

YEREL YÖNETİMİN YERELİ TEMSİLİ AÇISINDAN TRABZON İL VE İLÇE BELEDİYE LOGOLARI*

Çağla YILMAZ**

ÖZ

Belediyeler ulusal ve uluslararası alanlarda görünür olmak için kimi kültürel değerlerden faydalanırlar. Bu değerlerin kendini en iyi şekilde ifade edebilecekleri yer belediyelerin görünen yüzleri olan resmî logolardır. Belediye logoları her alanda kendine yer bulan ve insanların belleklerinde ilgili belediyeye dair ilk fikri oluşturan kartvizitlerdir. Belediyeler logolarını tasarlarken logoların bu gücünü göz önünde bulundurmaldırlar. Yerel yönetimler logolar sayesinde insanların belleklerinde ilk intibanın oluşturulduğunu fark ettikleri takdirde bunu söz konusu yerin tanıtımında işlevsel olarak kullanabilirler. Çalışmada Trabzon Büyükşehir Belediyesi ve on yedi ilçe belediyesinin logoları incelenmiş ve kent kimliğini ne denli yansıttıkları değerlendirilmiştir. Toplam on sekiz logo, bu logoları kullanan belediyeler göz önünde bulundurularak ele alınmış ve logolardan hareketle herhangi bir kimlik oluşturulup oluşturulmadığı ve belediye logolarının kimlik aktarıcısı olarak başarılı olup olmadığı tartışılmıştır. Makalede incelenen logolar internet ortamından edinilmiştir. Belediyelerin internet siteleri ziyaret edilmiş ve bugün kullanılan resmî logolara ulaşılmıştır. Elde edilen logolar betimsel analiz yöntemiyle incelenmiş ve yarı yapılandırılmış görüşmelerde edinilen bilgilerle yorumlanmıştır. Çalışma sonucunda yerel yönetimlerin halk kültürü unsurlarını logolarında temsil etme hassasiyetlerinin fazla olmadığı ve hatta belediyelerin kimilerinin logolarına dair herhangi bir farkındalığa sahip olmadıkları görülmüştür. Trabzon il ve ilçe belediyelerinin logolarında Trabzon kültüründen ne noktada faydalandığı tartışıldıktan sonra önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Belediye, logo, kent imajı, kent kimliği, Trabzon

LOGOS IN TERMS OF LOCAL REPRESENTATION OF LOCAL GOVERNMENT: TRABZON PROVINCIAL AND DISTRICT MUNICIPALITY LOGOS

ABSTRACT

Municipalities benefit from certain values to be visible in national and international arenas. The place where these values can best express themselves is the official

* Gönderim Tarihi: 19.02.2025.Kabul Tarihi: 04.06.2025.

** Dr. Öğr. Üyesi, Kapadokya Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, NEVŞEHİR. cagla.yilmaz@kapadokya.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1525-1000.

logos, which are the visible faces of municipalities. Municipality logos are business cards that find a place in every field and create the first idea of the relevant municipality in people's memories. Municipalities should take this power of logos into consideration when designing their logos. If local governments realize that logos create the first impression in people's minds, they can use this functionally in the promotion of the place in question. In the study, the logos of Trabzon Metropolitan Municipality and seventeen district municipalities were examined and the extent to which they reflected the city identity was evaluated. A total of eighteen logos were examined by considering the municipalities that used these logos and it was discussed whether any identity was created based on the logos and whether the municipal logos were successful as identity transmitters. The logos examined in the article were obtained from the internet. The websites of the municipalities were visited and the official logos used today were reached. The logos obtained were examined using descriptive analysis and interpreted using information obtained from semi-structured interviews. As a result of the study, it was observed that local governments were not very sensitive about representing folk culture elements in their logos and some municipalities did not even have any awareness about their logos. After discussing where Trabzon provincial and district municipalities benefited from Trabzon culture in their logos, suggestions were made.

Keywords: Municipality, logo, city image, urban identity, Trabzon

Giriş

Kentler belleklerle farklı şekillerde yer edinebilmektedir. Kentleri mekân olarak kullanan sinema filmleri, başarılarıyla anılan üniversiteleri ya da turizm konumları olarak çekici olan kentler insanların hafızasında bu özellikleri ile kodlanmaktadır. Eyfel Kulesi denilince akla Paris'in gelmesi, bir sinema filminde Boğaz Köprüsünü görünce İstanbul'un gösterildiğinin anlaşılması gibi imge/mekân özdeşleşmeleri oldukça fazladır. Bu özdeşleşme başka araçlarla da kurulabilir.

Kent imgelerinin kentlerin bilinirliğini ve tanınırlığını artırdığını fark eden ilgili kurum ve kuruluşlar bu noktada çalışmalar yapmaya başlamışlardır. Kentte düzenlenen organizasyonlara kent ile bağlantılı maskotlar seçmek (URL 1), şehirde kurulan futbol kulüp armalarında bir kent imgesi kullanılması¹, kentin coğrafi tescilli ürününün heykelinin² kent meydanına dikilmesi ya da animasyon/

¹ Bu konuda daha fazla bilgi için bkz. Çağla Yılmaz, "Kültürel Tanıtım ve Aktarım Aracı Olarak Futbol Kulüp Armaları", *Milli Folklor*, 139, 2023, s. 43- 57.

² Bu konuda daha fazla bilgi için bakınız: Rauf Belge, "Denizli Kent Kimliğini Oluşturan Coğrafi Öğeler", *Ege Coğrafya Dergisi* 27, 2018, s. 167- 181; Eylem Akgül Yalçın-Emel Baylan, "Anadolu Mitleri ve Efsanelerinin Kentsel Peyzaja ve Kent Kimliğine Etkisi", *MAS Journal of Applied Sciences* 6, 2021, s. 1259- 1270.

kültürel animasyon³ ürünü olarak turizm sektörü için hediyeelik eşya üretmek bunlar arasında sayılabilir. Yerel yönetimlerin bu durumu kullanabilecekleri bir diğer alan, ulusal ve uluslararası yer aldıkları hemen her mecrada kullandıkları logolarında kent imgelerinden faydalanma yoluna gidilmesidir. Böylece kent kimliği logolar aracılığıyla belleklere aktarılabilir ve kalıcılık sağlanabilir.

Kent kimliği, esasında zamanla oluşan farklılıklardır⁴. Abdullah Uğur, Sanayi Devrimi'nden sonra ortaya çıkan modernleşme ve küreselleşme süreci ile kentlerin coğrafi görünüm ve mimari yapıları itibarıyla giderek birbirine benzemeye başladığına dikkat çekmektedir. Bu bağlamda günümüz modern dünyasında şehirlerin ortak sorunlarından biri kimliklerin kaybolmaya yüz tutmasıdır. Çünkü teknolojik gelişmelerle birlikte şehirler kuruldukları coğrafi ortamın özelliklerinden kopmaya başlamış, benzer özelliklere sahip şehirler ortaya çıkmıştır. Bu süreçte kimliğini koruyan ve farklılıklarıyla ön plana çıkan şehirlere ilgi ve talep artmıştır. Bu bağlamda şehirler farklı ve özgün yönlerini ön plana çıkararak daha fazla ilgi ve talep görme rekabeti içerisinde olmuşlardır⁵. Tölle'nin aktardığına göre kimlik sahibi olmanın avantajının farkına varan yerel yönetimler, daha fazla turist ve yatırımcı çekmek için şehrin yerel özelliklerini ön plana çıkararak kent kimliklerini koruma ve geliştirme çabasına girmişlerdir⁶. Ahmet Emrah Siyavuş ve Rauf Belge'ye göre özellikle şehri diğerlerinden ayıran yerel kültür öğelerine önem verilmiş, kentin fiziki ve beşerî coğrafya özellikleri üzerinde durulmuştur. Bu süreçte ortaya çıkan kent kimliği, farklı şekillerde kendini gösterir. Her şeyden önce kent kimliği görsel öğelere yansır. Özellikle kurumsal logolar kent kimliğini en iyi yansıtan görsellerin başında gelir⁷. Bütün bunlar kültürel ifadelerin çeşitliliği noktasında kültür çalışanlarının da ilgisini çekmiş ve kent logolarının bu hassasiyetle oluşturulup oluşturulmadığı noktasında çalışmalar yürütülmüştür.

Vural Akıncı'ya göre doğup büyüdüğümüz şehirlerin birçok coğrafi özelliği şehri simgeleyen belediye logolarına yansımıştır. Belediye logoları şehirlerin imajını, kimliğini ve tanıtımını yaparak şehirlerle özdeşleşmiş unsurlardır.

³ Bu konuda daha fazla bilgi için bkz. Hasan Ayvaci-Bilgehan Gülcan, "Türkiye'de Turizm Animasyonlarında Somut Olmayan Kültürel Miras Ulusal Unsurlarına Bakış", *Journal of Recreation and Tourism Research* 4, 2017, s. 207-223; Ali Türker-İsa Çelik, "Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurlarının Turistik Ürün Olarak Geliştirilmesine Yönelik Alternatif Öneriler". *Yeni Fikir* 9, 2012, s. 86- 98.

⁴ Alparslan Aliağaoğlu, Güldane Mirioğlu, "Bahkesir Kent Kimliği", *International Journal of Geography and Geography Education (IGGE)* 42, 2020, s. 374-399.

⁵ Abdullah Uğur, "Belediye Logoları ve Şehir Kimliği: Denizli İli Örneği", *Dr. Kemal Daşcıoğlu'na Vefa Kitabı*, Ankara 2020, s. 895-916.

⁶ Tölle'den aktaran Ahmet Emrah Siyavuş, Rauf Belge, "Belediye Logolarının Coğrafi Analizi: Tokat İli Örneği", *Eastern Geographical Rewiev* 28, 2023, s. 28- 39.

⁷ Ahmet Emrah Siyavuş, Rauf Belge, "Belediye Logolarının Coğrafi Analizi: Tokat İli Örneği", *Eastern Geographical Rewiev* 28, 2023, s. 28- 39.

Şehirlerin tanıtıcı ve imaj sahibi olmasında önemli rol oynayan logolar, şehrin fiziki ve beşerî coğrafya özellikleri göz önünde bulundurularak tasarlanmalıdır. Kurumların yansıtmak istedikleri görsel kimlik unsurlarından kurum kimliklerinin en temel ifadesi logolarıdır⁸. Hüseyin Saraçoğlu ise günü-müzde belediyeler, diğer kamu kurum ve kuruluşları hatta özel kuruluşların dahi taşıdıkları misyonu ve göstermek istedikleri özelliklerini logo ve amblemlerle ifade ettiklerini söylemektedir⁹.

Simge, sembol ve işaretler insanlık tarihi boyunca muhtelif amaçlar doğrultusunda kullanılmıştır. Bunlar bir iletişim aracı olarak bir devleti veya dini temsil eden imgelerdir. Günümüzde yaygın olarak kullanılan logolar sık rastlanan bir iletişim aracıdır. Logo temsil ettiği kurumun kimliğini yansıtır. Günümüzde birçok kurum, dernek, şirket ve markayı temsilen farklı logolar kullanılmaktadır. Her kurum ve şirket gibi kentlerin de kendilerine ait logoları vardır. Bir kentin kimliği de logolar üzerinde kendini gösterir. Kent kimliği bileşenleri logolar üzerinde yer alan simge, işaret ve sembollerle ifade edilir. Zira kent kimliği her şeyden önce görsel öğelerin zihinde bıraktığı anlamlar bütünü olarak karşımıza çıkar¹⁰. Adnan Tepecik'e göre amblemler okuma yazması olmayan insanlar dâhil toplumun her tabakasına seslenebilmektedir¹¹.

Kavramsal Çerçeve

Günümüz dünyasında tüzel kişiliklere ve kurumlara kimlik kazandırmak, bunları tanıtmak, marka hâline getirmek amacı ile logo adı verilen semboller kullanılmaktadır¹². Bu bir şirket, bir sivil toplum kuruluşu, bir eğitim kurumu ya da bir yerel yönetim logosu olabilir. Logo oluşturulurken asıl amaç söz konusu kurum/ kuruluş ile verilmek istenen mesajın özdeşleşmesidir. Yerel yönetimler için bu mesaj genellikle yönettikleri yerin kültürel birikiminin, kimliğinin, coğrafi özelliklerinin bir taşıyıcısı olmaktır. Halim Emre Zeren'e göre logolar mekânı pazarlamak ve şehir markası oluşturmak için araç olarak kullanılan unsurlardan biri hâline gelmiştir¹³. Çünkü Eren Şenol'dan aktaracak olursak belediye logoları kuruma ek olarak mekânı temsil etmekte, mekânın pazarlanmasına katkı sunmakta, yöreye özgü doğal ve beşerî çevre unsurlarını içermekte, hazırlayanların ve

⁸ Z. Beril Akıncı Vural, *Kurum Kültürü ve Örgütsel İletişim*, İstanbul 2018, s. 105.

⁹ Hüseyin Saraçoğlu, "Türk Cumhuriyetleri'nin Bayrakları Üzerine Bir Değerlendirme", 1. *Ulusal Coğrafya Sempozyumu, Erzurum, 28-30 Mayıs 2012*, s. 487-494.

¹⁰ Belge, a.g.m., s. 168.

¹¹ Adnan Tepecik, *Grafik Sanatlar*, Detay Yayıncılık, Ankara 2002, s. 62.

¹² Özge Ariel Mazlum, *Güzel Sanatlar Fakülteleri Grafik Bölümü Öğrencilerinin Amblem İnceleme Yoluyla Grafik Değerlendirme Becerilerinin Belirlenmesi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara 2009.

¹³ Halim Emre Zeren, "Stratejik Kent Yönetimi ve Kent Markası Oluşturma Süreci", *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 1*, 2011, s. 175-200.

kullanıcıların ilgili mekâna ilişkin imajlarını yansıtmaktadır¹⁴. Belediye logolarıyla ilgili coğrafya, edebiyat, sosyoloji, kamu yönetimi, görsel tasarım vb. alanlarda çalışmalar yapılmıştır. Logolarda Kullanılan Figürlerin Coğrafi Analizi: Giresun İli, İlçe Belediyeleri Örneği¹⁵, Doğu Karadeniz Bölgesi Şehirlerinin Belediye Logolarındaki Tanıtıcı Sembollerin Analizi¹⁶, Kültürel Kent İmajını Etkileyen Büyükşehir Belediyesi Logolarına Özne ve Nesne Bir Yaklaşım¹⁷, Logo Tasarımları Üzerinden Kent Kimliği Göstergelerinin İncelenmesi¹⁸, Türkiye’deki Şehirleri Simgeleyen Logoların Doğal ve Kültürel Miras Unsurları Açısından Çözümlemesi¹⁹ farklı disiplinlerin konuya bakış açılarını gösteren çalışmalardır. Halk bilimi alanı da konuya kendi perspektifinden yaklaşmaktadır.

Logolar kurumu tanıtmak, marka değere katkı sunmak için tasarlanırlar. Bu bağlamda logonun kurumu yansıtmayı beklenir²⁰. Bu sebeple insanların belleğinde kent/ imge özdeşleşmesinin oluşması için belediye logoları hazırlanırken bir amaçla yola çıkılmalı, kentlerin öne çıkarılmak istenen öğeleri tespit edilmeli ve bunlar başarılı bir tasarımla logoya taşınmalıdır. Ardından bu logoların hikâyeleri ve hazırlanma süreçleri, temsil ettikleri kavramlar gibi yönleri ilgililerin ulaşabileceği mecralarda paylaşılmalıdır.

Yöntem

Bu çalışmada Trabzon ilinin ve 18 ilçe belediyesinin logo tasarımları değerlendirilmiştir. Logolar halk bilimi bağlamında ele alınmış ve öne çıkardıkları imgeler ile temsil ettikleri değerler betimsel analiz yöntemiyle yorumlanmıştır. Bu yorumlardan hareketle Trabzon ilçelerinin vurguladıkları kent kimliği incelenmiş, ardından katkı ve önerilerde bulunulmuştur. Gerekli bilgilere belediyelerin internet siteleri taranarak ve belediye personelleri ile yapılan görüşmelerle ulaşılmıştır. Toplamda 19 kişi ile görüşülmüştür. Bu çalışmanın amacı bugüne kadar yapılmış olan logo çalışmalarına halk bilimsel bir yaklaşımla Trabzon özelinde katkıda

¹⁴ Eren Şenol, “Logolarda Kullanılan Figürlerin Coğrafi Analizi: Giresun İli, İlçe Belediyeleri Örneği”, *Turkish Studies- Social Sciences* 15, 2020, s. 2141- 2169.

¹⁵ Şenol, *a.g.m.*, s. 2164.

¹⁶ Tuba Bilirdönmez, Cengiz Şahin, “Doğu Karadeniz Bölgesi Şehirlerinin Belediye Logolarındaki Tanıtıcı Sembollerin Analizi”, *Maarif Mektepleri Uluslararası Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi* 2, 2009, s. 38-47.

¹⁷ Emine Nas-Asım Topaklı, “Kültürel Kent İmajını Etkileyen Büyükşehir Belediyesi Logolarına Özne ve Nesne Bir Yaklaşım”, *Sosyal Bilimler Dergisi SOBİDER* 17, 2017, s. 152- 167.

¹⁸ Emine Betül Özel, *Logo Tasarımları Üzerinden Kent Kimliği Göstergelerinin İncelenmesi*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi, İstanbul 2023.

¹⁹ Ahmet Köroğlu-Pelin Yağcı, “Türkiye’deki Şehirleri Simgeleyen Logoların Doğal ve Kültürel Miras Unsurları Açısından Çözümlemesi”, *Turizm Akademik Dergisi* 5, 2018, s. 63-85.

²⁰ Şenol, *a.g.m.*, s. 2164.

bulunmak ve yerel yönetimlerin kullandıkları logolar ile ilgili farkındalıklarını artırmaktır.

Trabzon kenti Türkiye'nin Karadeniz bölgesinin Doğu Karadeniz bölümünde bulunan bir şehirdir. 2014 yılında büyükşehir belediyesi statüsü kazanmıştır. Trabzon kenti bünyesindeki belediyeler il, ilçe ve belde düzeyinde çalışmalarını sürmektedir. Bu belediyeler yalnızca vatandaşlara hizmet sunmakla kalmayıp ayrıca orada yaşamayan vatandaşlara da tanıtım çalışmaları gerçekleştirmektedirler. Bütün bu noktalardan Trabzon ili ve ilçelerinin belediye logolarına bakılacak olursa belediyelerin öncelikle ya da öne çıkarmak istemedikleri ya da farkındalık geliştirmedikleri unsurlar kolaylıkla görülecektir. Çalışmada 18 ilçe ve bir il belediyesinin logolarında ön plana çıkarmaya çalıştıkları değerlerinin neler olduğu ile hangi sembol, renk ve tasarımlarla kendilerini anlatmaya çalıştıklarının belirlenmesine çalışılmıştır. Yapılan incelemede Trabzon ve ilçelerinin tarihi, kültürel, doğal ve gastronomik unsurlarını logolarına ne denli yansıttığı tartışılmıştır. İlçe belediyeleri alfabetik olarak verilmiştir. Trabzon Büyükşehir Belediyesi kent belediyesi olması sebebiyle en sona bırakılmıştır.

Trabzon İl ve İlçe Logolarına Betimsel Bir Analiz

Akçaabat Belediyesi



Akçaabat Belediyesinin logosu incelendiğinde dört farklı unsurun bir arada kullanıldığı görülmektedir. Belediye ile yapılan görüşmede 1989 seçimlerinde göreve gelen Emin Hacimusaoğlu döneminde logo tasarımının gerçekleştiği öğrenilmiştir. 2000- 2002 aralığında yeni dönem belediye başkanı Şefik Beyin ikinci döneminde de karikatürist Harun Yavruoğlu tarafından logonun merkezinde yer alan horoncuların tasarımı yeniden elden geçirilmiş ve şu anki logo tasarımı oluşturulmuştur (KK 1). Logo genel hatları ile en başından beri aynıdır. Belediyenin resmî web sitesinde logoya ayrı bir sayfa açıldığı görülmektedir. Ancak bu sayfada yalnızca logonun kendisi yer almaktadır, logoya dair hiçbir bilgiye rastlanmamıştır.

Orman ve deniz vurgusu Akçaabat'ın coğrafi özelliklerine dikkat çekmektedir. İlçe deniz kıyısında bulunmaktadır ve ormanlarla çevrilidir. Logonun ortasında yer alan ev figürü ise Akçaabat'ın Ortamahalle mevkiinde bulunan gelenek-

sel mimari dokuya işaret etmektedir. Belediyenin sitesinde de ayrı bir sayfa açılan Ortamahalle geleneksel konakları ile turistik çekiciliği olan bir konumdur. Eraslan Yayinoğlu ve Susar, kent ve kentlerdeki kurumlarda kullanılan logoların kentin kimliğini yansıttığını belirtmektedir. Kent kimliklerinin önemli belirleyicileri genel olarak yerleşim yerlerinin tarihi ve kültürel değerlerinden oluşmaktadır. Bunlar kaleler, eski saraylar, özgün, yöresel konut mimarileri, geleneksel işlev alanları olarak sayılabilir²¹. Belediye logosunda sözü geçen konakların kullanılması Akçaabat'ın bu muhitin görünürlüğünü önemseddiğini göstermektedir.

Logonun tam ortasında yer alan horon figürü Akçaabat'ın ulusal ve uluslararası çapta tanınırlığı olan bir kültürel ögesidir. Türkiye'nin somut olmayan kültürel miras ulusal envanterinde yer alan Akçaabat horonu Akçaabat ilçesinin özel olarak ilgilendiği ve fuarlarda, festivallerde, yarışmalarda her daim ilçeyi temsil etmek için bir ekibinin yer aldığı bir değeridir. İlçe belediyesinin web sitesinde özel bir sayfada horon hakkında bilgi verilmektedir. Geleneksel mimari dokunun önünde, logonun tam ortasında horon figürünün kullanımı ilçenin bilinirliğini önemseddiği bir özelliğe vurgu yapmaktadır.

Logo bir destinasyonu diğer destinasyonlardan ayıran destinasyonun görünen yüzü, kimliği, bir nevi imzasıdır²². Akçaabat logosuna böyle bakıldığında kültürel, tarihi ve coğrafi özelliklerin bir arada kullanıldığı, somut ve somut olmayan kültürel mirasa dikkat çekildiği görülmektedir. Ancak bu bilgilere sahip olmayanlar için logodaki imgelerin nereye referans yaptıklarının anlaşılması zor olabilir. Bu sebeple ilçe internet sitesinde yer alan logo başlığının altına logoda bulunan imgelerin açıklamasının yapılması uygun olacaktır.

Araklı Belediyesi



Araklı Belediyesinin resmî internet sayfasında logoya ayrı bir sayfa açıldığı görülmektedir. Ancak bu sayfada yalnızca logoya ulaşılabilmektedir. Sitede logoya dair hiçbir bilgiye yer verilmemiştir. Logo incelendiğinde deniz ve güneş vurgusu göze çarpmaktadır. Tekneye işaret eden ve Araklı Belediyesi baş

²¹ Pelin Eraslan Yayinoğlu-A. Filiz Susar, *Kent, Görsel Kimlik ve İletişim*, Kocaeli 2008, s. 18.

²² Gülay Öztürk, "Logonun Kurumsal Kimlik Üzerine Etkisi", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 5, 2006, s. 1-17.

harflerinden oluşturulmuş tasarım her ne kadar başarılı olsa da ilçeye dair bilgi aktarımı açısından oldukça yetersizdir.

Araklı logosuna özgünlük noktasından bakıldığında kimi noksanlıklar göze çarpmaktadır. Köşker ve Yılmaz bir konumu diğerlerinden ayıran ve o konunun kent kimliğini ifade eden, akılda kalıcı, özgün ve çağdaş logoların önem arz ettiğini belirtmektedir. Bugün birçok şehir özgünlüğüyle ön plana çıkarak kent kimliğini oluşturmak ve bu kimlikle tanınmak istemektedir. Yazarlara göre doğru olarak tasarlanmış olan iyi bir logo kente değer katan bir prestij göstergesidir. Tasarım yapılırken taklitçilikten uzak durulmalı özgünlük ve ayırt edilebilirlik ön plana çıkarılmalıdır. Bu bağlamda doğal, tarihî, kültürel ve yerel semboller kullanılabilir²³. Araklı logosunun bu bağlamda özgün olmadığı ve kendini ifade etme konusunda eksik olduğu görülmektedir.

Belediye ile yapılan görüşmede 1953 yılında belediye kurulduğundan beri aynı logo kullanıldığı öğrenilmiştir. Yapılan görüşmede logonun değiştirilmesiyle ilgili ciddi anlamda bir gündem olmadığı, yalnızca süreç içinde bayrak üzerine uygulamalarda netleşmesi için çevresinde ve renginde ufak çaplı değişiklikler yapıldığı belirtilmiştir (KK 2).

Bu logodan yalnızca Araklı'nın denizle ilişkisinin olduğu ve belediyenin 1953'te kurulduğu bilgisine ulaşılabilir. Oysaki Araklı belediyesi internet sitesinde ilçeye dair birçok farklı zenginlikten bahsedilmektedir. Aliağaoğlu belediye logolarının yerelliği iyi ifade eden simgeler olduğunu belirtir²⁴. Bu nedenle belediye logolarında kullanılan simge ve işaretler kentin kimliği ve imajı hakkında ipuçları verir²⁵. Ancak Araklı Belediyesi kendi kimliği hakkında bilgi veren oldukça zayıf bir logo tasarımını tercih etmiştir. Logodan hareketle Araklı'nın deniz ile ilişkisi dışında herhangi bir farkındalık yaratılamamaktadır.

Arsin Belediyesi



²³ Hasan Köşker-Vedat Yılmaz, "Logolarda Kullanılan Yerel Simgelerin Kent Kimliği Üzerindeki Öneminin Değerlendirilmesi: Bitlis Örneği", *Uluslararası Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma Dergisi* 6, 2019, s. 4482- 4490.

²⁴ Alpaslan Aliağaoğlu, "Lakap ve Logolarda Türkiye Şehirleri: Anlamların Coğrafyası", *Doğu Coğrafya Dergisi* 12, 2007, s. 263-290.

²⁵ Alpaslan Aliağaoğlu-Sema Çetinkaya, "Türkiye'de Değişen Belediye Logoları: Küreselleşme ve Başka Nedenler", *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 25, 2021, s. 44-64.

Arsin Belediyesinin logosu incelendiğinde yalnızca hamsi ve martı vurgusu göze çarpmaktadır. Deniz ve güneşe benzetilen çark ve güneş ışıklarının arasında kaybolmuş bir fındık imgesi kullanılmıştır. Resmî web sitesinde logoya ayrı bir sayfa açıldığı görülmektedir. Ancak bu sayfada yalnızca logoya ulaşılabilir.

Ticari bir kuruluşun ya da bir kamu kuruluşunun temsili, görünürlüğü ve bilinirliği noktasında logoların büyük bir önem arz eder²⁶. Bu nedenle logo kurum ve kuruluşların imajını ve kurum kültürünü de yansıtmaktadır. Buradan hareketle Arsin logosu yorumlandığında tasarımın Arsin imajını yansıtmakta yetersiz kaldığı görülmektedir. Her ne kadar Arsin'e dair birkaç farklı imge bir arada kullanılmaya çalışılsa da logonun tamamına bakıldığında eksiklikler göze çarpmaktadır.

Arsin foşa fındığı 2022 yılında coğrafi olarak tescillenmiş bir üründür. (URL 2) Arsin Belediyesi tarafından yapılan başvuru ile fındık tescillenmiştir. Belediyenin tescilli bir ürünü logosuna taşıması her ne kadar önemli ise de bu unsurun ön plana çıkarılmadığı ve tasarımın içinde kaybolduğu görülmektedir. Bu durum konu ile ilgili bir bilgisi olmayanların fındığı fark etmesini zorlaştırmaktadır.

Logoda tam merkezde yer alan güneş formulu çark ise Arsin'de bulunan Trabzon Arsin Organize Sanayi Bölgesine işaret etmektedir. Sanayi, kalkınma ve aydınlanma ilişkisi güneş konumlandırması ile logoya taşınmıştır. Belge, sahip olduğu sosyal ve ekonomik yapının şehre bir karakter kazandırdığını belirtir. Bu karakter, şehrin diğer yerleşmelerden ayrılarak kendine has bir yapı ortaya koymasını sağlar²⁷. Bu yapı, zamanla şehrin kişiliğini ve kimliğini inşa eder²⁸. Arsin'i diğer yerleşmelerden ayıran özelliği olarak sanayi bölgesi seçilmiş ve bu belediye logosuna da taşınmıştır.

Kentlerin coğrafi konumu, doğal ortamı, tarihi ve kültürü birbirinden farklı olduğu için coğrafi karakterleri ve bireysellikleri ön plana çıkmaktadır²⁹. Oysa Arsin Belediyesi bunun tam aksine logosuna kentteki ve bölgedeki birçok ilçe ya da il belediyesi gibi deniz, dalga, balık, martı vb. imgeleri logosuna taşıma yoluna gitmiştir. Ruşen Keleş kentin karakteri, kişiliği ve ayırt edici özelliklerinin kent kimliği olgusunu doğurduğunun altını çizmektedir. Kent kimliği, doğal ve tarihî özelliklerin kentte bırakmış olduğu birikimden ibarettir. Kent kimliği, kentin süreklilik kazanmış kendine has özelliklerinde saklıdır. Kentlerin mekânsal, fiziksel, toplumsal ve kültürel özellikleri bir bütün olarak kent kimliğini

²⁶ Bilirdönmez-Şahin, *a.g.m.*, s. 39.

²⁷ Belge, *a.g.m.*, s. 168.

²⁸ Siyavuş-Belge, *a.g.m.*, s. 28.

²⁹ Ahmet Emrah Siyavuş, "Üniversite Öğrencilerinin Şehir İmajlarına Yönelik Bir Araştırma", *International Journal of Geography and Geography Education IGGE* 42, 2020, s. 400- 412.

oluşturur³⁰. Arsin Belediye logosunun da deniz, sanayi ve fındık vurguları ile Arsin'in özelliklerine bütüncül yaklaştığı söylenebilir ancak logonun karmaşıklığı birçok özelliğin gölgede kalmasına sebep olmaktadır.

Belediye ile yapılan görüşmede uzun yıllardır kullanıldığı bilgisi dışında logo ile ilgili herhangi bir bilgiye ulaşılamamıştır (KK 3). Bu bilgi eksikliği sorunuyla birçok belediye ile yapılan görüşmede karşılaşılmıştır. İlçe belediyelerinin kurumsal hafızalarının devamı konusunda ciddi sıkıntılar olduğu görülmektedir.

Beşikdüzü Belediyesi



Trabzon'un en batı ilçesi olan Beşikdüzü, Beşikdüzü Köy Enstitüsüne ev sahipliği yapmıştır. 1940- 1953 yılları arasında ilçede faaliyet gösteren ve daha sonra öğretmen lisesi olarak eğitim- öğretime devam eden Köy Enstitüsü yörenin eğitim seviyesinin arttırmış ve ilçenin ülke çapında tanınmasını sağlamıştır. Beşikdüzü Belediyesi logosunda kitap kullanarak bu noktaya işaret etme yoluna gitmiştir. Logoda başka bir detay bulunmamakta, yalnızca belediye kuruluş tarihi göze çarpmaktadır. İnternet sitesinde logoya ya da temsil ettiği değere dair bir bilgiye rastlanmamaktadır.

Kullanılan logonun yalnız görüneni değil görünmeyeni de anlatması gerekir. Logoların içeriğindeki simge veya simgeler, şekiller, betim ve çizimlerle çağrışımlar oluşturarak kavramsal bir bütüne ulaşılmasını kolaylaştırır. Logolar arkasındaki kurumu ve o kurumun sahip olduğu imajı betimler, kuruluşun yokluğunda mevcut değerlerinin akıllarda görselleştirilmesini sağlar. Logoların işlevi bir kurum için ne ise bir kent için de aynıdır³¹. Beşikdüzü Belediyesi de Enstitü'nün kendisini olmasa da temsil ettiği değer olan eğitimi imgeleyen kitap tasarımını seçerek akıllarda görselleşmek istediği konu olarak Beşikdüzü Köy Enstitüsü ve dolayısıyla eğitimi seçmektedir.

Belediye ile yapılan görüşmeden logonun 1997 yılında tasarlandığı öğrenilmiştir. Logo tasarımında herhangi bir yarışma bilgisine ulaşılamamış yalnızca Ayşegül adlı bir üniversite öğrencisi tarafından tasarlandığı bilgisine ulaşılmıştır.

³⁰ Ruşen Keleş, "Kent ve Kimlik Üzerine". *Mülkiye Dergisi* 29, 2005, s. 9–18.

³¹ Mete Çamdereli, Murat Varlı, Zeynep Varlı, Mert Güner, "Kentsel Kimlik Göstergesi Olarak Kent Logoları", *II. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu (21. Yüzyılda Halkla İlişkilerde Yeni Yönelimler, Sorunlar ve Çözümler- 27-28 Nisan 2006) Bildiriler Kitabı*, 2006, s. 235-280.

Logoda kullanılan koyu mavi rengin dağları, açık mavi rengin ise denizi temsil ettiği belirtilmiştir. Ayrıca aktarılanlara göre öğretmen okulu vurgusu da mevcuttur. (KK 4).

Kullanılan logolar ile kurumun başarılı bir şekilde tanıtılmış olması aynı zamanda kentin de başarılı bir şekilde tanıtılmasını sağlar. Bu doğrultuda hem kentin hem de kurum ya da kuruluşun tanıtılmasında logolar önem taşımaktadır.³² Ancak Beşikdüzü Belediyesi logosunun da her ne kadar referans noktası tarihsel bir konum olsa da Beşikdüzü'nü tam olarak tanıtmakta noksan olduğu görülmektedir. Kevin Lynch her kentin zayıf da olsa bir yapısı ve kimliğinin olduğunu söyler³³. Beşikdüzü Belediye logosunun Beşikdüzü kimliğini yansıtmakta başarısız olduğu söylenebilir çünkü Beşikdüzü Köy Enstitüsü/ Öğretmen Okulu hariç herhangi bir noktaya işaret etmemekte ve Beşikdüzü'ne dair herhangi bir şey söylememektedir. Tasarımcının aktardığı dağ ve deniz özellikleri ise soyut kalmaktadır.

Çarşıbaşı Belediyesi



Küresel rekabet ortamında hem ulusal hem de uluslararası refahtan pay alabilmek için şehirlerin markalaşması ve bu yönde pazarlama çalışmalarının yürütülmesi gerekmektedir. Şehirlerin markalaşması sürecinin en önemli adımını şehri simgeleyen logoların yaratılması oluşturmaktadır. Bu logolar şehirle ilgili yansıtılmak istenilen bütün özelliklere dikkat çekmeyi sağlayabilecek görsel birer tema özelliği taşımaktadır. Ayrıca şehrin rakiplerle arasındaki farkı ortaya çıkararak rekabet gücünü, tanınma ve hatırlanma düzeylerini arttırmaktadır. Logoların oluşturulmasında her toplumun kendi geçmişinden bugününe taşıdığı, tüm maddi ve manevi unsurları kapsayan kültürel değerlerinin yeri göz ardı edilememektedir. Çünkü sahip olunan kültürel değerler sayesinde şehirler tanınmakta ve o kültürel değer ile karşılaştığında akla sadece o şehir gelmektedir. Yani oluşturulan şehir logoları toplumların kendi benliklerini yansıtmalarında aracı olarak kullanılmaktadır. Özellikle küreselleşme ortamında ortadan kaybolmaları daha mümkün görünen kültürel değerlerin logolarda kullanılmasının, kalıcılıklarının sağlanması

³² Köşker-Yılmaz, *a.g.m.*, s. 4484.

³³ Kevin Lynch, *Kent İmgesi*, Çev. İ. Başaran, İstanbul 2020, s. 127.

ve daha geniş kitlelere ulaşması açısından önemli olduğu söylenebilmektedir³⁴. Çarşıbaşı logosunun bu dikkatle hazırlandığı görülmektedir. Coğrafi tescilli ürünü olan keşan dokuması, ilçenin en önemli özelliklerinden olan çift limanı ve dolayısıyla balıkçılığa ve kentle özdeşleşmiş olan hamsiye vurgu yapan hamsi ve bölgenin en kaliteli fındıklarından olan fındığına vurgu yapması ilçenin birçok kültürel unsurunu bir arada bulundurmaktadır. Ayrıca belediyenin kurulduğu yıla da logoda yer verilmiştir. Tasarım karmaşık olsa da her bir imge kendini belli etmektedir. İnternet sitesinde logoya dair hiçbir bilgi bulunmamaktadır.

Yapılan görüşmede logonun 2 Temmuz 2007 yılında düzenlenen yarışmada kazanan tasarım olduğu iletilmiştir. Mehmet Hacıfettahoğlu tarafından tasarlanan logo yarışmayı kazanmıştır. Çarşıbaşı Belediyesi o tarihten itibaren bu logoyu kullanmaktadır (KK 5). Tasarımcı ressam Mehmet Hacıfettahoğlu ile yapılan görüşmede kendisi Vakfikebirli olduğunu ve yörenin kültürel değerlerini işlemekten yoksun durumda olması sebebiyle kendisinin bu değerlerin hem oralı olması sebebiyle farkında olduğunu hem de sanatçı olması sebebiyle bir tasarıma dönüştürebildiğini belirtmiştir. Sanatçı logonun doğası gereği yerel değerlerle belediyelerin ilişkilendirilmesi gerektiğini düşünmüş ve tasarımını bu hassasiyetle oluşturmuştur. Sanatçı özellikle il dışındaki fuarlarda yerelin temsiline kıymetli olduğunu ve bize ait bir unsuru görünür ve bilinir kılmak gerektiğinin farkında olduğunu aktarmıştır. Hacıfettahoğlu keşan dokumayı logoya biraz da bu sebeple taşıdığını belirtmiştir (KK 6).

Çaykara Belediyesi



Çaykara Belediyesinin logosunda dağ, ırmak, çay, mısır, benekli alabalık, Uzungöl gibi unsurlar bir arada görünmektedir. Şehirler için oluşturulan logolar şehrin somut varlığı ve en çekici unsuru olarak düşünülmektedir. Wahyurini logoların şehri diğer şehirlerden ayırmakta ve şehrin maddi olmayan özelliklerini simgelemekte olduğunu belirtmektedir. Şehir logoları, şehirde inşa edilmiş ve şehrin doğal çevresinde bulunan yerler hakkında fikir belirtmekte, oraları temsil

³⁴ Ahmet Köroğlu-Pelin Yağcı, "Türkiye'deki Şehirleri Simgeleyen Logoların Doğal ve Kültürel Miras Unsurları Açısından Çözümlemesi", *Turizm Akademik Dergisi* 5, 2018, s. 63-85.

etmektedir. Böylelikle insanların zihninde şehir ile ilgili olumlu bir görüntü ve duygusal izlenim yaratılmasını sağlamaktadır³⁵. Oysa Çaykara logosuna bakıldığında Çaykara'ya dair özel bir durumun yalnızca Uzungöl olduğu, onun da başarısız bir tasarımla temsil edildiği görülmektedir.

Çaykara belediye başkan yardımcısı ile yapılan görüşmede logonun 1996'da ressam Hasan Basri Yılmaz tarafından çizildiği ve meclis kararıyla kabul edildiği aktarılmıştır. Ayrıca belediyenin logo değişikliği ile ilgili bir gündeminin olmadığı da belirtilmiştir (KK 7).

Uzungöl Trabzon'un turistik cazibe merkezlerinden biridir. Çaykara sınırları içinde kalan Uzungöl'ün belediye logosunda tercih edilmesi olağandır. Ancak ne yazık ki tasarımın amaca hizmet etme konusunda yeterli olduğu söylenemez. Ortasındaki alabalık da Çaykara için yine özel bir türdür ancak belleklerde böyle bir bilgi yok ise logonun okunması oldukça zordur. Çay ve mısır yörenin tarım kaynakları olarak logoda yer almışlardır. Çaykara Belediyesi de kuruluş tarihini logosunda kullanmayı tercih etmiştir.

Dernekpazarı Belediyesi



**DERNEKPAZARI
BELEDİYE BAŞKANLIĞI**

Dernekpazarı Belediyesi logosunda D ve B harflerinin iç içe geçtiği bir tasarım tercih edilmiştir. Kent kültürüne vurgu yapan tek imge çay yaprağı ve kent ile özdeşleşmiş Trabzonspor'a referans veren bordo ve mavi renk seçimidir.

Seraphin vd. şehir logolarının şehrin kimliği, eşsizliği, değeri, şehre ait esas nitelikler ve şehrin amaçları ile eşleşmesi büyük önem arz etmektedir. Özellikle turistik çekim merkezi konumunda bulunan şehirler için şehre ait değerlerin logolarda yer alması turist varışlarını etkileyebileceğinden, bu şehirler için logoların dizaynının daha önemli olduğu söylenmektedir³⁶. Dernekpazarı logosunda bu konuda herhangi bir farkındalık görülmemektedir. Belediye ile yapılan görüşmede herhangi bir yarışmanın söz konusu olmadığı, belediyenin 25 yıldır bu logoyu kullandığı belirtilmiştir. Kimin tasarladığına dair herhangi bir fikirlerinin olmadığı aktarılmıştır (KK 8).

Kent kimliği esasında algı ve duyumlarla ilgilidir. Bu bağlamda kentler fiziki olarak coğrafi görünümün bir parçası olmasına rağmen bakıldığı şekliyle

³⁵ Wahyurini'den aktaran Köroğlu-Yağcı, *a.g.m.*, s. 65.

³⁶ Seraphin ve arkadaşlarından aktaran Köroğlu-Yağcı, *a.g.m.*, s. 65-66.

değil ona yüklenen farklı anlamlarla bilinir³⁷. Bu bağlamda Dernekpazarı Belediyesi internet sitesinde bulunan sosyal ve kültürel yapı, coğrafi yapı, tarih, turizm ve doğal kaynaklar gibi başlıklardan hiçbirini logosuna taşıma yoluna gitmemiştir. Logosu itibarıyla ilçenin kent kimliği oluşturmaktan uzak olduğu söylenebilir.

Düzköy Belediyesi



Düzköy Belediyesi logosunda dağ, orman, cami temsillerine rastlanmaktadır. İlçe için görünür turistik alanlardan biri olan Şahinkaya da logoya taşınmıştır. Haçkababa Yaylasında bulunan camii de logoya taşınarak yine turistik çekiciliği olan bir alandan logoda faydalanma yoluna gidilmiştir. Logoda yeşil ve mavi renklerinin hâkim olduğu görülmektedir. Belediye ile yapılan görüşmede logonun 2020 yılında Düzköylü bir resim öğretmenine sipariş üzerine yaptırıldığı belirtilmiştir. Aktarıldığına göre logoda bulunan caminin üst kısmında yer alan çıkmalar Çal Mağarasının içinde asılı sarkıtları anımsatmaktadır. Logo ayrıca Şahinkaya, Haçkalı Baba camisi, yaylalar ve sislerden oluşmaktadır (KK 9).

Kentler, kendileri ve kurumlarını iyi bir şekilde ifade ederek tanıtmak ve rekabet gücünü artırmak istemektedirler. Bu bağlamda kent ve kurumları tanıtan önemli rekabet araçlarından biri de logolardır. Logolar kentlere özgün bir kimlik kazandırmaktadır. Kent ve kentteki kurumlar, kullandıkları logolar ile tanınırlıklarını ülke geneline yayabilmekte, hatta günümüzde internet aracılığıyla dünya geneline yayabilmektedir³⁸. Buradan hareketle Düzköy Belediyesi logosuna bakıldığında artılar ve eksilerin olduğu söylenebilir. Şahinkaya ve Haçkalı Baba Camii temsilinin logoda bulunması coğrafi ve kültürel değerlere işaret etmektedir. Aynı zamanda ilçeyi çevreleyen dağ ve ormanlar da logoda yer almaktadır. Belediyenin kuruluş tarihi de logoya eklendiğinde kalabalık ve karmaşık bir yapı olduğu görülmektedir. Bunun dışında Düzköy'ü özgün ve çekici yapabilecek başka bir unsur logoya taşınmamıştır. Aktarılan Çal Mağarası temsili ise oldukça soyut kalmaktadır.

³⁷ Siyavuş-Belge, *a.g.m.*, s. 29.

³⁸ Köşker-Yılmaz, *a.g.m.*, s. 4484.

Hayrat Belediyesi

Logolar destinasyonun bilinirliğinde, tercih edilebilirliğinde ve markalaşmasında önemli rol oynamaktadır. Turizm pazarında yer almak isteyen destinasyonlar sadece isimleri ile değil aynı zamanda kullandıkları logolarla da ziyaretçilerin zihinlerinde marka çağrışımları oluşturmaktadır³⁹. Hayrat Belediyesinin bu noktada bir hassasiyetinin olmadığı görülmektedir. Hayrat Belediyesi ile yapılan görüşmede muhtemelen belediye kurulduğundan beri aynı logonun kullanıldığı, küçük belediyelerde bu konuda bir kaydın bulunmasının oldukça zor olduğu belirtilmiştir. Logonun üzerinde bulunan tarih de buna işaret etmektedir. Hayrat, belediyesi 1992 yılında ilçe olmuş olsa dahi logoda hâlen belde belediyesi olduğu 1969 tarihi yer almaktadır (KK 10).

Kentlerin farklı özelliklerini yansıtmak ve kentlerin tanınırlığını artırmak amacıyla logolar kullanılmaktadır. Logolar kent ve kentte bulunan kurum ve kuruluşların kendilerine özgü özelliklerinin kolay ve anlaşılır bir şekilde çözümlenebilir, şekil, rakam ve renk kombinasyonlarının tamamının ya da bir kısmının kullanılması ile oluşturulan simgelerdir. Logo tasarlanırken kente özgü tarihi, kültürel, doğal, turistik, gastronomik değerlerin tamamı dikkate alınarak hazırlanmalıdır. Logolarda kullanılan simge, sembol ve renklerin kent kimliğini yansıtmaları gerekmektedir. Kent kimliği kente ait olan tarihi, kültürel ve sosyal izlerin yansıması olarak tanımlanabilir. Kentin ya da kentte bulunan kurumların kimliği uzun uzun anlatılmak yerine logolarda simge, sembol ve renklerle ifade edilmektedir. Bu bakımdan kentlerde kullanılan logoların kentte faaliyet gösteren kurumların ve kentin kimliğini yansıtacak şekilde tasarlanması ve hedef kitlenin dikkatini çekmesi önemli bir konudur. Bu bağlamda logolarda kullanılan yerel simgelerin, sembollerin ve rengin kent kimliğindeki önemi tartışılmaz⁴⁰. Hayrat Belediyesi internet sitesinde tarihçe ve coğrafi yapı başlıklarına yer verse de bunlardan hiçbirini logosuna taşımadığı görülmektedir. Hayrat Belediyesi logosunda yeşili ve maviyi ağırlıklı olarak kullanılmaktadır ve yalnızca çay

³⁹ Uysal Yenipınar-Oya Yıldırım, “Destinasyon Markalaşmasında Yerel Simgelerin Logo ve Amblemelerin Kullanılması: Muğla Araştırması”, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi* 13, 2016, s. 28-46.

⁴⁰ Köşker-Yılmaz, *a.g.m.*, s. 4483.

yaprağına yer vererek ilçede yapılan çay tarımına gönderme yapmaktadır. Bunun da kent kimliğini temsili noktasında yetersiz olduğu söylenebilir.

Köprübaşı Belediyesi



Bir kenti diğerinden ayırt eden özelliklerinin tamamı o kentin kimliğini oluşturmaktadır. Yapıları, tarihî, kültürü, doğal güzellikleri ve insanları ile kentler farklı özelliklere sahiptir. Kıyı, dağ, orman, ya da ova kentleri birbirinden farklıdır⁴¹. Kısacası her kentin kendine özgü bir kimliği ve ayırt edilebilir bir özelliği bulunmaktadır⁴². Ancak Köprübaşı Belediyesi ayırt edilebilir özelliklerini logosuna taşıma noktasında başarılı değildir.

Köprübaşı Belediye Başkanı Ali Aydın ile yapılan görüşmede belediyenin kuruluş tarihi olan 1965'ten beri logonun kullanıldığının muhtemel olduğunu belirtmiştir. Bundan başka herhangi bir bilgiye ulaşamamıştır (KK 11).

Köprü kullanımı Köprübaşı Belediyesi için özel bir yerde durmaktadır. Köprübaşı Yaylasında bulunan köprü tarihi, mimari ve kültürel bir referans olarak logoda kullanılmıştır. Ancak bunun dışında dere, dağ, orman kullanımları ve yeşil ile mavinin ağırlıklı olduğu tasarım oldukça sıradan durmaktadır. Logonun iki yanında bulunan başak formu ilçedeki buğday tarımına gönderme yapmaktadır. Köprübaşı Belediye logosunun başarılı ve başarısız yönleri olduğu söylenebilir. Köprübaşı Belediyesi ilçeye adını veren köprüyü logosuna taşımakla doğru bir yol izlemiştir ancak tasarım bugün bakıldığında oldukça karmaşık ve yorucu durmaktadır. Bu sebeple merkez unsur aynı kalmakla birlikte daha çağdaş ve özgün bir tasarım tercih edilebilir, ilçeyi özgün kılan diğer unsurlardan faydalanılabilir.

⁴¹ Şafak Kaypak, "Antakya'nın Kent Kimliği Açısından İrdelenmesi", *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 7, 2010, s. 373-392.

⁴² Köşker-Yılmaz, *a.g.m.*, s. 4484.

Maçka Belediyesi

Logolar, amblemler ve semboller insanoğlunun geçmişten günümüze kullandığı ve içerisinde bir anlamı barındıran, doğal ortamın özelliklerinden, tarihinden, kültüründen, yaşanan çevrenin gelenek ve göreneklerinden etkilenerek oluşmuş veya oluşturulmuş imgeler topluluğudur.⁴³ Maçka Belediyesi ise yalnızca dağ ve içinde ilçe sınırlarında bulunan Sümela, Vazelon ve Kuştul gibi manastırları temsil eden bir tasarımı içermektedir. Dağ tasarımı yüksek rakımlı ilçe konumuna işaret etmektedir. Maçka Belediyesi ile yapılan görüşmede logonun 2015 yılında düzenlenen bir yarışmada 12 katılımcı arasından seçildiği aktarılmıştır. Kazanan yarışmacının İstanbul'dan katıldığı belirtilmiştir. Logonun seçilme sebebinin de Sümela ve yeşil vurgusu olarak belirtilmiştir (KK 12).

Günümüzde şehirler, kendi şehirlerinin tanıtımını yaparak turist çekmeye ve bu yolla kalkınmaya çalışmaktadırlar. Bunun için de özellikle şehirlerinin doğal ve beşerî çekiciliklerini kullanmaktadırlar. Belediyeler de şehrin kimliğini ve karakterini gösteren, aynı zamanda şehrin doğal ve beşerî özelliklerini içeren logo tasarımları ile kendi kimliklerini ortaya koymaktadırlar. Şehirlerin imajları çeşitli sembol ve logolarla ifade edilebilmektedir⁴⁴. Bu logolar hem belediyenin hem de şehrin tanıtımını yapmaktadır. Dolayısıyla belediyelere ait logolar incelendiğinde, o şehrin doğal ve beşerî özellikleri ile şehrin kimliğini bulmak da mümkün olmaktadır.⁴⁵ Bu minvalde Maçka Belediyesi logosu kimlik temsili ya da Maçka'nın özelliklerini vermesi noktasında oldukça eksiktir. Belediye minimalist bir tasarımı tercih etmiş olabilir ancak bu durum Maçka'nın ulusal ve uluslararası alanda kendini tanıtamamasına, farklarını ortaya koyamamasına sebep olmaktadır. Logoda her ne kadar ilçeye özgün manastır yapılarına referans olsa da bunlar daha görünür kılınabilir ve somut olmayan kültürel miras unsurlarından faydalanılabildi. Logolar yalnızca maddi kültür unsurlarının değil somut olmayan unsurların görünürlüğü için de kullanılabilecek alanlardır.

⁴³ Murat Uzun-Sibel Özcan, "Belediye Logolarındaki Coğrafi Sembollerin Analizi: Kocaeli Örneği", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 7, 2014, s. 272-288.

⁴⁴ Aliagaoglu, a.g.m., s. 274.

⁴⁵ Mücahit Yıldırım, "Samsun'un Belediye Logolarında Kullanılan Coğrafi Sembollerin Analizi", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 11/61, 2018, s. 375- 389.

Of Belediyesi



Logolar, hazırlayanların ve onu kabul edenlerin ilgili şehir hakkındaki imajlarını yansıtır.⁴⁶ Of Belediye logosunun tasarımında yalnızca dalga ve çay yaprağı görülmesi Of'un belleklerdeki imajının yalnızca deniz ve çaycılık ile sınırlı olduğu gibi bir algı yaratmaktadır. Oysa Of kültürel bellekte fıkraları, türküleri ve başka birçok çeşitli unsur ile yer etmektedir. Örneğin Çağlayan Şelalesi başta olmak üzere şelaleler, Çakıroğlu İsmailağa Konağı başta olmak üzere halk mimarisinin örneklerinden olan konaklar vb. unsurlar logoya taşınıp özgünlük katılabilirdi. Ancak logoda bunların hiçbirinden faydalanma yoluna gidilmemiştir. Diğer birçok belediyede olduğu gibi bu logoda da mavi ve yeşil ağırlıktadır. Of Belediyesi logosunda özgünlük konusunda noksanlık olduğu söylenebilir. Belediye ile yapılan görüşmede kullanımdaki logonun 22.08.2003 tarihinde düzenlenen bir yarışma ile belirlenerek değiştirildiği öğrenilmiştir (KK 13).

Ortahisar Belediyesi



Yapılan görüşmede 2014 yılında Ortahisar Belediyesi kurulduğundan beri bu logonun kullanıldığı öğrenilmiştir. Belediye ile yapılan görüşmede tasarımın ortak olarak düzenlendiği, katkı sunan kişilerin şu an belediyede çalışmadıkları için detaylı bir bilgi alınamadığı aktarılmıştır (KK 19).

Logoda Ortahisar'da bulunan Trabzon surlarına, Ortahisar'da hâlâ rastlanan konaklara ve camii silüetine yer verilmiştir. Mavi rengin ağırlıklı olduğu görülmektedir. Logonun temsil ettiği muhiti işaret ettiği söylenebilir. Ayrıca

⁴⁶ Şenol, a.g.m., s. 2162.

belediye kuruluş tarihine de logoda yer verilmiştir. Trabzon'un merkez ilçesi olan Ortahisar kentin bütün değerlerine işaret etmeye çalışmış ancak birçok logoda olduğu gibi yine maddi kültür unsurları çerçevesinde kalınmıştır. Oysaki horon, kemeçe, yerel giyim kuşam, denizcilik kültürü vb. birçok farklı unsur tasarımı kendine yer bulabilirdi. Yine logonun diğer birçok logodan farklı olarak bordo maviyi değil yalnızca maviyi ağırlıklı olarak kullandığı görülmektedir.

Sürmene Belediyesi



Logoların temel işlevi olan farklılaşmanın gerçekleştirilebilmesi açısından şehir logolarında şehrin doğasında kendiliğinden var olan, etkileyici ve kolayca ulaşılabilen kültürel, tarihi ve doğal karakteristiklere odaklanılması önemli kabul edilmektedir. Aynı zamanda bu öğelere oluşturulacak şehir logolarında yer vermek hem logonun kolayca akılda kalmasını sağlamakta hem de rakipler tarafından kolayca taklit edilmesini önlemektedir⁴⁷. Buradan bakıldığında Sürmene Belediyesi logosu ile yukarıda sözü edilen Araklı Belediyesi logo benzerliği göze çarpmaktadır. Her iki belediye de baş harflerden oluşan tasarımlar tercih etmişlerdir ve bu durum ilçelerin bilinirliğine gölge düşürmektedir. Örneğin Sürmene Belediyesi logosunda coğrafi tescilli ürünlerinden de olan Sürmene bıçağı ya da Türkiye'nin somut olmayan kültürel miras ulusal envanterinde yer alan Sürmene Horonuna yer vermeyi ve farklılıklarına dikkat çekmeyi tercih edebilirdi. Belediye ile yapılan görüşmede herhangi bir yarışmanın düzenlenmediği 1990 yılında imar müdürü Yunus Yılmaz tarafından tasarlandığı belirtilmiştir (KK 14).

Şehrin rekabetçi kimliği üzerinde önemli katkıları bulunan kültürel değerlere, şehirler için oluşturulacak logolarda yer verilmesinin önemli olduğu düşünülmektedir⁴⁸. Bu kültürel değerler ülke bayraklarından üniversite logolarına ve hatta spor kulübü armalarına kadar taşınabilmektedir. Böylece şehir - imge özdeşleşmesi sağlanabilmekte ve belleklerde bir kent kimliği oluşturulabilmektedir. Sürmene logosunda ise bu konulara dair herhangi bir hassasiyet hissedilmemektedir. S ve B harfleri ile karakterize edilen Sürmene Belediyesi her

⁴⁷ Yenipınar-Yıldırım, *a.g.m.*, s. 30.

⁴⁸ Lee vd. aktaran Koroğlu-Yağcı, *a.g.m.*, s. 66.

ne kadar tasarım olarak çekici ise de alıcıya Sürmene'ye dair bir şey söylememektedir. Bu logodan anlaşılan Sürmene ve deniz ilişkisidir. Sürmene de kuruluş tarihini logosunda kullanmayı tercih eden belediyelerdendir.

Şalpazarı Belediyesi



Logolar bütüncül bir değere sahip olmalıdır. Büyük bir kitleye anlatılmak istenilen şeyin istenileni ne kadar doğru şekilde yansıtıyorsa o kadar başarılı bir logo kullanıldığı söylenebilir. Logolar kentin ya da kurumun tarihi, kültürel, turistik, doğal kaynaklar gibi birçok özelliğini yansıtabilmektedir. Bu durumda logo kentin tanıtım ve kalkınmasında önemli rol üstlenmektedir⁴⁹. Bu noktada Şalpazarı Belediyesi logosunun bütüncül olduğu söylenebilir.

Şalpazarı da hem dağ imgesi ile coğrafyasını hem köprü tasarımı ile özdeşleşmiş bir mimari unsuru logosuna taşımıştır. Horon ile de halk oyunu vurgusu yapılmıştır. Dere ve dağ ile ilçenin konumlandığı coğrafyaya vurgu yapılmıştır. Belediye kuruluş tarihi de logoda yer almaktadır.

Şalpazarı Belediye Başkanı Refik Kurukız ile görüşülmüş ve logo hakkında bilgi alınmıştır. Başkan logonun kendi tasarımı olduğunu belirtmektedir. 2014 yılında göreve gelince, Refik Kurukız'ın yönlendirme ve dikkatleri ile İbrahim Sarı tarafından çizilmiştir. Refik Kurukız logonun ardındaki dağı Şalpazarı için önemli bir imge olan Sisdağı'nı temsil ettiğini, Şalpazarı coğrafyasında büyük yer tutan ırmakların Şalpazarı'nın Ş'sini oluşturacak şekilde logoya aktarıldığını ve horon ekibini kullanmanın hem horona hem de Şalpazarı/ Ağasar giyim kuşam kültürünü vurguladığını aktarmıştır (KK 15). Ağasar Giyim Kuşam kültürü Türkiye'nin somut olmayan kültürel miras ulusal envanterinde de yer alan ve Şalpazarı'na has kültürel değerlerden biridir. Şalpazarı Belediyesi logosunun bir bilinçle oluşturulmuş, birçok unsuru estetik bir şekilde bir araya taşımış bir logo olduğu söylenebilir.

⁴⁹ Köşker-Yılmaz, *a.g.m.*, s. 4484.

Tonya Belediyesi

Kültürel değerler zaman içerisinde kendisinden daha geniş ve zengin bir kavram olarak kabul edilen kültürel miras kavramı kapsamında ele alınmaya başlanmış ve kültürel miras, tüm kültürel değerlerin birleşimi olarak kabul edilmiştir⁵⁰. Bu değerlerden biri olan halk oyunları Tonya halk kültüründe önemli bir yerde durmaktadır. Bu sebeple Tonya Belediyesi sade bir tasarımla horonu logosuna taşımıştır. Belediye ile yapılan görüşmede 2002 yılında bir yarışma ile logonun belirlendiği aktarılmıştır. Farklı herhangi bir bilgi belirtilmemiştir (KK 16).

Tonya Horon Ekibi 1960 yılında İngiltere’de ve 1965 yılında Tunus’ta ödül almıştır. Tonya horonu dünya çapında tanınırlığı ve bilinirliği olan bir halk kültürü unsurudur. Tonya ilçesinin logosuna Tonya denilince akla gelen bir unsur taşıdığı görülmektedir. Logoda herhangi bir yıl ibaresi bulunmamaktadır.

Dağ tasarımı ile Tonya’nın konumuna dikkat çekilmiştir. Birçok belediyede olduğu gibi bu logoda da yeşil ve mavinin baskın olduğu görülmektedir.

Vakfıkebir Belediyesi

Kent logoları kentin marka kimliğini belirlemeleri ve temsil etmiş olduğu kentler hakkında bilgi iletmelerinden, yükledikleri imgenin kentin menfaatine yansımaları sağlamakla birlikte kitle ile kent adına iletişim köprüsünü oluşturmada ve kenti betimlemektedir.⁵¹ Vakfıkebir Belediyesi logosuna bakıldığında ilçeyi betimleyen imge görülmektedir. Logoyu hiçbir şey bilmeden görenlerde

⁵⁰ Köroğlu-Yağcı, *a.g.m.*, s. 66.

⁵¹ Çamdereli vd. *a.g.m.*, s. 236.

merak uyandırılmakta, bu merakla konuyu öğrenenler bu vasıta ile ilçe tarihini öğrenmektedirler. Logonun bu noktada başarılı olduğu söylenebilir.

Vakfikebir'e bugünkü adını, Yavuz Sultan Selim'in annesi Gülbahar Hatun vermiştir. Temuçin Tosun'un aktardığına göre, o tarihte Trabzon Valisi olan oğlu şehzade Selim'i görmek için İstanbul'dan Trabzon'a deniz yoluyla seyahat eden Gülbahar Hatun büyük bir fırtınaya yakalanmış, kurtulması hâlinde karaya ayak basacağı toprakları Allah'a vakfedeceğini adamıştır. O zamanki adıyla Büyükliman olan yerleşim merkezinde toprağa ayak basan Gülbahar Hatun bu toprakları vakfeder. Vakfedenin büyük (padişah eşi) olmasından dolayı bu tarihten sonra yörenin adı Vakfikebir (Büyük Vakıf) olmuştur⁵².

Belediye ile yapılan görüşmede 22 Haziran 1995 yılında düzenlenen bir yarışma ile logonun seçildiği öğrenilmiştir. 18 katılımcı arasından birinci gelen tasarım 7.5.1996 yılından itibaren Vakfikebir Belediyesi logosu olarak kullanılmaktadır. Seçilme sebebi olarak vakıf, deniz ve sema vurgularının olduğu belirtilmiştir (KK 17). Bu durum kent kimliğinin vurgulanmasından hareketle yapılan başarılı bir seçim olarak yorumlanabilir.

Kent logosu, kent hakkında sayfalarca yazılması gereken bilgileri tek bir yüzeye yansıtılan şekil ya da şekiller ile ifade edebilmektedir. Kent logosunun kentin tarihi ve kültürel mirasının yanında diğer kentlerden farklı hangi özellikleri varsa onu doğrudan bütünüyle yansıtabilecek bir şekilde hazırlanması gerekmektedir. Kısacası kenti diğer kentlerden farklı kılan bütün özelliklerini bir arada sunabilen, yani kentin kimliğini en üst düzeyde yansıtabilen logolar kullanılmalıdır.⁵³ Buradan bakıldığında ise söz konusu logonun yetersiz olduğu söylenebilir çünkü kullanılan ferman dışında herhangi bir kültürel, coğrafi, gastronomik herhangi bir unsur logoya taşınmamış, özgünlüklerinden yararlanma yoluna gidilmemiştir. Örneğin Vakfikebir'e dair peştamallar ya da coğrafi tescilli Vakfikebir ekmeğinin üzerinde bulunan ve "kemik" olarak isimlendirilen sert kısım bir tasarım şeklinde kullanılabilir ve ilçenin diğer etnografik özelliklerine dikkat çekilebilirdi.

Yomra Belediyesi



⁵² Temuçin Tosun, *Vakfikebir ve Yöresi Ağızları*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Giresun 2019.

⁵³ Köşker-Yılmaz, *a.g.m.*, s. 4484.

Trabzon ilinin doğu kesiminde bulunan Yomra Belediyesi, coğrafi tescilli Yomra elmasını logosuna taşımıştır. Önceki dönem başkanı Ömer Yıldırım'ın ikinci döneminin başlarında 90'lı yılların ilk yarısı KTÜ'de öğrenciler arasında bir yarışma düzenlendiği ve birinci seçilen logonun o dönemden beri belediye logosu olarak kullanıldığı belirtilmiştir (KK 18). Daha sonra yapılan görüşmede yarışma birincisinin Kenan Demir olduğu öğrenilmiştir (KK 6).

Logo, şehrin vizyonunu, fonksiyonel özelliğini tanıtıcı şekilde tasarlanıp verilmek istenen mesajı karşı tarafa doğru bir şekilde iletmelidir. Bu durumda belediye logolarının birçok coğrafi unsur içinde barındırması sağlanmalıdır. Logolarda bulunan coğrafi unsurlar temsil ettikleri şehirlerin coğrafi özelliklerini görsel olarak ifade eden semboller bulundurulur⁵⁴. Yomra Belediyesi ise bu durumdan ziyade yalnızca elma ve deniz imgesini logosuna taşımış, başka herhangi bir ayırt edici unsur logoda kullanılmamıştır. Bu durum Yomra'nın Trabzon'un diğer ilçelerinden farkı olarak yalnızca elmayı gördüğü algısını yaratmaktadır.

Trabzon Büyükşehir Belediyesi



Her şehrin kendine has logosu vardır. Bu durum kent kimliklerinin farklılığını gösterir⁵⁵. Logolar kent kimliğinin özü veya özetidir.⁵⁶ Çünkü kentsel logolar kentlerin tanımlanmasını, betimlenmesini ve kent kültürünün algılanmasını kolaylaştıran simgelerdir⁵⁷. Trabzon Büyükşehir Belediyesi logosu da bu mantıkla oluşturulmuş ancak kısır kalmış bir logodur. Belediyenin internet sitesinde logoya dair herhangi bir bilgiye rastlanmamaktadır.

Kentsel logolar ya da kent logoları kentlerin kartvizitleridir.⁵⁸ Trabzon Büyükşehir Belediyesinin logosuna bakan bir kişi tasarımsal olarak gemiye işaret eden çizimi ve logonun alt tarafında yer alan dalga imgelerini gördüğünde kentin deniz ile ilişkisini kurabilecektir. Belediyenin kuruluş yılı da kentin tarihselliğine

⁵⁴ Tevfik Fikret Uçar, *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*, İstanbul 2004, s. 24.

⁵⁵ Alparslan Aliagaoglu-Abdullah Uğur, "Logolarda Erzurum Kent Kimliği: Yorumlayıcı Anlamaya Yönelik Bir Çalışma", *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 22, 2018, s. 2357- 2379.

⁵⁶ Aliagaoglu-Çetinkaya, *a.g.m.*, s. 51.

⁵⁷ Çamdereli vd., *a.g.m.*, s. 235.

⁵⁸ Çamdereli vd., *a.g.m.*, s. 238.

işaret etmektedir. Logodan bunların dışında kente dair bir bilgi edinilememektedir. Renk olarak bordo ve mavinin baskın olduğu görülmektedir.

Trabzon kenti köklü tarihî ve renkli kültürü sebebiyle logosuna başka imgeler de taşımayı tercih edebilirdi. Çünkü Uğur’a göre kent logoları oluşturulmak istenen şehir imajının geniş kitlelere ulaştırmanın en kısa, basit ve etkili yoldur. Başarılı bir kent logosu kent kimliğini başarılı bir şekilde ifade eder⁵⁹. Trabzon Büyükşehir Belediyesi de yer aldığı fuarlarda, dağıttığı her bir üründe yer alacak logosunda kentin kimliğinin denizden başka elemanlarını da kullanma yoluna gidebilirdi.

Trabzon Büyükşehir Belediyesinin internet sitesinde logoya dair bir bilgiye ulaşılamamış, bilgiler gazete haberinden edinilmiştir. (URL 3) Habere göre 1981 yılında bir yarışma düzenlenerek kenti temsil edecek bir logo seçme yoluna gidilmiştir. O gün seçilen logo ufak değişikliklerle bugün de kullanılmaktadır.

Trabzon’un deniz dışında en bilinen yanlarından olan dağ ve yaylaları ya da kemeçe, kaval gibi etnomüzikolojisinden faydalanılabildi. Bilirdönmez ve Şahin’in dikkat çektiği gibi kentsel logolar içerisinde kenti temsil etme ve kent kimliğini yansıtmaya noktasında belediye logolarının büyük işlevi vardır. Belediye logoları şehrin imajını, kimliği ve tanıtımının yapılmasında önemli rol oynar. Şehirle özdeşleşmiş belediye logoları bir anlamda şehrin reklam yüzüdür.⁶⁰ Trabzon kenti bu reklam olanaklarından faydalanma ve kente katma değer olarak dönme çalışmalarına logoların gücünü göz önünde bulundurarak başlamalıdır.

Sonuç

Yerel yönetimler, kendi yönetim alanlarından ötede kendilerini görünür kılmak, tanıtmak ve çekicilik oluşturmak için bazı unsurlara ihtiyacı olmaktadır. Sosyal medya paylaşımları, tanıtıcı video klipler, il tanıtım fuarlarına katılmak gibi uygulamalar söz konusu muhitlerin görünürlüğü için önemlidir. Ancak yönetimler bunlardan önce kendilerini bir “marka” yapacak, hemen her mecrada boy gösterecek resmî logolarının tasarımını bu hassasiyetle oluşturmaları gerekmektedir. Belediye logoları, belediyelerin yüzüdür ve ilk bakışta ilgili muhite dair fikir veren bir “ilk intiba” özelliği taşımaktadırlar.

Trabzon ilçe logolarına bakıldığında ağırlıklı olarak mavi ve yeşil renklerin kullanıldığı görülmektedir. On yedi ilçenin birçoğunda dağ, deniz, orman gibi bütün şehri ve hatta bütün Doğu Karadeniz’i temsil eden imgeler tercih edilmiştir. Bu durum ilçelerin özgünlükleri ile ön plana çıkmalarına engel teşkil etmektedir.

Logolar ilgili belediyelerin görünür yüzüdür. Belediye logoları çöp kutusundan, internet sitesine, kalemden çantaya kadar hemen her yüzeyde kullanılmakta ve bu sayede hemen her yere girebilmektedirler. Belediyeler özellikle ulusal

⁵⁹ Uğur, *a.g.e.*, s. 900.

⁶⁰ Bilirdönmez-Şahin, *a.g.m.*, s. 39.

ve uluslararası fuarlara götördükleri tanıtıcı broşür ve hediyelik ürünlerde bu logoların yer aldığını unutmamalıdır. Bu logolar sayesinde belediye ile ilk temas kurulmakta ve akıllarda bir fikir oluşmaktadır. Eğer logoların hepsi birbiri ile aynı olursa hiçbir belediye herhangi bir şekilde ön plana çıkmayacak, kendi kimliğini yansıtamayacaktır.

Trabzon ilçe belediyelerinde tarihsel bir noktaya işaret eden Vakfikebir Belediyesi ve daha yakın tarihli de olsa yine de Türkiye Cumhuriyeti eğitim tarihinde önemli bir yerde duran Köy Enstitüleri referanslı Beşikdüzü Belediyesinin logoları kıymetlidir. Vakfikebir doğrudan bir temsili tercih ederken Beşikdüzü daha minimalist bir tasarımı tercih etmiştir.

Akçaabat, Şalpazarı ve Köprübaşı belediyelerinin ilçelerinde öne çıkan mimari eserleri logolarına taşımış ve ilçe ile mimari yapı özdeşleşmesine dikkat çekmişlerdir. Tonya, Şalpazarı yine Akçaabat'ın ilçelerini horon ile temsil etme yoluna gitmiştir. Akçaabat horonu Türkiye'nin somut olmayan kültürel miras ulusal envanterinde yer almaktadır. Aynı şekilde ulusal envanterde yer alan bir diğer horon olan Sürmene bıçak horonu ise logoda kendine yer bulamamıştır.

Yeme içme ürünü ve tarım ürünü olarak çay, buğday, hamsi, fındık, alabalık ve elma kullanıldığı görülmektedir. Bu ürünlerden fındık ve elma coğrafi tescilli ürünlerdir. İlçelerin bu ürünlerinin özgünlüğünün farkında olduğu hissedilmektedir. Ancak logoların başarısı tartışılabilir çünkü fındığı logosuna taşıyan Arsin'in logosu oldukça karmaşık iken elmadan faydalanma yoluna giden Yomra'nın logosunda ise yalnızca elma bulunmaktadır.

El sanatı olarak keşan dokumasını logosuna taşıyan Çarşıbaşı özel bir yerde durmaktadır. Geleneksel el sanatlarının görsel temsili kolaylıkla gerçekleştirilebilmekte iken bunu tercih eden çok fazla kurum ya da kuruluş bulunmamaktadır. Örneğin Sürmene bıçağı tıpkı Çarşıbaşı keşanı gibi coğrafi tescil almıştır ancak Sürmene bu kültürel rengini logosunda kullanmamıştır.

Oldukça yoğun bir logoya sahip olan Düzköy ilçe sınırlarında bulunan ve turistik olarak hayli popüler olan Şahinkaya temsili ile ve yine kendi sınırlarında bulunan sanayi bölgesine referansla logo oluşturan Arsin ilçelerinin özelliklerini logolarına taşıma yoluna gitmişlerdir. İlçelerinin özgünlüğünü logolarına taşıırken logo tasarımının karmaşıklığı sebebiyle logoların amaca hizmet noktasında sorun yaşadığı söylenebilir.

Yapılan görüşmelerde belediyelerin süreklilik esaslı çalışmaması ve özellikle küçük ilçe belediyelerinde kayıtların tutulmaması sebebiyle belediye çalışanlarının bu konuda herhangi bir bilgisinin ya da hassasiyetinin olmadığı görülmüştür. Belediyelerin logo konusuna önem vermedikleri ya da öncelemedikleri söylenebilir. Belediyelerin bugün halka ulaştığı noktalar olan belediye internet sitelerinde de bu konuda eksiklik olduğu görülmektedir. Yerel yönetimlerin sürekliliğinin olmayışı, kurumsal değil dönemsel motivasyonla çalışılması

gibi sorunlar logo ile ilgili farkındalığın ya da bir kaydın olmasını engellemekte, kurumdaki en eski kişilerin dahi konuya vâkıf olmasının önüne geçmektedir.

Trabzon kenti birçok kültürel, coğrafi, tarihi renkliliği bünyesinde bulunduran, Doğu Karadeniz'in en büyük şehridir. Çok kültürlü yapısı, çok renkli bir kültürel ortamı ve dolayısıyla çok fazla kültürel üretimi beraberinde getirmiştir. Bu renklilik fark edilip kullanılmazsa ulusal ve uluslararası çaptaki Trabzon algısı birbirinin aynısı yemekler, tek tipleşen gelenekler ve medyaya yer bulan karikatürize dizilerden ibaret kalacaktır. Kentte bulunan kurum ve kuruluşların kentin hafızasından ve kültürel birikiminden yararlanması elzemdir. Bu birikimden yararlanarak nitelikli çıktılar alınabilir. Ancak bu şekilde kent ve kentli kendini başarılı bir şekilde anlatabilir.

KAYNAKLAR

1. Kitap ve Makaleler

AKINCI VURAL, Z. Beril, *Kurum Kültürü ve Örgütsel İletişim*, İletişim Yayınları, İstanbul 2018.

ALİAĞAOĞLU, Alpaslan, “Lakap ve Logolarda Türkiye Şehirleri: Anlamaların Coğrafyası”, *Doğu Coğrafya Dergisi* 12, 2007, ss.263-290.

ALİAĞAOĞLU, Alparslan-ÇETİNKAYA, Sema, “Türkiye’de Değişen Belediye Logoları: Küreselleşme ve Başka Nedenler”. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 25, 2021, ss.44–64.

ALİAĞAOĞLU, Alparslan-MİRİOĞLU, Güldane, “Balıkesir Kent Kimliği”. *International Journal of Geography and Geography Education (IGGE)* 42, 2020, ss.374–399.

ALİAĞAOĞLU, Aliağaoğlu-UĞUR, Abdullah, “Logolarda Erzurum Kent Kimliği: Yorumlayıcı Anlamaya Yönelik Bir Çalışma”, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 22, 2018, ss. 2357- 2379.

ARIEL MAZLUM, Özge, *Güzel Sanatlar Fakülteleri Grafik Bölümü Öğrencilerinin Amblem İnceleme Yoluyla Grafik Değerlendirme Becerilerinin Belirlenmesi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara 2009.

BELGE, Rauf, “Denizli Kent Kimliğini Oluşturan Coğrafi Öğeler”. *Ege Coğrafya Dergisi* 27, 2018, ss. 167–181.

BİLİRDÖNMEZ, Tuba-ŞAHİN, Cengiz, “Doğu Karadeniz Bölgesi Şehirlerinin Belediye Logolarındaki Tanıtıcı Sembollerin Analizi”. *Maarif Mektepleri Uluslararası Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi* 2, 2009, ss. 38-47.

ÇAKIR, Emine, “Akademik Dünyanın Kentsel İmgelerinden Mitolojik Simgelerine Üniversite Logoları”. *Milli Folklor* 25, 2013, ss. 53-69.

ÇAKMAK, N. Münci, “Belediye Logoları Hakkında Bazı Düşünceler”. *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* 17, 2013, ss. 1315-1326.

ÇAMDERELİ, Mete-VARLI, Murat-VARLI, Zeynep-GÜRER, Mert, “Kentsel Kimlik Göstergesi Olarak Kent Logoları”. *II. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu (21. Yüzyılda Halkla İlişkilerde Yeni Yönelimler, Sorunlar ve Çözümler - 27-28 Nisan 2006) Bildiriler Kitabı*, 2006, ss. 235-280.

ERASLAN YAYINOĞLU, Pelin-SUSAR, A. Filiz, *Kent, Görsel Kimlik ve İletişim*, Umuttepe Yayınları, Kocaeli 2008.

GEMCİ, Remzi-GÜLŞEN, Gamze-KABASAKAL F. Müge, “Markalar ve Markalaşma Şartları”. *Uludağ Üniversitesi Mimarlık ve Mühendislik Dergisi* 14, 2009, ss. 105-114.

KAYPAK, Şafak, “Antakya’nın Kent Kimliği Açısından İrdelenmesi”. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 7, 2010, ss. 373-392.

KELEŞ, Ruşen, “Kent ve Kimlik Üzerine”. *Mülkiye Dergisi* 29, 2005, ss. 9–18.

KÖROĞLU, Ahmet-YAĞCI, Pelin, “Türkiye’deki Şehirleri Simgeleyen Logoların Doğal ve Kültürel Miras Unsurları Açısından Çözümlemesi”, *Turizm Akademik Dergisi* 5, 2018, ss. 63-85.

KÖŞKER, Hasan-YILMAZ, Vedat, “Logolarda Kullanılan Yerel Simgelerin Kent Kimliği Üzerindeki Öneminin Değerlendirilmesi: Bitlis Örneği”. *Uluslararası Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma Dergisi* 6, 2019, ss. 4482- 4490.

LYNCH, Kevin, *Kent İmgesi*, Çev. İ. Başaran, İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul 2020.

ÖZTÜRK, Gülay, “Logonun Kurumsal Kimlik Üzerine Etkisi”. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 5, 2006, ss. 1-17.

SARAÇOĞLU, Hüseyin, “Türk Cumhuriyetleri’nin Bayrakları Üzerine Bir Değerlendirme”. *1. Ulusal Coğrafya Sempozyumu, Erzurum, 28-30 Mayıs 2012*, ss. 487-494.

ŞENOL, Eren, “Logolarda Kullanılan Figürlerin Coğrafi Analizi: Giresun İli, İlçe Belediyeleri Örneği”. *Turkish Studies- Social Sciences* 15, 2020, ss. 2141- 2169.

SİYAVUŞ, Ahmet Emrah-BELGE, Rauf, “Belediye Logolarının Coğrafi Analizi: Tokat İli Örneği”. *Eastern Geographical Review* 28, 2023, ss. 28- 39.

SİYAVUŞ, Ahmet Emrah, “Üniversite Öğrencilerinin Şehir İmajlarına Yönelik Bir Araştırma”, *International Journal of Geography and Geography Education IGGE* 42, 2020, ss. 400- 412.

TEPECİK, Adnan, *Grafik Sanatlar*, Detay Yayıncılık, Ankara 2002.

TOSUN, Temuçin, *Vakfikebir ve Yöresi Ağızları*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Giresun 2019.

UÇAR, Tevfik Fikret, *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*, İnkılap Kitabevi, İstanbul 2004.

UĞUR, Abdullah, “Belediye Logoları ve Şehir Kimliği: Denizli İli Örneği”, *Dr. Kemal Daşcıoğlu’na Vefa Kitabı* (ss. 895–916). Pegem Akademi Yayınları, Ankara 2020.

UZUN, Murat-ÖZCAN, Sibel, “Belediye Logolarındaki Coğrafi Sembollerin Analizi: Kocaeli Örneği”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 7, 2014, ss. 272-288.

YENİPINAR, Uysal-YILDIRIM, Oya, “Destinasyon Markalaşmasında Yerel Simgelerin Logo ve Amblemlerin Kullanılması: Muğla Araştırması”. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi* 13, 2016, ss. 28-46.

YILDIRIM, Mücahit, “Samsun’un Belediye Logolarında Kullanılan Coğrafi Sembollerin Analizi”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 11/61, 2018, s. 375-389.

YILMAZ, Çağla. “Kültürel Tanıtım ve Aktarım Aracı Olarak Futbol Kulüp Armaları”. *Millî Folklor* 139, 2023, ss. 43- 57.

ZEREN, Halim Emre, “Stratejik Kent Yönetimi ve Kent Markası Oluşturma Süreci”. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 1, 2011, ss. 175-200.

URL 1: <https://www.hurriyet.com.tr/sporarena/eyofa-hamsi-damgasi-18297013>

URL 2: <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/detay/6109>

URL 3: <https://www.gunebakis.com.tr/haber/15369607/trabzon-belediye-amblesinin-gercekleri-trabzonlular-bu-gecekleri-biliyor-mu>

2. Kaynak Kişiler

KK 1: Turhan Bektaşoğlu, Akçaabat Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Müdürü, 17.2.2025

KK 2: İsmail Küçükdurmuş, Araklı Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Müdürü, 17.2.2025

KK 3: Arsin Belediyesi Basın, Yayın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü, 18.2.2025

KK 4: Beşikdüzü Belediyesi, 18.2.2025

KK 5: Tufan Kabataş, Çarşıbaşı Belediyesi, 17.2.2025

KK 6: Mehmet Hacıfettahoğlu, Ressam, 17.2.2025

KK 7: Berat Tosun, Çaykara Belediye Başkan Yardımcısı, 18.2.2025

KK 8: Dernekpazarı Belediyesi, 18.2.2025

KK 9: Düzköy Belediyesi, 17.2.2025

KK 10: Hayrat Belediyesi, 18.2.2025

KK 11: Ali Aydın, Köprübaşı Belediye Başkanı, 18.2.2025

KK 12: Maçka Belediyesi, 18.2.2025

KK 13: Cengiz Bulut, Of Belediyesi, 17.12.2024

KK 14: Necmi Ardiç, Sürmene Belediyesi İmar ve Şehircilik Müdür Vekili, 17.12.2024

KK 15: Refik Kurukız, Şalpazarı Belediye Başkanı, 17.2.2025

KK 16: Aziz İnce, Tonya Belediyesi, 17.2.2025

KK 17: Vakıfkebir Belediyesi, 17.2.2025

KK 18: Şaban Can, Yomra Belediyesi Basın, Yayın ve Halkla İlişkiler, 18.2.2025

KK 19: Ortahisar Belediyesi Özel Kalem, 18.2.2025