 DOI: 10.7816/idil-07-52-12

ADANA MERSİN VE ANTALYA'NIN KİMLİK GÖSTERGELERİ OLARAK KENT LOGOLARINI ÇÖZÜMLEMEK

Hüseyin DEMİR

Prof., Mersin Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, hdemir(at)mersin.edu.tr

Anahtar kelimeler:
Logo, Kent Logoları, Marka, Kentsel Kimlik, Akdeniz Kentleri, Göstergebilim

ÖZ

Yirminci yüzyılın başlarından itibaren grafik tasarım alanı çok hızlı bir gelişme göstermiştir. Bu süreçte, grafik tasarım alanında giderek daha özgün ve nitelikli işler üretilmiş ve grafik ürün çeşitliliğinde baş döndürücü bir artış sağlanmıştır. Özelikle, yeni yazı fontlarının tasarlanmasıyla tipografi bu süreçte en önemli gelişme gösteren alan olmuştur. Yazı çeşitliliği ve tipografi tasarımıyla birlikte simgesel anlatımın önü açılarak modern tasarım anlayışının yaygınlaşması sağlanmıştır. Tipografideki yenilikler, simge yaratıcılığı ve özgün buluşlar, kurum ve kuruluşların kimlik göstergelerinde de yer almaya başlamıştır. Böylece kurum ve kuruluşların iş ve hizmet alanlarını en iyi şekilde yansıtan, onlara görsel bir kimlik kazandıran yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde kabul görülmelerini sağlayan logo tasarımı, başta ülkelerin başkentleri ve büyük şehirleri olmak üzere, neredeyse her kentin kimlik göstergesi olarak temsil edilmeye başlanmıştır.Kent logoları, kurumsal kimlik göstergeleri olarak, iletişim etkinliklerinde öne çıkan ve kentlerin tanıtılmasını, tanımlanmasını ve kent kültürünün algılanmasını sağlayan kimlik öğeleridir. İyi bir kent imajı oluşturup simgesel bir görüntü sağlayan logolar, kitlelerin zihinlerinde yer edinip etkili birer iletişim görevi gören ve aynı zamanda markalaşmaya da yardımcı olan göstergelerdir. Bu çalışmada tarihisel, kültürel, coğrafi ve iklimsel benzerlikleri üzerinden Akdeniz Bölgesi Kentleri olan Adana, Mersin ve Antalya büyükşehir belediyelerinin kimlik göstergeleri olarak logolarının anlamları, biçimdizimi ve yararlılıkları bağlamında çözümlemeleri yapılacaktır.

TO ANALYZE THE CITY LOGOS OF ADANA MERSİN AND ANTALYA AS IDENTITY INDICATORS

Keywords:
Logo, City Logos, Brand, Urban Identity, Mediterranean Cities, Semiotics.

ABSTRACT

Since the beginning of the twentieth century, the graphic design area has been developed very rapidly. In this process more and more original and qualified. Works have been produced in the field of graphic design and a dazzling increase has been achieved in the graphic product variety. Especially by designing new fonts, typography has been the most important developing field in this process. With the diversity of typography and typography design, the way for symbolic expression has been opened and the modern design perception has become wide spread. Innovations in typography, icon creativity and original inventions have started to take place in the identity indicators of institutions and organizations. Thus, the logo design, which reflects the working and service areas of the institutions and organizations in the best way and gives them a visual identity at the local, national and international level, has started to be represented as an identity indicator of almost every city, especially the capitals and the big cities of the countries.The city logos as indicators of corporate identity are the elements of identity that comein to prominence in communication activities and which enable the identification and identification of cities and the perception of urban culture. Logos, which create a good urban image and provide a symbolic image, are indicators that take place in the minds of the masses and serve as an effective communication and also help in branding. In this study, the logos which have the identity indicators of the metropolitan municipalities of Adana, Mersin and Antalya, their meanings, form strings and their usefulness will be contexted and their analyzes will be done.

DOI: 10.7816/idil-07-52-12

GİRİŞ

Yirminci yüzyılın başlarında sanat ve tasarım alanının teori ve pratiğinde giderek artan yeni yaklaşımlar, özelikle grafik tasarım alanında önemli gelişmelere ve dönüşümlere neden olmuştur. Anılan yüzyılda, hem teori ve hem de pratikteki bu değişimlerin asıl tetikleyicisi olan güç, yirminci yüzyıl sanat ve tasarım ortamının getirdiği yenilik, çeşitlilik ve seri üretime olanak sağlayan makine gücünün işlevleri olmuştur.

Bu yeni dönemde, modern sanat hareketlerinin etkileriyle yeni sanat üretim biçimlerinin geliştirildiği dünyada -ticaretin ve iletişimin hızla gelişerek ülkelerinin sınırlarını

aştığı ortamda- grafik tasarım alanının da giderek geleneksel tasarım anlayışını geride bıraktığı ve yerini görsel düşüncenin kuramsal yanına dayalı yeni tasarım ve yaratma biçimine bıraktığı görülmektedir. Yeni ortam, sanatçı ve tasarımcı ayırımının netleşmesine grafik tasarımın kendi bağlamında yeni bir özerkliğe kavuşmasına önayak olduğu görülmektedir. Bununla beraber, yirminci yüzyılın hem düşünce hem de teknolojik devrim alanında sağladığı gelişmeler grafik tasarım alanını, diğer alanlara göre, daha hızlı ve nitelikli besleyip geliştirdiği anlaşılmaktadır. İletişimdeki köklü değişmeler grafik tasarım alanında faaliyet gösteren tasarımcılara da büyük sorumluluklar yüklemiş ve bu bağlamda, grafik tasarım giderek nitelikli uygulamalarla iletişim alanını desteklemiştir. Anılan yüzyılın en büyük icadı olan bilgisayarın tasarım sürecine dahil olmasıyla, yeni tasarım ve üretim imkanlarının doğmasına, içeriğe uygun özgün ve nitelikli biçimlerin üretilmesine yaramıştır. Yine, baskı teknolojisi başta olmak üzere, fotoğrafın ve ardından bilgisayarın sağladığı olanaklar; tasarımın üretim ve tüketim süreci içerisindeki yerinin sorgulanmasına ve yeni bir tasarım algısı ve beğenisinin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Bu yeni ortamın olanakları sayesinde gerçekleşen tasarım pratiğindeki yenilikler, her alanda olduğu gibi, grafik tasarım alanında daha kalıcı ve etkili izler bırakmıştır. Grafik tasarımın gelişmesiyle, başta reklamcılık olmak üzere, sosyal yaşamın neredeyse her alanında tüketimi özendiren yeni bir tasarım ve sunum/sergileme anlayışı hakim olmaya başlamıştır. Grafik tasarımdaki bu gelişmeler topyekun bir estetik ve beğeni anlayışının toplumsal yaşamda yerleşmesine öncülük etmiş ve yeni bir kent estetiği, iç ve dış mekanlarda bilgilendirme ve yönlendirme tasarımı, açık hava reklamcılığı, basın yayın alanı, ambalaj grafiği ve özelikle afiş tasarımı ile kurumsal kimlik öğeleri olan logo ve amblemde adeta bir çığır açtığı görülmektedir.

Bu bağlamda, grafik tasarımın gelişmesi süreciyle birlikte, yazı ve tipografi tasarımı alanında daha etkili ve hızlı değişimler yaşanmıştır. Yeni yazı karakterlerin zenginliğiyle birlikte, grafik tasarım üretiminde ve sunumunda, araştırmacılar ve özelikle yeni grafik tasarımcılar için devrim niteliğinde bir gelişme olarak değerlendirilmiştir.

Anılan bu yüzyıl, deyim yerindeyse bir kimlik yarışı içinde geçen süreç olarak da değerlendirilmiştir. Her kuruluş, hizmet ya da kişi kendi imzası niteliğinde logo oluşturma yarışına girişilmiştir. Kurumsal kimliğin ilk örneklerine, yüzyılın başlarında dünyada önemli üretim ve pazarlama stratejilerini kavrayan kuruluşlar öncülük etmişlerdir. Bugün üretim, dağıtım ve tüketimde dünya devi sayılan şirketlerin tümü 1900'ların ilk çeyreğinde başlayarak (bazıları daha önce) kurumlarının kimliğini, markasını yansıtan ve iletişim ve pazarlamada simgesel tüketime olanak tanıyan logo ve amblem tasarımına öncelik vermişlerdir. Böylece logo kullanmak fikri kısa bir sürede hızla yayılarak, en büyükten en küçük işletmeye kadar, kurum ve kuruluşların kurumsal kimlik göstergesi özeliğini almıştır.

KENTSEL LOGOLAR

Logo, farklı alanlarda iş ve/veya hizmet üreten işletme kurum ve kuruluşları temsil etmek üzere; harf, yazı veya simgelerden oluşan ve iletişim sağlayan göstergedir. Özgün karakteriyle kurum ve kuruluşları birbirinden ayırarak önemli bir işlev yüklenen logo aynı zamanda, işletme ve kurumlar için bir kimlik görevi görmektedir. Bu özelikleriyle logo, farklı görsel karakterler ve farklı anlamlar sayesinde rakiplerinden ayrılır ve hedef kitle tarafından özel bir değerde algılanır ve zihinde tanımı ve biçimiyle bir görsel kimlik oluşturur. Böylece özgünlüğü, niteliği ve çarpıcılığı ile kurum ve

kuruluşları temsil edip iş ve hizmet anlayışlarına değer katan logo aynı zamanda, markalaşma eğiliminde de kurumlara önemli katkılar sağlamaktadır.

Son yıllarda, başta büyükşehir belediyeleri olmak üzere, pek çok il ve ilçe belediyesi markalaşma algısını yerleştirmek için, kurumsal kimlik göstergesi olarak logonun da önemini kavramış durumdadırlar. Öncelikli görevi kentleri bir simge veya yazıyla tanımlayan ve bir temsil görevi gören logo aynı zamanda kentin tarihini, sosyal ve ekonomik yapısını, kültürünü, iklimsel ve coğrafi özelliklerinden birini veya bir kaçını bünyesinde toplayarak, söz konusu simge veya sembol üzerinden, kitlelere direkt ya da dolaylı olarak bilgi aktaran bir işleve sahiptir. Kurum kimliği olarak kullanılırken logo; söz konusu kentin önemli özelliklerini, nitelikleri, özgün yapılarını ve tüm hizmet ve faaliyetlerini simge görevi ile aktarırken aynı zamanda kentin marka kimliğine de hizmet etmiş olmaktadır.

Kent ortamında insanlar, günlük yaşamlarında her an farklı iletişim materyalleriyle karşı karşıya gelmektedirler. Özellikle kentlerde hizmet veren kurumların kimlik göstergeleri iletişim sağlamak, kentlilik bilincini ve aidiyet duygusunu geliştirmek bağlamında kent insanına daha yakın ve gelen örneklerdir. Büyükşehirlerde her an insanların karşı karşıya geldikleri logolar; kenti betimleyen, kent hakkında bilgi aktaran ve yüklendikleri anlamlarla kent ile insanlar arasında sağlıklı iletişim sağlayan göstergelerdir. Bu özelliklerinden dolayı simgesel ve güçlü bir temsil görevi olan logo, hem yerel sınırlar içinde hem de dışında, kentlerin daha çok tanınır hale gelmelerini sağlayan önemli göstergelerdendir.

Günümüz rekabet ortamında, kurum ve kuruluşların özgün ve güçlü bir imaj oluşturmaları ve özellikle markalaşmaları yalnızca iş ve hizmet alanındaki nitelikler ilgili değil, sektör bağlamında kendilerini farklı ve özel kılacak görsel kimlikleri ve bu kimlikler bağlamında tanıtımlarındaki başarılar de belirleyici olmaktadır.

Ticari işletmeciler gibi kent yöneticileri de kurumsal olarak markalaşma yönünde çaba göstererek, görsel göstergeler yoluyla, yönetmekte oldukları kurumların yerel, ulusal ve uluslararası alanda tanınmalarını sağlamaya çalışmaktadırlar. Sosyal yaşamda iletişimde ve ticarette sınırların kalktığı dünyada, beli bir rekabet içinde olan ve işletmelerin yaptığı gibi, hizmet veren sektörlerin yöneticileri de, farklı özeliklerini birer kimlik göstergesi ile temsil edilmesini istedikleri kaçınılmaz olmaktadır. Öncelikle, kentlerin bilinen ancak tanınmayan özeliklerini, marka imajı yaratmak ve bir rekabet ortamında kentlerini öne çıkarmak, kent yöneticilerinin yönetim anlayışı ve vizyonuyla ilgili olduğunu belirtmekte yarar vardır. Bir kentin nitelikleriyle tanınabilmesi ve bir ürün gibi tüketilebilmesi ancak, o kentin yapılan/yapılacak olan bütün hizmetlerinde, planlamasında ve tanıtımında nitelikli bütünlük ile mümkün olabilmektedir. Kent kimliğinin inşası da, doğal olarak anılan bu etkinliklerin yerel, ulusal ve ulus ötesi bağlamda tanınmasını ve tüketilmesini sağlamanın yolu doğru tanıtım ve iletişim kurma etkinlikleriyle olabilmektedir. Zira bu durum, ulusal ve uluslararası bağlamda tanınmak için, kentleri doğrudan küresel rekabette yer alacak bir görsel kimliğe ihtiyaçlarının olduğu gerçeği ile karşı karşıya getirmektedir. Bu bağlamda kentlerde logo seçimi genellikle o kentin tarihsel, sosyolojik, antropolojik, folklorik, dini, politik, iklimsel, coğrafi ve kimi kavramsal özelikleri arasından, bir ya da birkaç öğeden oluşabilen göstergeyi/göstergeleri kullanmakla gerçekleştirildiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Görsel kimlik göstergesi olarak öne çıkan logo, ilgili algılayıcı kitle ile kent arasında iletişim köprüsü kurup karşılıklı yarar sağlayan bir simge görevi görmektedir. Bu yönüyle kent yöneticileri, yurtiçinde ve yurtdışında yürütülen kültürel faaliyetlerini, sosyal projelerini ve kentlere dair her türlü hizmetlerini, simgesel iletişim sağlayan logoları üzerinden kitlelere yansıtmaktadırlar. Gösterilen bütün bu faaliyetler, genellikle kentlerin simgesi olan logoları üzerinden yansıtılırken aynı zamanda, kentin marka değerini gösteren, arttıran ve de pekiştiren önemli görev yerine getirilmektedir.

1. Kentsel Markalaşmada Logonun Önemi

Günümüz rekabet ortamında, uluslararası alanda faaliyet gösteren, farklı iş ve hizmet üreten kurum

DOI: 10.7816/idil-07-52-12

ve kuruluşların en stratejik hedeflerinden biri markalaşmaktır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, tıpkı iş ve ürün üreten işletmeler/kuruluşlar gibi, kentlerin de diğerlerinden farklı ve ancak daha güçlü, daha özel yönlerini ortaya koyacak nitelikte bir imaja sahip olmalarını istemeleri kaçınılmaz olmaktadır. Başta kentlerde yürütülen sosyal projeler, kültür sanat faaliyetleri ve her türlü hizmet faktörü kentin marka kimliğinin oluşmasına katkı sağladığını söylemek mümkündür. Bu bağlamda, kentin en belirgin, en karakteristik özeliğini belli sembollerle göstererek markalaşmasına olanak tanımak kent yöneticilerinin de stratejik hedefleri arasında olduğu bilinen bir gerçektir.

Logo çoğunlukla simgesel bir tüketim göreviyle kurum ve kuruluşun tüm özelliklerini bünyesinde toplayabilen ve markaya direk ya da dolaylı işaret eden bir işleve sahiptir. Bundan dolayı günümüzde bütün kentler rekabet içinde olup görsel kimliklerini öne çıkaran hizmetleriyle markalaşmakta oldukları ve marka kimliğini güçlendirmek için de özgün bir logoya sahip olmak istedikleri söylenebilir. Günümüzde yenilik, rekabet ve kaliteli hizmeti temel hedef olarak benimseyen kent yöneticileri, özgün logo veya amblem tasarımlarıyla, farklı olduklarını ve nitelikli hizmetler sunduklarını kanıtlamaya çalışmaktadırlar. Bu bağlamda, kentler için yüksek katma değer oluşturabilen pek çok gösterge sıralamak mümkündür. Bu göstergeler arasında öncelikli olarak kentsel yönetimlerin birer çağdaş yönetim anlayışlarına sahip olmaları başta olmak üzere, nitelikli hizmet sunmaları, sürekli ve yararlı kültür sanat etkinliklerini gerçekleştirmeleri, bütün sosyal tabakalarla yararlı halkla ilişkiler faaliyetleri yürütmeleri gerekmektedir.

Ancak dünyada ve ülkemizde, benzer özelliklerinden dolayı zor ayırt edilebilen kent logolarının sıklıkla kullanılmakta olduğu söz konusu olabilmektedir. Özellikle ülkemizde, farklı gibi gösterilen ve ancak simge ve sembol benzerliğinden ve birbirini anımsatan özelliğinden dolayı ayrıt edici özellikler bakımından zayıf kalabilen çok sayıda kent logosuna rastlamak mümkündür. Günümüzde kent logolarının seçiminde ve kullanımında moda denilebilecek girişimler, tutumlar bu olumsuzluğu yaratan temel nedenlerdendir. Örneğin ülkemizde dinsel göstergeler olarak, bütün bir cami simgesi ya da minare, kubbe, hilal gibi sembollerin sıkça bu alanda kullanıldığını görmek mümkündür. örnek vermek gerekirse; İstanbul, Ankara, Bursa, Sivas ve daha birçok il, ilçe ve belde logolarının birbirine benzer özelikleri taşıyan cami sembolüyle temsil edilmeleri kurumsal kimlik göstergesi ve markalaşma bağlamında kimi sakıncaları da beraberinde getirdiği kesindir. Bu örneğe benzer daha pek çok ortak özellik gösteren gösterge ile temsil edilen kentleri saymak mümkündür. Örneğin; logolarında kale, dağ, sur, deniz, güneş gibi sembolleri kullanan pek çok belediyeyi saymak mümkündür. Yine kimi duygusallıklarla ülkenin bayrak simgesini, kurucu lider veya devlet adamlarına ilişkin görselleri ve ortak özelikleri barındıran başka görselleri kullanmak da alışagelmiş bir durumdur.

Öyle ki ülkemizde, özgün kimlik oluşturmak bağlamında kent yöneticilerinin bu tutumları oldukça yaygın olup, marka kimliği kültürünün henüz tam olarak yerleşmediği sonucunu doğurmaktadır. Öteden beri, farklı kentlerin benzer logo kullanmaları, yukarıda da bahsedildiği gibi çoğunlukla moda bazen de politik tercihlerle öne çıkabilen uygulamalar olduğu anlaşılmaktadır.

Benzer görsellere yer vermekle, kent logoları arasında okunmaya ve kavramaya ilişkin farkın azalmasına yol açabildiği gibi, kentlerin kendilerine özgü niteliklerini, yeni hizmetlerle sağlanan çağdaş yaşam şartları, planlamalar, kitle eğilimine göre strateji belirleme gibi kriterleri ve kentin varsa marka kimliğini yansıtmada kimi olumsuzluklara neden olabilmektedir.

Günümüzde rekabet, tıpkı işletmelerde olduğu gibi kentte yaşayanlar ve kentleri ziyaret edenler için değer yaratmaya yönelik bir avantaj sağlamaktadır. Benzer yapılara, organizasyonlara ve özeliklere sahip kentlerin, rekabet sonucu üstünlük sağlamaları ile hem kentte yaşayanların beklentilerine cevap verilmesi ve hem de ülke geneline değer sağlamaya yönelik eğilimin elde edilmesi gerekmektedir.

Kentlerde sürdürülebilir marka değerini üstün kılacak değerler; sunulan hizmetlerin ve kentte katılan değerlerin, rakip olabilecek ve benzer özeliklerde hiz-

met ve faaliyet sürdürebilen diğer kentlerin elde ettiği değerlerden daha fazla olmak zorundadır. Yerel düzeyde sürdürülen hizmet ve faaliyetlerden ayrı, ülke ve hatta küresel boyutta yeniliklere, değişimlere özgün fikirlere ayak uydurabilmeleri günümüzde kentlerinin ve yöneticilerinin öncelikli işleri arasında olmalıdır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, var olan yerel değerlerin yanı sıra yaratıcı ve yeni stratejilerin geliştirilmesi, iş üretim ve hizmet bağlamında verimliliğin artırılması, kentte yaşayanların bu değişimlerden yarar sağlamaları kazınılmaz olmaktadır. Farklı sosyal ve yaş guruplarının ihtiyaçları, öncelikleri ve beklentileri her kentte farklı olabilmekte ve sürekli değişebilmektedir. Bu bağlamda, yeni rekabet koşullarında kent yöneticilerinin toplumun bu beklentilerini yerinde, zamanında ve toplum merkezli düşünmeyi gerektirdiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Diğer bir değişle, yaşadığımız bu yeni rekabet ortamında, faaliyetler, üretimler, hizmetler ve hatta kültür sanat etkinlikleri gittikçe birbirine benzemekte ve kentlerin özelinde yaşatılan ve sunulan farklılıklar gittikçe zorlaşmaktadır. İşte bu nedenle kent kimliğini ve marka değerini artırıp daha belirgin hale getirerek sürekliliğini sağlanması ve kentin özeli olan faaliyetleriyle farklılığını ortaya konulması kentsel markalaşmada önemli göstergeler olarak algılanmalıdır.

LOGO ÇÖZÜMLEMELERİ

1. Adana Büyükşehir Belediyesi logosu

(Resim 1)

Adana İli, farklı özellik ve niteliklere sahip bir kent olarak çok çeşitli göstergelerle anılabilen bir özeliğe sahiptir. Klikya olarak adlandırılan büyük bir uygarlığın kalıntılarının bir kısmında bulunan, nispeten denize kıyısı olan, tarımsal üretimde özellikle pamuk üretiminde ilk sıralarda bulunan, narenciye alanında özel bir yeri olan Adana ayrıca, Toros Dağları ile de anılan bir kenttir. Bu bağlamda, Adana Büyükşehir Belediyesi kentsel kimlik göstergesinde; kentin tarihi geçmişi, denizi, nehir ve üzerindeki baraj gölüyle, tarımsal üretimi ve iklimsel özelikleriyle öne çıkmaktadır.

Makaleye konu edilen söz konusu logoyu; anlamsal, biçimdizimsel ve yararsal olarak üç başlıkta çözümlemek mümkündür.

Anlamsal olarak Adana Büyükşehir Belediyesi logosu; zemini açık gri bir daire formunda oluşturulmuştur. Dairenin üst tarafında 'Adana' alt tarafında ise 'Büyükşehir Belediyesi' yazı birimi yer almaktadır. Yazı 'Arial Black' fontuyla ve daire formuna uygun bir şekilde ve aynı logoda yer alan diğer göstergeleri çevrelemiş dizilmiştir (Resim: 1). Söz konusu logoda, Seyhan Nehri ve üzerindeki tarihi köprüyü imleyen mavi renkli alan göze çarpmaktadır. Köprü imgesinin tam ortasında ve ön kısmında Adana şehir merkezindeki saat kulesini imleyen üç boyutlu gri tonda bir yapı görseli yer almaktadır. Anılan bu yapının üst arka kısmında, gökyüzünde olduğu izlenimini veren ve güneşi imleyen bir daire ve dairenin etrafında ise haleler şeklinde turuncu-sarı renk geçişinde bir alan yer almaktadır. Turuncu ve sarı alanın dış alt kısmını sağlam olarak destekleyen bir yeşil kuşak yer almaktadır. "İlk bakışta pamuk kozasını andıran logo, Adana kenti ile pamuğu özdeşleştirmekle birlikte, bol güneşli Akdeniz ikliminin kavurucu sıcağını ve Çukurova'yı anımsatmaktadır" (Çamdereli vd. 2006: 243). Pamuk kozası olarak gösterilen kısmın alt tarafındaki yeşil renk aynı zamanda "bolluk ve bereket göndergesi içermektedirler. Saat kulesi betilemesi, Adana'nın zamana karşı direnmeyi başardığını ve her zaman güçlü, gelişmeye açık, aynı zamanda tarihsel bir kent imgesi taşıdığını göstermektedir" (Çamdereli vd. 2006: 243).

Adana Büyükşehir Belediyesi logosu biçimdizimsel olarak ele alındığında; açık gri daire formu içindeki birimler belli bir düzen içinde birbirileriyle ilişkilendirilerek oluşturuldukları görülmektedir. Bu bağlamda söz konusu logo üzerinden tarihi, kültürel, coğrafi ve iklimsel özellikleriyle Adana'nın kimlik göstergesinde bir dizi eleman birlikte aktarılmıştır. Bu çoklu elemanın bir arada ve doğrudan sunulması anılan kentin kurumsal kimliği konusunda algıda kolaylık ye-

 DOI: 10.7816/idil-07-52-12

rine zorluklar yaşattığını söyleyebiliriz. Logo, illüstratif bir görüntü sergilemekte olup çok elemanlı, çok parçalı ve gereksiz renk geçişleriyle direk mesaj ileten özeliğe sahiptir. Öyle ki, bütün bu elemanların birlikte kullanılmış olması, bir resim alanı için kabul edilebilir ancak, logonun özelikleri ve nitelikleri açısından çözümün zorlaştığını ve bu anlamda bir dizi sorunu beraberinde getirdiği görülmektedir.

Adana Büyükşehir Belediyesi logosu, birçok yönden Adana'nın özelliklerini öne çıkarmaktadır. Geçmişte bir tarım kenti olarak pamuk üretimi kentin en önemli gelir kaynağı olduğu için logoda pamuk kozasını çağrıştıran bir görsele yer verildiği görülmektedir. Söz konusu bu görsel ile birlikte yeşil bir kuşak yeryüzüne, sarı-turuncu renk geçişiyle verilen alan da gökyüzüne gönderme yapmaktadır. Ayrıca, Adana'nın denizle olan bağlantısından çok logoda, mavi renkle gösterilmiş alanla da Seyhan Nehri ve baraj gölüne gönderme yapıldığı anlaşılmaktadır. Anılan logoda, Adana'nın tarihiselliğine, geçmişine ve köklü bir yapıya sahip olduğunu gösteren tarihi saat kulesi ise ayrı bir detay olarak yer almaktadır. Bütün bu özellikler (deniz, nehir, baraj gölü, tarihi köprü, turuncu gökyüzü, pamuk kozası, güneş, yeşil kuşak-yeryüzü ve tarihi saat kulesi), kente dair önemli göstergelerdir. Çok renkli ve çok elemanlı bir yapı sergilediğinden logo, adeta bir illüstrasyon özelliğini yansıtmaktadır. Bu kalabalık göstergelerle birlikte, anılan logo çok elemanlı, çok anlamlı ve aynı zamanda tasarım niteliği ve özgünlüğü açısından bekleneni tam olarak karşıladığı konusu tartışma götürür.

Adana Büyükşehir Belediyesi logosu, mesaj iletmek konusunda, nitelikli ve işlevsel bir logoda olması gereken sadeliğe sahip olmadığı ve grafik tasarım açısından birçok yönüyle zayıf kaldığı için amacına uygun olduğu söylenemez. Hizmet sektöründe yer alan söz konusu belediyenin, çok farklı yerlerde ve ebatlarda reklam ve tanıtım faaliyetlerine girişmesi beklenen bir durumdur. Teknik olarak, gereğinden fazla renk geçişlerine sahip olması ve ayrıca çok elemanlı yapısıyla anılan belediyenin logosu; en küçük boyut olan rozet kullanımından açık alanlardaki çok büyük boyu tanıtım araçlarında beklenen sonucu verdiğini söyleyemeyiz. Bu yönüyle teknik zorluklar yaşatabilme özeliğine sahip olan logo, aynı zamanda nitelik, özgünlük, algıda kolaylık, teknik çözümleme ve işlevsellik gibi özelikler açısından da bekleneni karşılayamamaktadır. Öyle ki, çoğunlukla o kentteki insanların duygularına hitap edecek şekilde, göstergelerde yerel unsurların direk ve moda alışkanlıklarla kullanılması ve özellikle simge ve sembol oluşturmada zayıf kalınması, logonun alanına istendiği ölçüde yarar sağlamadığı sonucunu doğurmaktadır.

2. Mersin Büyükşehir Belediyesi logosu

(Resim 2)

Mersin, farklı özellik ve niteliklere sahip bir yerleşim alanı olarak çok çeşitli göstergelerle anılabilen bir kenttir. Klikya olarak adlandırılan büyük bir uygarlığın kalıntıları üzerinde yer alan Mersin kenti, denize kıyısı bulunan, narenciye üretiminde bölge illerine göre ilk sıralarda olan ve coğrafi olarak Toros Dağları ile yakın bir konumda bulunmaktadır. Bu bağlamda, Mersin'in kentsel kimlik göstergesi olan logosu; kentin tarihi geçmişi, denizi, tarımsal üretimdeki zenginliği ve iklimsel özelikleri bağlamında birkaç göstergeyi üzerinde barındırarak iletişim sağlamaktadır. Anılan logo anlamsal, biçimdizimsel ve yararsal açıdan ele alındığında şöyle bir sonuç elde etmek mümkündür:

Mersin Büyükşehir Belediyesi logosu, soyut iki dairenin (mavi-turuncu) aynı alanda yer aldığı ve kentle ilişkilendirildiğinde her iki dairenin farklı kavramları temsil ettikleri anlaşılmaktadır. Mavi renkli daire, diğer göstergelere göre daha büyük bir yapıda olduğu için ilk algılanan gösterge olup deniz ve gökyüzüne gönderme yapmaktadır. Daire formunda olan logo gökyüzü, güneş ve deniz esprisini gösterecek şekilde anlam kazanmaktadır. Büyük mavi dairenin üst kısmında, (gökyüzü olarak algılanan alan) turuncu renkle imlenmiş olan küçük daire hem güneşi ve hem de Mersin'in diğer özellikle-

rini temsil etmesi açısından önemlidir. Söz konusu bu turuncu dairenin, logoda yer alan diğer göstergelerle ilişkisi açısından, öncelikle güneş imgesi olarak algılandığı görülmektedir. Turuncu daire aynı zamanda, tarım alanında özelikle narenciyenin öncelendiği Mersin kentinin bir diğer özeliğini imlemektedir (Resim 2). Gökyüzü olarak gösterilen dairenin orta kısmından itibaren enlemesine maviyi beyaz konturlarla ayıran çizgiler deniz dalgası imajı yaratacak şekilde tasarlanmıştır. Bu dalgalı kısım içinde, Mersin kentine gönderme yapmak amaçlı 'M' harfi okunabilecek bir şekilde oluşturulmuştur. Söz konusu harfin yapısı ve konumlandırılışı aynı zamanda, Mersin'in iklim, coğrafi, folklorik ve arkeolojik özeliklerini aktaran birkaç kavrama -Toros Dağları, beli-belirsiz arkeolojik kalıntılar, çalışan insan figürü (yörük kültürü), deniz taşıtı (gemi) görüntüsü gibi- daha gönderme yaptığını söylemek mümkündür. Logo, kurum adıyla birlikte üç parçalı sade bir görünüm sergilemektedir. Ayrıca, dairenin dış kısmında ince bir çemberle ayrılmış beyaz alan içinde Ariel Black fontuyla Mersin Büyükşehir Belediyesi yazısı ve 1993 tarihi bilgisine yer verilmektedir.

Biçimdizimsel olarak çok parçalı gibi görünse de, mavi renkle imlenmiş daire formundaki logo, bir bütün olarak algılanmakta ve diğer elemanlarla sağlam bir ilişki içinde olduğu görülmektedir. Anılan logo, Akdeniz Bölgesi'nin sıcaklığına, denizine, güneşine, Toros Dağları'na, arkeolojik kalıntılara ve en önemlisi de narenciyeye dair ipuçlarıyla Mersin kentinin sahip olduğu pek çok özelliği bir arada göstermektedir. Ayrıca mavi olarak belirlenmiş alanının dış kısmında, okunmak ve bilgi vermek amacıyla, daireyi çevreleyen ve bütünü bozmayan bir yapıda kurum ismi, seçilen font, punto ve renk itibarıyla koruyucu bir şemsiye görevi görmektedir. Tarihi belirten yazı ise kentin geçmişine, kalıcılığına ve kurumsallığına vurgu yapmak amaçlı kullanıldığı anlaşılmaktadır.

Mersin Büyükşehir Belediyesi logosu yararsal bağlamda ele alınacak olursa; mavi form ve içindeki küçük turuncu daire ilk algılanan ve izleyiciye bilgi verip anlamları üzerinde uzlaşı sağlayabilen yapılardır. Kentin önemli özelliğini anılan bu mavi alan ile turuncu daire üzerinden gösteren logo; yerel unsurları/özellikleri kendi bağlamında kopararak, uluslararası iletişim sistemi içinde okutup algılanmasını sağlayan bir özeliğe sahiptir. Logo birkaç görsel elemandan oluşmaktadır. Anlamları herkes tarafında kabul gören göstergelere/biçimlere yer verilen söz konusu logonun çağdaş bir tasarım anlayışıyla oluşturulduğunu söyleyebiliriz. Görsel algılama ve anlamada zorluklar yaşatmayan söz konusu logo, her türlü baskı tekniğine uyarlanabilen, büyütülüp küçültüldüğünde görüntüde kayıplara yol açamayan, grafik tasarımın nitelikleri açısından özgünlük, algıda kolaylık, teknik çözümleme ve işlevsellik gibi özelikler açısından alanına yarar sağlayan özeliktedir. Bu bağlamda, amatörce bir yaklaşımın ve moda alışkanlıkların yansıtılmadığı logoda, kentin özelliklerini duyumsatan yapısı ve güzel duyusal özellikleriyle nitelikli ve özgün bir tasarım olduğu söylenebilir. Söz konusu logo ayrıca turizm, narenciye ve sahil kenti olmak özelliğiyle Mersin'i hem yerel, hem ulusal ve hem de uluslararası alanda temsil edebilecek ve bir marka değeri oluşturmada kentin kurumsal kimliğine katkı sağlayacak özelikte olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

3. Antalya Büyükşehir Belediyesi logosu

ANTALYA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ

(Resim 3)

Antalya Büyükşehir Belediyesi logosu; Akdeniz Bölgesi'nin ve dolayısıyla Antalya'nın en önemli özelikleri olan deniz, güneş ve narenciye simgelerine ilişkin ipuçlarının bulunduğu ve Bahamas Heavy' harf karakteri olan küçük (miniskül) 'a' harfi içinde gösterilen simgelerle öne çıkmakta ve yapı olarak sağlam, etkili ve dinamik bir biçim hissini uyandırmaktadır. Özellikle logonun ana iskeleti olan mavi renkteki 'a' harfi kalın ve etkili yapısıyla sağlamlığı, kalıcılığı ve güven etkisini pekiştirmektedir. Anılan logo, soyut bir görüntü sergilemekle birlikte, okunabilen bildik tipografik bir unsurdur. Bu tipografik unsurun içinde gösterilen diğer gös-

terge/göstergeler bildik ve tanıdık kavramlara karşılık gelmektedirler. Mavi renk içinde dışa doğru ışık saçan etkili beyaz ve merkezindeki turuncu renkli daire, tipografik unsurun dışında soyut bir yapıyı göstermekle birlikte tek başına güneş ve kentin diğer başka özeliklerini yansıtmaktadır. Mavi renk ile turuncu daire arasında yer alan ve ışık görüntüsündeki beyaz alan (negatif alan) adeta üçüncü bir renk algısı yaratmaktadır. Logonun sağ tarafında 'Antalya Büyükşehir Belediyesi' yazıbirimi, siyah renkte üç satır halinde yer almaktadır.

Anılan logoda, öncelikli seçilen mavi ve turuncu renkler; biçim, renk ve birbirleriyle olan ilişkileri açısından birden fazla anlam aktardıkları anlaşılmaktadır. Mavi ile imlenmiş ana yapı içindeki negatif (beyaz) alan ise üçüncü bir renkmiş algısını yaratmaktadır. Söz konusu bu beyaz alan, farklı nesne ve kavramları da çağrıştırmakla birlikte, güçlü bir kaynak olan güneşi temsilen daha güçlü ipuçlarını vermektedir. Turuncu renkteki daire bir yandan narenciyeye gönderme yaparken diğer yandan ise beyaz alan içinde ana kaynak olarak ışık yayan güneşi simgelemektedir.

Logonun ana yapısını teşkil eden mavi alan; Akdeniz'in maviliğini, iklimsel olarak gökyüzünün berraklığını, güneşin parlaklığını vurgulamakta ve aynı zamanda Antalya'nın baş harfini imlemektedir. "Mavi renk hem gökyüzüne hem de denize gönderme yaparken, gökyüzü ile deniz arasında kalan güneş imgesi de havanın sıcaklığını ve güzelliğini sezdirmektedir (Resim 3). Rüzgar gülü/değirmen ise, üretimi ve dönüşümü imlerken devingenlik ve verimlilik imgesine gönderme yapmaktadır" (Çamdereli vd. 2006: 244).

Daire formuna yakın olan ve mavi renkle imlenmiş ana yapı, insan kafasına da gönderme yapmaktadır. Bu özeliğiyle Antalya'nın turizm kenti oluşunun ve insan öncelikli bir etkileşimin söz konusu olduğu çıkarımını da yapabiliriz. Ayrıca, logonun merkezinde yer alan turuncu renkli dairenin dünyaya ve insana da gönderme yaptığını belirtmek yanlış olmayacaktır.

Antalya Büyükşehir Belediyesi logosu, biçim olarak ele alındığında yazı fontu ve puntosunun, logo olarak kullanılan ana biçim ile olan ilişkisi, oranı, büyüklük küçüklük ilişkisi açısından sorular bulunduğunu söyleyebiliriz. Tipografiye ilişkin çözümlenmemiş sorunlar dışında logonun, alışılmış sıradan ve moda bir tutumla yapılmış bir tasarım olmadığını tersine grafik tasarım nitelikleri gözetilerek, uzman tasarımcılar tarafından oluşturulduğu anlaşılmaktadır. Bu yönüyle söz konusu logonun bütünlüğü, etkileyiciliği, farklı bölümlerin/elemanların birbirileriyle olan ilişkileri, biçimdizimsel yapıları, renkleri ve oranları konusunda neredeyse sorunsuz gibi durmaktadır. Alana uygun bir tasarım olarak söz konusu logo etkili olduğu kadar algılamada ve akılda kalıcılığı ve hedef kitleye yarar sağlayan yönüyle öne çıkmaktadır. Ayrıca, nitelikli ve özgünlüğü ile güzel duyusal bir etki yaratan Antalya Büyükşehir Belediyesi logosu, teknik olarak da sorunsuz bir yapı sergilemekte istenilen ebatlarda büyütülüp küçültüldüğünde (biçim ve renklerde) herhangi bir kayba uğramamakta ve her türlü baskı tekniği ile basılıp çoğaltılmaya uygun bir tasarımdır.

Kentsel kimlik göstergesi olarak bir logonun özgün ve alanına uygunluğu, kitlesel iletişime yararı, evrensel değerler taşıması ve ait olduğu kentteki insanlar üzerinde olumlu izlenim bırakarak aidiyet duygusu yaratması o logonun niteliğinin bir göstergesi ve kentin marka değerine de katkısı olarak düşünülmelidir. Bu bağlamda Antalya Büyükşehir Belediyesi logosu anılan bu nitelikleri yansıtmasıyla bir dizi olumlu vasıflara sahip bir tasarım olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

LOGOLARDA YER ALAN SİMGE VE ŞEKİLLERİN ANLAM ÇÖZÜMLEMELERİ

Araştırmaya konu olarak Adana, Mersin ve Antalya illeri büyükşehir belediyesi logolarına ilişkin anlam çözümlemeleri yukarıda aktırılmaya çalışılmıştır. Anılan iller; Akdeniz'e kıyısı bulunan, coğrafi bakımından benzer özeliklere sahip, pek çok yöresinde Yörük kültürünün yaşatılmakta olduğu, bitki örtüsü iklimsel özelikleri ve tarımsal üretimde ortak özelikler gösteren, il sınırlarında Toros Dağları'nın sıralandığı ve Klikya uygarlığı kalıntıları üzerinde yer almaktadırlar. Bu yönüyle ele alınan kentlerin kentsel kimlik göstergeleri olan logolarında, benzer biçim ve temaların (şekil, simge-sembol) yer almaları doğal karşılanmalıdır. Bu nedenle, Adana, Mer-

 DOI: 10.7816/idil-07-52-12

sin ve Antalya kentlerinin kimlik göstergelerinde ortak özelikler gösteren biçimler, renkler ve anlamlarına ilişkin çözümleme aşağıda belirtilmiştir.

1. Turuncu Renkli Daire (Güneş ve Narenciye)

Resim 4, Detay

Resim 5, Detay

Resim 6, Detay

Her üç kentin kimlik göstergesinde, ilk göze çarpan simge, güneş çağrışımı yapan turuncu daire formudur. Sıcaklık, sonsuzluk, koruyuculuk ve yaşam kaynağı özelliği evrensel bağlamda kabul gören güneş sembolü, aynı zamanda ekonomik kalkınmanın göstergelerinden tarım, turizm ve nitelikli yaşamanın da başlıca göndergesi olarak kabul görmektedir. Bu nedenle, turuncu renk Akdeniz Bölgesi'nin ortak iklimsel göstergelerinden biri olduğu ve öncelikli olarak güneş simgesi olarak kullanıldığı anlaşılmaktadır.

Akdeniz Bölgesi'nde bulunan ve araştırma konusunu oluşturan her üç kent de narenciye üretimi ile öne çıkmaktalar. Logolarda yer alan anılan turuncu daire, narenciye üretimi bakımından Akdeniz Bölgesi'nin, güneşi imlemesi dışında, diğer önemli simgesi olarak bilinmektedir. Bu bağlamda, güneşi imleyen turuncu daireye aynı zamanda, portakal meyvesi üzerinden narenciyeye de gönderme yapmaktadır. Anılan illerde narenciye üretimi kapsamında portakal, greyfurt, turunç, mandalina, limon ve hatta kaysı meyvesinin yetiştirilmekte olduğunu bilmekteyiz. (Resim: 4,5,6)

O halde söz konusu kentlerin logolarında yer verilen güneş; yaşamın kaynağı, dayanıklılığın, kalıcılığın, bolluğun ve bereketin temsili olarak kullanılabileceği gibi, ayrıca soyut olarak insan kafasına, dünya ve dünyalara da gönderme yapmaktadır. Sıcaklık, sonsuzluk, koruyuculuk ve dünyanın yaşam kaynağı özelliği ile evrensel bağlamda kabul gören güneş sembolü, bu rengi ve biçimiyle öne çıktığını biliyoruz. Bu nedenle, Akdeniz Bölgesi'nin neredeyse dört mevsim güneşli olması ve her bir kente farklı bağlamlarda yarar sağlaması özelliğinden dolayı kentlerin kimlik göstergelerinde güneş sembolüne yer verilmesi uygun bir tercihtir denilebilir.

Hem güneşi ve hem de narenciyeyi temsilen kullanılan turuncu daire, tarım ve sanayi kenti olan Adana'nın sıcağını ve portakalını, Mersin'in deniz, güneş ve narenciyesini ve Antalya'nın sıcak güneşini ve deniz turizmini ayrıca narenciyesini ve özellikle de portakalını vurguladığını söyleyebiliriz (Resim: 4,5,6). Ancak güneş simgesi, her kentin logosunda aynı derecede çözüme ulaştırılmış değildir. Mersin ve Antalya kent logosunda yerinde ve nitelikli kullanılmışken Adana'nınkinde sorunlu bir şekilde yer aldığını söyleyebiliriz.

2. Deniz

Resim: 7, Detay

Resim: 8, Detay

Resim: 9, Detay

Çözümlemeye çalıştığımız logolarda, kullanılan renkler ve biçimler hem yerel düzeyde ilgili kentin özelliklerini yansıtmakta ve hem de uluslararası iletişimde aynı anlamı çağrıştırdıkları bilinir.

Adana Büyükşehir logosunda, mavi renkle imlemiş biçimin yerel düzeyde birkaç anlamı çağrıştırdığını, kentin sahip olduğu farklı nitelikler üzerinden anlamak mümkündür. İklimsel özelliğiyle ve anlamlandırıldığı yönüyle açık mavi, denizi, nehirleri ve gökyüzünü çağrıştırmaktadır. Bu rengin tonu, Adana ve Çukurova'nın yakıcı sıcaklığını karşılaması açısından güneşin etkisini doğrulamaktadır. Adana'nın kent olarak direkt kıyısının olmadığı ancak il sınırları içinde olduğu için denizden pek çok açıdan yararlanıldığı bilinmektedir. Dolayısıyla mavi rengin anılan logoda kullanılması, denizi birinci derecede temsil etmiyor olsa da kentin içinde geçen Seyhan Nehri'ni ve bağlantısındaki baraj gölüne gönderme yaptığını söyleyebiliriz (Resim: 7, detay)-

Mersin Büyükşehir Belediyesi logosunda gösterilen elemanlar/biçimler arasında ilk olarak denizi çağrıştıran dalgalı kısım algılanmaktadır. Denizi sim-

DOI: 10.7816/idil-07-52-12

geleyen dalgalar olan ve 'M' harfinin de okunmasını sağlayan mavi paralel şeritler kente dair deniz/denizcilik bilgisini aktaran simgelerden biridir. Bu nedenle, Akdeniz Bölgesi'nin dolayısıyla Mersin'in coğrafi ve iklim özelliklerini açıkça gösteren logo, kentin deniz ile olan bağlantısını açıkça göstermektedir. Deniz simgesi, Mersin kenti için limanın, denizciliğin, turizmin ve deniz ürünlerinin varlığına ilişkin özelikleri de katmakta olduğunu söyleyebiliriz. Logoda ayrıca, denizi simgeleyen mavi-beyaz şeritler arasında Toros Dağları'nı simgeleyen dağ yapısını da gizli bir biçimde görmek mümkündür (Resim: 8, Detay).

Mavinin farklı bir tonu olan koyu mavi Antalya Büyükşehir logosu için uygun olarak seçilmiş bir renktir. Akdeniz ile kıyısı bulunan, güneş ve özellikle denizin her türlü nimetlerinde yararlanılan Antalya, turizm alanında gelişmiş bir kenttir. İlçelerinde tarihi ören yerler, doğal güzellikler ve kültürel zenginlikler bu kentin turizm potansiyelini artıran unsurlardan biridir. Açık bir ifade biçimiyle mavi renk, Antalya'nın denizini simgelemekte ve aynı zamanda denizin sosyal ve ekonomik olarak yarar sağlayan özelliği üzerinden turizmine de gönderme yapmaktadır. Yukarıda anılan etkili güneş simgesiyle birlikte kullanılan mavi renk açık ve sıcak olan ilin turizmde olduğu kadar tarım da gelişmişliğine vurgu yapmaktadır (Resim: 9, Detay).

3. Gökyüzü

Adana, Mersin ve Antalya kentsel kimlik göstergelerinin her birinde gökyüzünü aynı alan içindeki diğer göstergelerle ve bilgimiz dahilinde olan sembollerin anlamlarıyla seçmek ve algılamak olasıdır. Bu algılamayı kolaylaştıran ise biçimlerin/elemanların birbiriyle olan ilişkileridir.

Mavi renk, Mersin ve Antalya Büyükşehir logolarında, gökyüzünün açıklığını ve berraklığını göstermesi açısından doğru bir simge görevi görmektedir. Biçimdizimsel olarak incelendiğinde bu her iki kent logolarının tasarımında elemanların birbiriyle olan ilişkisinde yeryüzü ve gökyüzü düzlemleri kolaylıkla seçilebilmektedir. Bu bağlamda, mavi rengin kullanımı anılan iki kent için doğru bir seçim iken Adana Büyükşehir logosu için direk deniz simgesi görevini görmektedir. Bu nedenle, Adana Büyükşehir logosunda gökyüzünü mavi yerine sarı-turuncu renk geçişiyle gösterilerek, Çukurova'nın 'sarı sıcağına' vurgu yapmak üzere kullanıldığını görebiliriz. Bu logoda uruncu dairenin bir göstergenin arkasında ve yer düzlemine göre daha üst tarafta yer alması; o alanın gökyüzü olduğu izlenimini vermektedir.

Resim 10, Detay

Resim 11, Detay

Resim 12, Detay

Yine aynı logoda, yeşil rengin yeryüzü düzlemini gösterdiğini (Resim, 1), güneş simgesinin bu düzleme göre üstte ve saat kulesinin de arkasında konumlanışı logoda, gökyüzünün sarı-turuncu geçişiyle belirtilmiş olan alanı göstermektedir. Bu bağlamda gösterilen sarı-turuncu renk geçişi, bol güneşli Akdeniz ikliminin dolayısıyla Çukurova'nın kavurucu sıcağına gönderme açısından önemlidir. (Resim, 10)

Mersin ve Antalya Büyükşehir Belediyesi logolarında, iklimsel özelliklerini yansıtacak şekilde, bol güneşli izlenimini veren mavi rengin farklı tonları kullanıldığı görülmektedir. Her iki logoda mavi renk farklı tonlarda olduğu halde kentin ve yörenin iklimsel özeliklerini yansıtır tondadır.

Mersin Büyükşehir Belediyesi logosunda; mavi-beyaz konturlar ve dalga esprisiyle oluşturulmuş kısım deniz olarak algılanmaktadır. Bu dalgalı alanın aynı zamanda yeryüzünü de betimlemektedir. Yeryüzüne göre daha yukarıda izlenimi veren ve turuncu renkle belirtilmiş ve güneş simgesinin de üzerinde bulunduğu mavi renk, gökyüzü algısını kolaylıkla algılatabilmektedir.

Antalya Büyükşehir Belediyesi logosunda ise, yeryüzünden gökyüzüne doğru yükseliş algısı yaratan ve palmiye, yel değirmeni ve rüzgar gülü gibi kavramları da çağrıştıran beyaz (negatif) alan ilk göze çarpan detaydır. Beyaz alan ve merkezindeki turuncu daire birlikte ışık saçan, aydınlatan, aynı zamanda soyutlamış bir ağaç ve üzerindeki portakala da gönderme yaptığını

söylemek yanlış olmayacaktır. Aynı beyaz alan içindeki turuncu dairenin beyaz alanla birleştiğinde etrafa güçlü olarak ışık yayan/aydınlatan güneş simgesini daha öne çıkardığı görülmektedir. Renklerin algılamada duyumsattığı anlamlardan çıkaracağımız sonuç; turuncu ve beyaz alanın yeryüzü ile daha yakın bir ilişki kurmakta oldukları, mavi rengin ise sonsuz gökyüzünü-uzay boşluğunu göstermekte olduğunu duyumsattıkları anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, Antalya Büyükşehir Belediyesi logosunun biçimdizimsel özelliklerini göz önüne aldığımızda, aynı zamanda biçim ve renklerle gösterilen elemanların birbirileriyle olan ilişkilerini karşılaştırdığımızda (sıcak-soğuk, yakın-uzak, ön-arka gibi) anılan logoda, mavi alanın gökyüzünü gösterdiğini söyleyebiliriz.

SONUÇ

Kent logoları, kurumsal bir ismin veya bir markanın, mesajını, etkinliklerini hizmetlerini kendi üzerinden kitlelerle buluşturan görsel göstergelerdir. Bu özelikleriyle daha net ve sade bilgiyle kitlesine hitap etmeleri, kentin marka kimliğini desteklemeleri ve bu kimlik hakkında güçlü bildirişim sağlamaları gibi işlevleri bulunmaktadır.

Bu açıdan değerlendirildiğinde Adana, Mersin ve Antalya Büyükşehir Belediyesi logoları, temsil ettikleri kentler hakkında açık ve/veya gizli olarak bilgiler ileterek önemli işlevler üstlendikleri görülmektedir. Bu yönüyle yöneticilerin izledikleri yöntem, aldıkları kararlar, ve buna bağlı olarak tasarımcı tercihleri logo tasarımında önem arz etmektedir. Ele alınan örneklerden de anlaşıldığı üzere, aynı anlamları çağrıştıran simge ve şekillerin her bir logo tasarımında farklı niteliklerde birer tasarım unsuru olarak kullanıldığını görebilmekteyiz. Bu bağlamda, Mersin ve Antalya Büyükşehir Belediyesi logoları, alanında uzman tasarımcılar tarafından gerçekleştirildikleri anlaşıldığından, özgün birer tasarım oldukları, alanla ilişkileri/işlevleri, algıda seçicilik yönleri ve güzel duyusal özelikleri bakımından olumlanabilecek pek çok özeliğe sahipler denilebilir. Ne var ki, Adana Büyükşehir Belediyesi kentsel kimlik göstergesi olan logosu için aynı değerlendirmeyi yapmak mümkün olmamaktadır. Uzman tasarımcılar tarafından gerçekleştirilmediği izlenimini doğuran söz konusu logoda; simge ve şekillerin kullanımı, bunların birbiriyle olan ilişkileri, yüklendikleri anlamlar, izleyici açısından yararları ve nitelikli/özgün bir tasarım olduğu konusunda bir dizi eksiklikler barındırmakta olduğu görülmektedir.

KAYNAKÇA

-Becer, Emre. İletişim ve Grafik Tasarım, Dost Kitabevi, (1997).

-Çamdereli, Mete. VARLI, Murat ve Varlı, Zeynep. "Kentsel Kimlik Göstergesi Olarak Kent Logoları", II. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu, Kocaeli Üniversitesi, Nisan 2006, Erişim Tarihi : 17.12.2018, http://www.researchgate.net/publication/236905822

-Hepkon, Zeliha. Kurumsal Kimlik İnşasını Belirleyen Faktörler: Bir Literatür Taraması, (2003). Erişim Tarihi : 17.12.2018, http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423905116.pdf

-Kahraman, Mehmet. Emin. "Marka Oluşturma Aşamasında Amblemin Yeri ve Önemi," Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Dergisi, Sayı: 20, (2011).

-Knapp, Duane. E. Marka Aklı. Çev.Arzu Tuna Akartuna. Media Cat Kitapları, İstanbul, (2003).

-Okay, Ayla. Kurum Kimliği, Derin Yayınları, İstanbul, (2013).

-Pottier, Bernard. Linguistique Générale Théorie et Description. Paris: Klincksieck, (1985).

-Rifat, Mehmet. XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, (1998).

-Tuna, Ayşen Akbaş MuharremTuna. Kurumsal Kimlik Yönetimi, Detay Yayıncılık, Ankara, (2007).

-Uçar, Teyfik. Fikret. Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, İnkılâp Kitapevi, İstanbul, (2004).

-Zemor, Pierre.Communication Publique. Presses Universitaires de France, Paris, (1995).

-Wilkinson, Kathryn. Semboller ve İşaretler, Alfa Yayınları, 2008

DOI: 10.7816/idil-07-52-12

Web kaynakça adresleri:

https://www.antalya.bel.tr/i/gorsel-kimlik

https://seeklogo.com/free-vector-logos/adana-buyuksehir-belediyesi

https://www.mersin.bel.tr/mersin-belediye-amblemi

-http://www.sosyalbil.selcuk.edu.tr/sos_mak/makaleler

-http://www.iticu.edu.tr/kütüphane/dergi/d4/M00059.pdf.

-http://www.iticu.edu.tr/kutuphane/dergi/s9/M01129.pdf.

-http://www.academia.edu/2613669. pdf.