

# BELEDİYE LOGOLARI HAKKINDA BAZI DÜŞÜNCELER

N. Münci ÇAKMAK\*

## ÖZET

*İnsanoğlu tarih boyunca çeşitli semboller, amblemler ve simgeler kullanmıştır. Bu işaretler kurumlar, devletler ve şirketler gibi yapılar tarafından kurumsal kimliği ifade aracı olarak benimsenmiştir. Belediyeler de kendilerine özgü logolar kullanmak suretiyle kendilerini ifade etmektedirler. Belediye logolarının halk tarafından yeterince tanınmadığını düşünmekteyiz. Alternatif bir yöntem olarak da bütün belediyeler için geçerli, tek tip bir belediye logosu kullanılmasının daha yararlı olacağı kanaatindeyiz.*

***Anahtar Kelimeler:** İdare Hukuku, Belediye, Belediye logoları, Belediye amblemleri, Logo*

## SOME THOUGHTS ABOUT MUNICIPALITY LOGOS

### ABSTRACT

*Mankind used different kinds of symbols, emblems and signs throughout the history. These signs are used by organizations, states and firms in order to assign their institutional identity. Municipalities are also show their institutional identities by the help of their logos. We think that municipality logos are not recognized by residents. As an alternative choice for providing utilization, we suggest using only one kind and monotype municipality logo for all municipalities.*

***Keywords:** Administrative Law, Municipality, Municipality logos, Municipality emblems, Logo*

---

\* Yrd. Doç. Dr., Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi İdare Hukuku Anabilim Dalı Öğretim Üyesi.

## **I-Giriş**

İnsan topluluklarının kendilerini çeşitli sembol, bayrak, işaret, amblem gibi araçlarla ifade etmesi eski bir olgudur. İnsanın sosyal hayata geçmesi ile birlikte dünyanın farklı coğrafyalarında farklı topluluklar ortaya çıkmış, o dönemlerin yaşam standardının bir sonucu olarak okur-yazar oranının düşük olması nedeniyle toplumlar düşüncelerini arma ve simgelerle anlatmaya başlamışlardır.<sup>1</sup> İlk çağ toplumlarından günümüze kadar bazı bireyler, aileler, ticari örgütler, siyasi oluşumlar, klanlar, beylikler ve devletlerin, çeşitli sembol ve ifade biçimleri kullandıkları bilinmektedir.

Evensel iletişim, insanoğlu var olduğundan bu yana kullanılmakta olup; Çin ve Mısır gibi eski uygarlıkların eserlerinde yansıttığı üzere işaretler, simgeler ve el işareti gibi yöntemlerle başlamıştır.<sup>2</sup>

İnsanoğlunun göstergelerle, biçimlerle, simgeler ve imgelerle çepeçevre sarıldığını ve bu dünya içinde de yaşamak zorunda olduğunu söylememiz mümkündür.<sup>3</sup> Bu nedenle logolar, işaretler, semboller her zaman var olmuştur ve olmaya da devam edecektir.

Arma ve simgeler ilk olarak soyluların, kralların ve kentlerin kullandıkları işaretlerde karşımıza çıkmaktadır.<sup>4</sup>

İnsanlar arasındaki işbirliği ve örgütlenme sonucu oluşan çeşitli yapılar, örnek olarak şirketler, dernekler, vakıflar, kamu kurum ve kuruluşları, yerel yönetimler, Cumhurbaşkanlığı, Yüksek Mahkemeler, Silahlı Kuvvetlere ait birimler de zaman içinde kendilerine özgü amblemler ve logolar kullanmaya başlamışlardır.

Bazı işaretler ise belli bir topluluğun ortak özelliğini yansıtmak yerine ulusal ve uluslararası alanda faaliyet gösteren kurumları temsil etmek (mesela Birleşmiş Milletler) veya evrensel anlamda insanlara kolaylık sağlamak için oluşturulmuş olabilirler (ör: havaalanı işareti, telefon işareti gibi).

---

<sup>1</sup> ÇALIŞ, Ece/BAYRAKTAROĞLU, Ali M., “Amblem ve Logo Tasarımlarında Yalınlaştırmalar”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi*, ART-E, Cilt 3, Sayı 6, Yıl 2010, s. 6-7 (07.08.2012 tarih, bkz. <http://edergi.sdu.edu.tr/index.php/gsfdsd/article/view/2551/2314>).

<sup>2</sup> FRANGIALLI, Francesco, *Tourism Signs and Symbols, A Status Report and Guidebook*, World Tourism Organization, 2001, s. i.

<sup>3</sup> GÜNAY, B./DOĞAN, V., “Görsel Okuryazarlık ve İmgenin Anlamlandırılması”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi*, S. 1, Y. 2008, s. 2.

<sup>4</sup> ÇALIŞ, Ece, *Amblem ve Logo Tasarımlarında Yalınlaştırmalar*, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Isparta 2008, s. 6.

Türk Dil Kurumu Güncel Türk Sözlük, sembol, logo, amblem, arma, simge kavramlarını şu şekilde tanımlamaktadır:

- Sembol, simge ile eş anlamlı olup “duyularla ifade edilemeyen bir şeyi belirten somut nesne veya işaret, alem, remiz, rumuz, timsal” anlamındadır.<sup>5</sup>

- Logo (imlek): “Bir kurum veya kuruluşun kendine seçtiği, bazı ticaret eşyası üzerine konulan, o eşyayı üreten veya satanı tanıtan resim, harf vb. özel işaret” olarak tanımlanmaktadır.<sup>6</sup>

- Amblem (belirtke): “Soyut bir şeyin, bir kavramın sembolü olan varlık veya eşya” olarak tanımlanmıştır.<sup>7</sup>

- Arma, “Bir devletin, bir hanedanın veya bir şehrin simgesi olarak kabul edilmiş resim, harf veya şekil, ongun” anlamındadır.<sup>8</sup>

Amblem, “ürün ya da hizmet üreten kuruluşlara kimlik kazandıran, sözcük özelliği göstermeyen, soyut ya da nesnel görüntülerle ya da harflerle oluşturulan simge” olarak tanımlanırken<sup>9</sup> logo (logotype), iki ya da daha fazla tipografik karakterin sözcük halinde okunacak biçimde bir araya getirilmesiyle oluşturulan ve bir ürün, kuruluş ya da hizmeti tanıtan simgeler olup markanın görsel simgesi olan bir amblem ile markanın/kuruluşun isminin ayırt edici biçimde bir araya gelmesiyle oluşur.<sup>10</sup> Logo, bir şirketin, nesnenin, yayının, kişinin, hizmetin veya bir fikrin belirgin sembolüdür.<sup>11</sup>

Ancak halk arasında yukarıda yer alan kavramların çoğu aynı anlamda kullanılmaktadır. Konuşma dilinde kavramsal farklılıklara dikkat edilmemekte, bir şeyi sembolize eden kavramlar genel olarak aynı anlamda ve aynı kelimeler ile ifade edilmektedir.

Özetle sembol kullanmak bir topluluğu veya kişiliği diğer topluluklardan veya kişilerden ayırmak için kullanılan şekiller ve/veya yazılar olarak nitelendirilebilir.

---

<sup>5</sup> www.tdk.gov.tr

<sup>6</sup> www.tdk.gov.tr

<sup>7</sup> www.tdk.gov.tr

<sup>8</sup> www.tdk.gov.tr

<sup>9</sup> ÇALIŞ, 2008, s. 31.

<sup>10</sup> ÇALIŞ, 2008, s. 31.

<sup>11</sup> ADAMS, Sean/MORIOKA, Noreen/STONE, Terry, **Logo Design Workbook: a hands-on guide to creating logos**, Rockport Publishers Inc. 2006, s. 16.

Sembollerdeki şekiller ve kompozisyonlar topluluğun mesleğini, yaşadıkları yeri, yöresel özellikleri, siyasi düşünceler gibi hususları yansıtarak ilgili topluluğu diğer topluluklardan ayırır. Amblem, topluluklara karşı kendini belli etme faaliyetini vurgular.

Günümüzde topluluk sayısının ve çeşidinin çok fazla artmış olması nedeniyle sembol sayısı da aynı oranda artmıştır. Sayı fazlalığı nedeniyle ilgili sembolü söz konusu topluluk üyelerinden başka kişiler tanımakta zorlanmaktadır.

İyi bir amblem ya da logonun; ilgili kuruluşun ya da ürünün özelliklerini yansıtması, özgün olması, renk ve biçim açısından bütünlük içinde olması, logoların okunabilir olması, çok harf olduğu hallerde okunabilirliğinin bozulmaması özelliklerini taşıması gerekmektedir.<sup>12</sup>

Çalış'a göre amblemlerin önemli özelliği, okuma yazması olan veya olmayan bütün insanlara, tüm topluma seslenebilmesi ve insanların zamanla amblem ile bütünleşebilmeleridir. Bu da amblemin akılda kalıcılık özelliğini vurgulamaktadır.<sup>13</sup>

Konumuz belediye logoları olduğu için bundan sonraki açıklamalarımız belediyelerle ilgili ve sınırlı olacaktır.

## **II- Belediyelerin Kullandığı Logolar**

Belediyeler (büyükşehir, ilk kademe, ilçe belediyeleri, okuyucuya kolaylık olması amacıyla hepsi için ortak olarak belediye kavramı kullanılacaktır) kendilerini diğer topluluklardan ayırmak ve kendi kurum kimliklerini ifade etmek için logo kullanmaktadırlar. Bu logolar incelendiğinde çok çeşitli figürlerin-nesnelerin temada yer aldığı göze çarpmaktadır. Birkaç örnek vermek gerekirse;

1- Yörede yetişen ürünler: Kiraz, buğday, üzüm...

2- Taşıtlar: Tekne, kayık...

3- Sanayi mamulleri: Ayakkabı...

4- Yörenin sahip olduğu tarihi yapılar: Köprü, kule, tarihi bina, cami, kale, sur...

---

<sup>12</sup> GEMCİ, Remzi/GÜLŞEN, Gamze/KABASAKAL, F. Müge, "Markalar ve Markalaşma Şartları", *Uludağ Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi*, Cilt 14, Sayı 1, Yıl 2009, s. 110.

<sup>13</sup> ÇALIŞ, 2008, s. 31.

5- Hayvan veya bitkiler: Ağaç, yaprak, başak, lale, kuş, balık...

6- Coğrafi şekiller: Deniz, dağ, göl, nehir...

7- Diğer şekiller: Baş harfler, tek bir harf, dünya, hilâl, güneş, bayrak, zeytin dalı, çelenk, insan figürü, çeşitli süsleme motifleri, geometrik şekiller, rüzgar gülü, enerji santrali, teleferik, yel değirmeni vb.

Bu şekiller soyut veya somut biçimde logoya yansıtılmaktadır. Tek başına kullanıldıkları gibi iki veya daha fazla figür de logolarda yer alabilmektedir.

Belediyelerce kullanılan logoların (kanun amblem kelimesini tercih etmiştir) belirlenmesi mevzuatta şöyle düzenlenmiştir: 5393 sayılı Belediye Kanunu'nun, Belediye Meclisinin görev ve yetkilerini düzenleyen 18/n. maddesine göre; "Meydan, cadde, sokak, park, tesis ve benzerlerine ad vermek; mahalle kurulması, kaldırılması, birleştirilmesi, adlarıyla sınırlarının tespiti ve değiştirilmesine karar vermek; beldeyi tanıtıcı amblem, flama ve benzerlerini kabul etmek" belediye meclisinin görev ve yetki alanındadır. Bu ad verme, tanıtıcı amblem ve flama kullanımının yapılış usulü ise aynı Kanunun 81. maddesinde şöyle düzenlenmiştir: "Cadde, sokak, meydan, park, tesis ve benzerlerine ad verilmesi ve beldeyi tanıtıcı amblem, flama ve benzerlerinin tespitine ilişkin kararlarda; belediye meclisinin üye tam sayısının salt çoğunluğu, bunların değiştirilmesine ilişkin kararlarda ise meclis üye tam sayısının üçte iki çoğunluğunun kararı aranır. Bu kararlar mülkî idare amirinin onayı ile yürürlüğe girer." Büyükşehir belediyelerinde ise; 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu bu konuyu Belediye Kanunu gibi özel olarak düzenlenmemiştir. Ancak 5216 sayılı Kanunun 12. ve 28. maddeleri<sup>14</sup> uyarınca Büyükşehir Belediyesi Kanunu'nda düzenleme olmayan konularda Belediye Kanunu uygulanacağı için, büyükşehir belediyelerinin logo, amblem, flama vb. işlemlerinde de büyükşehir belediye meclisi görevli ve yetkili olacak, yapılış usulü de yine Belediye Kanunu'nda yer alan biçimde gerçekleşecektir.

Belediyeler logolarını seçerken anket, oylama, araştırma, yarışma gibi yöntemlere de başvurabilirler. Logonun içeriğini belirlemede her hangi bir sınırlama yoktur.

---

<sup>14</sup> 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu Madde 12: "Büyükşehir ilçe ve ilk kademe belediye meclisleri ile bunların çalışma usul ve esaslarına ilişkin diğer hususlarda Belediye Kanunu hükümleri uygulanır."

Madde 28: "Belediye Kanunu ve diğer ilgili Kanunların bu kanuna aykırı olmayan hükümleri ilgisine göre büyükşehir, büyükşehir ilçe ve ilk kademe belediyeleri hakkında da uygulanır."

### **III- Logolarla ilgili yaşanan sorunlar**

Logolarla ilgili olarak yaşanan sorun, çoğu logonun aynı ilde yaşayan vatandaşlarca bile bazen tanınmaması, sadece o belediyeye ait bölgedeki vatandaşların kendi belediyelerinin amblemlerine aşına olmalarıdır. Başka bir ifade ile belediyenin tanınması için logoların yeterli olmadığını düşünüyoruz. Çoğu halde amblemlerin alt kısmında belediyenin adı yazmıyor ise bu amblemlerin bilinmesi veya tanınması çok zordur. Güncel olan veya tanınmış bazı belediyelerin dışında kullanılan logolara dayanılarak bir logonun bir belediyeye ait olduğunu mümkün olmadığı gibi, yine altında isim yazmadığı sürece söz konusu logonun bir belediyeye ait olup olmadığını anlamak bile olanaksızdır.

Belediyelerin daha doğrusu büyükşehir belediyelerinin logolarıyla ilgili olarak yaşanan bir başka sorun ise logonun tüm ilin logosuymuş gibi değerlendirilmesi veya algılanması hususudur. Aslında belediye logosu öncelikle belediyelerin diğer belediyelere karşı kendilerini ifade aracıdır. Daha doğrusu öyle algılanmalıdır. Şehrin logosu ise farklı bir olgudur. Buna karşılık bazı hallerde logo büyükşehir belediyesine ait olmasına rağmen, ilgili ili temsil ettiği gibi bir anlayış söz konusu olabilmektedir. Bir mahalli idarenin logosu, neredeyse il ve ilde yaşayanlar ile özdeşleşmektedir. Her hangi bir kentte yaşayan insanların bu kentle olan duygusal bağları ile hemşeri gururu ve aidiyetin kurulmasında kentin tarihi dokusu ve doğal güzellikleri ile şekillenen turistik yapısı, manevi kültürel zenginlikleri, kahramanlar gibi çeşitli faktörlerin etkisi olsa da<sup>15</sup> bu türden aidiyet duygularının arasına belediye logosu katmamak ve kentliliği bu logo ile özdeşleştirmemek gerekir. Şehir veya il logosunun amacı, potansiyel ziyaretçilere ilin/şehrin tanıtılmasına yardımcı olmak ve yaşayanların kente yönelik kimlik duygusunu güçlendirmektir.<sup>16</sup>

Logonun bu derece sahiplenilmesi, logonun değişmesi halinde bazı problemlerin yaşanmasına yol açmaktadır. Bazı durumlarda çeşitli sebeplerden dolayı logolar değişmektedir. Örneğin Ankara Büyükşehir Belediyesi logosu çeşitli kereler değiştirilmek istenmiş, bu logo değişikliği karmaşık hukuki olayların yaşanmasına neden olmuştur.<sup>17</sup>

<sup>15</sup> KURT, Nihat, “Kent Hizmetlerinin Geleceğinde Kentsel Sorumluluklar ve Kent Kültürünün Geliştirilmesi Stratejileri”, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, (9:2), 2011, s. 266.

<sup>16</sup> LISIAK, Agata Anna, *Urban Cultures in (Post) Colonial Central Europe*, 2010 Purdue University Press, s. 84.

<sup>17</sup> Bkz. ÖZER, Atilla, “Türkiye Cumhuriyeti’nin Başkenti Ankara İçin Düşünülen Amblem ve Tartışmalar”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 2, Sayı 1, Yıl 2002-2003, s. 98 vd.

Bir hususa daha dikkat çekmek istiyoruz. Çalış; amblem ve logo/ logotype tasarlanırken, özgünlüğüne, kolay algılanabilirliğine, tüm kullanım alanlarında uygulanabilirliğine, zaman içindeki dayanıklılığına dikkat edilmesi gerektiğine işaret etmekte, logoların büyütüldüğünde ve küçültüldüğünde, simge özelliklerini koruyabilmesi ve biçimsel bozulmalar yaşanmaması gerektiğini ifade etmektedir.<sup>18</sup> Frangialli de sembollerde yer alan resim, kelime, nesne ve fikirlerin geniş oranda anlaşılabilir olabilmesi için basit ve evrensel ihtiyaçları karşılayabilir nitelikte olması gerektiğini ileri sürmektedir.<sup>19</sup> Belediyelerin logolarını incelediğimizde bazı belediyelerin logolarının anlaşılması güç semboller içerdiği, bazılarının ise boyutlarının değiştirilmesi esnasında detayların kaybolduğu gözümüze çarpmaktadır. Bundan daha önemlisi belediye logolarının zamana direnip direnmemesi gerektiğinin bir zorunluluk olup olmadığıdır. Belediye hizmetleri, özel sektör bakış açısı ile yerine getirilmemelidir. Faaliyetler özel hukuka tabi de olsa, hizmet özel kişilere gördürülüyor bile olsa kamu hizmeti görme niteliği ağır basar. Bu nedenle belediye logoları özel firmalara ait logolar gibi değerlendirilmemelidir. Belediyeler şirket değildir, belde halkı da şirket müşterisi değildir. Bu nedenle logonun bir ürünü veya hizmeti tanıtmaya gibi amaçları belediyelerin ürettiği mal veya hizmetler için geçerli olmamalıdır.

#### **IV- Sonuç ve Öneriler**

Yaşanan problemler ve önerilerimiz şunlardır:

Belediye logosunun o beldedeki kişileri, beldeyi, ilçeyi veya ili temsil ettiğine dair bir inanç söz konusudur. Gerçekte logonun belediye tüzelkişiliğini temsil etmesi gerekir. Nasıl ki bir şirketin logosu sadece o şirketi ifade eder, müşterileri ifade etmez ise, belediye logoları da sadece o belediyeyi ifade eder. Bu nedenle, belediyeye ait logo ilgili şehrin, kentin, kasabanın simgesi olarak algılanmamalıdır.

Amblemlerin uluslararası alanda veya ülkeye gelen yabancılar tarafından tanınması mümkün değildir. Ayrıca diğer illerde yaşayan kimselerin de tanıyabilmesi istisnalar hariç çok zordur. Hatta aynı ildeki başka belde sakinleri de ilgili belediyenin logosunu tanınamaktadır. Bunu engellemenin tek yolu logonun altına belediyenin adının yazılmasıdır. Yazı yazdıktan sonra da belediye logolarının birbirlerin farklı olmasının bir anlamı kalmamaktadır. O halde bütün belediye logolarının aynı olmasında veya ortak olmasında - mesela tek bir ulusal veya uluslararası logo - bir sakınca olmadığını düşünüyoruz.

---

<sup>18</sup> ÇALIŞ, 2008, s. 32.

<sup>19</sup> FRANGIALLI, 2001: i

Tek bir ortak logo olmalı, altında da ilgili belediyenin adı yazmalıdır. Bu durum demokrasiye veya mahalli idarelerin özerk yapısına aykırı olarak düşünülmemelidir çünkü belediye logosu belediye sınırları yaşayan insanları temsil etmez, bir kamu kuruluşu olarak belediye tüzelkişiliğini ifade eder. Nasıl ki isimleri ve yapıları farklı olsa da tüm dünyadaki havaalanları, hastaneler, restoranlar gibi hizmet birimleri aynı logo ile tasvir edilebilmektedir, belediyeler de aynı logo ile benliklerini ifade edebilirler. Bu kültürel bir yanlış da değildir, sözgelimi logoda yer alan bir tarihi eser nedeniyle ilgili logonun o yerleşim yerini veya tarihi, kültürü tanıtıyor olması iddia edilebilir ancak bu da dikkat edilirse halktan farklı olmakta, sonuçta mahalli bir alanı tanıtarak yine insan unsurundan kopmaktadır. Neticede belediye logoları hiçbir zaman halkın simgesi olmamaktadır.

Kabul etmek gerekir ki logoları tek tip hale getirmek, bir örgüt olarak belediyelerin örgütsel görünüm açısından imajını olumsuz yönde etkileyebilir. Bilindiği gibi imaj, bir dizi bilgilenme sürecinin sonunda ulaşılan imgedir.<sup>20</sup> Tek tip hale getirilmiş logolar bu bilgilenme sürecini zedeleyebilir. Örgütsel görünüm başlığı altında ele alırsak belediyenin fiziki yapısı ile ilgili olan, logo, yazı karakteri, binaların mimarisi, çevre düzenlemesi ve temizliği... gibi unsurlar yerel yönetimin toplum tarafından algılanması açısından da son derece önemlidir.<sup>21</sup> Yerel yönetimlerin; yerel kültür ile örf ve adetlerin korunmasına katkısı olduğu düşünüldüğünde<sup>22</sup> söz konusu bölgeye ait değerlerin logodan çıkartılması genel anlamda o beldenin kültürel zenginliğinin tanıtılmasını engelleyici bir faaliyet olarak nitelendirilebilir. Netice itibariyle belediye logolarını tek tip hale getirmek belediyelerin kurumsal kimlikleri üzerinde olumsuz etkilere sebep olabilir. Bilindiği üzere kimlik, herhangi bir nesneyi belirlemeye yarayan, onu türdeşlerinden ayıran özelliklerin bütünü olup<sup>23</sup> belediye açısından ele aldığımızda bir belediyeyi diğer belediyeden ayırmaya yarar. Bu nedenle logoları aynı hale getirmek bu açıdan sakıncalı olabilir.

---

<sup>20</sup> GÖKDENİZ, Ayhan/AŞIK, Nuran, “Küresel Rekabet Ortamında Turizm İşletmelerinde Söyüt İmaj Oluşturma”, **Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt 11, Sayı 20, Yıl 2008, s. 136.

<sup>21</sup> PARILTI, Nurettin/TOLON, Metehan, “Yerel Yönetimlerde İmaj Kavramı ve Olası Sonuçları”, **I. Uluslararası Yerel Yönetimler Üniversite ve Sanayi İşbirliği Sempozyumu**, 23-24 Ekim 2003, Gazi Üniversitesi - Ankara - Türkiye, s. 7.

<sup>22</sup> YÜKSEL, Fatih, “Sosyal Devletin Dönüşüm Sürecinde Yerel Yönetimlerin Yeni İşlevleri”, **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, 62-1, Yıl 2007, s. 290.

<sup>23</sup> ÖZTÜRK, Gülay, “Logonun Kurum Kimliği Üzerindeki Etkisi”, **İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Yıl 5, Sayı 9, Bahar 2006/I, s. 2.



Burada bir tercih yapmak gerektiği kanaatindeyiz. Birbiri ile çatışan iki ayrı değer söz konusudur. Ya kurumsal kimliğe öncelik tanınacak ya da ulusal veya evrensel ölçekte tanınabilirliğe öncelik verilecektir.

Bir beldeyi bir veya birkaç sembolle ifade etmenin gereksizliği ve o beldedeki diğer değerlerin ikinci plana itilmesi sorunu da gündeme getirmektedir. Belli bir tarım ürününü, yörede yetişen meyveyi veya tarihi yapıyı logoya yerleştirmek demek diğer ürünlerin ve ayırıcı unsurların ikinci plana atıldığı hissini uyandırmaktadır. Bütün ürünlerin ve eserlerin logolara yerleştirilmeleri de mümkün olmadığına göre, en ünlü olan simgeyi seçme faaliyetinin her hangi bir yararı olduğunu düşünmüyoruz.

Her ne kadar belediyelerde yerel olma özelliği ağır bassa da günümüzde belediye sınırları arasında insanlar daha fazla yer değiştirir hale gelmiştir. Bu durum farklı iller açısından geçerli olduğu gibi aynı il veya şehir içinde de geçerlidir. Mesela gün içinde eve dönmek, işe gitmek ve alış-veriş yapmak amacıyla hareket eden insanlar, farklı belediyelerin sınırları içerisinde kalan alanlarda vakit geçirmektedir. Böyle olunca da artık insanlar sadece yaşadığı evin ait olduğu belediyeye bağlı kalmamakta ve hizmet beklememekte, farklı belediyelerin hizmetleri ile muhatap olmaktadırlar. Büyük bir kentte yaşayan veya başka illere yolculuk yapan insanlar artık birden çok belediyenin sakiniymiş gibi hizmet beklemektedirler. Büyükşehir belediyesi olan kentlerde zaten her vatandaş otomatik olarak en az iki belediye sakini durumundadır. Birincisi yaşadığı yerin belediyesi ikincisi ise büyükşehir belediyesidir. Gün içinde yapılan yer değiştirme faaliyetlerinin bir sonucu olarak bu sayı da haliyle artmaktadır. Bu karmaşık yapıya il özel idareleri, köy ve merkezi idareyi kattığımızda birden çok idare ile muhatap konumunda olan birey ile karşı karşıya kalırız. Kimden hangi hizmeti aldığını her zaman bilemeyen insanlar bütününden oluşan vatandaşlardan, logoları tanınmasını beklemek biraz haksızlıktır.

İlginçtir ki yerel yönetimlerin önemi; küreselleşme, uluslararası örgütlerin daha etkin hale gelmesi ve bilgi-iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişimle beraber hızla artmaktadır.<sup>24</sup> Bugün küreselleşme; mal, hizmet, sermaye ve insanların serbestçe dolaşımını öngörmektedir.<sup>25</sup> Bu süreçlerin beraberinde getirdiği başka bir konu da yukarıda izah etmeye çalıştığımız

<sup>24</sup> EMİNİ, Filiz Tufan/KOCAOĞLU, Mustafa, "Bilişim Teknolojileri Kullanımının Hizmet Sunumuna Etkileri: Konya İl Özel İdaresi Örneği", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C. 16, S. 2, Y. 2011, s. 181.

<sup>25</sup> DEMİRCAN, Esra Sivrekli, "Yeni Ekonomik Düzen Küreselleşme Yerelleşme Bağlamında Belediyelerde Yeni Mali Yönetim Anlayışı", *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı 30, 2008, s. 101.

gibi daha fazla sayıda insanın bir araya gelmesidir. Gerek coğrafi olarak gerekse bilgisayar ortamında bir araya gelişlerin artması, kendini sembolle ifade edilecek olan birey sayısını da artırmaktadır. Yaşanması muhtemel bir logo karmaşasının ilacı ise evrensel veya ulusal logolar kullanmaktır. Burada kastımız başkalarının evrensel logoları olmayıp kendimize ait olan ve belediyelerin şahsi özelliklerinden ziyade bir belediye olmalarını ifade eden logolardır.

Küreselleşme, yerelleşme olgusunu daha fazla gündeme getirmekte, yerele ait olan değerlerin kaybedilmesi endişesini de beraberinde getirmektedir.<sup>26</sup> Başka bir ifade ile yerel değerlerin sanki küreselleşme ortamında yitip gideceği endişesi vardır. Bu itibarla konumuz açısından düşünürsek, beldelerin dünya ölçeğinde ve kültüründe kaybolmamaları, o beldeye hizmet götüren belediyenin kurumsal kimliğinin korunması açısından yöreye ait değerleri içinde bulunduran logoların yararlı olacağı düşünülebilir. Beldeye ait değerlerin logoda yer alması bütün dünyaca tanınmasının yanında beldeye ait değerlerin korunmasını da sağlar. Tek tip logo ile bunu başarmak söz konusu olamaz. Bunu kabul etmekle beraber belediye logolarının tek tip olmasının vatandaşlar açısından daha yararlı olacağı kanaatindeyiz. .

---

<sup>26</sup> ARSLAN, Nagehan Talat, “Yerelleşme, Özerklik ve Demokratikleşme Açısından Mahalli İdareler Hakkında Bir Değerlendirme”, C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 32, No: 2, Yıl 2008, s. 264.

## KAYNAKÇA

- ADAMS, Sean/MORIOKA, Noreen/STONE, Terry, **Logo Design Workbook: a hands-on guide to creating logos**, Rockport Publishers Inc. 2006.
- ARSLAN, Nagehan Talat, “Yerelleşme, Özerklik ve Demokratikleşme Açısından Mahalli İdareler Hakkında Bir Değerlendirme”, **C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt: 32, No: 2, Yıl 2008, (s. 263-282).
- ÇALIŞ, Ece, **Amblem ve Logo Tasarımlarında Yalınlaştırmalar**, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Isparta 2008.
- ÇALIŞ, Ece/BAYRAKTAROĞLU, Ali M., “Amblem ve Logo Tasarımlarında Yalınlaştırmalar”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi**, ART-E, Cilt 3, Sayı 6, Yıl 2010, (s. 1-22). (erişim tarihi 07.08.2012, bkz. <http://edergi.sdu.edu.tr/index.php/gsfstd/article/view/2551/2314>).
- DEMİRCAN, Esra Siverekli, “Yeni Ekonomik Düzendeki Küreselleşme Yerelleşme Bağlamında Belediyelerde Yeni Mali Yönetim Anlayışı”, **Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Sayı 30, 2008, (s. 99-128).
- EMİNİ, Filiz Tufan/KOÇAOĞLU, Mustafa, “Bilişim Teknolojileri Kullanımının Hizmet Sunumuna Etkileri: Konya İl Özel İdaresi Örneği”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, C. 16, S. 2, Y. 2011, (s. 179-200).
- FRANGIALLI, Francesco, **Tourism Signs and Symbols, A Status Report and Guidebook**, World Tourism Organization, 2001. ([www.unwto.org](http://www.unwto.org))
- GEMCİ, Remzi/GÜLŞEN, Gamze/KABASAKAL, F. Müge, “Markalar ve Markalaşma Şartları”, **Uludağ Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi**, Cilt 14, Sayı 1, Yıl 2009, (s. 105-114).
- GÖKDENİZ, Ayhan/AŞIK, Nuran, “Küresel Rekabet Ortamında Turizm İşletmelerinde Soyut İmaj Oluşturma”, **Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt 11, Sayı 20, Yıl 2008, (s. 134-149).
- GÜNAY, B./DOĞAN, V., “Görsel Okuryazarlık ve İmgenin Anlamlandırılması”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli**

**Dergisi**, S. 1, Y. 2008, (s. 1-29).

KURT, Nihat, “Kent Hizmetlerinin Geleceğinde Kentsel Sorumluluklar ve Kent Kültürünün Geliştirilmesi Stratejileri”, **Yönetim Bilimleri Dergisi**, (9:2), 2011, (s. 264-278).

LISIAK, Agata Anna, **Urban Cultures in (Post) Colonial Central Europe**, 2010 Purdue University Press.

ÖZER, Atilla, “Türkiye Cumhuriyeti’nin Başkenti Ankara İçin Düşünülen Amblem ve Tartışmalar”, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt 2, Sayı 1, Yıl 2002-2003, (s. 95-108).

ÖZTÜRK, Gülay, “Logonun Kurum Kimliği Üzerindeki Etkisi”, **İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Yıl 5, Sayı 9, Bahar 2006/I, (s. 1-17).

PARILTI, Nurettin/TOLON, Metehan, “Yerel Yönetimlerde İmaj Kavramı ve Olası Sonuçları”, **I. Uluslararası Yerel Yönetimler Üniversite ve Sanayi İşbirliği Sempozyumu**, 23-24 Ekim 2003, Gazi Üniversitesi - Ankara - Türkiye, s. 1-10 bkz. <http://w3.gazi.edu.tr/web/metehan/1.pdf> (erişim tarihi 15.08.2012).

Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük, [www.tdk.gov.tr](http://www.tdk.gov.tr) (erişim tarihi 25 Temmuz 2011).

YÜKSEL, Fatih, “Sosyal Devletin Dönüşüm Sürecinde Yerel Yönetimlerin Yeni İşlevleri”, **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, 62-1, Yıl 2007, (s. 279-298).