

TÜRK LİRASI SİMGESİNİN GRAFİK TASARIM ÖĞELERİ BAKIMINDAN İNCELENMESİ*

AN EXAMINATION OF THE TURKISH LIRA SIGN IN TERMS OF GRAPHIC DESIGN ELEMENTS

Armağan GÖKÇEARSLAN**

Sanat-Tasarım Dergisi 2015, Kasım Sayı: 6 ISSN: 1309-2235 ss. 19-25

DOI: 10.17490/Sanat.2015614360

Öz

Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Türk Lirasının itibarını güçlendirmek ve dünyada daha bilinir olmasını sağlamak amacıyla bir simgeye ihtiyaç duymuş ve bu nedenle 2011 yılında "TL Simge Yarışması" düzenlemiştir. Bu araştırmanın genel amacı, yarışma sonucunda seçilen ve kullanılan Türk Lirası simgesini yalınlık, özgünlük, anlaşılabilirlik, kullanılabilirlik, kalıcılık, estetik oluşu bakımından değerlendirmektir. Bununla birlikte Türk Lirası simgesinin Türkiye Cumhuriyeti'ni yansıtabilirliği, diğer ülkelerin para simgeleriyle karşılaştırıldığında ayırt edici özellikleri, farklı yüzeylere uygulanabilirliği, çağının ilerisinde de geçerliliğini koruyabilirliği, küçültüp büyütüldüğünde özelliğini kaybedip kaybetmediği, güven duygusu oluşturup oluşturmadığı da araştırılmıştır. Araştırmacı tarafından Türk Lirası simgesini grafik tasarım öğeleri bakımından irdeleyen veri toplama anketi hazırlanmış, söz konusu anket, İstanbul ve Ankara ilindeki üniversitelerde (toplam 23 üniversite) grafik tasarım ve görsel iletişim tasarımı bölümlerinde görev yapan toplam 34 öğretim elemanına ve Ankara'da ve İstanbul'da sektörde çalışan toplam 54 grafik tasarımcıya uygulanmış, araştırmanın sonunda toplanan veriler analiz edilmiş, araştırma bulguları yorumlanıp önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar kelimeler: Türk Lirası, Para Simgesi, Simge, İşaret, Grafik Tasarım

Abstract:

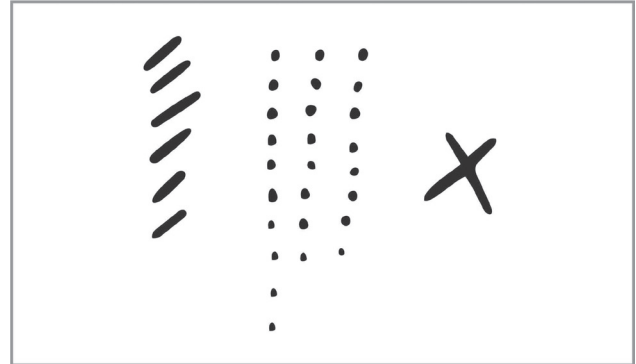
The Central Bank of the Republic of Turkey considered it necessary to have a symbol for the Turkish Lira in order to strengthen its prestige and enhance its worldwide recognition, and therefore it organized a "Competition for the Turkish Lira Sign" in 2011. The general objective of this research is to evaluate the Turkish Lira sign, which was chosen as a result of the competition and is being used, in terms of plainness, originality, clearness, eligibility, practicality, permanence and aesthetics. In addition to this, the research also aims to examine if the Turkish Lira sign can reflect the Republic of Turkey, if its features are distinctive from other currency signs, if it is practical at various levels, if it can maintain its validity beyond its times, if it loses its features when reduced or enlarged in size, and if it gives a sense of trust. The researcher prepared a data collection questionnaire examining the Turkish Lira sign in terms of graphic design elements, this questionnaire was applied to totally 34 lecturers working in the graphic design and visual communication departments of universities, in İstanbul and Ankara (totally 23 universities). The questionnaire was also applied to totally 54 graphic designers working in the sector, in Ankara and İstanbul. In the end of the research, the data collected was analyzed, the research findings were interpreted and recommendations were made.

Key words: Turkish Lira, Currency Symbol, Symbol, Sign, Graphic Design

Giriş

İnsanoğlu var olduğu ilk zamanlardan bugüne kadar kendisiyle, etrafını çevreleyen diğer canlılarla ve nesnelere iletişim süreci içinde olmuş, hayatı kolaylaştırmak için çeşitli sistemler kurmuş ve geliştirmiştir. Karmaşık görünen pek çok konuyu anlaşılır bir biçimde ifade etmek için görsellikten yararlanmış, işaretler, simgeler, semboller, amblemler geliştirmiştir.

Bu işaretlerden biri insanoğlunun 50.000 yıl öncesinde kemik parçalarının üzerine kazınmış olduğu nokta ve çentiklerdir (Resim 1). Bu işaretlerin muhtemelen bazı şeyleri hatırlamak amacıyla yapıldığı düşünülmektedir. Bu tür işaretlerin tam olarak ne amaçla yapıldığı bilinmemekle birlikte, Bu-zul Çağı sonrasına ait kaya duvarlarına çizilmiş stilize hayvan resimlerinin sihir ve mistik amaçlarla yapıldığı tahmin edilmektedir (1).



Resim 1.'Kemik parçalarının üzerine kazınan nokta ve çentikler' (Görsel Kaynak: Stiebner, E. ve Urban D; 1984, Signs and Emblems, München: Verlag F. Bruckmann)

"30,000 yıl önce, Paleolitik dönem boyunca (örn.Yontma taş devri), farklı şekillerde semboller mağaraların duvarlarına çiziliyordu. Antropologlar mağara çizimlerinin büyük sembolik anlamları olduğunu ve mağaraların kendisinin de yeryüzünün rahmini ya da ruhların evi düşüncesini yansıttığını belirtmişlerdir" (2, 3).

İnsanoğlunun, avcı toplayıcı dönemden sonra yerleşik hayata geçtiği ve yaşam tarzındaki değişimden kaynaklı olarak çizdiği sembolik resimlerde de farklılaşma olduğu bilinmektedir.

Cilalı Taş devri boyunca yani yaklaşık olarak 10.000 yıl kadar önce tasarlanan semboller incelendiğinde, sembollerin farklı nesnelere üzerinde buldukları ve kültürel olarak anlaşılır mesajlar içerdikleri görülmektedir. Bu değişim, toplumun ve tarımın gelişmesi sonucunda hayat tarzındaki değişiklikler ve ortak ritüellerin oluşmasıyla açıklanabilir (4, 5). İnsanoğlunun kemik, kaya ve mağara duvarlarına çizdiği bu ilk resimlerin mistik anlamlar taşıdığı sanılmakla birlikte bu sembolik resimlerin zaman içinde ihtiyaca göre marka işaretleri olarak da kullanıldığı bilinmektedir. Teker'e göre,

“Tapınma amaçlı simgesel işaretlerin yanı sıra, ilk çağlardan beri işaretler pratik amaçlarla da kullanılmıştır. Bu bağlamda işaretler markalama ve hatırlama amacı ile de kullanılmıştır. M.Ö. 8-11 yy ait Yunanistan'da yapılan kazılarda bulunmuş olan keramiklerde ise, bu keramikleri yapan sanatçıların özel işaretlerine rastlanmıştır” (6). Teker'in söz ettiği keramikler üzerinde bulunan bu özel işaretler, günümüzde bir firmanın tanıtımı görevini üstlenen, onu diğerlerinden ayırtıran logotype ya da ambleme benzetilebilir.

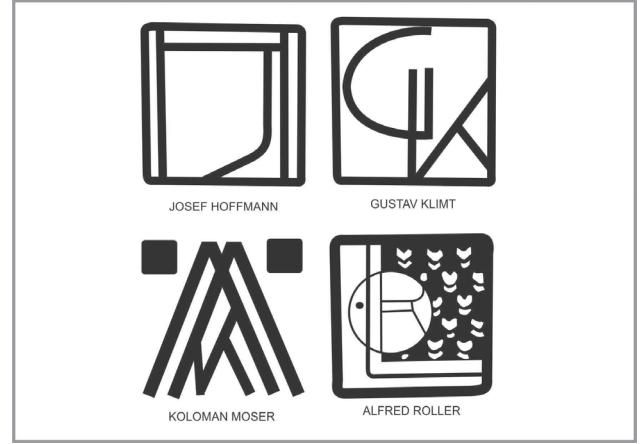
14. yüzyıldan itibaren Avrupa'da ticari faaliyetlerin artmasıyla günümüzde amblem ve logotype olarak bilinen marka işaretlerin kullanımında artış olmuş, bu işaretler ürünün kim tarafından üretildiğini belirtmek ve o ürünün taklit edilmesini önlemek amacıyla sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır. Bu işaretler aynı zamanda ürünün belirli bir kaliteye sahip olduğunu da göstermekteydi.”14. yüzyıldan 15. yüzyıla kadar, amblemlerin çoğu ya resimsel ya da tamamen sözlü anlatım haline geldiler. Bu tasarımlar oldukça açıklayıcı ve betimsel niteliktedirler” (7).

15. yüzyılda Avrupa'da kullanılan amblemler incelendiğinde genellikle Kraliyet ailesi için tasarlanan kalkan amblemi dikkati çeker. Kalkan amblemi, savaşçılar tüm vücutlarını zırhla kapladıkları zaman düşmandan ayırtılmak ve tanınmak amacıyla kullanılıyordu. Daha sonra bu amblem popülerleşti ve günlük ürünler üzerinde de kullanılmaya başlandı (8).

Sanayi devrimiyle birlikte yoğun ticaret ve rekabet ortamında amblemlere olan ihtiyaç da artmıştır. Diğer markalardan ayrılmak ve öne çıkmak çabası içinde olan işletmeler, amblem tasarımına daha fazla önem vermeye başlamıştır. Bu dönem kullanılan amblemler incelendiğinde, Geometrik şekillerin (kare, daire, dikdörtgen) kullanılmasına odaklanılması (Resim 2) çok daha soyut sembol tasarımının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu kişisel monogramlar tasarımcının isminin ve soy isminin baş harfleri kullanılarak tasarlanmışlardır. Harfler daha sonra yineleme, örtüşüm, benzeşim, gruplama ve devamlılık gibi tasarım ilkeleri kullanılarak birleştirilmiş ve soyut ve geometrik bir şekilde gösterilmiştir (9).

Günümüzde kullanılan ürünler daha fazla bilinmek ve diğerlerinden ayrılmak için işaret ve sembollerini etkin bir biçimde kullanırlar. Mevcut amblemlerin yapılarında, tasarımcıların isteğine bağlı olarak farklı açılarda soyutluk, sadeleştirme ve simgeleme vardır (10).

Günümüzde işaretler bir markayı diğerinden ayırtırmanın yanı sıra insanların hayatlarını kolaylaştırmak için de kullanılmaktadır. Hava alanında, turistik alanda, üniversite yerleşkesinde ve daha pek çok mekanda ileti-



Resim 2. 'Kişisel monogram örnekleri' (Görsel Kaynak: Meggs, P.B.; 1983, A History of Graphic Design, New York: Van NostrandReinholdCo)

şimi sağlayan, kişinin bir yerden başka bir yere hızlı ve kolay bir biçimde ulaşmasına yardımcı olan işaretler vardır. 1936 yılında Otto Neurath tarafından oluşturulan, “Viyana Metodu” olarak da bilinen ve tüm insanların anlaması amacını güden evrensel bir sembol dili olan ISOTYPE / International System of Typographic Education oluşturuldu ve günümüzde halen kullanılmaktadır.

Simge Tanımı, Sınıflandırılması ve Değerlendirme Kriterleri

Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük (11)'te simge “duyularla ifade edilemeyen bir şeyi belirten somut nesne veya işaret, alem, remiz, rumuz, timsal, sembol” olarak tanımlanmaktadır. Becer, simgesel işaretleri şu biçimde açıklamaktadır: “Ürün, hizmet, düşünce ya da nesneyi simgeleyen işaretlerdir. Simgesel işaretler, topluma yaygın hizmet veren alanlarda evrensel bir dil oluşturmak amacıyla kullanılır. Resimsel bir dil kullanılarak hazırlanan ve farklı diller arasındaki iletişim engelini ortadan kaldırmaya yönelik simgesel işaretlere ‘Piktogram’ adı verilir” (12).

Simgeleri 5 grupta sınıflandırmak mümkündür. Bunlar geometrik, resimsel, numerik, tipografik ve birleşik olarak sıralanabilir.

Geometrik Simgeler

“Bu simgeler, belirli bir şekli alırken çember, üçgen kare veya poligon gibi basit geometrik şekilleri kullanırlar” (13). Bu tür simgeler soyut olması sebebiyle, verilmek istenen mesajı anlamak ve yorumlamak zor olduğu için diğer görsel işaretlere gereksinim duyulabilir (14).

Resimsel Simgeler (Piktografalar)

Bir eşyayı, bir objeyi, bir yeri, bir işleyişi, bir kavramı resmetme yoluyla temsil eden simgedir (15). Trafik işaretlerinde, hava alanlarında, turistik alanlarda ve daha pek çok yerde yaygın olarak kullanılan piktografalar, resimsel olmaları nedeniyle dil engellerini aşarak uluslararası iletişimi kolaylaştırırlar.

Numerik Simgeler

“Bu simgeler sadece numaraların kullanılması yoluyla şekil alırlar. Bu simgeler farklı kültürlerde anlaşılabilir olmayı amaçlarlar ancak tek başlarına anlam iletmeye konusunda zorlukları vardır. Bir mesajı iletmeye konusun-

da diğer görsel tasarım öğelerinin kullanılması gerekebilir” (16).

Tipografik Simgeler

Tek bir harf karakteri ya da birden fazla harfin bir araya getirilmesiyle oluşturulmuş imgelerdir. Günümüzde bir çok firma, harflerden oluşmuş imgeler kullanmaktadır. Coca-cola, IBM, Canon harf birleşimleriyle oluşturulmuş tipografik imgeleri kullanan firmalardan bazılarıdır. “Kültürlerarası etki ve anlaşılabilirlik tipografik simge oluşturmada dikkat edilen kriterlerden bazılarıdır (17, 18).

Birleşik Simgeler

“Bu imgeler tipografik, resimsel veya soyut türlerin bir arada kullanılması ile oluşturulurlar” (19).Görsel olarak etkili ve aynı zamanda dikkat çekici olan bu imgeler, pek çok öğenin bir arada kullanılması nedeniyle karmaşık bir görünüme sahip olabilirler. Karmaşıklık önlemek ve simgenin anlaşılır olmasını sağlamak için tasarımın aynı zamanda yalın olmasına da dikkat etmek gerekir.

Günümüzde trafik işaretleri, yönlendirme levhaları gibi insanların kapalı ve açık alanlarda karşılaştığı pek çok simge bulunmaktadır. Tüm bu imgeler bir anlam ifade etmekte ve karmaşık bilginin yalın ve anlaşılır bir biçimde iletilmesine yardımcı olmaktadır. Bir simge; akılda kalıcı, estetik, özgün ve yalın olmalı, yansıttığı konuyu anlam bakımından net bir biçimde ifade edebilmelidir. Sahip olması gereken tüm bu özelliklerin yanı sıra farklı yüzeylerde uygulanabilmeli, küçültüp büyütüldüğünde de etkisini kaybetmemeli, kullanışlı olmalıdır.

Becer, simge tasarımında göz önüne alınması gereken başlıca kriterleri şu biçimde ifade etmiştir:

Simge; tasarımcıyı değil, müşterisini ya da müşterisinin ürettiği hizmet ya da ürünün niteliğini ve kalitesini yansıtmalıdır.

Simge; kamyon tentesinden kartvizit ve rozete kadar birçok değişik yüzey ve boyutta ‘okunabilir’ olmalıdır.

Simgeler tek renk basılıklarında temel özelliklerini yitirmemelidir.

Birçok simge; kısa algılama süresi, zayıf ışık şartları ve görsel mesajlarla yüklü çevre koşulları altında izlenmektedir. Yalın bir tasarım, bu şartlar içinde güçlendirici ve etkileyici bir işlev görür ve karmaşık bir tasarıma oranla daha kolay akılda kalır (20).

Thomas, Logolar, Semboller ve Simgeler Nasıl Tasarlanır / How to Design Logos, Symbols and Icon isimli kitabında başarılı bir amblem, logo, sembol ve simge oluşturma ile ilgili 10 kriterden oluşan bir liste geliştirmiş ve aşağıdaki sorulara cevap aramıştır:

Görünürlük: Amblem, logo, sembol veya simge çabucak hatırlanabilirlik ve akılda kalıcılık açısından diğerleri arasından ön plana çıkıyor mu?

Uygulama: Sembol çeşitli uygulamalarda ne kadar iyi kullanılabilir mi?

Ayır Edici Özellik: Bu uygulama, rekabette fark yaratıyor mu?

Sadelik/Evrensellik: Sembol’ün konsepti kolay tanımlanabilir mi?

Akılda Kalma: İşaret, bazı zihinsel oyunlar ile, bakan kişinin onda bir şeyler bulunduğunu hissetmesini sağlıyor mu?

Renk: İşaret, bazı güç algılanan renk paletlerini veya kabartmaları göstere-meyen faks veya fotokopi cihazları gibi farklı teknolojiler ile uyumlu mu?

Tanımlayıcılık: Sembol, şirketin ya da ürünün özelliklerini belli bir ölçüde yansıtıyor mu?

Zamansızlık: Amblem on beş ya da yirmi yıl gibi bir süre boyunca kullanılabilir mi?

Modülerite: İşaret çeşitli uygulamalar ile uyumlu nitelikte mi?

Eşitlik: İşaret, zaman, kullanım ve hatırlanırılık açısından yaralı mı? (21, 22)

Para Simgeleri

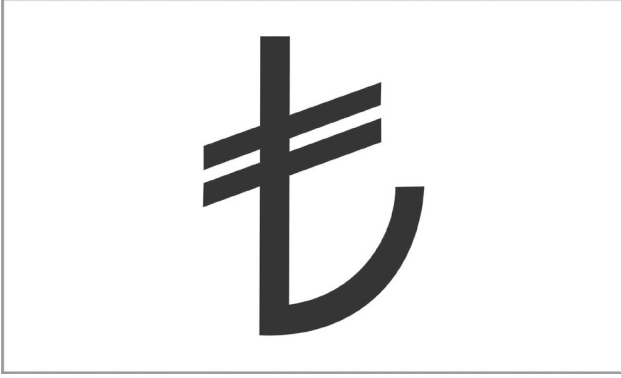
Yaygın olarak kullanılan imgelerden biri de para imgeleridir. Dünyada en fazla bilinen ve kullanılan para imgelerinin Amerikan Doları ve Euro olduğu söylenebilir (Resim 3). Amerikan Doları imgesini bulan, İrlanda kökenli Oliver Pollock isiminde bir tüccar ve finansçıdır. “Oliver Pollock İngilizce’de ‘devlet’ anlamına gelen ‘state’in baş harfinin içine, paranın imgesinin İrlandalılardan geldiğini göstermek için içine ‘l’ harfi yerleştirdi. Böylelikle bugünkü \$ işareti doğdu” (23)



Resim 3. Amerikan Doları ve Euro simgesi

Arthur Eisenmenger isimli bir Alman grafik tasarımcı ise Euro imgesini tasarlamıştır. “Avrupa uygarlığının beşiğine gönderme yapılarak Yunan epsilon sembolünden esinlenmiştir. Sembol, Europe kelimesinin ilk harfine avronun istikrarını simgeleyen iki paralel çizginin çekilmesi ile meydana gelmiştir” (24).

Türk Lirası simgesi ise 2011 yılında Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası’nın düzenlediği “TL Simge Yarışması” sonucunda seçilmiştir (Resim 4). Yarışmaya katılan 8.362 simge içinden birinci seçilen Türk Lirası simgesi, basın yoluyla tanıtıldıktan sonra kullanılmaya başlanmıştır. T. C. Merkez Bankası Başkanı’nın yaptığı basın açıklamasında, Türk Lirası simgesi seçilirken Türk Lirasının ve Türk ekonomisinin iki belirgin özelliğinin ön plana çıkarıldığı, bu iki öğenin ‘güven’ ve ‘istikrar’ içinde yükselen değer’ olduğu belirtilmiştir. “Simgenin çığa benzemesi Türk Lirası’nın kıymet saklama aracı olarak ‘güvenli bir liman haline geldiğini’ vurgulamaktadır. Paralel çizgilerin yukarı eğimli olması ise, Türk Lirasının ve Türkiye ekonomisinin ‘istikrar içinde yükselen değerini’ simgelemektedir” (25). Türk Lirası simgesinin tasarımcısının simgeyle ilgili yorumu da şu biçimdedir: “Yatay çizgiler doğuyla batı arasında köprüyü simgeliyor. Batısını su-okyanus gibi düşünebiliriz, ‘l’in kuyruğunu doğuya uzanan bir kapı olarak düşünebiliriz. Doğu ile batı arasındaki köprü olduğunu ifade etmeye çalıştık. Başbakanımızın söylediği çığa sembolüyle benzer olması tesadüf ama biz tasarlarken onu düşünmemiştik” (26).



Resim 4. T. C. Merkez Bankası'nın yarışma sonucunda seçtiği Türk Lirası simgesi

Türk Lirası simgesi tipografik ve resimsel simge özelliklerini yansıtmaktadır. 'T' harfinin kullanımından dolayı tipografik, çığa ve köprü formuna benzerliği nedeniyle de resimsel simge grubu içinde değerlendirilebilir. Ancak hem tipografik hem de resimsel simgenin soyut bir yaklaşımla bir arada kullanılması, Türk Lirası simgesinin birleşik simge kategorisi içinde değerlendirilmesini gerektirir.

Yarışma sonucunda seçilen Türk Lirası simgesi kamuoyuna duyurulduktan sonra, bu konuda çeşitli tartışmalar olmuştur (27, 28, 29). Literatür taraması sonucunda Türk Lirası simgesiyle ilgili herhangi bir araştırma yapılmadığı fark edilmiş, bu konudaki araştırma eksikliğini gidermek ve tartışmalara bilimsel bir yanıt vermek için bu çalışmaya ihtiyaç duyulmuştur. Bu çalışmada "Türk Lirası simgesi grafik tasarım öğeleri bakımından nasıl değerlendirilmektedir?" sorusu araştırmanın temel amacıdır. Türk Lirası simgesini değerlendirmek için anlam, kullanılabilirlik ve biçim olmak üzere 3 özellik ele alınmıştır. Yapılan araştırmaya aşağıdaki araştırma soruları rehberlik etmiştir. Öğretim elemanı ve grafik tasarımcılara göre,

1. Türk Lirası simgesi anlam bakımından uygun mudur?
2. Türk Lirası simgesi kullanışlı mıdır?
3. Türk Lirası simgesi biçimsel özellikler bakımından uygun mudur?

Yöntem

Bu bölümde araştırmanın modeli, çalışma grubu, veri toplama aracı ve verilerin analizine ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada Türk Lirası simgesini anlam, kullanılabilirlik ve biçim bakımından analiz edilebilir, olumlu ve olumsuz yönlerini ortaya koyabilmek için tarama modeli ve nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır.

Çalışma Grubu

Bu araştırma kapsamında anket formu, İstanbul ve Ankara ilindeki devlet ve vakıf üniversitelerinin (toplam 23 üniversite) grafik tasarım ve görsel iletişim tasarımı bölümlerinde görev yapan toplam 163 öğretim elemanına ve Ankara'da ve İstanbul'da sektörde çalışan toplam 54 grafik tasarımcıya internet ortamından yollanmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu; anket formundaki soruları cevaplayan 34 öğretim elemanı ile 54 grafik tasarımcı oluşturmaktadır. Türkiye'de grafik tasarım ve görsel iletişim tasarımı bö-

lümlelerinde görev yapan öğretim elemanı ve grafik tasarımcıların, sayıca en fazla olduğu illerin İstanbul ve Ankara olduğu varsayımı ve kolay ulaşılabilirliği anketin bu iki ilde uygulanmasının sebebidir. Anketi cevaplayan öğretim elemanı ve grafik tasarımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1'de katılımcıların % 57,95'inin 30-39, % 15,91'inin 20-29, % 14,77'sinin 40-49 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Katılımcıların %50'si kadın, % 50'si erkektir. Katılımcıların % 29,55'i 10-14 yıl, % 26,14'ü 15-19 yıl süresince grafik tasarım alanında çalışmıştır. 34'ü akademisyen, 54'ü ise sektörde çalışan grafik tasarımcı olmak üzere, katılımcılar toplam 88 kişidir.

Verilerin Toplanma Aracı ve Veri Analizi

Veri toplama aracı olarak araştırmacının geliştirdiği anket uygulanmıştır. Anketin geçerliliğini sınamak için eğitim alanında çalışan 2 öğretim üyesi, grafik tasarım alanında çalışan 3 öğretim üyesi ve sektörde çalışan 3 grafik tasarımcı olmak üzere toplam 8 uzmanın görüşü alınmıştır. Toplam 29 sorudan oluşan anket sorularından iki soru açık uçludur. Katılımcılar açık uçlu sorulara cevap vermemiştir. Bu yüzden araştırmanın nitel boyutu ele alınmamıştır. Likert tipindeki derecelenmeler; 'Kesinlikle Katılıyorum', 'Katılıyorum', 'Katılmıyorum', 'Kesinlikle Katılmıyorum' şeklindedir. Frekans yüzde değerine yer verilmiştir.

Bulgular

Araştırma; Türk Lirası simgesini anlam, kullanılabilirlik ve biçim bakımından değerlendiren 3 özellikten oluşmaktadır. Araştırmanın amacı ve alt amaçları bağlamında, Türk Lirası simgesi yalınlık, özgünlük, anlaşılabilirlik, kullanılabilirlik, kalıcılık, estetik oluşu bakımından değerlendirilmiştir. Türk Lirası simgesinin Türkiye Cumhuriyetini yansıtılabilirliği, diğer ülkelerin para simgeleriyle karşılaştırıldığında ayırt edici özellikleri, farklı yüzeylere uygulanabilirliği, çağının ilerisinde de geçerliliğini koruyabilirliği, küçültüp büyütüldüğünde özelliğini kaybetmeden kaybetmediği, güven duygusu oluşturup oluşturmadığı araştırılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular ve yorumlar aşağıda sırasıyla sunulmuştur. Türk Lirası simgesinin anlam bakımından değerlendirmesi Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2'de katılımcıların % 64,78'i Türk Lirası simgesini anlaşılır bulmadığını belirtmiştir. Katılımcıların % 64,77'sine göre, Türk Lirası simgesi para simgesi olarak algılanabilmektedir. Katılımcıların % 84,09'u Türk Lirası simgesinin güven duygusu oluşturmadığını belirtmiştir. Katılımcıların % 93,18'i milli bir anlam ifade etmediğini belirtirken, % 55,68'i bu soruya kesinlikle katılmıyorum demiştir. Katılımcıların % 80,69'u Türk Lirası simgesinin Türk Lirası'nın itibarını artırmadığını ifade etmiştir. Katılımcıların % 94,32'si Türk Lirası simgesinden, "İstikrar içinde yükselen değer" anlamını çıkarmanın mümkün olmadığını belirtirken, % 55,68'i bu soruya kesinlikle katılmıyorum demiştir. Katılımcıların % 75'i Türk Lirası simgesinin gelecekte de geçerliliğini koruyamayacağını, % 71,59'u Türk Lirası'nın dünyada tanınmasına katkı sağlamadığını ifade etmiştir.

Tablo 3'de katılımcıların % 51,14'ü Türk Lirası simgesinin elle yazımın kolay olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların % 73,86'sı bilgisayarda yazımın kolay olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların % 63,64'ü Türk Lirası sim-

Tablo 1: Demografik Özellikler

Değişken	N	%	
Yaş	20-29	14	15,91
	30-39	51	57,95
	40-49	13	14,77
	50-59	6	6,82
	59'un üstü	4	4,55
Cinsiyet	Erkek	44	50,00
	Kadın	44	50,00
Alanda Çalışma Süresi	1-4 yıl	11	12,50
	5-9 yıl	13	14,77
	10-14 yıl	26	29,55
	15-19	23	26,14
	20 yıldan fazla	15	17,05
Çalışma Biçimi	Akademisyen	34	38,64
	Sektörde çalışan grafik tasarımcı	54	61,36
	Toplam	88	100

Tablo 2: Türk Lirası Simgesini Anlam Bakımından Değerlendirme

	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
T.L. simgesi anlaşılabilir	3	3,41	28	31,82	37	42,05	20	22,73	88	100
T.L. simgesi para simgesi olarak algılanıyor	7	7,95	50	56,82	18	20,45	13	14,77	88	100
T.L. simgesi güven duygusu oluşturabiliyor	1	1,14	13	14,77	50	56,82	24	27,27	88	100
T.L. simgesi milli bir anlam ifade ediyor	1	1,14	5	5,68	33	37,50	49	55,68	88	100
T.L. simgesi Türk Lirası'nın itibarını artırmaktadır	2	2,27	15	17,05	37	42,05	34	38,64	88	100
T.L. simgesinden "İstikrar içinde yükselen değer" anlamını çıkarmak mümkündür	1	1,14	4	4,55	34	38,64	49	55,68	88	100
T.L. simgesi gelecekte de geçerliliğini koruyabilecektir	2	2,27	20	22,73	41	46,59	25	28,41	88	100
T.L. simgesinin Türk Lirası'nın dünyada tanınmasına katkısı vardır	5	5,68	20	22,73	28	31,82	35	39,77	88	100

Tablo 3: Türk Lirası Simgesini Kullanışlılık Bakımından Değerlendirme

	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
T.L. simgesinin elle yazımı kolaydır	4	4,55	41	46,59	30	34,09	13	14,77	88	100
T.L. simgesinin bilgisayarda yazımı kolaydır	1	1,14	22	25,00	41	46,59	24	27,27	88	100
T.L. simgesi küçültüp büyütülmesinde de özelliğini korur	8	9,09	48	54,55	18	20,45	14	15,91	88	100
T.L. simgesi farklı yüzeylerde (kağıt, bez, araç üstü, vitrin camı vs...) uygulanabilir	10	11,36	61	69,32	11	12,50	6	6,82	88	100
T.L. simgesi basılı ürünlerde kullanılmamasının yanı sıra ışıklı reklam, televizyon ve diğer medyalarla kullanıldığında da etkilidir	2	2,27	29	32,95	48	54,55	9	10,23	88	100

gesinin küçültüp büyütülmesinde de özelliğini koruduğunu ifade etmiştir. Katılımcıların % 80,68'i Türk Lirası simgesinin farklı yüzeylerde (kağıt, bez, araç üstü, vitrin camı vs...) uygulanabilir olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların 64,78'i Türk Lirası simgesinin basılı ürünlerde kullanılmasının yanı sıra ışıklı reklam, televizyon ve diğer medyalarla kullanıldığında da etkilidir sorusuna katılmadıklarını ifade etmiştir.

Tablo 4'de katılımcıların % 54,55'i Türk Lirası simgesini yalın bulmuştur. Katılımcıların % 93,18'i Türk Lirası simgesini özgün bulmamakla birlikte, % 50'si kesinlikle özgün bulmadığını belirtmiştir. Katılımcıların % 88,63'ü Türk Lirası simgesini estetik bulmamış, % 88,64'ü dikkat çekici bulmamıştır. Katılımcıların % 96,59'u Türk Lirası simgesinin Türkiye Cumhuriyeti'nin önemli bir özelliğini biçimsel olarak ortaya koyamadığını belirtmiş, % 61,36'sı bu soruya kesinlikle katılmıyorum demiştir. Katılımcıların % 88,63'ü Türk Lirası simgesinin biçimsel bakımdan Türkiye'de yaşayan kişilere hitap etmediğini, % 68,18'i hatırlanabilir bir özellikte olmadığını, % 86,37'si diğer ülkelerin para simgeleriyle karşılaştırıldığında ayırt edici özelliklere sahip olmadığını, % 63,64'ü diğer ülkelerin para simgeleriyle karşıştığını belirtmiştir. Katılımcıların % 76,13'ü Türk Lirası simgesinden 'T' ve 'L' harflerinin algılanmadığını ifade etmiştir.

Tablo 4: Türk Lirası Simgesini Biçim Bakımından Değerlendirme

	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
T.L. simgesi yalındır	4	4,55	44	50,00	35	39,77	5	5,68	88	100
T.L. simgesi özgündür	1	1,14	5	5,68	38	43,18	44	50,00	88	100
T.L. simgesi estetikdir	2	2,27	8	9,09	35	39,77	43	48,86	88	100
T.L. simgesi dikkat çekicidir	2	2,27	8	9,09	47	53,41	31	35,23	88	100
T.L. simgesi Türkiye Cumhuriyeti'nin önemli bir özelliğini biçimsel olarak ortaya koyabiliyor	1	1,14	2	2,27	31	35,23	54	61,36	88	100
T.L. simgesi biçimsel bakımdan Türkiye'de yaşayan kişilere hitap edebiliyor	1	1,14	9	10,23	43	48,86	35	39,77	88	100
T.L. simgesi hatırlanabilir bir özelliktedir	1	1,14	27	30,68	40	45,45	20	22,73	88	100
T.L. simgesi diğer ülkelerin para simgeleriyle karşılaştırıldığında ayırt edici özelliklere sahiptir	2	2,27	10	11,36	37	42,05	39	44,32	88	100
T.L. simgesi diğer ülkelerin para simgeleriyle karşışiyor	22	25,00	34	38,64	30	34,09	2	2,27	88	100
T.L. simgesinden 'T' ve 'L' harfleri algılanabiliyor	1	1,14	20	22,73	51	57,95	16	18,18	88	100

Araştırma kapsamında sektörde çalışan grafik tasarımcılar ve üniversitede görev yapan öğretim elemanlarının görüşleri karşılaştırılmıştır. Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro Wilkanalizi sonuçlarına göre veriler normal dağılım göstermemektedir. Verilere göre her iki analiz sonucu için de tüm değerler 0.05 ten küçüktür. Bu yüzden Mann Whitney U analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre gruplar arasında anlamlı fark bulunmamaktadır (her madde için $p > 0,05$ tir). Sektör çalışanları ve akademisyenler arasında anlamlı bir görüş farkı bulunmamaktadır.

Sonuç

Türk Lirası simgesi anlam bakımından değerlendirildiğinde, katılımcıların yarısından fazlası Türk Lirası simgesini anlaşılır bulmamıştır. Katılımcıların yarısından fazlası, Türk Lirası simgesinin para simgesi olarak algılandığını belirtmiştir. Katılımcıların 4'te 3'ünden fazlası, Türk Lirası simgesinin güven duygusu oluşturmadığını, katılımcıların tamamına yakını ise simgenin milli bir anlam ifade etmediğini belirtmiştir. Katılımcıların 4'te 3'ünden fazlası, simgenin Türk Lirası'nın itibarını artırmadığını, katılımcıların tamamına yakını ise simgeden "istikrar içinde yükselen değer" anlamını çıkarmasının mümkün olmadığını belirtmiştir. Katılımcıların görüşüne göre,

T. C. Merkez Bankası Başkanı'nın ifade ettiği gibi, Türk Lirası simgesi seçiminde ön plana çıkarılmak istenen 'güven' ve 'istikrar içinde yükselen değer' ögesi simgeye yansıtılmamıştır. Türk Lirası simgesinin gelecekte de geçerliliğini koruyabileceğine yönelik soruya, katılımcıların 4'te 3'ü katılmadığını belirtmiştir. Thomas'ın logo, sembol ve simgelerin nasıl tasarlanması gerektiğine yönelik geliştirdiği kriter maddelerinden biri 'zamansızlık' ile ilgilidir ve Thomas amblemi temel alarak şu soruyu sormaktadır: "Amblem on beş ya da yirmi yıl gibi bir süre boyunca kullanılabilir mi? (30, 31). Thomas'ın belirttiği amblem benzer özelliklerinden dolayı simgeyle ilişkilendirilebilir ve katılımcıların bu soruya verdiği cevaba göre, Türk Lirası simgesinin Thomas'ın geliştirdiği 'zamansızlık' kriterine uymadığı söylenebilir. Katılımcıların yarından fazlası, simgenin Türk Lirası'nın dünyada tanınmasına katkısı olmadığını görüşündedir.

Türk Lirası simgesi kullanılabilirlik bakımından değerlendirildiğinde, katılımcıların yarından fazlası simgenin elle yazımının kolay olduğunu, bilgisayarda yazımının ise kolay olmadığını belirtmiştir. Katılımcıların yarından fazlası, simge küçültüp büyütüldüğünde de özelliğini koruduğunu ifade etmiştir. Katılımcıların 4'te 3'ünden fazlası, simgenin farklı yüzeylerde (kağıt, bez, araç üstü, vitrin camı vs...) uygulanabilir olduğunu belirtmiştir. Becer'in simge tasarımı konusunda geliştirdiği kriterlerden biri de farklı yüzeylerde uygulanabilirlikle ilgilidir. Bu kriterle göre, "simge; kamyon tentesinden kartvizit ve rozete kadar birçok değişik yüzey ve boyutta 'okunabilir' olmalıdır" (32). Katılımcıların görüşüne göre, Türk Lirası simgesi Becer'in bu kriterini karşılamaktadır. Katılımcıların yarından fazlası, simgenin basılı ürünlerde kullanılmasının yanı sıra ışıklı reklam, televizyon ve diğer medyalarda kullanıldığında da etkili olmadığını görüşündedir. Thomas logo, sembol ve simgelerin nasıl tasarlanması gerektiğine yönelik geliştirdiği kriter maddelerinden 'uygulama' ve 'modülerite' başlığı altında şu soruları sormuştur: "Sembol çeşitli uygulamalarda ne kadar iyi kullanılabilir?, işaret çeşitli uygulamalar ile uyumlu nitelikte mi?" (33, 34). Katılımcıların verdiği cevap incelendiğinde, Türk Lirası simgesinin Thomas'ın geliştirdiği 'uygulama' ve 'modülerite' kriterlerini karşılamadığı görülmektedir.

Türk Lirası simgesi biçimsel özellikler bakımından değerlendirildiğinde, katılımcıların yarından fazlası simgeyi yalın bulmuştur. Becer'e göre, "birçok simge; kısa algılama süresi, zayıf ışık şartları ve görsel mesajlarla yüklü çevre koşulları altında izlenmektedir. Yalın bir tasarım, bu şartlar içinde güçlendirici ve etkileyici bir işlev görür ve karmaşık bir tasarıma oranla daha kolay akılda kalır" (35). Türk Lirası simgesinin yalınlığı konusunda katılımcıların verdiği cevap, Becer'in görüşünü destekler niteliktedir. Katılımcıların tamamına yakını, simgeyi özgün bulmamış, katılımcıların 4'te 3'ünden fazlası, estetik bulmamıştır. Katılımcıların 4'te 3'ünden fazlası, simgeyi dikkat çekici bulmamıştır. Katılımcıların tamamına yakını, simgenin Türkiye Cumhuriyeti'nin önemli bir özelliğini biçimsel olarak ortaya koymadığını ifade etmiştir. Thomas'ın logo, sembol ve simgelerin nasıl tasarlanması gerektiğine yönelik geliştirdiği kriter maddelerinden biri 'tanımlayıcılık' ile ilgilidir ve şu soruyu sorar: "Sembol, şirketin ya da ürünün özelliklerini belli bir ölçüde yansıtır mı? (36, 37). Simgenin Türkiye Cumhuriyeti'nin önemli bir özelliğini biçimsel olarak ortaya koymaması, Thomas'ın geliştirdiği 'tanımlayıcılık' kriteri içinde değerlendirilebilir ve simgenin bu kriteri karşılamadığı söylenebilir. Katılımcıların 4'te 3'ünden fazlası, simgenin biçimsel bakımdan Türkiye'de yaşayan kişilere

hitap etmediğini, katılımcıların yarından fazlası simgenin hatırlanabilir bir özellikte olmadığını belirtmiştir. Thomas'ın logo, sembol ve simgelerin nasıl tasarlanması gerektiğine yönelik geliştirdiği kriter maddelerinden biri 'görünürlük' ile ilgilidir ve Thomas şu soruyu sormaktadır: "Amblem, logo, sembol veya simge çabucak hatırlanabilirlik ve akılda kalıcılık açısından diğerleri arasından ön plana çıkıyor mu?" (38, 39). Türk Lirası simgesinin hatırlanabilir bir özellikte olmaması 'görünürlük' kriteri içinde değerlendirilebilir ve simgenin bu kriteri karşılamadığı söylenebilir. Katılımcıların 4'te 3'ünden fazlası, diğer ülkelerin para simgeleriyle karşılaştırıldığında ayırt edici özelliklere sahip olmadığını ifade etmiştir. Katılımcıların yarından fazlası, simgenin diğer ülkelerin para simgeleriyle karıştığını, katılımcıların 4'te 3'ünden biraz fazlası ise simgeden 'T' ve 'L' harflerinin algılanmadığını ifade etmiştir.

Türk Lirası simgesi anlam bakımından değerlendirildiğinde, katılımcıların olumlu bulduğu tek madde, Türk Lirası simgesinin para simgesi olarak algılanmasıdır. Bu madde dışındaki tüm maddelere, katılımcılar olumsuz yaklaşmıştır. Bu durumda, Türk Lirası simgesinin anlam bakımından uygun olmadığı sonucuna ulaşılabılır. Türk Lirası simgesi kullanılabilirlik bakımından değerlendirildiğinde, katılımcıların 5 maddeden yalnız 2 maddeye olumsuz yaklaştığı görülmektedir. Bu nedenle, Türk Lirası simgesinin kısmen kullanışlı olduğu sonucuna ulaşılabılır. Türk Lirası simgesi biçimsel özellikler bakımından değerlendirildiğinde, katılımcıların olumlu yaklaştığı tek madde simgenin yalın oluşudur. Katılımcıların yalınlık dışındaki tüm konulara olumsuz yaklaşması, Türk Lirası simgesinin biçimsel özellikler bakımından uygun olmadığı sonucunu verebilir.

Yapılan araştırmada, simgenin kısmen kullanışlı olduğu ancak anlam ve biçimsel özellikler bakımından zayıf olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ülkeyi temsil etmesi ve kullanıcıların benimsemesi açısından, Türk Lirası simgesinin seçimi önemlidir. Türk Lirası simgesi seçilirken, sektörde çalışan çok sayıda grafik tasarımcının, iletişim, grafik tasarım ve göstergebilim alanında çalışan üyelerinin de görüşleri alındıktan sonra, kamuoyu yoklaması yapılabilir. Kamuoyu yoklamasından sonra seçilecek olan simge; anlam, biçim ve kullanılabilirlik bakımından tüm kesimlerin ihtiyacına cevap verebilirdi. Bu araştırmadan elde edilen veriler sonucunda Türk Lirası simgesinin değiştirilmesi önerilebilir. Bundan sonraki araştırmaların nitel verilerle desteklenmesi, ayrıca çalışmanın toplumun her kesimini kapsayan farklı çalışma gruplarına da tekrarlanması önerilmektedir.

*** Bu araştırma İspanya'da uluslararası bir sempozyumda bildiri olarak sunulmuş ancak basılmamıştır.**

**** Doç. Armağan GÖKÇEARSLAN**

Gazi Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, Ankara.

E-posta: armagankocce778@gmail.com