

# KÜLTÜREL MİRAS YAKLAŞIMIYLA “TÜRKİYE: POTANSİYELİNİ KEŞFET” LOGOSUNUN SİMGESEL OLARAK ÇÖZÜMLENMESİ

Sinan ÇAKMAK<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Dr. Öğr. Üyesi, Gümüşhane Üniversitesi, sinacak61(at)hotmail.com, ORCID: 0000-0002-6839-3248

Çakmak, Sinan. “Kültürel Miras Yaklaşımıyla”Türkiye: Potansiyelini Keşfet” Logosunun Simgesel Olarak Çözümlemesi”. idil, 65 (2020 Ocak): s. 155–164. doi: 10.7816/idil-09-65-14

## Öz

Ülkelerin sahip olduğu tarihi ve kültürel değerlerin simgeleştirilerek yansıtıldığı kurumsal logo tasarımları, o ülkelerin tanıtımına önemli katkılar sağlamaktadır. Özellikle logo tasarımlarında kullanılan simgeler, ülkelerin kültürel mirasına dair değerleri yansıtımları bakımından da değerlidir. Bundan dolayı ülkelere ait kurumsal logo tasarımlarında betimlenen simgelerin, diğer ülkelere veya toplumlarca benimsenmesi ile o ülkenin tanınırlığına pozitif yönde etki ettiği söylenebilir. Bu çalışmada, “Türkiye: Potansiyelini Keşfet” logo tasarımının, ülkenin kültürel değerlerini ne derece ve ne şekilde yansıttığının belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmamızda nitel araştırma yöntemleri kullanılmış olup, kültürel miras ve logo tasarımı ile ilgili literatür taraması yapılmıştır. Elde edilen bulgular ışığında, söz konusu logo tasarımında simgeleştirilmiş olan somut ve soyut unsurlar değerlendirilmiştir. Araştırmanın odağını oluşturan “Türkiye: Potansiyelini Keşfet” logo tasarımı, kültürel miras unsurları bağlamında irdelenmiş ve grafik tasarım ilkelerine bağlı kalınarak çözümlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Kültürel miras, logo, tasarım, grafik tasarım

## Giriş

Ülkemizde kültürel değere sahip olan öğeler incelendiğinde, kültürel mirasın geçmiş değerleri geleceğe taşımak adına bir araç olarak kullanıldığı görülmektedir. Bununla birlikte kültürel miras, yöre halkının güncel yaşantısının içerisinde ve geleneklere sadık bir şekilde, gelecek nesillere aktarılarak varlığını sürdürmektedir. Aynı zamanda bulunduğu topluluğa, aidiyet bilinci kazandırmak suretiyle sosyal ve kültürel bütünlüğü sağlaması bakımından da önemli bir değer olarak nitelendirilebilir. Bununla birlikte kültürel mirasın aktarımı alanında birçok yenilik ve gelişme yaşanmaktadır. Özellikle sanatsal değere haiz olan birçok görsel iletişim unsurunda, kültürel mirasın somut ve soyut olarak simgeleştirildiğini söylemek mümkündür. Buna örnek olarak, kurumların misyon ve vizyonlarının sembolleştirilerek yansıtıldığı logo tasarımları gösterilebilir. Grafik tasarımının etki ettiği alanlardan olan kurumsal kimlik tasarımları, özel veya tüzel kimliklerin vitrinlerini yansıtması bakımından önemli tasarım unsurlarıdır. İçerisinde barındırdıkları tasarım elemanları ile kurumun iç disiplini yansıtmaktadırlar. Bu tasarım elemanlarının temel taşı konumunda olan logo tasarımları ise, kurumun dış muhataplarca tanınırlığını sağlayan reklam yüzüdür. Bir kuruma ait logo, o kurumun ulusal veya uluslararası tüm ortamlarda, varlığını simgesel olarak temsil etmekte ve marka değerini ortaya koymaktadır. Markalaşma süreci olarak kurumlara bakılacak olursa, birçok sektörde hizmet vermekte olan kurumların, kimliklerini ortaya koymak adına kurumsal tasarıma önem verdikleri görülebilmektedir. Özellikle teknolojik gelişmelerin de katkısı ile ekonomik, sosyal ve kültürel iletişimdeki yeniliklere uyum sağlamak adına, logo tasarımları her kurum için gereklilik arz etmektedir. Bu bağlamda Türkiye'deki resmi kurumların da, kurum kimliklerini ön planda tutacak global gelişmeleri takip ettikleri ve bu doğrultuda adımlar attıkları gözlemlenmektedir. Aynı zamanda son yıllarda markalaşma sürecine önemli derecede etki etmekte olan logo tasarımlarının, şehir logolarındaki yansımaları görülebilmektedir. İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa ve Trabzon gibi önemli şehirlerin tarihsel ve kültürel miras unsurlarının simgeleştirilerek yansıtıldığı logo tasarımları buna örnek verilebilir. Dijital dönüşümün hızlı bir şekilde ilerlemekte olduğu çağımızda, resmi kurumlarında bu dönüşüme ayak uydurmak durumunda olduğu yadsınmaz. Ancak bu uyum sürecinde, toplumsal birikimin önemli unsuru olarak kültürel miras değerlerine de gereken hassasiyetin gösterilmesi gerekmektedir. Özne olarak kültürel miras kavramının baz alındığı çalışmamızda, "Türkiye: Potansiyelini Keşfet" logo tasarımında kullanılmış olan semboller, kültürel miras değerleri yaklaşımıyla irdelenmiştir.

## Kültürel Miras Kavramı

18. yüzyılın sonlarında, Fransızca bir kelime olan "patrimoine" olarak hayatımıza girmiş olan miras, öz anlamıyla anne ve babadan kalmış olan maddelerin tanımında kullanılırken, geniş anlamda kullanımı söz konusu olduğunda, bir ulusa ait ortak değerler bütünü olarak tanımlanmaktadır (Kasım, 2019: 24). 1931 tarihinde ilk olarak miras kavramı, sanat eserlerinin araştırılması ve korunması yaklaşımıyla bilimsel yöntemlerin tartışılması ekseninde düzenlenmiş olan Atina Konferansı belgelerinde kullanılmıştır. Bu gelişmeyi takiben uluslararası kaynaklara bakıldığında, 1970 yılından sonra "kültürel miras" manasına gelen "patrimoineculturel" kelimesi kullanılmaya başlanmıştır (Vecco, 2010: 321). Kültür ve miras, iki farklı kavram olarak 20. yüzyılda karşımıza çıkan ve birbirinden farklı tanımlamaları olan terimlerdir. Ancak miras kavramının tanımlanmasında ilk anlam, bir kişiye ölen bir yakını tarafından bırakılmış olan mal veya servettir. Bir diğer tanımlama ise, kuşaktan kuşağa aktarımı sağlanacak şekilde bırakılan bir şey olarak kullanılmaktadır (Özbaş, 2012: 45). Toplumların öz değerini yansıtması ve bu özellikleri ile diğer toplumlara göre farkını ortaya koyması bakımından kültür, parçaların birleştiği anlam bütünüdür. Bir toplumun karakteristik yapısını yansıtması ve bu yapıyı nesilden nesile aktarmasından dolayı önemli bir olgudur. Toplumunu oluşturan fertler tarafından kabul görmüş olan tarihi, mimarisi, dili, dini, sanat eserleri, örf ve adet gibi değerleri kültürü oluşturan temel öğelerdir. Bu öğeler, geçmişe iz tutması ve gelecek nesillerce faydalı bir şekilde kullanılması bakımından o toplumun kültürel mirası olarak değerlendirilmektedir. Örneğin, UNESCO (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu) tarafından 2019 yılının kendisine atfedilmesi ve "tarihin sıfır noktası" sloganıyla 12.000 yıl öncesini aydınlatması bakımından Göbeklitepe, kültürel mirasımızın son dönemdeki en değerli keşfi olarak dünya insanlık tarihine damgasını vurmuştur. Aynı zamanda bugüne kadar insanlık tarihi ve yapılan arkeolojik kazılarda ortaya çıkarılan tapınaklardan dolayı inanç hakkındaki bütün kalıpları yıkması bakımından etkileyici bir keşiftir.

### **Kültür Aktarımı Yaklaşımıyla Kültürel Miras**

Kültür, Türk Dil Kurumu sözlüğünde, "Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü" olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2019). İnsan odaklı olarak çeşitli tanımlamalarla açıklanmakta olan kültür, tarihi süreç içerisinde farklı anlam ve önemler doğrultusunda ortaya çıkmış olan bir kavramdır. Topluluk halinde bulunan insanların, sistemsal olarak inanç ve adet biçimlerini anlama, düzenleme ve yapılandırmaya dayanan bir terimdir (Özkartal, 2015: 27). Kültür kavramı, birçok topluluk tarafından farklı şekilde anlamlandırılabilir. Örneğin farklı ülke toplumlarının özünde barındırdığı, tarihi süreç içerisinde nesilden nesile ve asimile olmadan aktarılan birtakım geleneksel unsurlar, o toplumun diğer toplumlardan ayrımını sağlayan kültürel farklılığını ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra aynı ulusa dahil olunmasına rağmen birbirinden farklı adetlere ve sosyal alışkanlıklara sahip olan, etnik kökene sahip topluluklardan bahsederken kültür kavramının çeşitliliğine vurgu yapılmaktadır. Bundan dolayı kültür, geçmişten almış olduğu gücü geleceğe aktarması ile dünya uluslarına ve tarihine yön vermesi bakımından önemli bir kavramdır. Araştırmacılar, kültürün insan davranışlarının oluşmasında önemli bir role sahip olduğu ve bu davranışların toplumsal birikimin bir parçası olarak davranışlara yansıdığı konusunda önemli incelemelerde bulunmuşlardır (Ören, 2013: 311). Toplumsal değerlerin aktarımında önemli bir yere sahip olan kültürün, yaşam şartı olarak üç önemli unsura bağlı olduğu söylenebilir. Nesilden nesile aktarım bağlamında kültürel değer taşıyan eserler, öğretim ve terbiye üç önemli unsur olarak gösterilmektedir (Ergin, 2002: 38). Kültürel aktarım sürecinin, yerel bölgelerden kozmopolit bölgelere kadar farklılık göstermeden belli standartlar çerçevesinde işleyebilmesi için en önemli etken eğitimidir. Ancak yaygın eğitimin bu aktarım sürecine olan katkısının reddedilememesinin yanında örgün eğitim kadar etkili olduğu söylenemez. Okulların örgün eğitimin merkezi konumunda olduğu gerçeğinden hareketle, toplumsal kültürün gelecek kuşaklara aktarımı konusunda hayati görev üstlendikleri söylenebilir. Bu bağlamda bireylerin toplumsal yapıya ayak uydurabilmesinin, okul kültürü ile uyumlu bir bağ yakalayabilmesinden geçtiğini söylemek doğru bir yaklaşım olacaktır (Çelikten, 2006: 271).

### **Somut Kültürel Miras**

1900'lü yıllardan itibaren "anıt" olarak nitelendirilen ve korunan yapıtlar, 20. yüzyıl ile "kültürel miras" olarak tanımlanmaya başlanmıştır. Aynı zamanda bu anlam değişimini takiben zamanla sınırlandırılarak yalnızca somut olarak tanımlaması yapılmıştır (Özbaş, 2012: 45). Somut kültürel miras öğeleri olarak tarihi değere sahip arkeolojik alanlar, binalar, ören yerleri, kültürel materyaller ve taşınabilir özellikte olan kültürel öğeler sayılabilmektedir. Bu öğeler mini boyutlarda olan bir çaydanlıktan, kent büyüklüğündeki yapılara kadar geniş bir alanda tanımlanabilmektedir (Mckercher, 2002: 413). Somut kültürel miras öğeleri kendi içerisinde, "taşınmaz ve taşınır kültürel miras" olmak üzere iki kısımda incelenmektedir. Taşınmaz kültürel miras öğelerine örnek olarak, toplumların ortak ihtiyaçlarına hizmet vermekte olan tiyatrolar, hanlar, kompleks yapılar, dini ve sosyal anıtsal yapılar verilebilir. Aynı zamanda doğal bir şekilde meydana gelmiş olan veya insan gücü ile yapılmış olan sit alanları da taşınmaz kültürel miras öğeleri olarak görülmektedir. Taşınır kültürel miras varlıkları ise, savunmasız şartlarda bulunmakta olan ve taşınabilir özelliğe sahip olan kültürel varlıklar olarak tanımlanabilir. Resim, seramik, heykel, takı, süs eşyaları, halı ve kilim vb. sanat eserleri somut ve taşınabilir olan kültürel miras örneklerindedir (Ahunbay, 2007: 23).

### **Somut Olamayan Kültürel Miras**

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren, ülke ve şehirlerin küreselleşmenin etkisinde kalması sonucu olarak, somut olmayan kültürel miras unsurlarının korunması zorunluluğu gündeme gelmiştir. Yerel değerlerdeki kültürel unsurların, küreselleşen dünya toplumlarının arasından sıyrılarak kendisini anlatma çabası, uluslararası milletlerin paydaşlığında gerçekleştirilen toplantılardaki belgelerde kendisine yer bulmaya başlamıştır (Binan ve Cantimur, 2010: 179). Kültürel miras unsurlarının, gelecek nesillere doğal yapıyı bozmadan aktarılma kaygısı, insanlar için her dönemde önemli bir düşünce olmuştur. Bununla birlikte dünya toplumlarının sahip olduğu ortak kültürel değerler, teknolojik gelişmeler ile birlikte sanayileşmenin ve kentleşmenin de etkisi ile bazen yok olma tehlikesi ile karşı karşıya kalmıştır. Ancak çoğu zaman ortak miras olma içgüdüleriyle kendisine farklı yaşam alanları oluşturarak varlığını sürdürme noktasında başarılı olmuştur. Özellikle kültürel mirası koruma konusunda uluslararası bir kurum olarak var olan UNESCO, 17 Ekim 2003'te Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi'ni kabul ederek bu alanda önemli bir vasıf üstlenmiştir. Bu sözleşmenin 2. maddesinde, " Somut

Olmayan Kültürel Miras; toplulukların, grupların ve kimi durumlarda bireylerin, kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımladıkları uygulamalar, temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel mekanlar anlamına geldiği ifade edilmektedir" (Öcal, 2013: 47).

UNESCO tarafından gerçekleştirilen Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi'nde, somut olmayan kültürel miras beş alanda tanımlanmaktadır:

Somut olmayan kültürel miras aktarımındaki sözlü unsurlardan olan anlatım ve gelenekler,  
Gösteri değeri taşıyan sanatsal aktiviteler,  
Festivallere dair etkinlikler, toplumsal ritüeller ve sosyal deneyimler,  
Evrane ve doğaya yönelik bilgi ve tecrübeler,  
Geleneksel değere haiz Sanatkarlık (Süt, 2019: 21).

### **Görsel, Kültürel ve Marka Kimlik Unsuru: Logo**

Logo, özel veya tüzel kişilerce kullanılmakta olan ve içerisinde tasvir edilmiş olan simgelerle ait olduğu markayı temsil eden önemli bir tasarım unsurudur. Genel itibari ile logo tasarımları, temsil etmekte olduğu kuruluşa dair nitelikleri olabildiğince yalınlaştırmak suretiyle tasarlanmaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken en önemli nokta ise, yalın bir şekilde tasvir edilerek tasarlanan logoların, ilk bakışta ait olduğu kurum hakkında ön bilgiyi verebilmesi ve çizim tekniği ile temsil gücünün belli standartlara sahip olabilmesidir.

Anlamsal olarak yaklaşıldığında logo tasarımlarında kullanılmakta olan çizgisel unsurlar şu şekilde değerlendirilebilmektedir:

**Dikey Çizgisel Hatlar:** Yalınlığı, resmiyet unsurunu ve erkeksi bir öge olarak disiplin olgusunu yansıtabilmektedir.

**Yatay Çizgisel Hatlar:** Barış, sükûneti, dengeyi, durağanlığı ve tutarlılığı yansıtabilmektedir.

**Eğik Çizgisel Hatlar:** Gücün algılanmasının yanı sıra, heyecanı ve dinamizmi yansıtabilmektedir.

**Yuvarlak Çizgisel Hatlar:** Görsel ritim unsurları olarak güzelliği, zarafeti yansıttığının yanında zayıflık niteliğinde de algılanabilmektedir (Karabulut, 2013: 41).

Logo tasarımlarında kullanılmakta olan çizgi ve hatlar, hedef kitleyi psikolojik bağlamda etki altına alabilmesi ve algıyı yönetebilmesi bakımından önemlidir. Bu sayede hedefteki kitlenin bilinçaltına enformatik unsurlar rahatlıkla sızdırılabilmektedir. Örneğin, eczacı Pamberton'un ortağı olan Frank Robinson tarafından 1886 yılında tasarlanan Coca - Cola logosu, günümüze kadar hiçbir şekilde revize edilmeden gelmiş ve tüm ulusların bilinçaltına yerleşmiş olan etkili bir tasarımdır (Kırdar, 2005: 240).

Şehir kimliği, bir şehri diğer şehirlerden ayırt etmeye yardımcı olan ve kendine özgü nitelik öğeleri ile varlığını ortaya koyan parçalar bütünü olarak tanımlanabilmektedir (Lynch, 1960: 44).

Logo tasarımları, görsel kültürün bir yansıması olarak şehirlerin ve ülkelerin kimliğini ön plana çıkaran unsurlardır. Bundan dolayı ülkelerin kendilerine ait kimliklerinin ve karakterlerinin olduğunu söylemek mümkündür. Bu kimlik, o ülkenin tarihi geçmişinden, coğrafi özelliklerinden ve kültürel dokusundan doğmaktadır. Aynı zamanda ülkede yaşayan insanların sosyal yaşama biçimleri, o ülkeye ait çevresel unsurlar adeta bir bedene bürünmüşçesine ülkeye can verirler ve ülkelerin görsel kimliğini oluşturan can damarlarını oluştururlar.

Şehir ve kurum logoları, adeta bir kartvizit görevi üstlenerek vatandaşların kamu kuruluşlarından beklediği güveni yansıtmaları bakımından etkindir (Knapp, 2003: 98).

Görsel kimlik unsuru olarak logolar, kurumlara ait olan hizmetleri temsil gücüne sahip olmalıdır. Bundan dolayı bir logo tasarımının işlevsel niteliğinin yanında, sanatsal niteliklere de haiz olması gerektiği söylenebilir. Bunun için tasarımlar oluşturulurken, hedef kitle tarafından algılanması kolay olan semboller üzerinde çalışılmalı ve oran – orantı, denge ve görsel hiyerarşik unsurlar gibi temel tasarımın ilke ve kurallarına dikkat edilmesi gerekmektedir (Becer, 2002: 64).

Logo tasarımları, içerisinde barındırmakta olduğu şekiller, semboller, çizimler ve betimlemeler ile algıyı yönlendirerek çağrışımlar yaptırır ve kavramsal bütünlüğe erişilmesine olanak sağlar. Bu betimlemeler ile temsil ettiği kurumu ve imajını yansıtarak, zihinlere o kurumun sahip olduğu nitelikleri görsel kimlik ögesi olarak kaydeder. Bu sayede bahsi geçen logo tasarımı, sade ve etkili bir yapıda tasarlanmışsa nerede olursa olsun kişinin zihninde kolaylıkla canlanabilecek konumdadır. Bu bağlamda, bir kurum için logo neyi ifade ediyorsa bir ülke için de aynı şeyi ifade edebilmektedir. Bundan dolayı ülkenin çeşitli yönetim organları da, düzenlemekte oldukları faaliyetleri ve görsel marka kimliklerini logo tasarımları ile desteklemektedirler. Sonuçta kültürel ve görsel kimlik

ögesi olarak logo tasarımları, ilgiyi ve farkındalığı artırma işlevleri ile önemli tasarım unsurlarıdır (Çamdereli, 2006: 166). Pazarlama kavramının yaşadığı değişim süreci, beraberinde bölgesel pazarlamayı da ortaya çıkarmıştır. Bu sayede kentlerin veya ülkelerin pazarlama süreçlerine yönelik çalışmalar yapılmıştır. Bununla birlikte bölgesel pazarlama gereksiniminin ortaya çıkışında, ülkeye veya kente yapılacak olan dış yatırımların veya turist akışının artırılmasının rolü büyüktür. Ülke imajının iyileştirilmesi amacıyla yapılan bu çalışmaların, ulus markalaşmasındaki etkisi önemlidir (Tek, 1999: 43). Bir ülkenin tanıtımını sağlamak açısından logo tasarımları, görsel kimlik öğelerinin temel yapı taşlarıdır. Son yıllarda dünyanın sosyal, ekonomik, tarihi ve kültürel değerleri ile önde gelen ülkelere ve kentlerine bakıldığında, her birinin markalaşma gayretinde olduğu ve kendilerine ait logo tasarımları ile global rekabet ortamına uyum sağlamaya çalıştıkları görülebilmektedir. Aynı zamanda ülkemizdeki büyük şehirler, kendi görsel kimlik öğelerinin yansıtıldığı logo tasarımlarını oluşturarak bu uyum sürecine katılım sağlamaktadır.

### **“Türkiye: Potansiyelini Keşfet” Logo Tasarımı**

Örnekleme oluşturan “Türkiye: Potansiyelini Keşfet” Logo Tasarımının, kültürel kimliğini yansıtmakta olan simgeleri analiz etmek ve değerlendirmeler ışığında kültürel miras unsurlarının betimlemelerine açıklık getirmek, çalışmanın sonucuna katkıda bulunacaktır. Aynı zamanda logo tasarımı ile ilgili doğru bir kanıya varabilmek adına, çözümlene yöntemi olarak grafik tasarım ilke ve elemanları ışığında algılanabilen tüm görsel unsurlar değerlendirilerek sonucu açıklama yoluna gidilecektir.



**Resim 1. “Türkiye: Potansiyelini Keşfet” (Turkey: Discover the potential) Logosu ve Sloganı**

“Discover the potential” yani “Gücü keşfet” sloganıyla oluşturulmuş olan logo tasarımı, Türkiye’nin dünyaya açılan marka kimliğini yansıtmaları bakımından son derece önemli bir adımdır. Logo tasarımında kullanılmış olan renkler, yazı karakteri ve tipografik elemanların hepsi, iletişim ortamlarının hepsinde özgün bir etki bırakmak adına bir araya gelmiş olan parçalardan oluşmaktadır (Turkey DTP Kurumsal Kimlik Kılavuzu, 2018: 11).

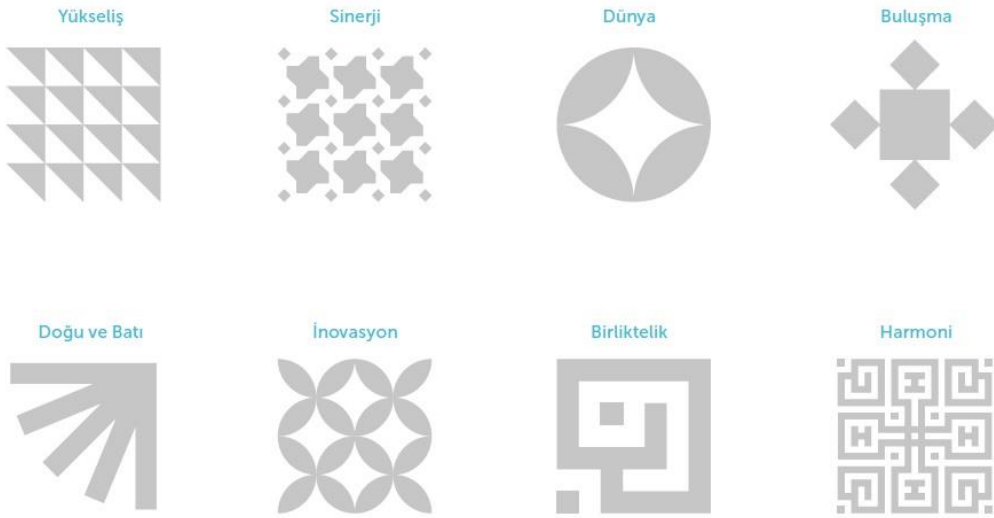


Resim 2. "Türkiye: Potansiyelini Keşfet" Logo Tasarımı Konsepti

Türkiye logosu, yalnızca grafiksel bir unsur olmamakla birlikte aynı zamanda öyküsel bir sembol olması özelliği ile de ülkeyi uluslararası ortamlarda temsil etmektedir. Tasarımda kullanılmış olan figürler, Kufi kaligrafisinde uygulanmakta olan geometrik desenler ve kilim sanatındaki temel formların ahengi bozmayacak bir şekilde kullanılması ile oluşturulmuştur (Turkey DTP Kurumsal Kimlik Kılavuzu, 2018: 13).

Kufi kaligrafisi, İslam mimarisinde ve el sanatlarında yatay ve düşey çizgilerin vurgulanarak oluşturduğu köşeli harfler ile dikkat çekmektedir. Bu özelliği ile de geometrik çizimlere diğer yazı şekillerine göre daha uyumludur (Bakırer, 1982: 1).

Kilim sanatı açısından Anadolu coğrafyası dikkat çekici bir zenginliğe sahiptir. Anadolu kilimlerinde bulunan motifler barındırdıkları anlamları, geometrik ve soyut biçimleri ile yerel kültürün dışında evrensel bir temsil diline ulaşmışlardır (Oyman, 2019: 10).



Resim "Türkiye: Potansiyelini Keşfet" Logo Tasarımı Motifleri

Resim 3’te Türkiye logosunu oluşturan 8 adet geleneksel motif bulunmaktadır. Tasarım içerisinde yer alan her bir motif sırası ile “Yükseliş, Sinerji, Dünya, Buluşma, Doğu ve Batı, İnovasyon, Birliktelik, Harmoni” gibi anlamları ile ülkenin yükselen değerini yansıtmaktadır (Turkey DTP Kurumsal Kimlik Kılavuzu, 2018: 14).



Resim 4. "Türkiye: Potansiyelini Keşfet" Logo Tasarımı

Türkiye logosu kültürel miras kavramı açısından değerlendirdiğinde, tasarımı oluşturan geleneksel motiflerin somut olmayan kültürel miras unsurlarını yansıttığı sonucuna ulaşılabilmektedir. Logo tasarımı, özellikle içerisinde geleneksel değere haiz olan kilim sanatının motiflerini barındırması ve geleneksel hat sanatının yazı biçimlerinden olan Kufi kaligrafisinin izlerini taşıması bakımından önemlidir.

Türkiye logosu grafik tasarım ilke ve elemanları bakımından irdelendiğinde, tasarımın serbest bir forma sahip olduğu görülmektedir. Tasarımda dikey, yatay, eğik ve yuvarlak çizgisel hatlar birlikte kullanılmıştır. Bütün bu çizgisel unsurlarda uyumlu bir kombinasyon söz konusudur. Tasarımın tipografisi, yaratıcı bir etkiyle geleneksel kültürün sembolleri kullanılarak oluşturulmuştur. Tipografik unsur olarak tasarımda bulunan her harf, farklı sembollerin birleşiminden meydana gelmektedir. Bununla birlikte logonun, Türkiye'nin İngilizce karşılığı olan "Turkey" olarak tasarlanması ile hedef kitlenin uluslararası platformlar olduğu ortaya koyulmuştur. Genel anlamda birlikteliğe vurgu yapmak adına bir arada kullanılmış olan bu semboller, ülkenin kültürel birikimini yansıtmaları bakımından önemlidir. Logo tasarımında Türkiye'nin ulusal ve uluslararası platformlardaki temsilinde sıklıkla kullanılmakta olan turkuaz rengi kullanılmıştır. Turkuaz rengin tasarımın bütününe uygulanması ile zıtlığın önüne geçilmiş ve görsel bütünlük sağlanmıştır. Ayrıca Türkiye Cumhuriyeti'nin resmi protokol rengi olarak kullanılmakta olan turkuazın, değişimin ve dönüşümün rengi olması, logo tasarımının hedef kitleye vermek istediği mesajla uyum sağlamaktadır. Logo tasarımının "Discover the potential" (Gücü keşfet) sloganı da bu mesajı destekleyen önemli bir faktördür. Spesifik ve çağdaş bir tasarım diline sahip olan logo tasarımındaki semboller vektörel çizim tekniği ile tasarlanmıştır. Bu teknik ile logo tasarımının, dokusal olarak pürüzsüz bir şekilde uygulanabilirliği sağlanmış, görsel ve yazılı medya platformlarına entegre olması kolaylaştırılmıştır. Tasarımda kullanılmış olan çizgiler, şekiller ve slogan arasındaki ritim ile bütünlüğün sağlandığını söylemek mümkündür. Özellikle sembollerin oran – orantıları bütünlüğü bozmamakta, hiyerarşik dengeyi sağlamakta ve etkiyi artırmaktadır. İki boyutlu olarak tasarlanmış olan logo tasarımının genişlik ve yükseklik ölçüleri mevcut olmakla birlikte düz bir alana sahiptir.

#### Sonuç

Günümüzde tarihi, coğrafi ve kültürel miras kavramlarının önemi artmakta ve bu kavramlar yeni medya unsurlarından kurumsal kimlik tasarımlarına kadar her alana adapte edilerek kullanılmaktadır. Aynı zamanda göstergeler çağının içerisinde bulunduğumuz gerçeğinden hareketle, görsel iletişimin öneminin gittikçe arttığı görülmektedir. Bundan dolayı görsel tasarım unsurları da her geçen gün, günlük yaşamın her alanında karşımıza çıkmaktadır. Bu yaklaşımla görsel kimlik tasarımının önemli bir parçası olarak logo tasarımları, kentlerin ve ülkelerin kültürel yapısını yansıtmaları bakımından adeta bir kartvizit görevi üstlenmektedir.

Çözümlemeye konu olan "Türkiye Potansiyelini Keşfet" logosunda, simgesel olarak betimlenmiş olan öğeler, grafik tasarım ilke ve elemanlarına sadık kalınarak kültürel miras kavramı bağlamında irdelenmiştir. Yapılmış

olan incelemeler ve değerlendirmeler sonucunda, örnekleme oluşturan logo tasarımında bulunan geleneksel motiflerin somut olmayan kültürel miras unsurlarını yansıttığı sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda grafik tasarım ilke ve elemanları bakımından uyumlu ve yaratıcı bir tasarıma sahip olan logo, "Potansiyelini Keşfet" sloganı ile daha güçlü bir etki bırakmaktadır.

Çalışmanın örnekleme olarak "Türkiye: Potansiyelini Keşfet" logo tasarımının çağdaş tasarım tekniği ve dili ile tasarlanmış olduğu belirgindir. Bununla birlikte kültürel kimlik ögesi olarak kültürel miras öğelerinin tasvir edildiği logo tasarımı, ulusal ve uluslararası ortamlarda Türkiye'nin üreten gücünü, ticari geçmişini ve kültürel değerlerini yansıtarak marka değerine katkıda bulunmakta, algılarda iz bırakmaktadır. Bundan dolayı son yıllardaki önemli keşiflerle de insanlık tarihine ışık tutan ve binlerce yıllık köklü bir geçmişe sahip olan ülkemizin ve kurumlarının, kültürel miras unsurlarını yansıtan profesyonel logolar ile temsil alanının genişletilmesi gerektiği düşünülmektedir.

### Kaynaklar

- Ahunbay, Zeynep. Tarihi Çevre Koruma ve Restorasyon. İstanbul: Yem Yayın, 2007.
- Bakırer, Ö. Kufi Yazıda Geometrik Yorumlamalar Üzerine Bir Deneme. *Sanat Tarihi Dergisi* 1 / 1 (Ocak 1982): 1.
- Becer, Emre. İletişim ve Grafik Tasarım. Ankara: Dost Kitabevi, 2002.
- Binan, D. Ulusoy – Cantimur B. Burcu . " Koruma Alanında Somut ve Somut Olmayan Boyutlarıyla Miras Kavramının Gelişimi Ve "Yerin Ruhü" . Ed. N. Özasan ve D. Özkut. Mimari Korumada Güncel Konular İçinde. Haz. Binan, D. Ulusoy – Cantimur B. Burcu. 175 – 191. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2010.
- Çamdereli, Mete. Reklam Arası. Konya: Tablet Yayınevi, 2006.
- Çelikten, Mustafa. " Kültür ve Öğretmen Metaforları ". *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 21 / 2 (Aralık 2006): 269 – 283.
- Ergin, Muharrem. Üniversiteler İçin Türk Dili. İstanbul: Bayrak Basım Yayım Dağıtım, 2002.
- Karabulut, Burak. Logonun Kent Markalaşmasına Olan Etkisi: Ege Bölgesi'nde Yer Alan Şehirlerin Logolarının Görsel Göstergebilimsel Analizi. Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, 2013.
- Kasım, Köksal. Kültürel Miras Eğitiminin Görsel Sanatlar Dersinde Verilmesine Yönelik Öğretmen Görüşleri. Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, 2019.
- Kırdar, Yalçın. " Marka Stratejilerinin Oluşturulması ve Coca – Cola Örneği". *Rewiev of Social, Economic & Business Studies* 3 / 4 (2005): 240.
- Knapp, E. Duanne. Marka Akı. Çev. Azra Tuna Akartuna. İstanbul: MediaCat Yayınları, 2003.
- Lynch, Kevin. The Image of The City. Cambridge: The MIT Press, 1960.
- Mckercher, Bob – Cross Hilary . " Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management". *International Journal Of Contemporary Hospitality Management* 15 / 7 (Haziran 2002): 413.
- Oyman, R. Naile. Bazı Anadolu Kilim Motiflerinin Sembolik Çözümlemesi. *Arış Dergisi* 14 (Haziran 2019): 10.
- Öcal, Oğuz. Somut Olmayan Kültürel Miras Nedir? Ankara: Geleneksel Yayınları, 2013.
- Ören, Şenkaya. " Kültür ve Davranış İlişkisi". *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 25 (Şubat 2013): 307-314.
- Özbaş, Banu. "İlköğretim Sosyal Bilgiler Derslerinde Kültürel Miras Eğitimi". Ed. Mustafa Safran. Sosyal Bilgiler Öğretimi. Haz. Banu Özbaş. 745. Ankara: Pegem Akademi, 2012.
- Özkartal, Zeki. " Bir Kültürel Mirasımız "İsparta Yıllankırkan Çeşmesi". *Akdeniz Sanat Dergisi* 8 / 15 (Mart 2015): 27.
- Süt, E. Ali. Kültürel Miras Olarak Yöresel Yiyeceklerin Gastronomik Varlık Öğelerinin Kültürel Kimlik Üzerinden İncelenmesi: Mersin Tantunisi Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, 2019.
- Tek, Ö. Baybars (1999). Pazarlama İlkeleri – Global Yönetimsel Yaklaşım Türkiye Uygulamaları. İstanbul: Beta.
- Turkey Discover the potential, Kurumsal Kimlik Kılavuzu Versiyon 2.0. (Aralık 2018) 25 Ekim 2019. <http://www.turkeydiscoverthepotential.com/tr>



Türk Dil Kurumu, Güncel Türkçe Sözlük. TDK. (2019)

Vecco, Marilena. "A Definition of Cultural Heritage: From the Tangible to the Intangible ". *Jornal of Cultural Heritage* 11 / 3 (Temmuz 2010): 321 – 324.

Görsel Kaynaklar

Görsel 1. "Türkiye: Potansiyelini Keşfet" (Turkey: Discover the potential) Logosu ve Sloganı, <http://www.turkeydiscoverthepotential.com/tr/Home/Downloads> , Erişim Tarihi: 10.12.2019

Görsel 2. "Türkiye: Potansiyelini Keşfet" Logo Tasarımı Konsepti, <http://www.turkeydiscoverthepotential.com/tr/Home/Downloads>, Erişim Tarihi: 10.12.2019

Görsel 3. "Türkiye: Potansiyelini Keşfet" Logo Tasarımı Motifleri, <http://www.turkeydiscoverthepotential.com/tr/Home/Downloads> , Erişim Tarihi: 10.12.2019

Görsel 4. "Türkiye: Potansiyelini Keşfet" Logo Tasarımı, <http://www.turkeydiscoverthepotential.com/tr/Home/Downloads> , Erişim Tarihi: 10.12.2019

# FIGURATIVE ANALYSIS OF “TURKEY: DISCOVER THE POTENTIAL” LOGO THROUGH THE PERSPECTIVE OF CULTURAL HERITAGE

Sinan ÇAKMAK

## Abstract

Institutional logo designs, where historical and cultural values of countries are reflected as a symbol, contributes to the publicity of the country concerned. Especially the symbols used in the logo designs are important in terms of reflecting the values regarding the cultural heritage of countries. Therefore, it may be asserted that the adoption of the symbols described in the institutional logo designs of countries by other countries or societies contribute positively to the recognition of the country concerned. When the societies, which have existed throughout the historical process are examined regarding their traditional and cultural values, their owning these values through transferring them to future generations and their permanence in the world arena are related. Accordingly, the determination of to what extent and how “Turkey: Discover The Potential” logo design reflect the cultural values of the city puts forth the main objective of the study. In this study, qualitative research methods were used, and the necessary literature search was performed concerning cultural heritage and logo design. The concrete and abstract factors that were symbolized in the logo design concerned were evaluated. The logo design of the “Turkey: Discover The Potential” were scrutinized regarding cultural heritage elements and analysed adhering to the graphic design principles.

**Keywords:** Cultural heritage, logo, design, graphic design