

İSTANBULLU LOGOLAR

Rengin KÜÇÜKERDOĞAN¹, N. Ruşen TANRIBİLİR¹

Önsöz:

Ferdinand de Saussure'e göre değeri oluşturan ilkeler, "değeri belirlenecek şeyle değiştirilebilir benzemez bir öge ve değeri söz konusu olan şeyle karşılaştırılabilir benzer ögeler" dir. Buna dayanarak, değerin var olabilmesi bu iki ilkeye bağlıdır.

Bu bağlamda logo oluşturuçularının arasındaki karşıtlıklar, logoların birbirlerinden farklılaşmasına böylelikle *değer* kazanmasına olanak tanır. Kurumlar birbirinden görsel iletişim çerçevesinde logolarıyla ayrılmaktadır. Yalın bir anlatımla değerin yaratımında logo tasarım öğelerinin ve bu öğelerin birbirleriyle ilişkilerinin önemi anlamlandırma ve farklılaşma bakımından çok büyüktür.

Renk, biçim, çizgi, amblem ve tipografi, logonun dokusunu oluşturmaktadır. Logolar ise İstanbul'un kurumlarıyla oluşturduğu dokusunu görsel biçimde bizlere aktarmaktadırlar. Bu çerçevede hazırlanan çalışmada seçmeci göstergebilimsel yöntem aracılığıyla İstanbullu Logolar çözümlenmektedir.

Abstract:

According to Ferdinand Saussure, the principles determining value are both a non-similar element that can be altered with the thing whose value would be determined and similar elements that can be compared with the mentioned thing whose value would be under concern. Regarding this, we can say that the presence of value is dependant upon these two principles.

In this context, the possible contradictions among the logo-designers give birth to the differentiation in logos by permitting them to gain value. Institutions, within the context of visual communication, differentiate from each other through logos. Plainly, throughout the process of value creation, the importance of logo designing elements and the relationship between these elements is greater with regard to the procedures of meaning and differentiation.

Color, form, line, amblem and typography are the elements determining the general texture of logo. Logos represent İstanbul's general texture formed mainly by its institutions to us visually. In this regard, it can be declared that this paper is aimed to make the selective semiological analysis of İstanbulian logos possible.

Anahtar Kelimeler: Görsel Gösterge, Değer, Tasarım, Logo, Çözümleme

Giriş

İstanbul tarihiyle ve bu tarihten gelen etnik dokusuyla çeşitli kültürlerle ev sahipliği yapmaktadır. Dolayısıyla bu kültür birlikteliği her alanda olduğu gibi, mimari, sanat ve tasarım alanlarında da İstanbul'u baştan başa kuşatan bir doku biçiminde göze çarpmaktadır. Bu doğrultuda araştırmamızda İstanbul'un dokusunu oluşturan; Türkiye Devlet Demir Yolları, İstanbul Deniz Otobüsleri AŞ., Türk Hava Yolları, Kızılay, İstanbul Su ve Kanalizasyon İdaresi, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, İstanbul Teknik Üniversitesi, Emmiyet Teşkilatı, İstanbul Büyükşehir Belediyesi ve İstanbul Devlet Tiyatroları olmak üzere on farklı kurumun logoları anlamsal ve sözdizimsel çerçevede seçmeci Göstergebilimsel*[1] yöntem doğrultusunda çözümlenerek, İstanbul'un renkli dokusunun kurumsal yönü farklı bir bakış açısıyla tasarım ilkeleri göz önünde tutularak irdelenmektedir.

İSTANBULLU LOGOLAR

Logo tasarımı, eski Yunan'da simge biçiminde tanımlanabilen yazaçlardan bir anlamda abece(alfabe)'den günümüzdeki durumunu almıştır. Bu yapılanma, erken Yunan ve Roma dönemine ait kent yöneticilerinin logolarını taşımakta olan paraların yağınlaşmasıyla ger-

¹ İstanbul Kültür Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İletişim Sanatları Bölümü, 34156 Ataköy/ İstanbul.

* Göstergebilime ilişkin olan, göstergebilimle ilgili. Göstergebilim toplum yaşamı içinde ele alınan gösterge dizgelerini inceleyen dal.

çekleşmiştir. Aynı biçimde ortaçağ süresince erken Yunan ve Roma dönemindeki logo örnekleri genellikle dini çevrelerce ve tecimsel alanda kullanılmıştır. 13. yüzyıla gelindiğinde, bu yalın nitelikli yazaç biçimleri tüccarların kullandığı markalar biçiminde yaygınlaşır. Yine ortaçağda her ailenin bir simgesi bulunmaktaydı. Bununla birlikte, aynı zamanda soylular da kendilerini tanıtıcı *armalar* kullanmaktaydı (Medici Ailesi vb.)[2].

1700'lü yıllarda, endüstriyel devrim, çarpıcı ve markalar için önemli bir ekonomik büyümeye neden olmakla birlikte tüm tüccar ve satıcılar kendilerini tam anlamıyla tanımlayıcı *marka* ya da *damga* sahibi olmuştur [3].

Logo tasarımları irdelenirken öncelikle logo oluşturucularının ayırıştırılarak yapı içerisinde birbirleriyle olan ilişkileri anlamlandırılmaktadır. Buna göre; renk, biçim, çizgi, tipografi, belirtke (Amblem) olarak belirlenen ve logonun dokusunun parçaları biçiminde adlandıracağımız öğeleri birer birer irdelersek;

Doğadaki hemen hemen herşeyin bir *rengi* vardır. Işık bir cisimin üzerine geldiğinde işığın bir kısmı cisim tarafından emilir, bir kısmı ise yansır, bu yansımalar çeşitli dalga boylarındadır. Bu dalga boylarının frekansına göre *renkler* oluşur. En yüksek dalga boylu işık kırmızı, daha sonra turuncu, sarı, yeşil, mavi, mor gelmektedir. İlk renkler olarak tanımlanan renkler; sarı, kırmızı ve mavidir. İlk renklerin çeşitli oranlarda karmalanmasıyla ikincil renkler; turuncu, yeşil, mor oluşmaktadır. Bu renklerin karışımlarından ise ayrı bir çok renk elde edilebilir. Renkler, beyaz renge doğru yaklaştıka parlaklaşır, siyaha yaklaştıka koyulaşır, bir rengin koyu tonuyla açık tonu arasında çokça değerler vardır. Rengin algılanması ise, görüntünün renkleri gözde ayrı olarak üç hücrece nesnenin yansıttığı oranda ayrılır ve beyine gönderilir ve yeniden birleşerek algılanır. Bu doğrultuda işınların göze ulaşmaları, fiziksel, gözde oluşan işlemler fizyolojik, rengin beyin tarafından algılanması psikolojik bir olgudur.

Rengin algılanması insan üzerindeki etkiler uyarınca sıcak ve soğuk renkler olarak belirlenebilir. Dalgaboyu yüksek renkler; kırmızı, sarı, turuncu sıcak renklerdir. Bu renkler kan basıncını artırarak, heyecanlanmaya ve cesaretlenmeye neden olur. Yoğun kırmızı, sinir bozukluğu yaratabilir. Dalga boyu düşük renkler ise; mavi, yeşil, mor soğuk renklerdir. Soğuk renkler, pasif, huzur vericidirler, içine kapanıklılık duygusu yaratabilirler[4].

Logoda renk seçimiyle, partinin düşüğü olarak etki alanını belirlemesi ve rengin de düşüğüyü izleyen bu etki alanına girmesi gerekir. Renkle ilgili, M. Luckiesh'in söz ettiği deneye dayanarak renklerin psikolojik etkilerinin önemi bir kez daha vurgulanmıştır. Araştırmada on iki renk yanyana dizilmiş ve denekler bu renklere bakarak birer sıfat seçmişlerdir. Buna göre çıkan çizelgede, genelde heyecan verici renkler arasında sıcak renkler çoğunlukta, sakinleştirici renkler yeşil ve mavi-yeşil karışımları, durağan renkler ise mavi, mavi- mor karışımları olarak belirlenmiştir[5]. Kumar masalarında yeşil rengin kullanılması heyecan duygusunu azaltabilmek için birazda olsa sakinliğe çekebilemekten kaynaklanmaktadır.

Renkler logoda yalnızca dikkat çekmek için kullanılamaz, çağrışım yoluyla asıl anlatılmak istenene götürür.

Biçimler, çizgi, renk, açık-koyu'dan oluşan yüzeylerdir. Yalnızca renk, ya da çizgiler biçim oluşturabilirler. 19. yüzyılda biçim sorunsalını ön plana çıkmış, eski dönemlerde Yunan düşünürleri biçim konusunda görüşler bildirerek bakış açıları yaratmışlardır. Aristoteles'e göre biçim, denge ve uyuma bağlıdır ve insan bedeni kusursuz bir biçimdir". Platon ise mutlak güzellik kavramını geometrik figürlerde buluyor" biçim kavramının önemi üzerinde duruyordu[6]. Biçimde tasarımda maddeleşmenin çerçevesi, kabuğudur. Biçimin değişik yönlerden ya da değişik durumlardaki görünümüdür. Bugün oluşturulan tasarımların çoğu doğadaki biçimlerden esinlenmektedir. Gestalt psikologları biçimleri araştırmış ve eşkenar üçgen, kare, beşgen, altıgen, sekizgen, daire, küp, silindir, prizma, piramit, koni, küre bi-

çimlerini tanımlamak kolay olduğu için insanların ilgisini çektiğini bulmuşlardır. Biçimler tabanları üzerine oturduğunda; kararlı, güvenceli ve sağlamlık duygusu uyandırmaktadır. Biçimler tepeleri üzerine oturtulursa; kararsız, tehlikeli, heyecan verici anlamını iletirler[7].

Logolarda biçim kullanımı kimileyin çerçeveleme, kimileyin de içerik olarak kullanılmaktadır. Üçgen kullanımıyla en tepede oturtulan nesnenin değeri yüceltilirken, kare kullanımı yaşam alanını, mülkü, ana toprakları simgeler.

Çizgilerle anlatılmak istenen doğrudan betimlenebilir. Duyularımızı ya da nesnelere, çizgilerle sınırlandırabilir, biçimler oluşturabilir iletişim haline geçebiliriz. “Grafik anlamda çizgi, hareket eden noktanın belirli bir yönde eğilimi sonucu oluşur”[8]. Çizgiler düz ve eğik, kırık olabilir. Hiç bitmiyormuş gibi süreklilik gösterebilir, yatay, dikey konumlanabilir. Çizgiler sert biçimler ya da yumuşak biçimler yaratarak, sertlik ve yumuşaklık anlamlarını aktarabilirler.

Tipografi, Keith A. Aldag’a göre “okunurluk ve işlev çabasına görsel etkiler üretmek sizin, metni okurun anlayabilmesine en yüksek katkıyı sağlamak amacıyla, boşluklamayı da içeren, seçim, dizim ve düzenleme işlemidir”. Ruari McLean’a göre; “Basılı sözcük aracılığıyla iletişim tasarımının sanatı ya da zanaatıdır”. Tanımlamalardan da anlaşıldığı gibi, tipografi çalışmalarının ilk çağlarında önem yalnızca yazaçların birleştirilerek sözlükbirimleri; sözlükte karşılığı olan birimler, ve sözlükbirimlerin birleşerek anlamlı bütünlüğü oluşturmasına önem verilmiştir. Ancak günümüzde tasarım açısından ele alındığında tipografi tek başına anlam aktarma özelliğine sahip bir biçimdir. Tipografik karakterler sırasıyla; yazaç, sayı, simge, çizgi, noktalama işaretleridir. Tipografinin ilkel işlevi *okunmaktır*. İyi bir tipografi bilginin açık, mantıklı, algılanmasını sağlamalıdır. Bu nedenle yalınlık, renk, karşıtlıklar tipografide okunurluluğu etkileyen etmenlerdir. Yazı ailesi içinde bir yazı, *eğik*, **kalın**, normal, (italik, bold, regular) olabilir.

Bir tipografide ana öğeler; yazaçlar, sözlükbirimler, boşluklar, satır ve sütunlardır. Küçük yazaçlar büyük yazaçlara göre daha okunaklıdır, yazaçlar arasındaki boşluklar okunurluluğu etkiler, bu boşluklar normal olmalıdır, çok ve az boşluk algılanırlığı azaltır, karmaşaya yol açar. Tipografiyle tasarımda vurgu oluşturulabilir. Yazaçlar yumuşak hatlı, sert hatlı bir alanda keskin ya da tırnaklı (serifli) yapıda olabilirler[9].

Yazaçların okunurluluğu ve psikolojik olarak aktardıkları anlamlar ayrıdır. Örneğin bir düğün davetiyesinde kullanılacak olan tipografi keskin hatlı ve sivri değil yumuşak hatlı ve özel bir biçime sahip olmalıdır. Çünkü buradaki gönderge evlilik, şenlik, kutlama konusu taşımaktadır. Bir iş görüşmesi davetinde kullanılacak olan tipografide, yumuşaklık yerine ciddiyeti temsilen yalın bir yazı kullanılabilir. Logoda tipografiyle vurgu oluşturulmak istenildiğinde büyük yazaç kullanımı, kalın yazı karakteri kullanımı sözkonusu olabilir. Eğik yazı biçimi logonun alanları küçük olduğu için karmaşa yaratabileceğinden kullanımı boşluklamanın da etkin ayarlanmasıyla ancak değer kazanabilir.

Belirtke, “soyutun ya da kavramın simgesi, bir ürünün markası olarak kullanılan görüntüsel göstergelerdir. Logonun bir bölümünü oluşturan bu imgeler, markanın tanınmasını sağlar”. Bir anlamda, belirtke, yazıların canlılık kazanması biçiminde anlamlandırabiliriz. Belirtke yazı (piktogram) en yalın tanımıyla görüntüsel biçimlerden oluşmuştur[10]. Eski çağlarda kalıntılarda gözlemlenerek çözümlenmiş ancak görsel olması nedeniyle geçerliliğini yitirmeyerek reklam ve uzlaşım alanlarında örneğin trafik, hava alanı vb. kullanılmaktadır.

Belirtkeler, logonun bir öğesi olabileceği gibi kendi başına da var olabilir. Genellikle

dikkat çekmek ya da logoyu imgeleştirme değeri taşırlar. Örnek olarak Lancome'un gülü ya da Puma'nın adıyla aynı anlamı taşıyan puma biçimi verilebilir.

Emre Becer'e göre belirtke; "ürün ya da hizmet üreten kuruluşlara kimlik kazandıran, sözcük özelliği göstermeyen, soyut ya da nesnel görüntülerle ya da yazaçlarla oluşturulan simgelerdir". Bir anlamda bu simgeler görüntü gösterge özelliği taşımaktadırlar*[10].

Simgelerle ve logolarla hedef kitleye, mal ya da hizmeti anımsatacak görsel bir anlatım biçimi yüklemek gerekmektedir. Kurumun hedef kitleyle iletişimini en kısa biçimde sağlayacak görsel öğe, logo ve simgelerin doğru kullanımı bizi en yetkin sonuca götürecektir. Siyasal partiler, ideolojilerini[10] (düşüngülerini); renkler, belirtkeler, biçim, form, tipografi yardımıyla anlamlandırarak yansıtabilecekleri özgün tasarımı olan bir logo oluşturarak, hedef kitlelerine ulaşabilecekleri gibi, tasarımdaki görsel süreklilik aracılığıyla ayırıldılme şansları artarak, görsel kimliklerine kavuşmuş olacaktadırlar. Belirtke bir simgedir. Logo ise, markanın simgeyle bütünlenmesi sonucunda ortaya çıkar. Bir logonun oluşturumunda kullanılan çizgiler, renkler, biçim ve simgelerle kişiler üzerine psikolojik algılama yoluyla iletiler göndererek güdülenmektedir.

Bu çerçevede çalışmamızda İstanbul'u İstanbul yapan dokusal özelliği biçiminde tanımladığımız kurumları ve bu kurumların temsilleri olan logoların; sözdizimsel, anlamsal düzlemleri ve bu bağlamda düşüngüsel bakış açıları irdelenmektedir.

1-TCDD –Türkiye Devlet Demir Yolları



Sözdizimsel Düzlem:

Logo tek bölümden oluşmaktadır. Eğri çizgi ve doğrusal çizgi olmak üzere yatay ve dikey kısa çizgiler bulunmaktadır. Logo genel olarak biçimsel değildir ancak çeşitli kullanımları bulunmaktadır. Yoğun amblem kullanımı gözlenmektedir. Açık bölümü yukarı yönlü ay ve yıldız, kanatları iki yana açık biçimde konumlanmış olan simgenin üzerindedir.

Logo tek renk kullanılmaktadır. Kırmızı, lacivert ve beyaz renk olarak çeşitlenebilmektedir.

Anlamsal düzlem:

Logoda kullanılan hilal ve yıldız simgesi, Osmanlıdan gelen gelenekle Türklüğe gönderme yapmaktadır. Osmanlı imparatorluğu döneminde bayrak ve flamalarda defalarca kullanılmış ve Türkiye Cumhuriyeti'nin bayrağına taşınmıştır. Hilal simgesinin merkezinde sağ ve sola kanatları açılmış kuş benzeri bir nesne gözlenmektedir. Amblem niteliği taşıyan nesne birbirine paralel çizgilerle ve paralel çizgileri dikey gövdeye birleştiren eğri çizgiyle devinim kazanarak hıza gönderme yapmaktadır. Logoda kırmızı renk lacivert ve beyaz renklerle kullanılmıştır. Kurum kimliği kitapçığında da belirlendiği üzere logo kırmızı ya da lacivert betimlenmektedir. Kırmızı renk dalga boyu yüksek bir renk olması nedeniyle dikkat çekmektedir. Beyaz renk üzerinde betimlenen kırmızı amblem algılama düzeyini yukarı

*Görüntüsel gösterge; "Dış gerçeklikle bir benzerlik ilişkisi kuran gösterge, bir fotoğraf görüntüsel gösterge niteliği taşımaktadır".

çekmiştir. Çizgiler arasındaki aralıklar yine beyaz rengin yardımıyla Gestalt kuramlarından figür-arkaplan etkisini gerçeklemektedir.

2-İDO- İstanbul Deniz Otobüsleri A.Ş.



Sözdizimsel Düzlem:

Logo iki bölümden oluşmaktadır. Sol tarafta daire biçiminin içinde yunus balığı gözlenmektedir. Sağ tarafta ise kısaltma ad logo yazılmıştır. Logoda mavi, portakal rengi ve lacivert renklerin uyumu dikkat çekmektedir.

Anlamsal düzlem:

Logoda kullanılan yunus balığı amblemi denizi çağrıştırmaktadır. Daire simgesi sonsuzluğa gönderme yaparken aynı zamanda kalın çizgilerle sınırlandırılmaktadır. İdo'nun yunus balığı, dairenin içerisinden sol alttan sağa doğru atlayarak devinime ve yeniliğe gönderme yapmaktadır. Aynı zamanda deniz görüntüsünü açık mavi renkle vermektedir. Açık mavi üzerine lacivert renkle betimlenen yunus simgesi görünür kılınmıştır. "İDO" tipografik ad logo, "İstanbul Deniz Otobüsleri" şirketinin kısaltılarak akılda kalıcılığını ve kolay anımsanmasını sağlamak için hazırlanmıştır. Lacivert renkle yazılarak ve beyaz dipyüzey üzerinde belirginleştirilen yazı aynı zamanda yunusun rengiyle bütünlük içerisindedir. Logo tümüyle dairesel sınırlarını aşan dinamik yapısıyla iletişim aracı olmanın göstergelerini taşımaktadır.

3-THY- Türk Hava Yolları



Sözdizimsel Düzlem:

Logo daire biçiminin içinde kuş simgesiyle dikkat çekmektedir. Logoda daire biçimi gözlenmektedir. Birbirleriyle uyum içerisinde kırmızı ve beyaz renk logoda bütünlük içerisindedir.

Anlamsal düzlem:

Daire biçimi sonsuzluk ve dünyayı çağrıştırmaktadır. Dünya simgesinin içinde daireyi üst köşesinden, sağ ve sol köşesinden kesen kuş simgesi gözlenmektedir. Kuş simgesinin kanat bölümü dairenin sağ tarafıyla aynı paralellikte ve eğimde olması uyumun göstergesidir. Kanatların boyutu uçuş işlevine gönderme yapmaktadır. Kırmızı ve beyaz renkler Türklüğü çağrıştırarak markanın havacılık kurumunu ait olduğu ve Türk markası olduğu vurgulanmaktadır.

4-Kızılay



Sözdizimsel Düzlem:

Kızılay sağlık derneğinin logosu iki bölümden oluşmaktadır. Dikdörtgen biçimiyle sınırlandırılan alanın soltarafında açık bölümü sola doğru dönmüş hilalle, sağ tarafta alt alta paralel biçimde yazılmış “Türkiye Kızılay Derneği” yazısı gözlenmektedir. Logo beyaz, kırmızı ve siyah renklerden oluşmaktadır.

Anlamsal düzlem:

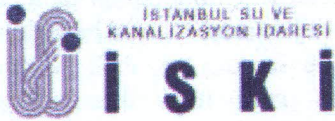
Siyah renk ince, doğrusal, yatay ve dikey çizgilerle sınırlandırılan dikdörtgen biçimi eşitlik ve uyumu simgelemektedir. Siyah renk otoritesini çizgilere yansıtarak beyaz dipyüzey üzerinde belirginleşmiştir. Logonun sol bölümünde sol yönlü hilal Türkler’in yaşamına erken dönemlerdeki dinsel inançları eşliğinde girmiştir. Tanrı inancıyla karşımıza çıkan simge Oğuz Kaan’ın söylencesi (efsanesi), Ay Kaan destanına adını vererek yüceliğini gözler önüne sermektedir.

Hilal medeniyetler arasındaki yolculuğunu sürdürürken zaman zaman Kuşan Tanrıçası Nanaia’nın elinde, zaman zaman, Uygurlara ait duvar resimlerinde, MÖ.Chou devrinde Kün-Ay piktogramında imparatorluk ve parlaklık simgesi olarak gözlenmektedir[11].

Eski Türk dininde gök ve güneş tanrıların yansımaları olarak kabul edilmesi nedeniyle her zaman önemlidir. Osmalı İmparatorluğu dönemlerinde sancak, bayrak ve flamalarda defalarca kullanılarak günümüze kadar gelerek Türk bayrağında varlığını sürdürmektedir.

Logoda derneğin adı açık bir biçimde siyah renkle sol bölümde yazılmıştır. Tırnaksız tipografik yazaçlarla, normal ancak kalın yazılan ad logo siyah rengiyle sağlam yapısını kanıtlamaktadır. Kırmızı renk betimlenen hilalin beyaz dipyüzeyin üzerinde dikkat çekerek gözlendiği ve saflığı temizliği simgeleyen beyaz rengin durağanlığını kırmaktadır. Logoda dikkat çeken bir diğer noktaysa, Türk bayrağında kırmızı üzerine beyaz betimlenen ayın aynı karşıtlığı kullanarak, renk değişimi yaptığı ve beyaz üzerine kırmızı betimlenerek yine düzdeğişmece yaparak Türk bayrağını çağrıştırmaktadır. Yazıda kullanılan dilsel göstergele- rin biçimsel olarak bayrağa gönderme yapmasının yanında “Kızıl Ay” iletişiyle kırmızı renkli hilale gönderme yaptığı gözlenmektedir.

5- İstanbul Su ve Kanalizasyon İdaresi



Sözdizimsel Düzlem:

Logo, tipografinin yoğunlaştığı sol bölümle simgenin gözlendiği sağ bölümden oluşmaktadır. Eğri ve kıvrımlı çizgilerin oluşturduğu simge, lacivert ve beyaz renk uyumu bütünlük içerisindedir. Logoda biçim kullanılmamıştır. Kalın ve ince yazı biçimi büyük ve küçük boyutta çeşitlendirilmektedir.

Anlamsal Düzlem:

Logonun sol bölümünde çizgisel ve noktasal simge gözlenmektedir. İnce çizgiler üç adettir ve paralel biçimde bütünlük içerisinde birlikte hareket ederek, kıvrımlar oluşturmaktadır. “İSKİ” kısaltma adını simgenin kıvrımlarında gözlediğimiz logoda, insan biçimi yine simgede noktaların çizgilerin üzerine yerleştirilmesiyle görünürlük kazanmıştır. İnsan biçimlerinden biri “İ” yazacını oluşturmaktadır ve sol baştır. Diğer insan biçimi “İ” yazacının orta noktasından kırılarak “kıvrımlı “S” yazacına sarılmaktadır. Görüntü, tabana doğru eğilmekte olan bir insanı anımsatmaktadır. Eğilmiş görüntüsü “İ” yazacıyla birleşerek “K” yazacını oluşturmuş en sağda ise nokta diğer doğrusal ve tabandan tavana doğru yükselen çizginin üzerinde ikinci “İ” yazacını oluşturmuştur. İski’nin su ve kanalizasyon sistemiyle olan ilgisini, yollarda kapakların içerisinde yerleştirilen borularla insan gücünü simgeleyen logo devinim sağlamaktadır.

Sağ bölümde ancak logonun üçte birini kaplayan tipografi üstte “İstanbul Su ve Kanalizasyon İdaresi” yazısıyla ince, lacivert, tırnaksız ve iki parça olarak altlı üstlü yazılmıştır. Hemen altında “İSKİ” kısaltma ad logo kalın harflerle, koyu lacivert ve yazaç aralıklarının geniş tutulmasıyla net, okunur ve sağlam yapıya gönderme yapmaktadır. Beyaz rengin saflığını, temizlik duygusunu dipyüzeyle bütünleştiren logoda lacivert rengin temizliğe gönderme yaptığı ve soğuk renk olarak gücü çağrıştırdığı, beyaz renk üzerindeyse belirginleştiği görülmektedir. Dilsel öğeleriyle görsel göstergelerinin birbirini biçimsel olarak tamamladığı logoda çağrışım yoluyla “İSKİ”nin görev ve işlevine de gönderme yapılmaktadır.

6-TCMB- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası



Sözdizimsel Düzlem:

Logo dairesel çizgi ve daire biçiminden oluşmaktadır. Daire biçiminin içerisinde tipografik kısaltma ad gözlenmektedir. Bordo ve beyaz renk uyumu sözkonusudur.

Anlamsal Düzlem:

Bordo renkli çizgiyle çerçeveselenen daire biçimi sınırlandırılmaktadır. Daire sonsuzluğun ve dünyanın simgesi olarak bilinmektedir. “C” yazacı logonun daireselliğiyle bütün içerisinde sol bölümü açık betimlenerek hilal simgesine gönderme yapmaktadır. “T” yazacı tabanda, “M” yazacı logonun ağırlık noktasında, “B” yazacı sol bölümde gözlenmektedir. “TCMB” yazaçları “L” yazacının oluşturucuları biçimindedir. Kısaltma ad “TCMB” bordo dipyüzeyin üzerinde beyaz renkle yazılmıştır. Bordo ince çizginin içi beyaz kalın dairesellikle dipyüzeyden ayrılarak kalın beyaz bir çerçeve görevindedir. Beyaz renk bordo rengin koyu değeriyle devinim ve durağanlık karşıtlığını gerçeklerken algılamada kolaylık sağlamaktadır. Türkiye Cumhuriyeti’ne ait bir kuruluş olduğunu dilsel göstergeleriyle anlatan logo “C” yazacını kullanma biçimiyle, bayrakta kullandığımız “ay” simgesine gönderme yapmaktadır. Bu bağlamda aidiyet belirtmektedir.

7- İTÜ- İstanbul Teknik Üniversitesi



Sözdizimsel Düzlem:

Logo, biri büyük diğeri küçük iki ovalin iç içe geçmesinden oluşmuştur. İki elips arasındaki dairesel bölgede “İstanbul Teknik Üniversitesi” dilsel iletisi gözlenmektedir. Logonun merkezinde arı simgesi gözlenmektedir. Logo lacivert, beyaz ve sarı renklerden oluşmaktadır.

Anlamsal Düzlem:

Dairesel kıvrımlı çizgilerin oluşturduğu elipslerin içerisinde beliren yazı ince, tırnaklı, lacivert renkli ve beyaz dipyüzeyin üzerinde betimlenmektedir. Üniversitenin kuruluş yılı ise logonun tabanına yazılmıştır. Dilsel iletiler elipsin biçimini koruyarak yazılmıştır.

Simge değerini taşıyan arı logonun merkezinde kırık ve eğri çizgilerden oluşmuştur. Altın sarısı rengiyle seçkin bir renk olarak zenginliğe gönderme yapmaktadır. Arı simgesi toplu yaşamın uyumuna ve gerekliliğini çağrıştırırken aynı zamanda çalışkanlığın simgesidir ve birlikte çalışılarak kazanılacak güce gönderme yapmaktadır. Arının boyutunun büyüklüğü ve logonun sadeliği, iletinin yalınlığına dikkat çekmektedir.

8-Emniyet Teşkilatı



Sözdizimsel Düzlem:

Logo iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde dairesel oluşum kırık ve kıvrımlı eğri çizgilerden oluşmaktadır. İkinci bölüm dairesel logonun altında “V” yazacını anımsatan bir görünümle daireyi taşımaktadır. Yıldız, hilal, çift başlı kartal, başak sembelleri bütününlük gözlemlendiği logoda, sarı, kırmızı, beyaz, lacivert renklerle gözlenmektedir. “POLİS” yazısı logonun yukarisindedir.

Anlamsal Düzlem:

Logo, kısa ve kırık çizgilerin yanı sıra eğri çizgilerin ve daireselliğin birleşimiyle dikkat çekmektedir. Daire biçiminin üst bölümü sağ ve sol kenarlarında kırık, dışa çıkık zik zaglarla kendini gösterirken üst bölümde yeniden daireselliğe dönüşmüşlerdir. Lacivert dipyüzey üzerinde sarı renkli başakların daireyi içten izlediği gözlenmektedir. Orta bölümde gri-mavi sekiz köşeli yıldız simgesinin içinde açık yüzü yukarı doğru konumlanan hilalin üzerinde

yine yıldız gözlenmektedir. Kırmızı dairenin üzerinde beyaz renk betimlenen ve Türk bayrağını anımsatan hilal ve ay simgesi Topkapı Müzesi'nde halen bulunan Mihr ü Mah sancağında gözlenmektedir[11] ve türklüğe gönderme yapmaktadır. Eşit sekiz köşeli yıldız çoğul yapısıyla teşkilatın varlığını kanıtlamaktadır.

Logonun alt bölümünde daireyi altından kavrayan ve lacivert yüzyi dıştan çevreleyen mavi renk sarı renk simgenin görülmesine yardımcı olmaktadır. Sarı renkli çift başlıkartal 13. yüzyıl tarihli Erzurumda çifte minareli medrese kapısında, aynı zamanda Selçuklu sultanı Allaeddin Keykubat tarafından 1221 yılında yapılmış konya kale duvarındaki yontuda çift başlı kartal gözlenmektedir[11]. Gücü simgeleyen kartal çift başıyla gücünü pekiştirmektedir.

9-İstanbul Büyükşehir Belediyesi



Sözdizimsel Düzlem:

Doğrusal, kısa çizgilerle daireselliğin oluşturduğu logoda yedi adet ikili, üçlü ve ikili olmak üzere altalta düzenlemiş üçgen biçimi gözlenmektedir. Logoda dilsel ileti kullanılmamaktadır. Lacivert ve beyaz renk logoya egemen renklerdir.

Anlamsal Düzlem:

Logo tabanında dairesel sağ ve sol yönlü kalın yapı uçlarının kırıklığıyla iki yandan yukarıya doğru yükselmektedir. Yükseltelerin üstlerinde ikişer şapka üst üste ancak aralarında boşluk bırakacak biçimde yerleşmiştir. Üçgenlerin üzerinde bulunduğu dairenin tavanından yukarıya yükselen dört adet minare ve minareleri betimleyen sol ve sağ minarelerde iki adet iç büküm çizgi ortada kalan iki uzun boyutlu minarede ikişerden dört adet iç bükey çizgi gözlenmektedir. Ortadaki yedi adet üçgenin simgelediği yedi kule zindanlarıyla iki kenarda dairesel yükselen surlar ve cami simgesi İstanbul'un tarihi değerlerine gönderme yapmaktadır.

10-İstanbul Devlet Tiyatrosu:



Sözdizimsel düzlem:

Logo iki ayrı bölümden oluşmaktadır. Sol bölümde tümüyle Devlet Tiyatrosu yazısının kısaltması olan "DT" yazıçaları bulunmaktadır. Kısaltma ad kalın köşeli ve tırnaklı yazı biçimiyle kalın ve normal olarak tanımlanmıştır. Sağ bölümde ise "İstanbul Devlet tiyatrosu" yazısı koyu ancak normal biçimde alt alta yazılmıştır. Logonun sol tarafından sağ yöne doğru yazının altından ilerleyen yatay, kalın çizgi "T" yazacının sağ tarafından yukarıya ilerlemekte ve yazacın tırnağının hemen altında bitmektedir ve çizgi aynı zamanda İstanbul Devlet tiyatrosu" yazısından kısaltma adı ayırmaktadır. Renk olarak siyah ve beyaz renkler belirlenmiştir.

Anlamsal Düzlem:

Logo ad logo olma özelliği nedeniyle yalın bir görünüm kazanmıştır. Aynı zamanda yazı biçiminin tırnaklı olması ve düz bir biçimde kalın olarak tanımlanması yine ciddiyete ve yalınlığa gönderme yapmaktadır. Doğrusal çizgi tabandan yazaçları desteklemekte ve bir yol izlenimi yaratarak yükselen değerini yukarı yönlü kıvrımıyla göstermektedir. Bir dikdörtgeni andıran ve yazaçlarla sınırlandırılan alan ve yazaç kalınlığı sağlamlığa ve yere basan oturaklı güçlü yapısına dikkat çekmektedir. Bu sağlamlık ve güçlü görünüm; 1969'da İstanbul'da Kültür Sarayı'nın açılmasından, 1978 -1979 sezonunda İstanbul Devlet Tiyatrosu'nun kuruluşuna kadar geçen dolu bir geçmişten gelmektedir. Bu geçmiş Kültür Sarayı'nın 1978 yılında onarıldıktan sonra Atatürk Kültür Merkezi adıyla hizmete girmesi ve 1978-1979 sezonunda İstanbul Devlet Tiyatrosu yerleşik kadro ile faaliyete geçmesine kadar olan süreci de kapsayan başarılarla dolu bir geçmişin izlerini taşımaktadır[12]. Devlet tiyatrosu yılların deneyimini ve gücünü yine logosunda kullandığı baskın siyah renkle de desteklemektedir.

SONUÇ

Yapılan çözümlemede on ayrı logo sözdizimsel ve anlamsal düzlemlerde irdelenmiştir. Bu çerçevede; Türkiye Devlet Demir Yolları, Kızılay, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, ve Emniyet Teşkilatı, logolarında hilal simgesini görülmüştür ve yine Türkiye Devlet Demir Yolları, Kızılay, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, Emniyet Teşkilatı ve Türk Hava Yolları logolarında kırmızı ve beyaz renklerin birlikteliği dikkat çekmektedir. Tüm logolarda Biçimsel bakımdan daireselliğin daha belirgin olduğu gözlenmiştir. Türkiye Devlet Demir Yolları, Büyükşehir Belediyesi, Türk Hava Yolları logoları dışındaki tüm logolarda da yazı kullanıldığı göze çarpmaktadır. Biçimsellikte çoğunlukla daireselliğin egemenliğiyle daha yumuşak bir duygu yaratması amaçlanmaktadır.

Bu bakımdan değerlendirildiğinde İstanbullu On ayrı kurumun Logosu; uygarlıkların ilk dönemlerinden Osmanlı geleneğine ve Osmanlı geleneğinden de günümüze kadar taşınan bir simge olan hilal belirtkesini kullanmıştır ve bu belirtkeyi kırmızı ve beyaz renklerle birleştirerek, Türk bayrağına bir anlamda Türklüğe ve gelenekselliğe, köklü ve eski kurum olmalarına gönderme yapmaktadır.

KAYNAKÇA

- [1] Vardar, Berke, (1988), *Açıklamalı Dilbilim Terimleri Sözlüğü*, İstanbul, ABC Basımevi.
- [2] Becer, Emre, (2002), *İletişim ve Grafik Tasarım*, Ankara, Dost Kitabevi Yayınları.
- [3] http://www.smashlab.com/files/Understanding_Logo_Design_screen.pdf
- [4] Güngör, Hulusi, (2005), *Görsel Sanatlar ve Mimarlık İçin Temel Tasar*, İstanbul, Esen Ofset.
- [5] Kanat, Akın, (2001), *Renk ve Duyu Psikolojisi*, İzmir, İlyas Basımevi.
- [6] Aslan Odabaşı, Hatice, (2002), *Grafikte Temel Tasarım*, İstanbul, Yorum Sanat Yayınları.
- [7] Sarıkavak, Namık Kemal, (2004), *Çağdaş Tipografinin Temelleri*, Ankara, Seçkin Yayıncılık.
- [8] Güz , Nüket ve Rengin Küçükeroğan (2002), *Etkili İletişim Terimleri*, İstanbul , İnkılap yayınevi.
- [9] Püsküllüoğlu, Ali, (2004) *Türkçe Sözlük*, Ankara, Arkadaş yayınları.
- [10] Aktuğlu Karpat, Işıl, (2004), *Marka Yönetimi*, İstanbul, İletişim yayınları.
- [11] Esin, Emel, (2004), *Orta Asya'dan Osmanlıya Türk Sanatında İkonografik Motifler*, İstanbul, Kabalcı Yayınevi.
- [11] "Devlet Tiyatroları", http://www.istdt.gov.tr/turkce/istanbul_dt/tarihce.asp