (T.C. Çanakkale Valiliği, 2024).

Doğadan gelen yeşili ve mavisıyla, Adatepe ve Yeşilyurt gibi doğal ve tarihi dokuların bulunduğu köyler de bulunmaktadır. Çanakkale’nin UNESCO Dünya Kültür Mirasına dahil alanları Troya ile sınırlı değildir. Assos antik kenti arkeolojik alanı ve Gelibolu Yarımadası da bu listede bulunmaktadır. Botanik turizmi, arkeolojik değerleri, gastronomisi ve doğal güzellikleri ile Çanakkale turizmi ile öne çıkmaktadır (Temiz ve diğerleri, 2019).

Günümüzde yapılaşma ve kentleşmede yaşanan hareketlilik, Sağlık ve Kelkit’e göre (2019:70-75) Çanakkale’nin dinamiğini göstermektedir. Tarihsel gelişimi ele alındığında 2004 yılından beri kentin korumacı bir yaklaşım sergilendiği söylenebilir. Gelişen oluşumlar ile kent, sürdürülebilirlik kavramı ile tanışmıştır. İmar planları ve Kent Eylem planları kentin geleceği, kimliği ve sürdürülebilirliği adına atılan önemli adımlardır. Kent isminin tarihini ele aldığımızda, Osmanlı’nın son dönemlerinde “Kala-i Sultanîye” ismiyle anılmış, inşa edilen kalenin çanağa benzemesi ile halk tarafından Çanakkale ismini almıştır. İlk yerleşim bölgesi ve yapılanma “Fevzipaşa Mahallesi” çevresinde olmuştur. Kent kimliğini tanımlamak üzere Sağlık ve Kelkit tarafından yapılan çalışmada, kentin bir kimlik kartı oluşturulmuştur. Kimlik kartı oluşturulurken gönüllü kent sakinlerinin görüşleri alınarak anketler yapılmıştır. Yapılan anketlerin sonuçları şema haline getirilmiştir. Hazırlanan şema göstermektedir ki Çanakkale’nin kimlik tipi tanımlandığında “Tarih, Turizm, Boğaz” kenti olarak kabul edilmektedir. Kentsel yerleşim ölçeğinde ise kentin kimliğini “İskele Meydanı, Cumhuriyet Meydanı, Saat Kulesi Meydanı” yansıtmaktadır. Kent yollarında ise “Atatürk Caddesi, Troya Caddesi, İnönü Caddesi” belirginleşen ve kent kimliğini etkileyen faal yollar olarak seçilmiştir. Kentsel kimlik öğelerinin belirlenmesi ve tanınması ile bir tasarım dili doğmaktadır. Kentin ruhunu hissederek yaşamak ancak kimliği olan kentlerde mümkün olmaktadır.

3. Çanakkale Belediyesi Logosu Üzerine Değerlendirme

Yüzyıllar boyu birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış olan Çanakkale’nin, kent kimliğini tanımlarken ilk aklı gelenler; destansı tarihi, jeopolitik öneme sahip boğazı, kadim zenginlikler ve kültürel renkler barındıran turizmi olmaktadır. Sahip olduğu bu ve diğer pek çok özelliği sebebiyle, kentin kimliği ve tanıtıcı her bir öğesi önem taşımaktadır. Bu bağlamda ele alındığında kentin logosunun hikâyesi, Çanakkale Belediyesi Yazı İşlerinden temin edilen yazılı resmî kayıtlardan yola çıkarak; 23.08.1984 tarihli tutanak ile başlamaktadır. Dönemin Belediye Başkanı Orhan Uğur’un başvurusu ile tescili istenen logonun tipografisine bakıldığında “ÇANAKKALE” yazılmıştır. Logonun görsel öğelerinde ise; testi, balık, kale ve deniz figürlerine yer verilmiştir. Günümüzde halihazırda kullanılan logonun barındırdığı öğeler, 1984 yılı Ağustos ayında tescillenmiştir.



Şekil 1. Çanakkale Belediyesi Logosu

Çanakkale Belediyesi Yazı İşleri Müdürlüğü ile yapılan görüşmelerde edinilen bilgiler ışığında, 1984 yılında tescilli alınan logo, belli kurallar çerçevesinde kullanılmaması sebebi ile zaman içerisinde deforme olmuştur. Logonun kullanımında yapılan renk, biçim, boyut ve benzeri hatalar sebebi ile logoda dil birliği olmaması ve süregelen karmaşanın durdurulması adına bir değişim sürecine girilmiştir. 12.10.2009 tarihinde yanlış kullanımlar sonucu deforme olan logonun yenilenmesi ile Çanakkale Belediyesi Yazı İşleri Müdürlüğü tarafından tekrar tescilli talep edilmiştir. 14.10.2009 tarihli meclis toplantısında oy birliği ile logonun tescili 5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 81. Maddesi uyarınca kabul edilmiştir. Logoda bulunan kale figürünün; Çanakkale kalelerini, vazo figürünün; yöresel seramik işçiliğini temsil ettiği, deniz, balık, dalga figürlerinin; boğaz kenti olması sebebiyle bölgenin coğrafyasını doğru yansıttığı gerekçeleri ile tekrar uygun bulunmuştur. Belediye meclisinin kabulünün ardından 27.10.2009 tarihinde Valilik Makamı tarafından tescili onaylanmıştır.

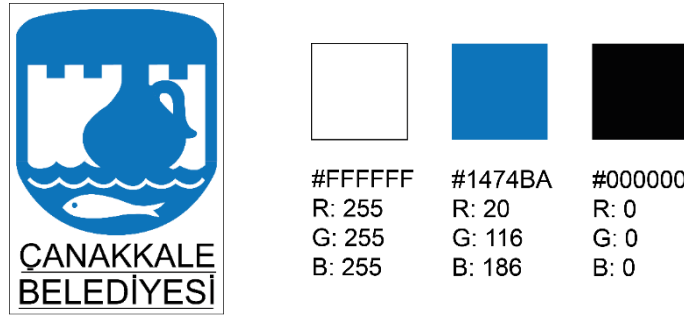
Araştırmada kullanılmak üzere temin edilen resmi kayıtlı evraklardan yola çıkılarak, Çanakkale Belediyesi logosu 1984 yılında kullanımda olduğu görülmektedir. Çanakkale Belediyesi yazı işleri müdürü ile yapılan görüşmelerde ise edinilen sözlü bilgiler ışığında, söz konusu logonun kayıt altına alındığı tarihin de evvelinde kullanılmakta olduğu öğrenilmektedir. Arşiv departmanında sağlanan tarama ile, 41 yıldır kullanımda olan Çanakkale Belediyesi Logosunun 1984 öncesi, farklı bir tasarıma sahip herhangi bir kaydına rastlanmamaktadır.

Görsel açıdan ele alındığında, logoda ilk bakışta seramik bir vazo görülmektedir. Vektörel tabanlı bir tasarım programında hazırlanan logoda, en baskın gördüğümüz alan, seramik objenin gövdesi ve kale burcuna bağlanarak sürdürdüğü mavi çerçevedir. Aynı alanın devam ettirilmesi sonucu, alt kısımdaki deniz simgesi tamamlanmıştır. Mavi bir çerçeve içerisinde, beyaz ile kontrast yaratılarak yerleştirilmiş, yalınlaştırılmış balık formu görülmektedir. Vazonun altında kullanılan çizgi sayesinde denizi/boğazı temsil eden alan, beyazın keskinliği kullanılarak vurgulanmıştır. "ÇANAKKALE BELEDİYESİ" yazısı ile belirlenen renk çizgisinin dışına çıkılarak, tipografinin logonun kendi içine dahil edilmediğini, tasarlanan formun altında konumlandığı görülmektedir. Tipografide daha bütüncül bir yaklaşım izlenebileceği fark edilmektedir. Farklı yüzey, boyut ve arka plan kullanımlarında tercih edilen yazı karakteri ve ayrı kullanılan tipografinin zayıflığı sebebi ile okunaklılık azalmaktadır.



Şekil 2. Çanakkale Belediyesi Logosu'nun grid (ızgara) üzerinde gösterilmesi

Logonun orijinal ve siyah beyaz olarak ızgaralar üzerinde cetveller ile ölçelendirilmiştir (Şekil 2.). A4 (21x29,7 cm) sayfa ölçüsüne yerleştirilmiş ve her bir karenin 1x1 cm alanı temsil ettiği yüzeyde ele alındığında, kale burcunu temsil eden siyah kutucukların, kimi yerlerde küçük, kimi yerlerde ise büyük olduğu görülmektedir. Burçların yerleşimi ele alındığında kutucuklar arası mesafenin eşit olmadığı söylenebilmektedir. Seramik vazonun formu simetrik olmamakla beraber, konumu değerlendirildiğinde logonun sağ çerçeve duvarı ile arasında yaklaşık 1 cm boşluk olduğu, sol çerçeve duvarı ile 5 cm boşluk olduğu görülmektedir. Neredeyse sağa yaslı bu yerleşimin sonucunda koyu alan dengesinin sağa kaydığını söyleyebilmek mümkündür. Yalınlaştırılmış deniz figürünün düzenli, ancak aynı boyutlarda olmadığı görülmektedir. Hemen altında bulunan deniz dalgaları için de aynı durum geçerli olmaktadır. Balık figürünün baş ve kuyruk kalınlığı arasındaki fark sebebi ile orantılı görünmediği ve yerleşiminin siyah alanın soluna 2 cm, sağına ise yaklaşık 3 cm mesafede olduğu görülmektedir. Logonun çerçevesi ile tipografik düzenleme arasında bulunan aralık yeterli değildir. Tipografik öğeler ve logo oranlandığında, tipografinin logodan 3/1 oranında küçük olduğu olduğu ve zayıf bir görüntüye sahip olduğu görülmektedir.



Şekil 3. Çanakkale Belediyesi Logosu orijinal hali ve renk paleti

Çanakkale Belediyesi Logosunda, üç renk kullanılmıştır. Kullanılan renklerin kodları; Mavi: #1474BA, R: 20 G: 116 B: 186, Beyaz: #FFFFFF, R: 255 G: 255 B: 255, Siyah: # 000000, R:0 G:0 B:0'dır. Logonun, kontrast yaratarak kolay algılanabilir olması ve kentin sahip olduğu doğasını yansıtmak adına tercih edilen renklerin, amacına uygun olduğu görülmektedir. Algısal bir analiz yoluna gidildiğinde, mavi rengin doğanın temelinde yer aldığını söyleyebilmek mümkündür. Mavi renk; deniz, göl, akarsu, gökyüzü çağrışımı yapması açısından, kenti temsil eden bir renk olarak düşünülebilmektedir. Bu yönüyle ayrıca pozitif etkiler yaratabilmektedir. Mavinin canlı ve parlak tonları, tazeliği ve enerjiyi yansıtırken; koyu tonları depresyon ve melankoliyi çağrıştırabilmektedir. Kullanılan rengin tonu bu sebeple önemlidir. Sakinliği, huzuru, barışı ve güveni temsil eden mavi rengin resmi ve profesyonel alanlarda kullanımı yaygın ve doğru bir tercih olmaktadır. Kentin, günlük yaşamdaki dinamiği ve sahip olduğu Gökçeada'nın "Cittaslow" (sakin şehir) şehir hareketine dahil edildiği göz önünde bulundurulduğunda, mavi renk amacına uygun şekilde kullanılmıştır. Gökçeada, popüler kültür ve hızlı tüketimin darbelerine direnen, geleneksel değerlerini koruyan sayılı coğrafi bölgelerden biridir. Dünyanın ilk ve tek sakin adasına sahip olması, kentin coğrafi ve kültürel değerini büyük ölçüde arttırmıştır. Masumiyeti, adaleti ve temizliği yansıttığından, beyaz rengin kullanımı da nice savaşlar görmüş kentin barış ve huzur içerisinde yönetildiği mesajını vermektedir. Kent, dünya barışına destek sunan ve kültürlerin bir araya gelişini destekleyen "Uluslararası

Çanakkale Troia Festivali'ne 1963'ten beri ev sahipliği yapmaktadır. Kentin sloganı bu sebeple "Barışın Kenti Çanakkale"dir.

Nas ve Topaklı'nın (2017) araştırmasında, Türkiye'nin diğer bir boğaz kenti olan İstanbul Büyükşehir Belediyesi logosunun incelemesinin yapıldığı görülmektedir. Metin Edremit'in tasarımı olan ve günümüzde kullanılmakta olan İBB logosunu 1969 yılında düzenlenen bir logo tasarım yarışmasında seçilmiştir. İBB logosuna ilk bakışta gözlenen dört kubbeli, dört minareli Süleymaniye Camii'dir. Logonun çevresinde simetrik bir biçimde konumlandırılan, kalın bant bordürlerin arasında bulunan boşluğun boğazı temsil ettiği düşünülmektedir. Özgürlük, huzur, sadakat ve resmiyeti temsil eden mavinin İBB logosunda tercih edildiği görülmektedir.

Bu doğrultuda bir analiz yoluna gidildiğinde, Çanakkale Belediyesi logosunun İBB logosu ile birtakım benzerliklerine rastlanmaktadır. Her iki logonun da ilk bakışta zihne beşerî bir kültürel öğe ile yer ettiği görülmektedir. Boğazların görsel olarak ifade edilmesi üzere farklı tasarımlar tercih edilmiş ancak iki kentte boğaz vurgusunu logo tasarımlarında kullanmaktadır. Söz konusu boğaz vurgusunu yapmak amacıyla ve taşıdığı birçok pozitif etkileri ile mavi rengin her iki logoda da kullanıldığı görülmektedir.

Logonun tipografisinde "Arial" (Regular) yazı karakteri kullanılmıştır. "Ç" harfinin noktası değiştirilmiştir. Serifsiz (tırnaksız) bir yazı karakteri tercih edilmesi, okunaklılığı arttırmaya katkı sağlamıştır. Tipografide kullanılan harf öğelerinin boşluklarının yeterli olmadığı görülmektedir. Satır arasında bırakılan mesafenin yetersiz olduğu, satır altlarına konumlandırılan siyah çizgilerin standart bir tasarım anlayışından yola çıkılarak kullanıldığı söylenebilmektedir. Farklı boyutlarda kullanım göz önünde bulundurulduğunda, tercih edilen yazı karakterinin okunaklılığa katkı sağladığı fakat satır arası ve harf arası boşlukların yetersizliğinin okunaklılığın azalmasına sebep olduğu görülmektedir. Tipografik öğeler ve logonun bağımsız biçimde yerleştirilmiş olması, tasarımda bütünlükten uzaklaşmasına sebep olmaktadır.

Sonuç

Kentler insanlık tarihi boyunca demografik ve kültürel çeşitlilik gösteren yaşam alanlarıdır. Kentlerin barındırdığı sosyal ve kültürel zenginlikler, bu alanların cazip yaşam alanları olmasını sağlamıştır. Kentlerde yaşayan toplumların birçok ihtiyacı olacağı gibi iletişim ihtiyacı da oluşmuştur. Söz konusu ihtiyaçtan yola çıkılarak kenti temsil eden, dil birliği içerisinde yaşanan alana aidiyet hissine kavuşturan logo ve diğer kurumsal kimlik öğeleri kullanılmıştır. Kent yönetimlerinin kendi aralarında kurulan iletişimlerinde olduğu gibi uluslararası temsilinde de logolar önemli bir rol oynamaktadır. Logolar, kentlerin taşıdıkları coğrafi ve kültürel değerlerini yansıtan öğeler barındırmaktadır. Kent logolarında bu öğelerin kullanılması, kentin doğru yansıtılmasını ve turizm faaliyetlerini doğrudan etkilemektedir. Kent logoları tasarlanırken estetik, akılda kalıcı ve kolay anlaşılır olmasına dikkat edilmektedir. Bu hususlar doğrultusunda Çanakkale kenti Belediye logosu grafik öğeler bakımından, teknik analizleri yapılarak incelenmiştir. Kentin geçirdiği savaşlar neticesi ile yapılmış olan, isminin oluşmasına da ayrıca etki etmiş kalelerine belediye logosunda yer verilmiştir. Boğaz kenti olması sebebi ile deniz ve dalga figürleri logoda kullanılmıştır. Boğaz kenti olmasının bir diğer getirisi olan, gastronomik yelpazesinde çeşitliliği ile dikkat çeken balık figürüne logoda yer verilmiştir. Çanakkale'de uzun yıllardır süregelen seramik üretiminin temsili için, seramik bir vazö figürü kullanılmıştır. Kentin Belediye logosunun barındırdığı grafik öğelerin, anlam bakımından analizi yapıldığında, sahip olduğu kültürel ve coğrafi değerlerin yansıtıldığı, tescillenerek uzun yıllardır istikrarlı biçimde kullanıldığı sonucuna ulaşılmaktadır. Grafik öğelerin tasarlanış biçimleri ve yerleşimleri analiz edildiğinde; kale burçlarının eşit mesafede konumlandırılmadığı, seramik vazö figürünün sahip olduğu formun ve yerleşiminin logoda dengenin sağa kaymasına sebep olduğu, deniz ve dalga figürlerinin durağan ve eşit olarak devamlılık sağlamadığı, balık figürünün yerleşimi ve formunun orantılı olmadığı görülmektedir. Tipografik öğeler incelendiğinde; tercih edilen "Arial, Regular" yazı karakteri sadeliği sebebi ile okunaklılığı koruduğu söylenebilmektedir. Tipografi ve görsel tasarımın yerleşim düzeninde bağımsız olması ile tasarımda bütünlükten uzaklaştığı görülmektedir. Harf ve satır aralarındaki mesafe yeterli olmadığından, logonun farklı boyutlarda kullanımlarında okunaklılığın azalmasına sebebiyet vereceği anlaşılmaktadır. Satır altlarında kullanılan siyah çizgilerin okunaklılığa bir etkisi olmadığı görülmektedir. Kullanılan renkler analiz edildiğinde; mavi rengin taşıdığı sonsuzluk, güven, doğa ve deniz kavramlarını yansıtması, beyaz rengin sadelik, barış kavramlarını çağrıştırmaları sebebi ile kentin taşıdığı değerlere uygun olduğu görülmektedir. Renklerin kullanımı sonucu oluşan

görsel etkiler değerlendirildiğinde siyah rengin vurgu amacı ile kullanıldığı fakat tercih edilen yazı karakterinin inceliği ve logonun baskın koyu alanlara sahip olması sebebi ile okunaklılığın azaldığını söyleyebilmek mümkündür. Beyaz ve mavi rengin psikolojik ve kent değerlerini yansıtan doğru kullanımları dışında tasarımda kontrast sağladığı da söylenebilmektedir. Araştırmalar ışığında bakıldığında, kullanımda olan Çanakkale Belediyesi logosunun, tarihi, turistik, kültürel öğeler barındırdığı görülmektedir. Kullanılan öğelerin amacına uygunluk ve grafik tasarımı açısından analizleri yapıldığında, tasarımında birtakım teknik hatalar olduğu, kullanılan öğelerin kent değerlerini ve kentin temsil edilmesi noktasında yeterli olduğu sonucuna varılmıştır. Çalışmanın temeli olan logonun geliştirilmesi, kullanımında kolaylığın sağlanması ve okunaklılığının artırılması hususunda;

-Logonun koyu alan dengesinin sağlanarak, kullanılan vazo figürünün simetri ve konumunun düzenlenmesi,

-Kullanılan yalınlaştırılmış kale öğesinin simetrik olarak düzenlenmesi,

-Boğaz kenti olması sebebiyle kullanılan dalga figürlerinin simetrisinin iyileştirilmesi ve istikrarlı bir ilerleyiş izlemesi adına düzenlenmesi,

-Logo çalışmasının altına konumlandırılmış tipografik öğelerin, siyah rengi ve konumlarının düzenlenerek bütüncül bir anlayış ile logoya dahil edilmesi, mevcut logoyu teknik ve estetik açıdan iyileştirebileceği düşünülmektedir.

Kaynakça

- Boz, M., (2019) Turizm Destinasyonunun Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Sağlayabilmesinde Doğal ve Tarihi Çevrenin Önemi: Çanakkale Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2):146-158. <https://dx.doi.org/10.26677/TR1010.2019.90>
- Çakmak, M., (2013). Belediye Logoları Hakkında Bazı Düşünceler, *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 17(1-2), 1315-1326.
- Erdal, G., (2017) Logolar, Dil ve Semiyotik. *Ulakbilge*, (5).11: 683- 699. <http://dx.doi.org/10.7816/ulakbilge-05-11-09>
- Erdemir, L., (2008). *Sebepler ve Sonuçlarıyla Çanakkale Savaşları, (Sosyal Tarih Açısından)* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Ergüven, M., (2011) Cittaslow – Yaşamaya Değer Şehirlerin Uluslararası Birliği: Vize Örneği. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi* 3(2): 201-210.
- Ersöz Tüğen, A., (2023). Belediye Logolarındaki Coğrafi İzler: İzmir İli Örneği, *Kent Akademisi Dergisi*, 16(4), 2230-2254. <https://doi.org/10.35674/kent.1217292>
- Genç, K., Atay, L., Eryaman, M. (2014) Sürdürülebilir Destinasyon Yaratma Sürecinde Örgütlenmenin Önemi: Çanakkale Turizmi Üzerine Bir Araştırma, *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(1):49-61. <https://dx.doi.org/10.17123/atad.vol25iss137185>
- Kayabaş, T. D., Sayın Z., (2022). Grafik Tasarım Bağlamında Kent Kimliğinde Bilgilendirme ve Yönlendirme Grafiklerinin Önemi. *SDÜ ART-E Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi*, 15 (30),1403-1429.
- Köşker., H., & Yılmaz, V., (2019). Logolarda kullanılan yerel simgelerin kent kimliği üzerindeki öneminin değerlendirilmesi: Bitlis örneği. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 6(48), 4482-4490. <http://dx.doi.org/10.26450/jshsr.1699>
- MATLOVIČOVÁ A, K., TIRPÁKOVÁ B, E., MOCÁK C, P. (2019) City Brand Image: Semiotic Perspective a Case Study Of Prague. *Folia Geographica*, 61(1), 120–142.
- Pilici, E. (2019) Kent Kimliğinin Kurumsallaşması ve Markalaşması. *International Journal of Interdisciplinary and Intercultural Art*, (4), 9: 95-107
- Polat, B. (2021) Logolardaki Minimalist Yaklaşımlar ve Bir Logo Tasarım Uygulaması Örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi* (8), 53: 171-183. <http://dx.doi.org/10.29228/SOBIDER.52267>

- Sağlık, E., Kelkit, A. (2019) Kentsel Kimlik Bileşenlerinin Kent Kullanıcıları Tarafından Belirlenmesi: Örnek Kent Çanakkale. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, (5),1: 63-79
- Şenol, E., (2020) Logolarda Kullanılan Figürlerin Coğrafi Analizi: Giresun İli, İlçe Belediyeleri Örneği. *Turkish Studies – Social*, 2141-2169. <https://dx.doi.org/10.29228/TurkishStudies.42771>
- T.C. Çanakkale Valiliği (31.01.2024). Coğrafi İşaret Tescilli Ürünler. <http://www.canakkale.gov.tr/cografisi-isaret-tescilli-urunler-1>
- Temiz, M., Sağlık, A., Sağlık, E., Kelkit, A., Bayrak, M. (2019). Kent Turizminin Marka Kent Oluşumundaki Etkisi: Çanakkale Kent Turizminin Swot Analizi. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 1*, 257-273
- Topaklı, A., Nas, E., (2017) Kültürel Kent İmajını Etkileyen Büyükşehir Belediyesi Logolarına Öznal ve Nesnel Bir Yaklaşım. *SOBİDER Sosyal Bilimler Dergisi*, (4), 17: 152-167.
- Türkiye Kültür Portalı. (t.y.) Troya Antik Kenti. <https://www.kulturportali.gov.tr/portal/truvaantikenti>
- Uyar, A. (2018) Marka Şehir Kavramı ve Türkiye ile Dünyadaki Marka Şehir Çalışmaları Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi (1)*, 3: 467-479. <https://orcid.org/0000-0002-7481-4045>