



**FRANSIZ GRAFİKER EDOUARD ALLEGRET'İN HOBİ OLARAK TASARLADIĞI KULÜP
LOGOLARININ TASARIM İLKELERİ AÇISINDAN İNCELENMESİ**
**INVESTIGATION OF DESIGN PRINCIPLES OF CLUBS LOGO DESIGNED AS FRENCH GRAPHIC
EDOUARD ALLEGRET HOBBY**

Engin UĞUR*

Öz

Fransız grafiker Edouard Allegret 2017 Mayıs ayında ülkemizdeki dört büyük kulübün de yer aldığı Dünya'nın bilinirliği yüksek 55 kulübünün amblemlerini geometrik tarzda tasarlayarak kamuoyunun takdirine sunmuştur. Grafiker Allegret'in tasarımları, profesyonel çalışma sistemi (kulüp yöneticilerinin talebi ile ücret karşılığında) dışında veya yarışma tarzı maddi bir beklenti olmadan serbest çalışma temposu ile ortaya konulması açısından özel bir yere sahiptir. Bu tasarımlar, aslına bağlı kalınarak geometrik tarzda sadeleştirilmiş revizyonları olarak kabul edilmelidir. Geçen zamanda tüm dünyada ve ülkemizde hem beğeni hem de çok sayıda eleştiri almıştır. Eleştirilerin büyük çoğunluğunu, kulüp aidiyetiyle değişime karşı refleks gösterenler oluşturmaktadır. Asıl değerlendirmeyi yapacak olanlar, grafik sektörünün emekçileri olmalıdır. Diğer sanat dallarında olduğu gibi sanatçı, sahip olduğu düşüncelerini, izlenimlerini ve yaptığı yorumlamalarını eseri sayesinde topluma aktarır. Sanatçı, sunduğu eser üzerinde yorum yapılmasına izin verse de sanatçının savunduğu öncelikle kendi bakış açısıdır. Fakat grafik tasarımın siparişli ve kısıtları olması açısından sanatsal boyutu kadar endüstriyel bir ürün boyutu da vardır. Bu nedenle grafik tasarım ürünlerinin değerlendirilmesi diğer sanat dallarındaki eleştirel yapıdan farklılık göstermektedir. Logonun tanıtım, reklam, satış ve pazarlama amaçlı bir sorumluluğu olduğu için beklenen hedefe ne derece ulaşmış olduğunu değerlendirilmesi yapılır.

Makalenin amacı Allegret'in tasarımlarının, orijinaleri dikkate alınarak kıyaslamalı bir analizdir. Allegret'in geometrik tarzda tasarladığı 55 logo arasından rastgele seçilenler, tasarım kavramlarına göre değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Değerlendirmeler, uzun yıllar sonucunda oluşan grafik tasarım kavramları çerçevesinde yapılmış olsa da kişiden kişiye farklılık göstermesi kabul edilmelidir.

Anahtar Kelimeler: Kulüp Logosu, Değişim, Sadeleştirme, Algılanabilirlik, Grafik Tasarım İlkeleri.

Abstract

French graphic artist Edouard Allegret designed the emblems of the 55 clubs of the world, which are globally recognized in Turkey, in May 2017 in geometric style and presented them to the discretion of the public. Graphic Designer Allegret's designs have a special place in terms of putting the free working tempo out of the professional working system (except for the demand of the club managers on request) or without any material expectation of the competition style. These designs should be regarded as simplified revisions geometrically, in principle. Last time, both in the world and our country has received both acclaim and numerous criticisms. The vast majority of the criticisms constitute reflexive reflexes with club belonging. The main thing to do is to be the laborers of the graphics industry. Just as it is in other branches of art, the artist conveys his own thoughts, impressions and interpretations of his works through his work. Although the artist permits interpretation of the work he presents, it is primarily his point of view that the artist advocates. However, in terms of the ordering and constraints of graphic design, there is also an industrial product size as much as the artistic dimension. For this reason, the evaluation of graphic design products differs from the critical structure of other art branches. Since Logon is responsible for promotional, advertising, sales and marketing purposes, it is assessed to what extent it has reached the expected goal.

It is a comparative analysis of Allegret's designs, considering the originals. Allegret's 55 designs in geometric style were randomly selected and evaluated according to design concepts. The evaluations should be considered to vary from person to person even though it is done within the framework of graphic design concepts that have emerged as a result of many years.

Keywords: Club Logo, Change, Simplification, Perceptibility, Graphic Design Principles.

GİRİŞ

Fransız grafiker Edouard Allegret, tasarlandığı günden bugüne kadar uzun yıllardır kullanılan kulüp amblemlerini hem eleştirel hem de alternatif olması adına orijinaline bağlı kalarak yeniden tasarlamıştır. Grafiker Edouard Allegret'in orijinallerine bağlı kalarak tasarladığı logoların orijinallerinin, bugüne kadar farklı dönemlerde değişime uğramış olanları yanında hiç değişmeden günümüze kadar gelenleri de vardır. Kulüpler taraftarlarının tepkisi veya başka gerekçelerle logolarını günün koşullarına göre yenileme ihtiyacı duymamış olabilirler. Fakat bazı kulüp logolarının, tasarlandığı dönemin değerleri, birikimleri ve seçim kriterlerine göre makul kabul edilse bile bugün geline nokta görsel algı ve tasarım ilkeleri açısından sorunlu yönlerinin olduğu görülmektedir. Geçmiş dönemlerin logo tasarımının temel ilkesi, kurumun veya ürünün öne çıkan unsurların tamamının logoda ifade edilmesi bir zorunluluk gibi

*Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Üniversitesi, TBMYO, Basım ve Yayın Teknolojileri.



görülüyordu. Bu durum tasarımcıları, sınırlı alan içinde kompleks çalışmalar yapmalarını gerektiriyordu. Bunun sonucunda tasarım açısından çok özgün çalışmalar ortaya konulmasının yanında çok kötü çalışmalara da imza atılmıştır. Günümüzde sayısız logo ve simgelerin etrafımızı kuşattığı bir dünyada algılanması kolay olan sade tasarımlar kabul görmektedir. Fransız grafiker Edouard Allegret'in tasarımları, salt geometrik çalışmanın logo tasarımında ne derece başarılı bir sonuç ortaya çıkardığının değerlendirilmesi açısından önem taşımaktadır

1. AMBLEM (LOGO)

Amblem; bir kurumun, bir ürünün ya da bir hizmetin yapısını ve niteliklerini tanımlamak üzere tasarlanan görsel simgedir. Eski Yunancada simge olarak adlandırılan 'amblem', Almanca ve Fransızcadaki 'logo', İngilizcede ise 'logograph' olarak tanımlanmaktadır. Amblem, logo olarak da kullanılmaktadır. Anlam olarak logo üç dilde ambleme karşılık gelir. 'Logotype' ise özgün yazılardan oluşturulmuş çalışmalara denir. Amblem, ürün veya hizmet üreten kuruluşlara, kurumlara kimlik kazandıran, onları temsil eden; bir düşünceyi, bir girişimi, bir inancı harf veya işaretlerin soyut veya somut kullanımlarıyla oluşturulan ve onların niteliklerini en iyi yansıtan simgesel biçimdir. En kısa tanımı yapılacak olursa amblem, bir tanıtma ve görsel iletişim aracıdır.

1.1. AMBLEM (LOGO) TASARIM İLKELERİ

Etkileyici ve akılda kalıcı bir amblem, temsil ettiği ürüne, hizmete ya da düşünceye estetik bir değer katar ve tüketici veya izleyici kitle üzerinde belli bir imaj doğurur. Bir amblemin anlatım ve tanıtma gücü, izleyicinin görsel algısını etkileme derecesiyle doğru orantılıdır. Bu durumda amblemin figüratif ya da yazıya yönelik bir düzenleme, şekillerden oluşan bir tasarım veya bunların birleşimi olması önemli değildir. Bir amblem (logo) stil, karakteristik davranış veya görünüş, tür, şekiller ve semboller açısından uygun biçimde tasarlanmalıdır. Bir amblem tasarlanırken dikkat edilmesi gereken önemli özellikler; amblemin içeriği doğru yansıtması, yer alacağı ortamlara uyum gösterebilmesi, benzerlerinden farklı olması, uzun yıllar etkisini kaybetmeyecek çağdaş bir anlatımı olması, güven uyandırması, kullanışlı olması ve en önemlisi de akılda kolayca yer edebilmesidir. Bir amblem nitelikleriyle uluslararası boyutlarda anlaşılabilirliğine sahip olmalıdır. Bir logonun görevi kim olduğunu söylemektir. Ne olduğunu söylemek değildir. Simge ile simgelenen arasında birebir ilişki kurmak genellikle olanaksızdır ve hatta bazen insanları yanlış yönlendirir. Sonuç olarak, bir logo için gerekli olan özellikler; çekici olması, tek renkte ve çok küçük boyutlarda basılabilmesi olarak sayılabilmektedir. Kurumlara ait mesajların iletilmesinde basit fakat anlamı kısa sürede algılanabilen biçimler daha etkin olabilir. Biçimle beraber amblemin akılda kalıcılığı açısından verilen imaja uygun renklerin kullanımı da önemlidir. Tasarımı istenen amblem, görsel anlatım elemanlarıyla vurgulanır. Buradan da görsel anlatımın gücünü; renkler, biçimler, simgeler ve harf üslubu gibi görsel anlatım elemanlarından aldığı anlaşılabilir. (Ariel, 2009, s.24) Logo tasarımının performansı, tüm dünyada ve ülkemizde uzun yılların birikimleri sonucunda oluşan tasarım ilkelerine göre yapılmaktadır. Bu ilkeler şunlardır;

1.1.1. Algılanabilirlik

Zihinsel bir süreç olan algılama; göze, kulağa ve diğer alıcılara gelen uyarıcılara zihinde anlam verilmesi ve yorumlanması şeklinde tanımlanmaktadır (Cohen, 2008, s.624). Görmede, nesnelere ne olduklarının belirlenmesine, örüntü tanıma süreci ya da kısaca tanıma denir. Bu belirleme yaşamsaldır. Çünkü genellikle göz önünde duran bir nesneyi tanımak ve önemli özelliklerini bilmek gerekir. Tanımda kullanılan farklı bilgi türlerinin (renk, biçim ve doku) korteksin tanıma dalının farklı alt bölgelerinde ya da hücrelerinde işlendiği görülmektedir. Tanımanın erken evrelerinde algısal sistem nesneyi çizgiler, kenarlar ve açılar gibi nesnenin kendisine ilişkin bir tasvirini çizmek için kullanılan ilkel bileşenlere göre tanımlamak için retina üzerindeki bilgileri kullanmaktadır. Daha sonraki aşamalarda ise sistem nesnenin tasvirini, görsel bellekteki depolanmış çeşitli nesne kategorilerinin biçim tanımlamalarıyla kıyaslayarak en uygun olanı seçer. Bu evre tanımanın eşleştirme aşamasıdır (Atkinson, 2006, s.720).

Algılanabilirlik, bir harfin, bir amblem veya sembolün ya da farklı bir görselin doğru tanınabilirlik hızıdır. Bir amblem ve logoda algı, alıcı bireyle tasarım arasında kurulan sağlıklı bir iletişimi tanımlamaktadır. Algılanabilirliği oluşturan unsurlar şunlardır;

a) Kullanılan Simgeler

Kullanılan tipografik harf olsun ya da nesne olsun stilizasyon-deformasyon işlemi sonucunda anatomik yapıları algılama sınırını zorlayacak derecede değiştirilmemelidir. Kullanılan simgelerin, amblemin küçük uygulamalarında algılanabilirliği dikkate alınmalıdır.

b) Kullanılan Renkler



Renk, logonun görsel anlatımında önemli rol oynar. Kimliği çekici, çarpıcı hale getirir. Logoya uygulanan renk ve ton değerleri sayesinde biçimleri, tipografiyi, ön planı görünür hale getirmek veya arka plana itmek, görsel hiyerarşiyi organize etmek mümkündür (Çam, 2006, s.17). Bir logoda çok renk kullanılması karmaşaya yol açar. Popüler markalara ait logolara bakıldığında bir veya iki renkten oluştuğu görülür. Az renk kullanımı markanın daha çabuk algılanıp hafızada yer etmesine katkı sağlar.

Tasarlanan amblemin fark edilmesini ve tanınmasını sağlama ve ürüne kişilik kazandırmada en uygun renk ve tonların tercihine gösterilen hassasiyet, seçilen renklerin amblemin algılanabilirliğini ne derece etkilediğini de gösterilmelidir. Kurumsal çalışmalarda en fazla önem verilen unsur renktir. Fakat farklı olmak adına amblemin tasarımına uygunluk göstermeyen renk veya renkler ve tonlar kullanmak, algılamayı olumsuz yönde etkileyen önemli bir unsurdur. Fazla renk logoyu algılamayı zorlaştıracığından akılda kalıcılığı engelleyecektir. Tonlama, verilmek istenen mesajda öncelikle algılanması gereken noktalara dikkati çekerek bir hiyerarşi oluşturmalıdır.

c) Kompozisyon

Amblem ve logo tasarımını meydana getiren tipografik elemanlar her türlü geometrik unsurların yan yana iç içe veya alt-üst birlikteliklerinin konumu-mesafesi algılama düzeyini belirlemektedir. Bu nedenle her elemanın özgürce algılanabilmesine ve bir bütünlük oluşturmaya dikkat edilmesi gerekmektedir. Çok açık kompozisyonlar bütünlükten ödün vermenin yanında algılamayı yavaşlatır. Çok yakın kompozisyonlar ise algılamayı zorlaştırmaktadır.

1.1.2. Yalınlık (Sadelik)

En iyi tasarım, en sade olanıdır. Sadelik, iletişim kurmanın en iyi yardımcısıdır ve dikkatin dağılmasını önler. Sade ve basit bir tasarım bilginin kolay iletilmesini sağlar. Tasarımda basitliği şöyle tanımlayabiliriz; çok sayıda eleman yerine az sayıda eleman kullanmaktır. Sadelikle algılanabilirlik arasında yakın bir ilişki vardır. İnsanlar sade ve basit tasarımlarda, ifade edileni ve verilmek isteneni kolayca algılayıp anımsayabilirler. Karmaşık ve kalabalık tasarımlar insanların dikkatini dağıtır, algılamak ve anlamlandırmakta zorlanabilirler veya hiç anlamayabilirler de...

1.1.3. Özgünlük

Öze dair, özden gelen anlamlarını da içeren 'özgün' sözcüğü, kökeni Latince 'originalis' olan 'orijinal' sözcüğünün karşılığıdır ve İngilizce, Fransızca ve Almancada 'original' olarak yazılır. Orijinal sözcüğü ise ilk örnek olan, asıl olan, yeni, yaratıcı, taklit olmayan, özgün olan demektir. Özgün olanı sorgularken, bu kavramın anlamsal yakınlığı (yeni, biricik, özgül-spesifik) veya karşıtlığı (sıradan, jenerik, kopya, taklit) olan sözcük ve kavramlarla birlikte ve bunları akılda tutarak düşünmek yararlı olacaktır. Felsefi bakış açısıyla özerkliğe işaret eden bir kavram olarak nitelenen özgünlük, bir nesnenin, bir düşüncenin, bir davranışın yani soyut-somut bir gerçekliğin özelliğidir. Özgün olma durumunun ortaya çıkması için bunu yapacak bir öznenin, özgürlük ortamının, eleştirel ortamın ve yaratıcı düşüncenin olması gereklidir. Özgünlük, bir ürün, bir nesne, bir durum vb. üzerinde düşünülmüşlüğü, eleştiriye, emeği çağrıştırmasının ötesinde, beraberinde getirdiği yenilik ve gelişme gibi niteliklerle önem kazanmakta ve sıradanlığın karşısında durmaktadır (Akkuş, 2016, s.61). Sanat ise güzeli gerçekleştirmek için ortaya konulan özel etkinlik alanlarının her biri olarak tanımlanmaktadır. Sanat düzeyinde yaratmak, özgün bileşimler oluşturmaktır. Özgün olmayan hiçbir sanat yapıtı, gerçek sanat yapıtı olamaz (Timuçin, 2004, s.423). Logo çalışmaları her şeyden önce bir sanat eseridir. Bir sanat eserinin en önemli özelliği ise özgün yani orijinal olmasıdır. Bu hem tasarımın değeri açısından hem de kuruma kazandırdığı kişiselilik açısından önemlidir.

1.1.4. Estetik

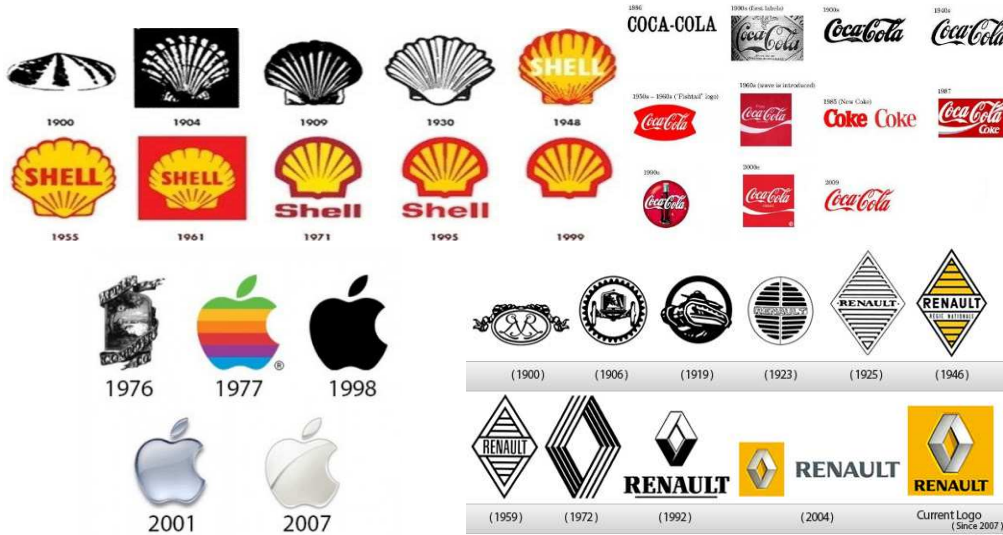
Estetik, şimdiye dek üretilmiş tüm sanat yapıtlarının ortak ve benzer yönlerini irdeleyerek belirli ortak özellikler ortaya koymaya çalışır. Bu yolla gelecek deneylerimiz için bize bilinçlenme ve tat alma olanakları sağlar. Bir bilim olarak ya da bir sanat unsuru olarak ele alındığında estetik, her iki şekilde de günümüze ulaşana dek 'güzel olandan, gerçekliği yansıtan' şeklindeki tanımı az da olsa değişim göstermiştir. Estetik, güzel üzerine düşünmektir. Güzel olanı, iyi olanı bulmak, güzel olanı estetik bir şekilde sanata yansıtmaktır. Sanatın doğasını inceleyen bir felsefe bilimi olan estetiği açıklayabilmek için güzellik kavramından destek alan felsefeciler, güzelliğin, sadece 'düzen, simetri, oran' gibi mantıklı özellikleri ile anlatılamayacağını söyler. Bu, sezgi ve deneyimlerden anlaşılan kişinin hissettikleri ve duygularıdır. Sanatta estetiğin konusu güzellik ve çirkinlik kavramlarının nasıl algılandığı ile ilintili olarak dönemselsel bazı değişimlere uğramaktadır. Sanat eserinin yapımından ve döneminin beğenilerine yanıt vermesinin üzerinden uzun yıllar geçtikten sonra da hala aynı beğeniyi görmesidir (Akkuş, 2016, s.63). Grafik tasarımda estetik kaygı; grafik ilke ve elemanlarının doğru düzenlenmesi, algı kuramına uygunluğu, görsel açıdan

tasarımın etkili ve güçlü gerçekleştirilmesi ve bunları yaparken yaratıcı fikirler ortaya koyabilmek olarak ele alınır.

Logo tasarımı görsel anlamda bir sanat çalışması olduğu için renk, biçim ve kompozisyon değerleri olarak ele alınmalıdır. Logonun dikkat çekmesi şarttır. Ancak yeterli değildir. Estetik değerleri açısından tüketiciyi etkilemesi gerekmektedir (Tepecik, 2002, s.32). Renk, biçim, kompozisyon yönünden estetik unsurları da içerisinde barındıran logo, görsel iletişimde bir sanat çalışması olarak görülmektedir. Bununla birlikte taşıdığı anlamı veya içeriği yansıtacak renk, biçim, çizgi, nokta ve leke unsurlarının etkili ve doğru kullanımıyla tüketicide ilgi uyandırmakta ve dikkat çekmektedir. Bunların yanında tarih, kültür, coğrafya, ekonomik faaliyet gibi unsurları temsil edecek biçimlerin yerli yerinde kullanımı, kompoze edilmesi anlatımı güçlendirir. Öncelikle neyin estetik olup neyin olmadığı belirlenmesi gerekmektedir. Estetiğin ne olduğunun tanımlamak aslında hiç de kolay değildir. Farklı açılardan estetiğe ilişkin görüşler olmasına rağmen, estetik değerlendirme yapabilmek için gerekli olan kriterlerin düzenli bir liste halinde oluşturulması zordur. Estetiğin somut olmayan yanı, genel geçer kriterler koyup nesnel bir değerlendirme yapılmasını engellemektedir (Akın, 1995, s.19).

2. LOGODA DEĞİŞİKLİĞE GİTME GEREKÇELERİ

İşletmelerin değişim ve yenilenme sürecine çoğu zaman ihtiyaç duydukları görülmektedir. Değişen toplumsal koşullar kurum kimliği tasarımının ve özellikle de logo tasarımlarının değişmesine neden olmaktadır. Görsel kimliğin en dikkat çekici ve bilinen öğesinin amblem veya logo olmasından dolayı bu değişim, kurum açısından olabildiğince sistemli, oturaklı ve birbirini takip eden bir şekilde olmak zorundadır. Tasarlanan amblemler uzun yıllar boyunca kurumlar tarafından kullanılırlar. Amblemlerin değiştirilmesi, genellikle büyük bir bütçe ve zaman gerektirir. Buna rağmen kurumlar çeşitli nedenlerle amblem değişikliğine giderler. Bu durum genellikle, bir değişim ihtiyacından kaynaklanır. Zaman içerisinde kurumlar strateji değiştirebilir, amblemleri çağın gerisinde kalabilir. Başka kurumlarla birleşmiş ya da el değiştirmiş olabilir (Ketenci ve Bilgili, 2006, s.65). Böylelikle kurum kimliğinin görsel göstergesi olan amblem ve logo tasarımlarının kurum imajını doğru ifade edememesi, misyon ve vizyon gibi kurumsal değerleri yansıtamaması, çağına hitap edememesi, özgünlüğünün yetersiz görülmesi, yeni oluşum sürecine girmesi, yönetim değişikliği gibi nedenlerle değişim yapma ihtiyacı doğar.



Şekil 1: Uluslararası şirketlerin logo değişim serüvenleri

2.1. LOGO DEĞİŞİMİNDE DİKKAT EDİLMESİ GEREKENLER

Firmalar için logo değişimi riskli bir eylemdir. Bu nedenle çok belirgin bir değişim yerine kademeli olarak revizyona gitmek gerekir. Ani değişim hedef kitle üzerinde olumsuz etki bırakabilir. Yenilenmeye giden işletmeler kurumsal anlamda tüm değerlerini yeniden gözden geçirmek durumundadır. Özellikle görsel kimliklerini de yenileyerek ve güncelleyerek dinamik bir görseleğe kavuşturmak gerekebilir. Yenilenme süreci bazen olumlu bazen de olumsuz sonuçlar getirebilir. Kurumun görünen yüzü olarak ifade edilen amblem ve logonun yenilenme sürecinde profesyonel bir yöntem izlenmelidir. Çünkü yenilenen ancak kuruma başarı getirmeyen bir süreç, kurum için birçok zararı beraberinde getirebilir. Bu nedenle yenilenmenin tasarım boyutuyla ve tüm yönleriyle ele alınması gerekmektedir. Yenilenen bir kurum kimliğinin hedef kitlede olumlu bir etki bırakabilmesinin, özellikle amblem ve/veya logo değişiminin bilinçli ve özgün şekilde tasarlanmasıyla ve günümüz şartlarına uyarlanmasıyla mümkün olabileceği

söylenbilir. İyi tasarlanmış bir logonun başarısı, kolay tanınabilir ve anımsanabilir olması gibi çeşitli etmenlere bağlıdır. Bir amblem bu nitelikleriyle uluslararası boyutlarda anlaşılabilirliğine sahiptir. Yenilenme süreci başarılı şekilde sonuçlanan işletmelerin, kurum kimliğini olumlu düzeyde etkilediği ifade edilebilir. Logo değişiminde eski logonun revizyonuna karar verilmiş ise revizyon sonucunda iyi bir sonuç elde etmek için şunlara dikkat edilmelidir:

1. Logoda revize edilmesine karar verilen simgenin revizyon sonucunda algılanabilirlik düzeyi daha üst seviyeye taşınmalıdır.



Şekil 2: Sadeleştirme yapılarak ve simge vurgusunu artırma revizyon örnekleri

2. Revize edilecek tipografik unsurların okunabilirliğini daha da artıracak sade yazı karakterleri tercih edilmelidir. Gerekirse yazıların bazıları çıkarılarak daha az yazıyla rahatlatma sağlanabilir.



Şekil 3: Okunabilirliği artırıcı logo değişimi

3. Tasarımdaki renk veya renklerin değişiminde, renk kategorilerinden yararlanarak logoda yer alan tasarım elemanının formuyla bütünleşecek en uygun renk seçilmelidir.



Şekil 4: Renk değişimi ve tipografik sadeleştirme revizyon örneği

4. Logonun kompozisyonunda revizyon yapılacak ise, vurgu önceliğine göre simge, sembol ve tipografik unsurlara en uygun ölçüler seçilerek konumlandırılmalıdır.



Şekil 5: Logotype değişimi ve kompozisyon revizyonu örneği

3. FRANSIZ GRAFİKER EDOUARD ALLEGRET'İN TASARLADIĞI KULÜP LOGOLARININ TASARIM İLKELERİNE GÖRE ANALİZİ

3.1. BAŞARILI TASARIMLAR

1. Barcelona		2. Queens Park Rangers	
Mevcut Logo	Allegret'in tasarladığı logo	Mevcut Logo	Allegret'in tasarladığı logo
			
3. Celtic		4. PSV Eindhoven	
Mevcut Logo	Allegret'in tasarladığı logo	Mevcut Logo	Allegret'in tasarladığı logo
			
5. Bayer Munchen		6. Milan	
Mevcut Logo	Allegret'in tasarladığı logo	Mevcut Logo	Allegret'in tasarladığı logo
			

3.1.1. Barcelona

Orijinalindeki renklerin servis tepsisindeki farklı yemek tabakları gibi bağımsız kompozisyonu, teknik ve estetik açıdan sorunlu bir tasarım olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca kavisli kenarlardan oluşan simetrik dış form statik bir yapı oluşturmaktadır. Hardal rengi zemin, logodaki tüm renklerin algısını azaltmaktadır. Allegret'in tasarımındaki genişleyen renkler, kulüp renklerinin vurgusunu üst seviyeye taşımaktadır. Futbol topu illüstrasyonu yerine koyduğu hardal rengi daireyi 'topu' çağrıştıracak biçimde daha büyük tercih etmesi, tasarımı dört dörtlük bir sonuca taşıyabilirdi. Allegret'in tasarımında sıkıntı oluşturan diğer bir nokta da yakın renkler olan bordo çizgi ile kırmızı çizginin aynı hizada birleşmeleri, tek bir renk olarak algılanmasına neden olmaktadır.

3.1.1. Queens Park Rangers

Orijinalindeki girintili taç ve kenarlarda ne olduğu belli olmayan dekoratif yapı çok fazla dışa dönük formlar oluşturmaktadır. Ayrıca amblemdaki tipografik unsurlar ve futbol topu, gözü yoracak kalabalık oluşturmaktadır. Allegret'in tasarımında tek eleştiri noktası, orijinalinden kaynaklanan statik yapıyı devam ettirmesidir.

3.1.2. Celtic

Dört yapraklı yoncanın stil çalışması; kurumuş, damarları kalmış bir çalışma algısı oluşturmaktadır. Ayrıca kuruluş tarihinin kenarlarında yer alan yarasaya benzer simetrik kuş tasvirleri ambleme katkı sağlayacak büyüklükte olmayınca sadece kalabalık oluşturmaktadır. Ayrıca amblemin küçük uygulamalarında algılanması da zor olacaktır. Allegret'in tasarımında simetrik bir form olmasına rağmen farklı kalınlıklardaki dairelerden oluşan dış formla içyapıda aradaki tipografik unsur da çıkarılınca sade bir bütünlük oluşturulmuştur.

3.1.3. PSV Eindhoven

Logodaki direğe asılı flama görseli, stil olarak yeterli derecede stilize olmamış, klasik logo tasarımı izlenimi vermektedir. Flamanın üçgen forma dönüşmesi ve kenarlardaki 'U' harfinden oluşan desenli çerçeve yerine negatif puantiyeler, çok estetik bir logo ortaya çıkarmıştır.

3.1.4. Bayern Munchen

Amblemin ortasında yer alan sıkıştırılmış eşkenar dörtgenler görsel algı açısından kalabalık oluşturmaktadır. Ayrıca fazla sayıda olması, göz efekti oluşturacak bir doku yapısına dönüştürmüştür. Allegret'in tasarımında simetrik olarak merkezden başlayan damalı tasarım ambleme göre büyük tutularak ve tipografik unsur çıkarılarak sade ve özgün bir sonuca ulaşılmıştır.

3.1.5. Milan

Kırmızı renklerin tamamının siyah çizgilerle hapsedilmesi, algıda siyah etkiler oluşturmaktadır. Allegret'in tasarımında siyah renk oranı aşağıya çekilerek kırmızı rengin etkinliği artırılmıştır. Mevcut Milan ambleminde olduğu gibi kulüp renklerinin vurgusu artırılmıştır. Oval formun daireye dönüşmesi de başarılı bir sonuç ortaya çıkarmıştır.

3.2. ORTA DÜZEY TASARIMLAR

1. Fenerbahçe		2. Real Madrid	
Mevcut Logo	Allegret'in tasarladığı logo	Mevcut Logo	Allegret'in tasarladığı logo
			
3. Hırvatistan Milli Takımı		4. Antalyaspor	
Mevcut Logo	Allegret'in tasarladığı logo	Mevcut Logo	Allegret'in tasarladığı logo
			

3.4.1. Fenerbahçe

Orijinalindeki dal görselinin hangi tür bir ağacı temsil ettiğini tahmin etmek çok zordur. En iyi tahmin meşe dalı olmasıdır. Ağaç dalının stilizasyonu çok iyi değildir. Allegret'in tasarımında ağaç dalının sadece üst yaprağını oluşturmuş, yanlara olan kısımlar sadece dal olarak çizilmiştir. Ama yine de

orijinalinden daha iyi olduğunu söyleyebiliriz. Eğer yan kısımlarda da yapraklar oluşturmuş olsa idi çok başarılı bir tasarım ortaya çıkacaktı.

3.4.2. Real Madrid

Orijinalinde yer alan tacın geometrik stili başarılı olmuştur. Sarı renklerin etrafındaki siyah kontürün kaldırılması da başarılı olmuştur. Fakat ortada yer alan iç içe geçmiş 'M', 'C' ve 'F' harflerini tam tasarlayamamıştır. Özellikle logoda 'F' harfi yok olmuştur. 'C' harfinin alt bitişini uzatarak algılanmasını daha yüksek sağlayabilirdi. Ayrıca çapraz lacivert şeridi daha kalın tutarak, sarı renk ağırlığının dengelenmesini sağlayabilirdi.


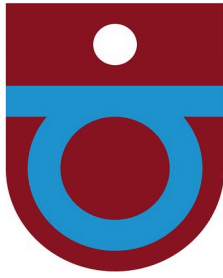





3.4.3. Hırvatistan Milli Takımı

Orijinal logosu başarılı bir tasarıma sahiptir. Fakat Allegret'in kırmızı rengin etrafındaki taba renk kontürü kaldırması ve futbol topunu tam olmasa bile dairesel olarak stilize etmesi sade ve modern yapının ortaya çıkmasını sağlamıştır.

3.4.4. Antalyaspor

Orijinal logosu başarılı bir tasarıma sahiptir. Allegret ise dairesel logonun eşkenar dörtgen form içine uyarlaması olarak tasarlamıştır. Ayrıca Antalya'nın sembollerinden olan Yivli Minare stilini daha basit hale getirmeye çalışmıştır. Fakat başarılı bir sonucun ortaya çıktığını söylemek mümkün değildir. Kompozisyon olarak başarılı bir tasarım ortaya çıkmıştır.

3.5. BAŞARISIZ TASARIMLAR

1. Trabzonspor		2. Monaco	
Mevcut Logo	Allegret'in tasarladığı logo	Mevcut Logo	Allegret'in tasarladığı logo
			
3. Paris Saint Germain		4. Liverpool	
Mevcut Logo	Allegret'in tasarladığı logo	Mevcut Logo	Allegret'in tasarladığı logo
			

3.5.2. Trabzonspor

Orijinalindeki kulübün baş harfi olan 'T'nin özgün stiline geometrik formda 'T' algısını vermeyen sonuç ortaya çıkmıştır. Ayrıca çalışma çok simetrik bir forma dönüşmüştür.

3.5.2. Monaco

Orijinal logodaki tacı stilize edememiştir. Taçtan daha çok, bir yapının çatısına benzer bir yapı ortaya çıkmıştır. Derinlik oluşturmak için mi bilinmez, düşey orijinalinde eşit olan kırmızı şeritleri ortada



kalın, kenarlarda daha ince tutması farklı bir sonuç oluşturmamıştır. Tacin içindeki kırmızı alanı iptal etmesi, tasarım performansını daha da aşağı taşımıştır.

3.5.3. Paris Saint Germain

Paris'in simgesi olan Eyfel Kulesi, kulüp logosunun da simgesi olarak yer almaktadır. Orijinal logoda lacivert zeminin ortasında Eyfel Kulesi simgesinin küçük ve kırmızı renk olması görsel algı açısından sorun oluşturmaktadır. Allegret tasarımında Eyfel Kulesi için oluşturduğu geometrik simgeyi büyütmesi ve orijinaldeki beyaz kontürü kalınlaştırması da doğru bir uygulama olmuştur. Fakat geometrik olarak Eyfel Kulesi'ni oluşturamayınca başarısız bir sonuç ortaya çıkmıştır.

3.5.4. Liverpool

Orijinalinde kompleks bir yapıya sahip logonun tüm unsurları atılarak sadece içindeki mitolojik kuşun stilize edilmesi büyük sorun oluşturmaktadır. Ayrıca mitolojik kuşun geometrik stilinin horza daha çok benzemesi de başarısızlığın diğer bir boyutunu oluşturmaktadır.

SONUÇ

Fransız grafiker Edouard Allegret, orijinaline bağlı kalarak geometrik tarzda hazırladığı kulüp logolarını kamuoyuyla paylaşarak, ilk tasarlandığı günden bugüne hiç değişikliğe uğramamış ve günümüzün tasarım ilkelerine göre başarısız kabul edilebilecek kulüp logolarının değişim konusunu tartışmaya açmıştır. Kulüp logosunu sadece taraftarı olan kişilerin beğeniyor olması yeterli değildir. Önemli olan tarafsız bir bakışla herkesin beğenisine sahip olmasıdır. Kulüp logolarında yer alan tasarım elemanları (illüstrasyon, simge, sembol, yazı ve renk) ayrı ayrı masaya yatırılarak grafik tasarımın evrensel ilkelerine göre değerlendirmeye alınmalıdır. Sınıfta kalan elemanın veya elemanların değiştirilmesi veya yeniden tasarlanması yoluna gidilmelidir. Allegret tasarımları, logo tasarımında algılanabilirlik ve sadelik-yalınlık konusunu vurgulaması açısından dikkate değerdir. Sadece kulüp logolarında değil, tüm kurumsal yapıların logolarında değişime karşı direncin bir sonucu veya maddi yönden bir bedelin önemsenmesinden dolayı günün çok gerisinde kalmış logolarla karşılaşmaktayız. Logosunu değiştirmekte direnen kulüp ve işletme yöneticileri rakiplerin baskısına gerek kalmadan değişim düğmesine basmalıdırlar.

Makalede ortaya çıkan genel sonuç, salt geometrik tarzda çalışılmanın, logo tasarımında yeterli olmadığıdır. Özellikle nesnelere stilize edilmesinde, çok sade bir yapı istense bile sadece düz ve dairesel çizgilerle sonuç elde edilemediği görülmektedir. Başarılı kategorinde olan logoların bile belirli düzenlemelere ihtiyacı vardır. Tüm logoların aynı tarzda tasarlanmasından dolayı tüm dünyada ve ülkemizde grafik eğitiminin geometrik tarzda yapılacak çalışmalarında örnek uygulamalar olarak faydalanılabilir.

KAYNAKÇA

- Akçin, Nur (1993). *Okuma Becerisinin Kazandırılmasında Görsel Algı Gelişiminin Rolü*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Akın, Esra (1995). Mimarlıkta Estetik Değerlendirmeye Bir Yaklaşım. *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, Cilt 10, 1:19-57.
- Akkus, Anıl (2016). *Still Life ve Estetik*, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ariel M., Özge (2009). *Güzel Sanatlar Fakülteleri Grafik Bölümü Öğrencilerinin Amblem İnceleme Yoluyla Grafik Değerlendirme Becerilerinin Belirlenmesi*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Atkinson, R.L., Atkinson, R.C., Smith, E.E., Bem, D.J. and Nolen-Hoeksama, S. (2006). *Psikolojiye Giriş*. Ankara: Arkadaş Yayınevi.
- Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi* (1994). C. 17, İstanbul: Milliyet Yayınları.
- Bruyn, Severyn T. (2016). *A Critique of Art and Aesthetics*.
- Cohen, L. Vicki and Cowen, J.Edwin. (2008), *Literacy for children in an information age: Teaching, reading, writing and thinking*. Thomson Corporation, s. 624, Canada.
- Çam, A.Tekin (2006). *Grafik Tasarım Tarihçesi. Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi, C.1*, İstanbul: Alternatif.
- Fotios, S., Goodman, T. and Berman, S. (2006). *Chromatic Adaptation And The Relationshi Between Lamp Spectrum And Brightness*. *Lighting Research & Technology*; S. 38(1), s.3-17.
- Kagan, S. Moissej (2008). *Estetik ve Sanat Notları*. İzmir: Karakalem Kitabevi.
- Morgan, T. Clifford (1995). *Psikolojiye Giriş*. Ankara: Meteksan Matbaacılık.
- Özgür, S. (1998). *Türkiye İller Amblemi*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Tepecik, Adnan (2002). *Grafik Sanatlar*. Ankara: Detay Yayınları
- Timuçin, Afşar (2004). *Felsefe Sözlüğü*. İstanbul: Bulut Yayınları.
- Komisyon (1998). *Türkçe Sözlük*. Ankara: TDK Yayınları.
- <http://www.dijitalajanslar.com/unlu-markalarin-logolarindaki-degisim/> (Erişim: 10.03.2018)
- <http://www.dijitalajanslar.com/boyner-kurumsal-kimligini-yeniledi/> (Erişim: 10.03.2018)
- <http://brandingsource.blogspot.com.tr/2011/04/new-logo-c.html> (Erişim: 10.03.2018)
- <https://www.havayolu101.com/2014/09/07/havayolu-sirketlerinin-logolarindaki-degisim/> (Erişim: 10.03.2018)
- <http://www.entertusu.net/mastercard-yillardir-kullandigi-logosunu-degistirdi-182> (Erişim: 10.03.2018)