

## LOGO TASARIMINDA TİPOGRAFİK YAKLAŞIMLAR: ESKİŞEHİR TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

### TYPOGRAPHIC APPROACHES IN LOGO DESIGN: ESKİŞEHİR TECHNICAL UNIVERSITY CASE

**Arş. Gör. Onur KURAN**

Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Grafik  
Tasarım Bölümü

ORCID No: 0000-0002-3879-8471

#### **Özet**

Logo tasarımları ürün, hizmet üreten herhangi bir şirket, kurum, organizasyon hatta kişisel ürün ya da servisler adına oluşturulabilen ve ona kimlik kazandırmaya yarayan grafik işaretlerdir. Bir logo tasarımının çoğu kişi tarafından genellikle imgesel ya da soyut çizimler ile oluşturulduğu akla gelebilir. Oysa ki biraz araştırıldığında profesyonel olarak kullanılmakta olan bir çok firma ve kurumun logo tasarımlarında yalnızca tipografik yaklaşımlar tercih edilmiştir.

Bu araştırmada grafik tasarımın temel uğraş alanlarından biri olan logo tasarımları hakkında bilgiler sunulmuştur. Sunulan bilgiler ışığında logo tasarımında yaygın biçimde kullanılan tipografik yaklaşımlar olan logotayp ve monogram biçimleri örnekler eşliğinde irdelenmiştir. Araştırmanın devamında ise monogram biçimde tasarlanmış olan Eskişehir Teknik Üniversitesi logo tasarımının süreci aktarılmakta ve monogram biçimin neden tercih edildiği konusunda açıklamalar getirilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Logo, Logo Tasarımı, Logotype, Monogram

#### **Abstract**

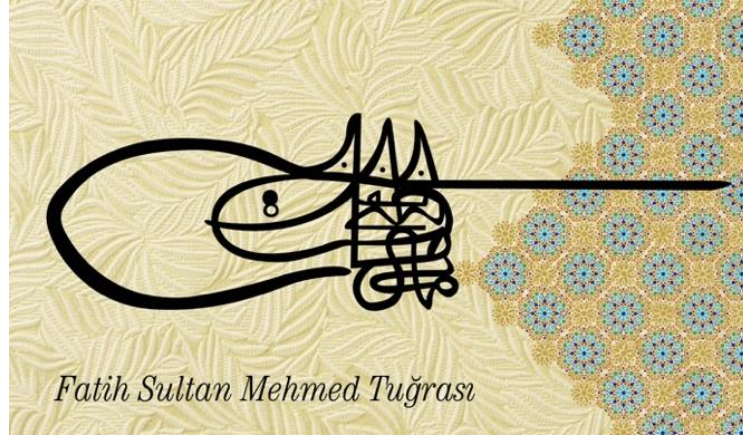
Logo designs are graphic signs that can be created on behalf of any company, institution, organization or even personal product or service that produces products and services, and serve to give it an identity. It may come to mind that a logo design is created by most people, usually with imaginary or abstract drawings. However, when a little research is done, only typographic approaches are preferred in the logo designs of many companies and institutions that are used professionally.

In this research, information about logo designs, which is one of the main fields of activity of graphic design, is presented. In the light of the information presented, logotype and monogram forms, which are commonly used typographic approaches in logo design, are examined with examples. In the continuation of the research, the process of Eskişehir Technical University logo design, which is designed in monogram form, is explained and explanations are made about why the monogram style is preferred.

**Keywords:** Logo, Logo Design, Logotype, Monogram

## GİRİŞ

Bir takım imza ve işaretler ile yüzlerce hatta binlerce yıldır insanların birbirlerinden ayrışmaya çalıştıkları bilinmektedir. Örneğin eski çağlarda ticaret ile uğraşan kişilerin ürünlerini belirleme amacıyla ürün yüzeylerinde çeşitli işaretler kullanmaları, kraliyetlerin ya da şehir devletlerinin aslan, kartal gibi çeşitli hayvan ve nesne çizimleri ile güçlerini temsil eden figüratif kimlikler belirlemeleri gibi örnekler, insanların veya grupların birbirlerinden ayrışma isteğini gözler önüne sermektedir. Osmanlı İmparatorluğu'nda da padişahların dönemin belge ve resmî yazılarında kullandıkları tuğra işaretleri, geçmiş tarihimiz içerisinde yer alan bir nevi logo örnekleri olarak nitelendirilebilir (Görsel 1).



**Görsel 1.** Fatih Sultan Mehmet'e ait olan tuğra (Kaynak:

<https://kulturveyasam.com/imzanin-osmanli-donemindeki-versiyonu-tugralar/> Erişim tarihi: 06.07.2022)

Bu bilgiler eşliğinde logo tasarımlarının ayrışma ve kimlik kazanma arzusunun profesyonel bir dilde ortaya koyulması ile ortaya çıktığı söylenebilir. Logo tasarımı nedir? sorusuna cevap olarak, tasarımcı olmayan herhangi birinin söyleyebileceği en genel tanımın “bir markayı temsil eden basit grafikler” olabileceği düşünülebilir. Basit gibi düşünülen bu işaretlerin önemi ise şirket ve kurumlar için adetâ hayatidir. Çünkü logo tasarımının en önemli özelliklerden bir tanesi insanların hatırlamasını sağlamaktır. İyi tasarlanmış ve akılda kalıcı bir grafik, ayrışma ve hatırlanmayı beraberinde getirmektedir. Logo tasarımı da bir kimlik içerisinde yer alan en temel tasarım ögesi ve grafik tasarım disiplininin temel uğraş alanlarından biridir.

Hayatlarımızın hemen hemen her alanında sıkça karşılaştığımız logolar, esasen bilinçli ya da bilinçsiz şekilde maruz kaldığımız bir grafik üründür. Herhangi bir ürün ya da hizmet satın alırken, sokakta gezerken, televizyon izlerken ya da cep telefonu kullanırken sürekli olarak karşımıza çıkan bu tasarımlar bir şekilde algımız içerisinde yer alırlar (Görsel 2). Bununla birlikte logolar markanın, kurumun, ürün ya da hizmetin kalitesi, kültürü gibi farklı algıları da alıcılara iletirler. Bu sebeple logo tasarımları hem tasarımcı hem de müşteri tarafından karşılıklı bilgi alışverişi çerçevesinde ele alınmalı ve ciddi bir uğraş sonucunda ortaya koyulmalıdır.



**Görsel 2.** Logolar hayatlarımızın her anında karşılaştığımız grafik ürünlerdir (Kaynak: <https://www.brandingstrategyinsider.com/logo-design-requirements/> Erişim tarihi: 08.07.2022)

## 1. LOGO TASARIMI

Logo kelimesinin kökeni, Yunanca “logos” (sözcük) anlamından gelmektedir <sup>1</sup>. Logo kavramının literatürde çok sayıda tanımı bulunmaktadır. Türk Dil Kurumu sözlüğünde logonun Türkçe kelime karşılığı olarak “imlek” sözcüğünün kullanıldığı görülmektedir. İmlek kelimesinin tanımı ise “Bir kurum veya kuruluşun kendine seçtiği, bazı ticaret eşyası üzerine konulan, o eşyayı üreten veya satanı tanıtan resim, harf vb. özel işaret, logo” şeklinde verilmektedir <sup>2</sup>. Gavin Ambrose ve Paul Harris’in kaleme aldığı Görsel Grafik Tasarım Sözlüğü’nde ise logolar, “bir şirketin, ürünün, hizmetin ya da tüzel yapının karakterini temsil eden grafik sembollere verilen isimdir (Ambrose & Harris, 2019, s. 148)” şeklinde tanımlanmaktadır.

Logo tasarımlarının tarihsel süreci incelendiğinde, üretildiği dönemin kimi özelliklerinden etkilendikleri görülmektedir. Logo tasarımının biçimini etkileyen önemli unsurlardan bazıları ise teknolojik gelişmeler ve dönemin sanat ve tasarım trendleridir. Örneğin 20. Yüzyılın başlarında De Stil ve Bauhaus hareketleri ile beraber figüratif temelli biçimler yerini genellikle soyut ve geometrik formlara bırakmıştır. 20. Yüzyılın ortalarında ortaya çıkan İsviçre stili tipografi anlayışı logo tasarımlarını da etkilemiştir. Bu duruma başka bir örnek olarak ise 20. Yüzyılın sonlarında ortaya çıkan dijital teknolojik gelişmeler gösterilebilir. 3 boyutlu tasarımlara sahip ya da gölgeli logo formları yazılım teknolojilerinin imkânı sebebiyle bu dönemlerde sıklıkla kullanılmıştır (Müller, 2021, s. 8,11).

Bir markanın kimliğini rakiplerinden ayıran ve farklı görsel iletişim mecralarında markayı temsil etmesi adına kullanılan logo tasarımları, farklı yüzey ve mecralara uygun şekilde tasarlanmak durumundadır. Kimi zaman bir taşıt, büyük bir totem ya da bir bina yüzeyinde devasa şekilde kullanılabilirdiği gibi, kimi zaman ise bir kumaş parçası, rozet ya da

<sup>1</sup> <https://www.merriam-webster.com/dictionary/logo> Erişim tarihi: 12.07.2022

<sup>2</sup> <https://sozluk.gov.tr> Erişim tarihi: 15.07.2022

cep telefonu ekranında yer alabilecek küçük bir simge olarak kullanılabilmesi düşünülmesi ve bu doğrultuda ortaya çıkarılmalıdır. Bu bağlamda tasarlanmış olan logo tasarımının niteliği ve sureti, büyütüldüğü ya da küçültüldüğünde herhangi bir optik ya da tasarımsal hataya imkân vermemelidir.

Logolar farklı medyumlarda rahatlıkla kullanılacak şekilde tasarlanmalıdır. “Logo, diğer grafik ürünlere kıyasla belki biraz daha uzun süreli bir kullanım ömrüne sahiptir ama onun da ötekiler gibi kaçınılmaz bir tükeniş serüveni vardır (Çam, 2006, s. 4)”. Günümüzde gelişen teknolojilere bağlı olarak ortaya çıkan ve yoğun biçimde kullanılan dijital mecralar düşünüldüğünde, logo tasarımlarının bilhassa bu yeni mecralara uygun olması gerekliliğinden bahsedilmelidir. Aksi takdirde logo tasarımlarının bir nevi ömürlerinin sona ereceği, bir başka deyişle işlevlerinin yetersiz kalacağı rahatlıkla söylenebilir. Örneğin bir mobil uygulama ikonu düşünüldüğünde, logo tasarımının bu küçük kare formattaki piksel alanda dahi işlevini sağlıklı şekilde yerine getirmesi gerekmektedir. Bu sebeple bir logonun, bilhassa yeni dijital mecralara uygun olmayan logo tasarımlarının yeniden ele alınarak geliştirilmesi ve her mecraya uygun biçimlerde kullanılacak optimum çeşitlilikte uyarlanması gereklidir. Geçtiğimiz yıllarda dünyanın önde gelen yüksek teknoloji şirketlerinden biri olan Google’ın logo tasarımını bu bağlamda yeniden ele alması ve çeşitli uyarlamalar ile kimlik tasarımını çeşitlendirmesi bu durumun önemini ortaya koymaktadır<sup>3</sup>. Bu bağlamda yeni tasarlanacak olan logo tasarımlarının farklı varyasyonlarda kullanılacak çeşitliliğe sahip olması ya da uyarlamaya uygun bir form taşıması önemlidir.

Steven Heller ve Gail Anderson’ın kaleme aldığı The Logo Design Idea Book (Logo Tasarımı Fikir Kitabı) adlı kitapta yazarların, IBM logosu gibi ikonikleşmiş logo tasarımlarının yaratıcısı olan Paul Rand’ın şu sözüne yer verdiği görülmektedir; “Bir logo, sembolize ettiği şeyin kalitesinden anlam çıkarır, tersi değil (Heller & Anderson, The Logo Design Idea Book, 2020, s. 7)”. Rand’ın bu sözünden rahatlıkla anlaşılacağı üzere, bir logo temsil ettiği marka, kurum, ürün ya da hizmetin doğrudan kalitesini arttırmaz ya da azaltmaz. Logonun görevi temsil edilen şeyin kimliğini özgün, akılda kalıcı bir şekilde alıcılara iletmesi ve bu bağlamda bir değer oluşturarak kimliğe katkı sağlamasıdır.

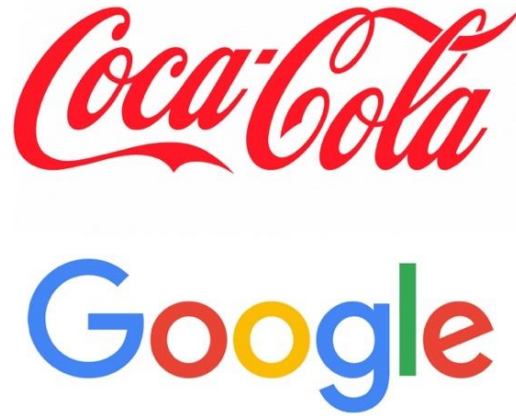
## 2. LOGO TASARIMINDA TİPOGRAFİK YAKLAŞIMLAR

Grafik tasarımın temel unsurları olan imge ve yazı, logo tasarımlarında da kullanılan temel öğelerdir. “Logolar kendilerini çok geniş iki türe ayırır. Bir tür metne dayalıdır, diğerinin kökleri imgeler (Evamy, 2015, s. 23)”. Bir logo belirli bir imge biçiminde, soyut bir çizim ya da figüratif, geometrik vb. bir formda tasarlanabileceği gibi, sadece tipografik öğelerden oluşan bir yapıda ya da imge ve tipografinin birlikte kullanımı şeklinde de ortaya çıkarılabilir. Logo tasarımlarında tipografik formlar genellikle wordmark/logotype (logotayp) ve lettermark (monogram) biçiminde kendini göstermektedir. Bu bağlamda logotayp ve monogram kavramlarını incelemek gerekli görülmektedir.

Emre Becer’in logotaypları “iki ya da daha fazla tipografik karakterin sözcük halinde okunacak biçimde bir araya getirilmesiyle oluşturulan ve bir ürün, kuruluş ya da hizmeti tanıtan marka ya da amblem özelliği taşıyan simgelerdir (Becer, 2019, s. 195)” şeklinde tanımladığı

<sup>3</sup> <https://design.google/library/evolving-google-identity/> Erişim tarihi: 10.07.2022

görülmektedir. İngilizce’de logoyazısı ya da kelimeişareti anlamlarında olan logotayplar, belirli bir söz ya da söz öbeğinin tipografik biçimde tasarlanarak bir kimlik ögesi hâline getirildiği tasarımlar olarak ifade edilebilir (Görsel 3). “Logotayp yapıldığı ülkenin dilinde okunarak ses hâline dönüşebilen seyirlik bir görüntüdür. Logotayp yalnızca görerek değil seyrederek okuduğumuz veya seyrettiğimiz anda okumuş olduğumuz bir işarettir (Ergüven, 2012, s. 5)”. Bu bağlamda logotaypların hem okunabilir hem görülebilir formları sayesinde oldukça akılda kalıcı olabileceği söylenebilir.



**Görsel 3.** Dünyaca ünlü firmalar olan Coca Cola ve Google’ın logo tasarımı logotayp biçiminin başarılı örneklerindedir (Kaynak: <https://marka-logo.com/coca-cola-logo/> , [https://tr.wikipedia.org/wiki/Dosya:Google\\_2015\\_logo.svg](https://tr.wikipedia.org/wiki/Dosya:Google_2015_logo.svg) Erişim tarihi: 10.07.2022)

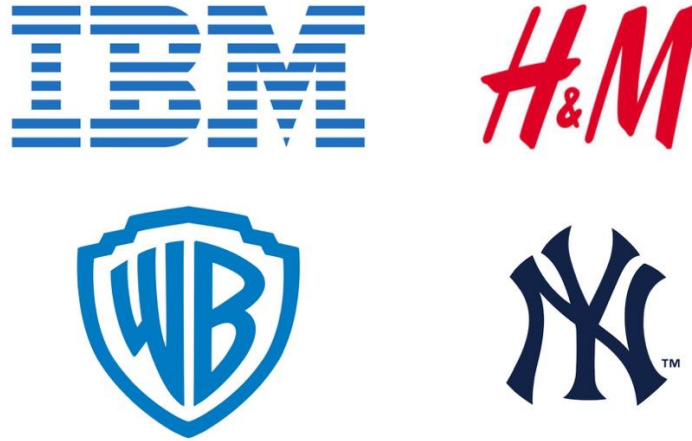
İngilizcede harfişareti anlamını taşıyan lettermark (monogram) logolar, kelime anlamından da anlaşılabilmesi gibi bir ya da birden çok harf formunun bir araya getirilerek tasarımın oluşturulduğu logolar olarak tanımlanabilir. Monogram logo tasarımlarında genellikle şirket, kurum ya da markanın isminin ilk harflerinden yola çıkılmaktadır. Keza monogram kelimesinin tanımı Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi’nde; “Tek, iki ya da fazla harften oluşan arma (Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi, 1997, s. 1294).” şeklinde verilmektedir. Jens Müller ise Logo Modernism adlı kitabında monogramlar ile ilgili; “Bir monogram, etimolojisinin önerdiği gibi, başlangıçta bir tür süslemeye sahip tek bir harftir. Bugün monogramdan kastımız, bir kişinin adının ve soyadının baş harflerinden oluşan bir tasarımdır (Müller, 2021, s. 6)” şeklinde bahsetmektedir.

Monogramların genellikle hatırlanması ya da telafuzu güç ve/veya uzun isimli şirket, kurum ya da markaların logoları için oldukça iyi bir tipografik alternatif olduğu söylenebilir. Örneğin Eskişehir’de bulunan Odunpazarı Modern Müze logo tasarımı monogram biçimde tasarlanmış tipografik bir örnek olarak gösterilebilir (Görsel 4). Odunpazarı Modern Müze kelimelerinden oluşan uzun bir logotaypın kullanımının birçok açıdan ne denli güç olabileceği rahatlıkla söylenebilir. Bu bağlamda kurumun logo tasarımında monogram biçimde bir kısaltmaya gidilmesi, marka yaratma adına oldukça yerinde bir seçim olarak görülmektedir.



**Görsel 4.** Emine B. Tusavul tarafından tasarlanan Odunpazarı Modern Müze logosu  
(Kaynak: <https://sergi.gmk.org.tr/38/proje/1429> Erişim tarihi: 08.07.2022)

Dünyadan ve Türkiye’den monogram biçimde tasarlanmış farklı birçok logo tasarımı örneği gösterilebilir. Örneğin International Business Machines (Uluslararası İş Makineleri) adlı bilişim şirketi, kısaca hepimizin aklında kalan kısaltılmış adıyla IBM logo tasarımı monogram biçimde ortaya çıkarılmış oldukça başarılı bir örnektir. Dünyanın en büyük film yapım ve televizyon şirketlerinden biri olan Warner Bros Pictures, uluslararası perakende giyim firması olan Hennes & Mauritz AB (H&M), Amerika merkezli olmasının yanında tüm dünyada tanınmakta olan beyzbol takımı New York Yankees gibi oldukça bilinen monogram formda logo tasarımına sahip şirket ve kurumlar ile bu örnekler çeşitlendirilebilir (Görsel 5).



**Görsel 5.** Monogram logo tasarımları örnekleri (Kaynak:  
[https://tr.m.wikipedia.org/wiki/Dosya:IBM\\_logo.svg](https://tr.m.wikipedia.org/wiki/Dosya:IBM_logo.svg),  
[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Warner\\_Bros\\_logo.svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Warner_Bros_logo.svg),  
[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Yankees\\_logo.svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Yankees_logo.svg),  
<https://tr.m.wikipedia.org/wiki/Dosya:H%26M-Logo.svg> Erişim tarihi: 16.07.2022)

Ülkemizde de monogram biçimde logo tasarımına sahip birçok kurum bulunmaktadır. Kamu yayıncılığı alanında görevli tek kuruluş olan ve Türkiye’nin en eski televizyon kanalı TRT (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu), ülkemizdeki tüm üniversitelerin bağlı bulunduğu

ve üniversitelerin eğitim ve öğretim faaliyetlerini denetleme, yönetme, düzenleme gibi görevleri yerine getiren Yükseköğretim Kurulu (YÖK) monogram formda logo tasarımı kullanmakta olan örnekler olarak gösterilebilir (Görsel 6).



**Görsel 6.** Türkiye'den monogram logo tasarımları örnekleri (Kaynak: [https://tr.wikipedia.org/wiki/Türkiye\\_Radyo\\_Televizyon\\_Kurumu](https://tr.wikipedia.org/wiki/Türkiye_Radyo_Televizyon_Kurumu), [https://tr.wikipedia.org/wiki/Yükseköğretim\\_Kurulu](https://tr.wikipedia.org/wiki/Yükseköğretim_Kurulu) Erişim tarihi: 18.07.2022)

### 3. ESKİŞEHİR TEKNİK ÜNİVERSİTESİ LOGO TASARIMI

Üniversiteler ileri düzey eğitim ve öğretim faaliyetleri yürüten, araştırmalar yapan ve bu araştırmalar eşliğinde yeni bilgiler üreterek bu bilgileri ulusal ve uluslararası düzeyde yayımlayan kuruluşlardır. Bu bağlamda üniversiteler hem yerel, hem toplumsal hem de küresel çapta hizmet veren eğitim kurumları olarak nitelendirilebilirler.

2022 yılı itibari ile Türkiye'de toplam 208 üniversite bulunmaktadır <sup>4</sup>. Sadece ülkemizdeki üniversiteler ele alındığında, 208 farklı kimlik tasarımı bağlamında yükseköğretim kurumlarının birbirinden ayrılmaya çalıştığı ciddi bir tasarımsal rekabet ortamından bahsedilebilir.

Eskişehir Teknik Üniversitesi, 18 Mayıs 2018 tarih ve 30425 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan 7141 sayılı Kanun ile kurulmuştur. <sup>5</sup> Eskişehir şehir merkezinde toplamda 2 ayrı yerleşkede 5 Fakülte, 2 Meslek Yüksekokulu, 3 Enstitü ve 4 Araştırma ve Uygulama Merkezi'nden oluşmaktadır. Anadolu Üniversitesi'nden ayrılarak kurulan Eskişehir Teknik Üniversitesi'nin logosunun belirlenmesi esnasında 30 alternatif logo çalışmasının yapıldığı bilinmektedir. <sup>6</sup>

Eskişehir Teknik Üniversitesi logo tasarımında belirli bir imge ya da kavram görselleştirme fikri üzerinden ilerlemektense, tipografik bir yöntem izlemek bilhassa tercih edilmiştir. 21. yüzyılda kurulan teknik bir üniversitenin logo tasarımında geçmiş ya da günümüz teknolojisine ait olan çark, devre, ağ gibi görselleştirilebilecek nesne ve kavramlardan bilhassa kaçınılmıştır. Örneğin yaklaşık 30 yıldır kişisel kullanım bağlamında hayatlarımızda olan internet ve buna bağlı güncel diğer kavramlar her ne kadar günümüzde oldukça önemli ve güncel bir teknoloji olarak görülse de, 30 yıl sonra da günümüzdeki gücünü koruyup koruyamayacağı ya da yerini tamamen farklı bir teknolojiye bırakıp bırakmayacağı bilinmemektedir. Kamusal hizmetlerini oldukça uzun vadeli sürdüreceği düşünülen üniversite

<sup>4</sup> <https://www.yok.gov.tr/universiteler/universitelerimiz> Erişim tarihi: 07.08.2022

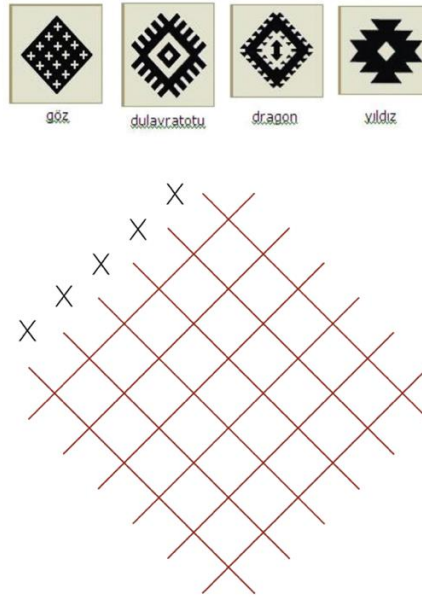
<sup>5</sup> <https://www.eskisehir.edu.tr/tr/Icerik/Detay/hakimizda> Erişim tarihi 08.08.2022

<sup>6</sup> <https://www.aa.com.tr/tr/egitim/eskisehir-teknik-universitesinin-logosu-belirlendi/1222353> Erişim tarihi: 10.08.2022

gibi kurumların logo tasarımlarında bu ve benzeri imgesel bir kavram yerine, değerini zamanla kaybetmeyecek tipografik bir yaklaşım tasarım adına daha uygun bulunmuştur. Bu bağlamda kurum adından ya da bulunduğu kent miras ve kültüründen doğan spesifik bir ad ya da imge göstergesine sahip olmayan isimler dışında, tipografik tasarımların oldukça iyi bir alternatif olabileceği söylenebilir.

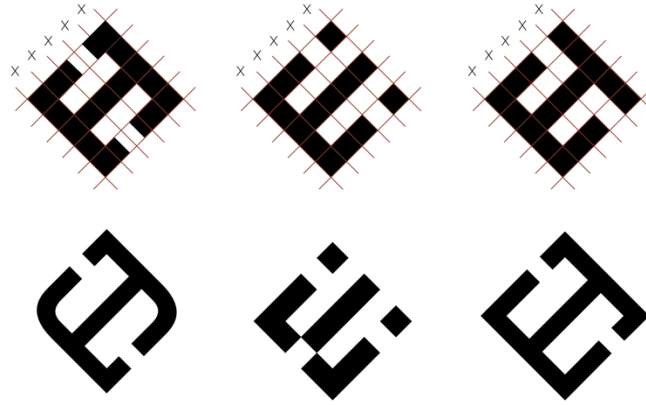
Tipografik bir tasarımın da kendi içerisinde avantaj ve dezavantajları bulunmaktadır. Kurumun ismi değişmediği sürece tipografik bir logo tasarımı değerini büyük ölçüde yıllarca koruyabilir. Dezavantaj ise, alfabede sınırlı olan harflerin bir tasarım malzemesi olarak günümüzde onbinlerce şirket, kurum ya da marka tarafından kullanıldığı düşünüldüğünde özgünlüğe ulaşmanın giderek daha da zor olduğu gerçeğidir. “Batı’da hepimiz aynı Latin alfabesini kullandığımız için, harf veya kelime işareti geliştiren bir tipografik logo tasarımcısı için zorluk, bir işareti diğerlerinden ayırt etmektir (Heller & Anderson, 2019, s. 63)”. Bu bağlamda eskiz çalışmaları esnasında sıklıkla görsel tarama yapılmış, benzer çözümleme taslakları henüz çalışma devam ederken elenmiş ve yalnızca özgün olduğu düşünülen taslaklar üzerinden çalışmalar yürütülmüştür.

Eskişehir Teknik Üniversitesi’nin Anadolu Üniversitesi’nden ayrılarak kurulduğu düşünüldüğünde, kurum bellliği geçmişe dayanan, köklü fakat ismen yeni bir kurum olduğu aşikardır. Bu sebeple logo tasarımında hem geçmişi hem de geleceği ifade edebilecek yaratıcı bir çıkış noktası aranmıştır. Bu bağlamda geleneksel Türk motiflerinden ilham alarak modern, modüler, geometrik ve sade bir grid sistemi belirlenmiştir (Görsel 7). Bu sistem üzerinde monogram biçimde ESTÜ (Eskişehir Teknik Üniversitesi) harfleri ele alınarak farklı kombinasyonlar ortaya çıkarılmış ve bir takım deformasyonlar ile logo tasarımının ana formu çeşitlendirilmiştir (Görsel 8).

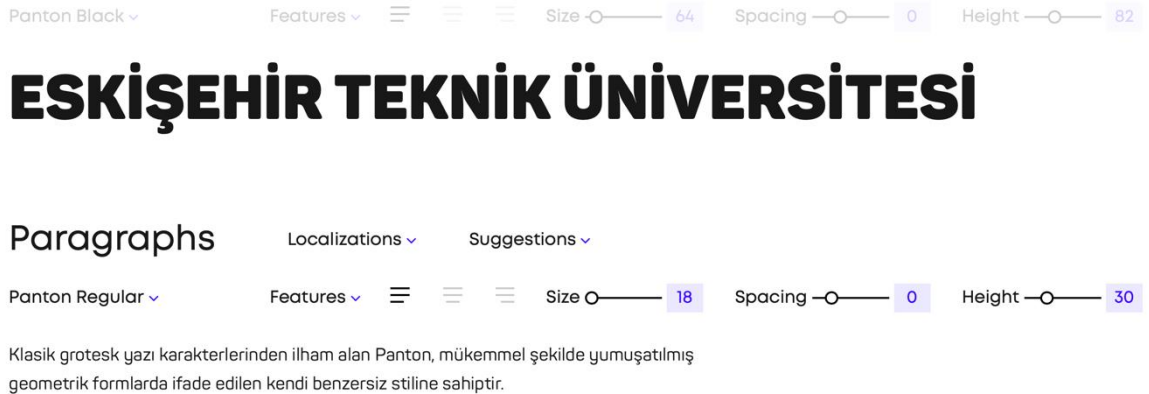


**Görsel 7.** Logo tasarımının oluşturulduğu grid sistemi, Onur Kuran





**Görsel 8.** Logo tasarımı çalışmaları esnasında uygulanan çeşitli denemeler, Onur Kuran Kurum kimliği içerisinde, gerek logo gerekse farklı tasarım öğelerinde kullanılmak üzere Panton yazı karakterinin kullanımına karar verilmiştir. Panton yazı karakteri ailesi, 2015 yılında yazı karakteri tasarımcıları Svetoslav Simov ve Ivan Petrov tarafından tasarlanmış, toplamda 54 farklı ağırlığa sahip, yumuşatılmış geometrik sans serif formda, hem web hem de basılı medyumlara uygun ve Türkçe dil desteğine sahiptir. Tüm bu özellikler dışında Panton ailesinin kurumsal yazı karakteri olarak seçilmesindeki önemli etkenlerin başında, yazı karakterinin oldukça başarılı biçimde okunabilirliğe sahip oluşunun yanı sıra davetkâr, pozitif ve yumuşak bir algı sunması ve klasik grotesk yazı karakterlerinden ilham alarak ortaya çıktığı bilinmesine karşın çağdaş ve özgün bir biçime sahip olmasıdır (Görsel 9).<sup>7</sup>



**Görsel 9.** Panton yazı karakteri (Kaynak:

<https://www.fontfabric.com/fonts/panton/#font-tester> Erişim tarihi: 11.06.2022)

Kurumsal yazı karakteri seçimi ardından çalışmalar sonucunda 3 farklı alternatif logo tasarımı belirlenmiş ve oylamaya sunulmak üzere hazırlanmıştır. Kurumsal renkler belirlenmiş ve ardından ise logo tasarımının farklı kullanım biçimleri ortaya koyulmuştur (Görsel 10).

<sup>7</sup> <https://www.fontfabric.com/fonts/panton/#info> Erişim tarihi: 10.08.2022



**Görsel 10.** Oylamaya sunulan tasarımlar ve belirlenen kurum renkleri, Onur Kuran

Eskişehir Teknik Üniversitesi bünyesinde çalışmakta olan tüm personelin oylamasına demokratik şekilde sunulan farklı logo tasarımları arasından ise en çok oyu alan birinci ve ikinci çalışmanın sahibi Arş. Gör. Onur Kuran'ın üç numaralı tasarımı Eskişehir Teknik Üniversitesi senatosu tarafından kabul edilerek kullanılmaya başlanmıştır. Aşağıdaki görselde Eskişehir Teknik Üniversitesi'nin kurumsal logo tasarımı ve üniversite rektörlük binası üzerinde uygulanmış bir dış mekân örneği görülmektedir (Görsel 11).



**ESKİŞEHİR TEKNİK ÜNİVERSİTESİ**  
ESKİŞEHİR TECHNICAL UNIVERSITY



**Görsel 11.** Eskişehir Teknik Üniversitesi logo tasarımı, Onur Kuran

#### 4. SONUÇ

Logo tasarımları değerlendirilirken estetik değerlerden önce işlevsel nitelikleri incelenmelidir. Akılda kalıcı ve güçlü bir logo tasarımı değerini zamanla gösterecektir. Bununla birlikte logo, ait olduğu kurumun ya da markanın gücünden de etkilenmektedir. Logo tasarımı marka ya da kurum bilinirliğini sağlayan en önemli kimlik öğelerinden biri olsa da, marka ya da kurumun gücünün de logo tasarımına anlam kazandıracak unutulmamalıdır.

Üniversite gibi ulusal ve uluslararası alanda faaliyete sahip büyük ve dinamik kurumların logo tasarımları oldukça ciddi şekilde ele alınmalıdır. Trendlerin ve teknolojinin hızla geliştiği ve değiştiği günümüz dünyasında, onlarca hatta yüzlerce yıl hizmetini sürdüreceği düşünülen bir üniversitenin logo tasarımında, spesifik belirli durumlar dışında, zamanla değerini kaybedebilecek imge temelli grafikler yerine tipografi temelli tasarımların tercih edilmesi önerilmektedir.

Tipografik yapıda logo tasarımları genel olarak logotayp ve monogram biçimlerinde tasarlanmaktadır. Gerek dünyada gerekse ülkemizde tanınan, büyük şirket ve kurumların logo tasarımlarında da ihtiyaca uygun şekilde tipografik çözümlerinin kullanıldığı saptanmaktadır. Bu araştırmada, tipografinin logo tasarımında kullanımının önemi ve gücüne değinilerek, Eskişehir Teknik Üniversitesi logo tasarımı üzerinden çalışmanın önemi irdelenmiştir.

### KAYNAKÇA

- Müller, J. (2021). *Logo Modernism*. (J. Wiedemann, Ed.) Taschen.
- Ambrose, G., & Harris, P. (2019). *Görsel Grafik Tasarım Sözlüğü*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Çam, A. T. (Ed.). (2006). *Türk Grafik Tasarımcıları Logo 1*. İstanbul: Alternatif Yayıncılık.
- Heller, S., & Anderson, G. (2019). *The Typography Idea Book Inspiration from 50 masters*. London: Laurence King Publishing Ltd.
- Heller, S., & Anderson, G. (2020). *The Logo Design Idea Book*. London: Laurance King Publishing Ltd.
- Becer, E. (2019). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Yayınevi.
- Ergüven, A. (2012). *Ardışık Logotayplar ve Görsel Algı*. Sanatta Yeterlik Tezi. Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.
- Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi*. (1997). İstanbul: Yem Yayın.
- Evamy, M. (2015). *Logo: The reference guide to symbols and logotypes*. London: Laurence King.

### İnternet Kaynakları

1. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/logo> Erişim tarihi: 12.07.2022
2. <https://sozluk.gov.tr> Erişim tarihi: 15.07.2022
3. <https://design.google/library/evolving-google-identity/> Erişim tarihi: 10.07.2022
4. <https://www.yok.gov.tr/universiteler/universitelerimiz> Erişim tarihi: 07.08.2022
5. <https://www.eskisehir.edu.tr/tr/Icerik/Detay/hakkimizda> Erişim tarihi 08.08.2022
6. <https://www.aa.com.tr/tr/egitim/eskisehir-teknik-universitesinin-logosu-belirlendi/1222353> Erişim tarihi: 10.08.2022
7. <https://www.fontfabric.com/fonts/panton/#info> Erişim tarihi: 10.08.2022