

Marka, Amblem, Logotayp

. Tasarım Nedir?

. İletişim, Görsel İletişim Nedir?

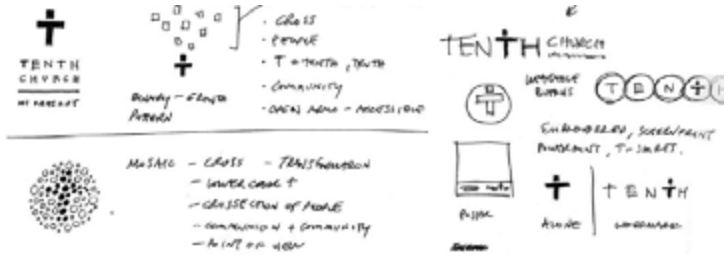
. Marka Nedir? Özellikleri Nedir?

. Amblem ve Logotayp Nedir?

. Amblem ve Logotayp Çeşitleri

. İyi Bir Amblem ve Logotaypın Özellikleri

Prof. Dr. Hasip Pektaş



Tasarım Nedir?

Tasarım, bilgiyi organize etmektir. Düşünceleri görünür ya da elle tutulur hale getirmektir. İnsanın kalbine seslenmektir.



İletişim Nedir?

İletişim, bilgi alışverişidir, bir tür paylaşımdır. Sözlü ya da görüntülü olabilir.



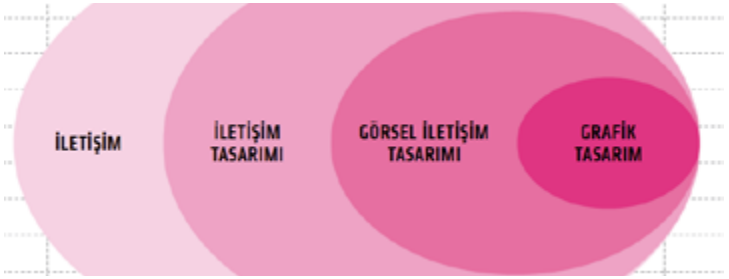
Görsel İletişim Nedir?

Görsel iletişim görüntülü bilgi alışverişidir. Sözlü iletişime göre daha güçlü ve daha etkilidir.





storytel



Güçlü bir iletişim ağında yaşıyoruz. Bilgi aktarımı çok hızlı. Yaşamımız daha kolaylaştı. Baskı teknolojileri, elektronik ve film sektörü, televizyon yayıncılığı çok gelişti. Elle yazılan kitaplardan elekronik kitaplara geldiğimizde gelişmenin hızını görebiliriz.

Dijital araçların kullanımı ve kolay bilgi paylaşımı sayesinde, tasarım disiplinlerinde sınırlar kalktı. Artık ***"İletişim Tasarımı", "Grafik Tasarım", "Görsel İletişim", "Görsel İletişim Tasarımı"*** kavramları eş anlamlı kullanılıyor.



Son yıllarda reklamcılık ve kitle iletişim sektörünün gelişmesi ve yaygınlaşması bu alanlarda görsel iletişim diline hakim tasarımcılara gereksinimi çok artmıştır. Artık ***multidisipliner*** (çok alanlı) ***tasarımcılar*** öne çıkmaya başlamıştır.



Görsel İletişim Tasarımcısı, bir ürünü, bir hizmeti ya da bir fikri, hedef kitleye tanıtmak, tercih etmesini sağlamak amacıyla görsel düzenlemeler yapan kişidir.





Marka Nedir?

Ticaretin başlamasıyla bir malın, bir ürünün diğerlerinden ayırdedilmesi gerekliliği de doğmuştur.

Zamanla bazı ürünlerin taşıdıkları özellikleriyle rakiplerinden ayrılmaya, aranılır olmaya başlaması, bunların kolay ayırdedilmesi gerekliliğini, üzerlerine bazı işaretler koyma zorunluluğunu getirmiştir. O dönemde okur yazar kitlenin fazla olmaması bu işaretlerin, yani markaların daha çok semboller şeklinde oluşmasına neden olmuştur.





Satıcı ile alıcının karşı karşıya gelmediği günümüzde; bir ürünün tüketiciye ulaşması için aracılara gereksinim doğmuştur.

Haberleşmenin, ulaşımın gelişmesi, bir pazarda aynı ürünün pek çok çeşidinin bulunması, buna bağlı olarak self-servis satış ünitelerinin artması, insanları satış öncesi karar vermeye zorlamamıştır. En önemlisi pek çok ürünün ambalajlı olarak satılması nedeniyle tüketicinin tatma, dokunma, deneme şansı kaybolmuştur.



Tüketici eski deneyimlerine, alışkanlıklarına ya da reklamın etkisine bağlı olarak seçim yapmaya başlamıştır. Bu nedenle ürünler arası ayırdedici işleviyle marka, markayı oluşturan simge, özgün yazı ve işaretlerin önemi her geçen gün daha da artmaktadır.

Marka

Marka, bir ürünün veya hizmetin diğer ürün ve hizmetlerden ayrılmasını sağlayan sözcük, ad, sembol ve işaretler manzumesidir. Markayı ***ürün ve hizmet*** (şirket, mağaza, kuruluş vb.) markası olarak ikiye ayırabiliriz.



Üretiliş biçimleriyle markaları; ***şirket isimleri*** (Ford, Tofaş, Oyak, vb.), ***kişisel isimler*** (Koç, Vakko, Elvan,vb.), ***anlamsız isimler*** (Pop, Fay, Omo,vb.), ***yabancı dildeki isimler*** (Chat Noir, Blendax, Ronson,vb.), ***herkes tarafından bilinen sözcükler*** (Karaca, Feza, Yumak, vb.), ***kısaltmalı ya da yan anlamlı isimler*** (Meysu.vb.) diye de sınıflandırabiliriz.



İyi Bir Markanın Özellikleri

a) Markanın söylenişi kolay olmalı.

Başkalarıyla karışmamalı. Tanınmış reklam ajansı Cenajans'ın söylenişine çok benzeyen başka bir reklam ajansı Canajans gibi karışıklığa neden olmamalıdır.





b) Herhangi bir ürünün ya da kuruluşun adı, başka alanlarda kullanılmamalıdır.

Karışıklıklara neden olabilir, örneğin, hepimizin bildiği "Koç Holding" yanında hiç ilgisi olmayan "Kamil Koç" de vardır.

c) İnsan isimleri olmamalıdır. Aynı isimden pek çok kişi olabileceği ve ayrı yerlerde belki de aynı konudaki bir markalamada kullanılabileceği düşünülmelidir. Bunu önlemek de mümkün değildir. "Koç" örneğinde olduğu gibi.





d) Cografi isimler olmamalıdır. Aynı yörenin ismini kullanan pek çok firma ve ürün adı vardır. Bu durum, tüketici için de, firma için de olumsuzluktur. Örneğin; "Ankara" isminde gazoz, makarna fabrikası, reklam ajansı, sigorta şirketi, vb. markalar vardır.



e) Markalar, ürünün özelliğinden doğmamalıdır. Sarı,silindir gibi ürünün biçim ve rengini kullanmak yanlıştır. Aksine ürünle ilgisi olmayan, uydurulmuş bir ismin akılda kalma şansı daha fazladır. “Sana”, “Cif”, “Omo”, “Pop”, “Fay” isimlerinde olduğu gibi.



Amblem ve Logotayp

Bir firmanın soyut isminin (markasının) somut hale getirilmesi, biçim olarak da ayırt edilebilmesi için logosu yapılması gerekir.

Amblem ve logotayp sözcüklerinin dilimizdeki karşılığı ***simge ve özgün yazıdır.*** İki kavram ayrı ayrı anıldığı gibi tek bir sözcük olarak ***Logo*** diye de kullanılmaktadır. ***Amblem***, çizgi ve resimle yapılan işaretler, ***Logotayp*** ise yazıyla veya resim-yazıyla yapılan işaretlerdir. Amaç, firmayı en özgün biçimde ayırt etmeyi sağlamaktır.



"Arçelik" (Ahmet Güleryüz)

Amblem Çeşitleri

Amblemler bazı biçimler kullanılarak oluşturulabilir. Abdullah Taşçı'nın yorumuyla amblem çeşitleri:

a) Formlarını Harflerden Alan Amblemler:

Arçelik ambleminde olduğu gibi sadece bir harften oluşuyorsa, alışılmışın dışında bir formda olmalıdır. Bilinen harflerden ayrılması ve akılda kalıcılığı bu özelliğine bağlıdır. Birden fazla harften oluşuyorsa harflerin birbirleriyle uyumu dengeli olmalıdır.



"Görsel Yayınevi" (Yurdaer Altıntaş)

b) Firma Hakkında Bir imaj Veren Biçimlerden Oluşan Amblemler:

Bazı amblemler biçimleriyle firma hakkında bilgi taşırlar. Bu tür amblemlerde sembolik motiflerden yararlanılır. Dokuma mekiğinin tekstili, kitabın yayınevini, güvercinin barışı simgelemesi gibi...

Ayrıca firma adı özel bir şekilden oluşmakta ise, bu amblemlerde sembole yönelik tasarımlar yapılır. Pelikan, Aslanlı, Başak, Karaca gibi...



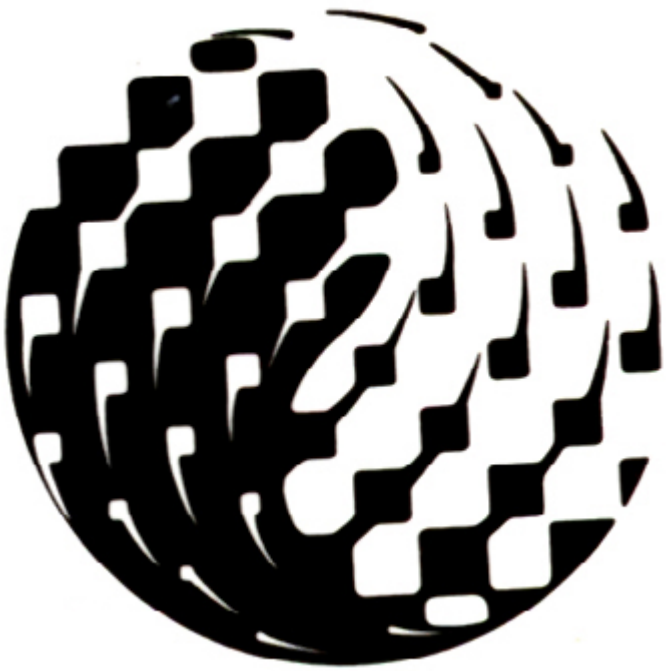
"Koza İnşaat Sanayii ve Ticaret A.Ş" (Mengü Ertel)

c) Harf ve Resimsel Biçimlerin Bir Arada Kullanıldığı Amblemler:

Formlarını harflerden alan ve firma hakkında imaj veren biçimlerden oluşan amblemlerin kombinasyonlarıdır. Bu tür amblemler, firma hakkında bir imaj verirken firma adının baş harfi ile de diğer firmalardan ayrılmasını kolaylaştırır ve akılda kalma yüzdesini artırır.



"Erkutlu Mozaik" (Hasip Pektaş)



"Raks" (Nuray Vural)

d) Firma Hakkında Yeni Bir İmaj Veren (Soyut veya Somut) Amblemler:

Harflerle yapılan amblemler, genelde bir karmaşa doğurmaktadır. Yapılan tasarımın özgünlüğü amblemin yaşama süresini etkiler. Günümüzde harflerle yapılan amblemlerin çokluğu, akılda kalıcılık oranını büyük ölçüde düşürmüştür. Bu nedenle yeni bir imaj veren amblemler aranmaktadır.

e) Kent, Dernek ve Etkinlik Amblemleri:

Ayrıca bazı toplumsal ya da kentsel özelliği yansıtan amblemler de vardır. Bunlar, önemli bir toplumsal olayın anma yıldönümü veya bir yörenin, kentin özelliklerini yansıtan amblemlerdir. Daha çok ögeyi yan yana getirme zorunluluğundan doğan bir karışıklığa meydan vermemek gerekir.



"Bodrum Belediyesi" (Burhan Taştan)





"Kumluca Belediyesi" ve "Ankaralılar Vakfı" (Hasip Pektaş)



"Berrin Giyim" (Sertaç Ergin)



"Servis Bilgisayar" (Hasip Pektaş)



Logotayp ve Çeşitleri

Logotayp, marka isminin özgün yazısıdır.

a) Bilinen bir harf karakterinde değişiklik yaparak elde edilen logotayplar.

Deformasyonları, harfleri yaklaştırmakla, yapıştırmakla, aşırı açmakla, harflerde renk ve biçim farklılıkları yaratmakla, harflerin uzantılarını uzatmakla, sözcükleri bölmekle, onları alt alta veya yanyana farklı renklerde yerleştirmekle yapmak mümkündür.



Yazıya somut unsurlar eklenmiş logotayp. “Bilim Araştırma ve Yayın Ltd. Şti.” (Emre Senan)



Yeni bir yazı türü yaratarak logotayp için örnek. “Kim ki Kafeterya” (Cemalettin Mutver)



b) Yazıya, soyut ya da somut unsurlar ekleyerek elde edilen logotayplar.

Firma veya ürünün özüne uygun simgesel ögeler eklenebildiği gibi, yazının bütünlüğünü bozmayan çizgi ve lekelere de yer verilebilir.

c) Yeni bir yazı türünden oluşan logotayplar.

Her yazı karakterinde harflerin ortak özellikleri vardır, örneğin italik olanlar belli açıda sağa yatık yazılır. Bu karakterde bir harf dik yazılsa bütünlük bozulur. Yeni bir yazı türü yaratırken de harfler arası uyuma dikkat etmek gerekir. Ayrıca yazılan sözcük okunabilmelidir.





İyi Bir Amblem ve Logotaypın Özellikleri

a) İlgili kuruluşun özelliğini yansıtmalıdır. Bir parfüm logotaypı için inşaat sektörünün yapısına uygun bir yazı karakterinden yola çıkılmaz. Her insanın bir kişiliği olduğu gibi, kuruluşların da bir kişiliği vardır. Amblem bunu yansıtmalıdır.

b) Özgün olmalıdır. Amblem ve logotaypın yapılış amacı zaten ayırt edicilik sağlamaktır. Eğer başka örnekleri çağrıştırırsa veya bilinen bir amblem kopye edilmişse hiçbir etkisi olmaz, aksine olumsuz bir imaj yaratır.

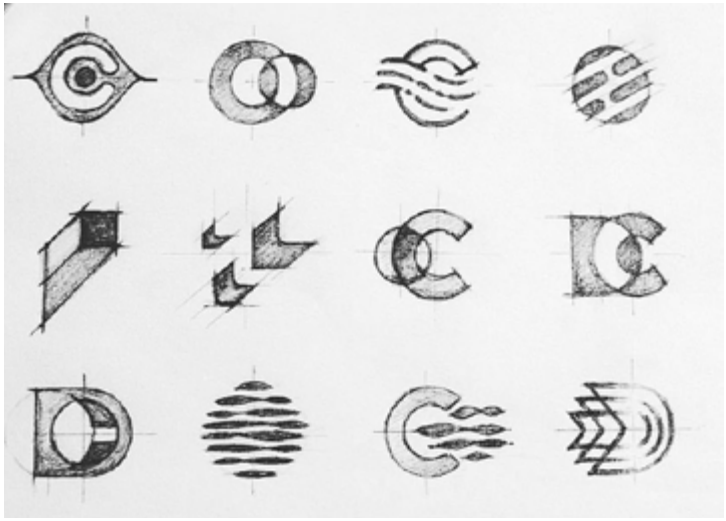


c) Renk ve biçim olarak bütünlük içinde olmalı. Değişik yerlerde (kağıt üstünde, rölyef olarak, rozet için, vb.) kullanılabileceği unutulmamalıdır. Küçültüldüğü zaman ayrıntılarını kaybedecek özellikte olmamalıdır.



Ekslibris Kongresi Logo. (Hasip Pektaş)

d) Logotayplar, okunabilir olmalıdır. Özgünlük yaratmak kaygısıyla gereksiz çizgi ve resimler kullanılmamalıdır. Harf adetinin çok olması, okunurluğu bozmamalıdır.





e) Logo siyah beyaz ve renkli çalışılmalı.

Tasarımcı markayı temsil edecek en iyi rengi ve renklerin psikolojik etkilerini bilmelidir. Eğer birkaç renk kullanılacaksa bunların ilişkilerine, kontrastlıklarına; birbirlerini göstermesine, baskıda kaymaları dikkate alarak temas etmemelerine özen göstermelidir.

BEYAZ

Bordo









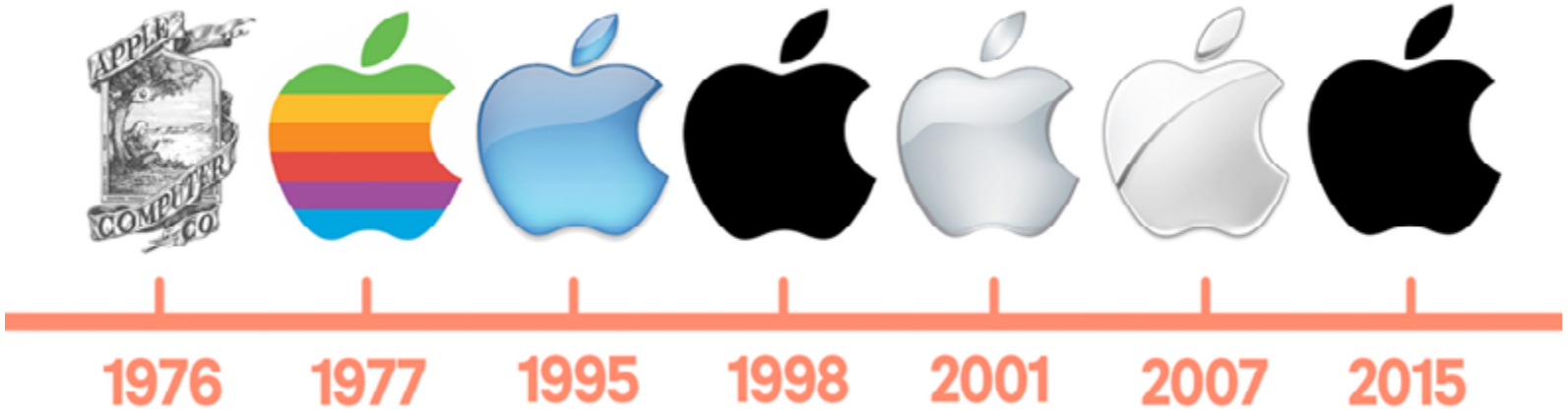




MARMARA ÜNİVERSİTESİ 1883
ANKARA YILDIRIM BEYAZIT ÜNİVERSİTESİ
EGE ÜNİVERSİTESİ 1955
T.C. İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ 1453
KAYSERİ ÜNİVERSİTESİ
ERZURUM ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ 1957
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ 1992
BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ 2008
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ 1975
DİCLE ÜNİVERSİTESİ 1974
BATMAN ÜNİVERSİTESİ 2007
KÜTAHYA DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ 1992
GAZİ ÜNİVERSİTESİ 1926
ADIYAMAN ÜNİVERSİTESİ 2006
TOROS ÜNİVERSİTESİ 2009
KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ 1992
MUŞ ALPARSLAN ÜNİVERSİTESİ
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ 1997 B.E.V.
SİNOP ÜNİVERSİTESİ 2007
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ 1973
GİRNE ÜNİVERSİTESİ 2013 UNIVERSITY OF KYRENIA
İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi
MİMAR SİNAN ÜNİVERSİTESİ 1883
ANKARA ÜNİVERSİTESİ 1946
KIRŞEHİR AHİ EVRAN ÜNİVERSİTESİ 2006
AKDOM KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ 1992
KADİR HAS ÜNİVERSİTESİ 1997
BOĞAZİÇİ ÜNİVERSİTESİ 1863
TEKİRDAĞ NAMIK KEMAL ÜNİVERSİTESİ 2006
BİNGÖL ÜNİVERSİTESİ 2007
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ 1982
HALİÇ ÜNİVERSİTESİ
BİLECİK ŞEYH EDEBALİ ÜNİVERSİTESİ 2017 10. YIL
SAKARYA MANMARA ÜNİVERSİTESİ 1992
YOZGAT BOZOK ÜNİVERSİTESİ 2006
KARAMANOĞLU MEHMETBEY ÜNİVERSİTESİ 2007
AKSARAY ÜNİVERSİTESİ 2006
SAMSUN ÜNİVERSİTESİ
T.C. İSTANBUL RUMELİ ÜNİVERSİTESİ
ÇANKIRI KARATEKİN ÜNİVERSİTESİ
BİLLİ EDEN ÜNİVERSİTESİ 2007
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
ARDAHAN ÜNİVERSİTESİ 2008
YÜKSEK TEKNİK ÜNİVERSİTESİ 1911
ALANYA ALAADDİN KAYKUBAT ÜNİVERSİTESİ
MERSİN ÜNİVERSİTESİ 1992
İMÖNÜ ÜNİVERSİTESİ 1975
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ İSTANBUL 1997
IĞDIR ÜNİVERSİTESİ 2008
AMASYA ÜNİVERSİTESİ 2006
İSKENDERUN TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ 1992
YENİ YÜZYIL ÜNİVERSİTESİ
UFUK ÜNİVERSİTESİ 1999 ANKARA
ARTVİN ÇORUH ÜNİVERSİTESİ 2007
AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ 1992
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ 1992
BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ 2015
Bartın Üniversitesi 2008
BEMETAKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ 2006
BURSA TEKNİK ÜNİVERSİTESİ 2010
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ 1992
PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ 1992 DENİZLİ
DÜZCE ÜNİVERSİTESİ 2006
TRAKYA ÜNİVERSİTESİ 1982
FIRAT ÜNİVERSİTESİ 1975
ERZİNCAN BİNALİ YILDIRIM ÜNİVERSİTESİ 2006
ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ 1970
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ 1987
GİRESUN ÜNİVERSİTESİ 2006
GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ 2008
HAKKARİ ÜNİVERSİTESİ 2008
MUSTAFA KEMAL ÜNİVERSİTESİ HATAY 1992
DOĞUŞ ÜNİVERSİTESİ İSTANBUL 1997
FEYZİYE MEKTEPLERİ VAKFI IŞIK ÜNİVERSİTESİ
MEDİPOL İSTANBUL MEDİPOL ÜNİVERSİTESİ
OKAN ÜNİVERSİTESİ 1999
İZMİR YÜKSEK TEKNOLOJİ ENSTİTÜSÜ 1992
KAFKAS ÜNİVERSİTESİ 1992
KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ 2006
NUH NACİ YAZGAN ÜNİVERSİTESİ NNY 2009 KAYSERİ
ERCİYES ÜNİVERSİTESİ 1978
KIRIKLARELİ ÜNİVERSİTESİ 2007
KİLİS 7 ARALIK ÜNİVERSİTESİ 2007
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ
MÜŞ ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ
ORDU ÜNİVERSİTESİ
OSMANİYE KORKUT ATA ÜNİVERSİTESİ
ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
SİVAS CUMHURİYET ÜNİVERSİTESİ 1974
HARRAN ÜNİVERSİTESİ 1992
TOKAT GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ 1992
TRABZON ÜNİVERSİTESİ 2008
T.C. UŞAK ÜNİVERSİTESİ 2006
VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ 1982
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ UNIVERSITY OF YALOVA 2008
ZONGULDAK BÜLENT EGEVİT ÜNİVERSİTESİ 1992
KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ 1955
KONYA TEKNİK ÜNİVERSİTESİ 1970
KEMAL DEMİRKRASİ ÜNİVERSİTESİ 2015
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
KAHRAMANMARAŞ İSTİKLAL ÜNİVERSİTESİ 2010
T.C. İstanbul Gedik Üniversitesi 2016
FENERBAHÇE ÜNİVERSİTESİ 2016

ankara HBV
İSTANBUL KEMERBURGAZ ÜNİVERSİTESİ
BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ
MUĞLA
AĞRI İBRAHİM ÇEÇEN ÜNİVERSİTESİ 2007
ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
ERZURUM TEKNİK ÜNİVERSİTESİ 2008
ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
ACİBADEM
BAU
BEZMİÂLEM VAKIF ÜNİVERSİTESİ
BİRUNİ ÜNİVERSİTESİ "Bilimin Geleceği"
İSTANBUL AÜ
İstanbul Bilgi Üniversitesi
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
MEF ÜNİVERSİTESİ
T.C. İSTANBUL KÜLTÜR ÜNİVERSİTESİ
KOÇ ÜNİVERSİTESİ
YILDIRIM ÜNİVERSİTESİ
Sabancı Üniversitesi
YAŞAR ÜNİVERSİTESİ
ABDULLAH GÜL ÜNİVERSİTESİ
GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ
CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ
RECEP TAYYİP ERDOĞAN ÜNİVERSİTESİ
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SİİRT ÜNİVERSİTESİ
GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ
MUNZUR ÜNİVERSİTESİ 2008
TÜRK-ALMAN ÜNİVERSİTESİ TÜRKISCH-DEUTSCHE UNIVERSITÄT


SHELL
1900
1904
1909
1930
1948
SHELL
SHELL
Shell
Shell
1955
1961
1971
1995
1999


APPLE COMPUTER CO
1976
1977
1995
1998
2001
2007
2015


1969-1984
Efes
Pilsen
BİRA
1985-1994
Efes
Pilsen
BİRA
1995-1996
Efes
Pilsen
BİRA
1996-2001
EFES
Pilsen
BİRA
50cl
2002-2008
EFES
Pilsen
2009
EFES
Pilsen