

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK ANA BİLİM DALI**

**SİYASİ PARTİ LOGOLARININ VERDİĞİ MESAJLAR:
1923-2019 SEÇİMLERİNE KATILAN PARTİLERİN
İNCELENMESİ**

MUSTAFA EREN ELMALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman: Doç. Dr. Ayda İNANÇ SABUNCUOĞLU

EYLÜL - 2021

T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SİYASİ PARTİ LOGOLARININ VERDİĞİ MESAJLAR:
1923-2019 SEÇİMLERİNE KATILAN PARTİLERİN
İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Mustafa Eren ELMALI

Enstitü Anabilim Dalı : Halkla İlişkiler ve Reklamcılık

“Bu tez 21/09/2021 tarihinde online olarak savunulmuş olup aşağıdaki isimleri bulunan jüri üyeleri tarafından Oybirliği / Oyçokluğu ile kabul edilmiştir.”

JÜRİ ÜYESİ	KANAATİ
Prof.Dr. Aytekin İŞMAN	Başarılı
Doç.Dr. Ebru GÖKALİLER	Başarılı
Doç.Dr. Ayda İNANÇ SABUNCUOĞLU	Başarılı

ETİK BEYAN METNİ

Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının benzerlik oranının herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve Etik Kurul Onayı gerektiği takdirde onay belgesini aldığımı beyan ederim.

Etik kurul onay belgesine ihtiyaç var mıdır?

Evet ☐

Hayır ☒

(Etik Kurul izni gerektiren araştırmalar aşağıdaki gibidir:

- Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütülen her türlü araştırmalar,
- İnsan ve hayvanların (materyal/veriler dahil) deneysel ya da diğer bilimsel amaçlarla kullanılması,
- İnsanlar üzerinde yapılan klinik araştırmalar,
- Hayvanlar üzerinde yapılan araştırmalar,
- Kişisel verilerin korunması kanunu gereğince retrospektif çalışmalar.)

MUSTAFA EREN ELMALI

21.09.2021

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR.....	iii
TABLO LİSTESİ.....	iv
RESİM LİSTESİ	vii
ÖZET	x
ABSTRACT	xi

GİRİŞ.....	1
1.BÖLÜM: SİYASAL İLETİŞİM.....	4
1.1. Siyasal İletişim Kavramına Genel Bir Bakış.....	4
1.1.1. Siyasal İletişimin Aktörleri	6
1.1.1.1. Devlet Başkanı	7
1.1.1.2. Hükümet.....	7
1.1.1.3. Siyasi Partiler	8
1.1.1.4. Yerel Yönetimler.....	8
1.1.1.5. Sivil Toplum Kuruluşları (STK)	9
1.1.1.6. Seçmen	9
1.1.1.7. Medya.....	10
1.1.1.8. Kamuoyu	11
1.2. Siyasal İletişimin Tarihsel Gelişimi	12
1.2.1. Dünyada Siyasal İletişimin Gelişimi.....	12
1.2.2. Türkiye’de Siyasal İletişimin Gelişimi	15
1.3. Siyasal İletişimin Bileşenleri	18
1.3.1. Kaynak ve Hedef.....	18
1.3.2. İleti	19
1.3.3. Kanallar ve Araçlar	19
1.3.4. Geribildirim	20
1.4. Siyasal İletişim Bağlamında Örgütsel İletişim Kuramları.....	20
1.4.1. Paul Argenti/ Örgütsel İletişim Kuramı	21
1.4.2. Alan Belasen/ Örgütsel İletişim Kuramı	22
1.4.3. Van Riel/Örgütsel İletişim Kuramı	24
1.5. Siyasal İletişim Süreci Ve Yöntemleri	26
1.5.1. Yüz Yüze İletişim.....	26
1.5.2. Uzaktan İletişim	26
1.5.3. Kitle İletişimi.....	27
1.5.4. İnternet ve Sosyal Medya	27
1.6. Siyasal İletişim Türleri	29
1.6.1. İç Siyasal İletişim	29
1.6.2. Uluslararası Siyasal İletişim.....	29

2.BÖLÜM: SİYASİ PARTİLERİN İLETİŞİM SÜRECİNE KATKIDA BULUNAN BİR GÖRSEL KİMLİK UNSURLU OLARAK LOGO.....	32
2.1. Görsel Kimlik Kavramına Genel Bir Bakış.....	32
2.2. Kurumsal Görsel Kimlik ve Kurum Kimliği.....	35
2.3. Görsel Kimliğin Kurum İmajına Etkisi	37
2.4. Görsel Kimliği Oluşturan Unsurlar	38
2.4.1. Sembol.....	38
2.4.1.1. Kültürel İlişki Açısından Sembol.....	40
2.4.1.2. Siyasal Sembol	41
2.4.2. Tipografi / Temel Harf Karakterleri	43
2.4.3. Renk	44
2.4.3.1. Renk Grupları.....	46
2.4.3.2. Amblem ve Logo Tasarımında Renkler	47
2.4.3.3. Beyaz.....	48
2.4.3.4. Siyah.....	49
2.4.3.5. Kırmızı	50
2.4.3.6. Mavi	52
2.4.3.7. Yeşil	53
2.4.3.8. Sarı	54
2.4.3.9. Kahverengi	56
2.4.3.10. Mor.....	56
2.4.3.11. Gri	57
2.4.3.12. Turuncu	57
2.4.3.13. Turkuaz	58
2.4.4. Amblem, Logo, Logotype	58
2.5. Görsel Kimlik UNSURLU Olan Logonun Siyasi Partilerde Kullanımı.....	60
3.BÖLÜM: METODOLOJİ	63
3.1. Araştırmanın Konusu, Örnekleme, Yöntemi	63
3.1.1. Araştırmanın Konusu	66
3.1.1.1. Araştırmanın Amacı.....	66
3.1.1.2. Araştırmanın Sorusu	66
3.1.2. Araştırmanın Örnekleme.....	66
3.1.3. Araştırmanın Yöntemi.....	72
3.2. Siyasi Parti Logolarının Çözümleme.....	72
SONUÇ	184
KAYNAKÇA.....	187
ÖZGEÇMİŞ	197

KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AK PARTİ	: Adalet ve Kalkınma Partisi
CMYK	: Cyan, Magenta, Yellow, Key-Black
EMEP	: Emek Partisi
HAS PARTİ	: Halkın Sesi Partisi
HEPAR	: Hak ve Eşitlik Partisi
HÜDA PAR	: Hür Dava Partisi
RSS	: Rich Site Summary
SODEP	: Sosyal Demokrasi Partisi
STK	: Sivil Toplum Kuruluşu
TDK	: Türk Dil Kurumu
TURK PARTİ	: Toplumsal Uzlaşma Reform ve Kalkınma Partisi
TV	: Televizyon
YURT-P	: Yurt Partisi

TABLO LİSTESİ

Tablo 1 : Seçimlere Katılan Siyasi Partiler Ve Katıldıkları Seçim Yılı	67
Tablo 2 : Cumhuriyet Halk Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	72
Tablo 3 : Demokrat Parti Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu.....	74
Tablo 4 : Millet Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	75
Tablo 5 : Cumhuriyetçi Millet Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	77
Tablo 6 : Türkiye Köylü Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	78
Tablo 7 : Hürriyet Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	79
Tablo 8 : Adalet Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	80
Tablo 9 : Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	81
Tablo 10 : Yeni Türkiye Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu.....	82
Tablo 11 : Millet Partisi(II) Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu.....	83
Tablo 12 : Türkiye İşçi Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	84
Tablo 13 : Cumhuriyetçi Güven Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	86
Tablo 14 : Milliyetçi Hareket Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu.....	87
Tablo 15 : Türkiye Birlik Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	88
Tablo 16 : Demokratik Parti Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu.....	89
Tablo 17 : Millî Selamet Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	90
Tablo 18 : Sosyalist Devrim Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	92
Tablo 19 : Türkiye Sosyalist İşçi Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	93
Tablo 20 : Anavatan Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu.....	94
Tablo 21 : Halkçı Parti Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	96
Tablo 22 : Milliyetçi Demokrasi Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu.....	97
Tablo 23 : Sosyal Demokrasi Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu.....	99
Tablo 24 : Refah Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	100
Tablo 25 : Doğru Yol Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu.....	101
Tablo 26 : Sosyaldemokrat Halkçı Parti Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu ...	102
Tablo 27 : Demokratik Sol Parti Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	104

Tablo 28: Milliyetçi Çalışma Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	105
Tablo 29: Islahatçı Demokrasi Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu.....	107
Tablo 30: Sosyalist Parti Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	108
Tablo 31: Büyük Birlik Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	110
Tablo 32: Demokrat Parti(II) Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	112
Tablo 33: Millet Partisi(III) Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu.....	113
Tablo 34: Yeniden Doğuş Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	115
Tablo 35: Sosyalist Birlik Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	117
Tablo 36: İşçi Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	118
Tablo 37: Halkın Demokrasi Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	119
Tablo 38: Yeni Demokrasi Hareketi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	121
Tablo 39: Yeni Parti Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	122
Tablo 40: Fazilet Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	123
Tablo 41: Özgürlük ve Dayanışma Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	124
Tablo 42: Demokrat Türkiye Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	126
Tablo 43: Liberal Demokrat Parti Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	127
Tablo 44: Barış Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu.....	128
Tablo 45: Emek Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu.....	130
Tablo 46: Sosyalist İktidar Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu.....	131
Tablo 47: Değişen Türkiye Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	133
Tablo 48: Demokrasi ve Barış Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	134
Tablo 49: Adalet ve Kalkınma Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu.....	135
Tablo 50: Genç Parti Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	137
Tablo 51: Demokratik Halk Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	138
Tablo 52: Saadet Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	139
Tablo 53: Yeni Türkiye Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu.....	141
Tablo 54: Yurt Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu.....	142
Tablo 55: Bağımsız Türkiye Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	144
Tablo 56: Türkiye Komünist Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	145

Tablo 57: Aydınlık Türkiye Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	147
Tablo 58: Sosyaldemokrat Halk Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu ...	149
Tablo 59: Demokrat Parti(III) Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	150
Tablo 60: Halkın Yükselişi Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	152
Tablo 61: Hak ve Özgürlükler Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	153
Tablo 62: Barış ve Demokrasi Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	154
Tablo 63: Halkın Sesi Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	156
Tablo 64: Hak ve Eşitlik Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	158
Tablo 65: Doğru Yol Partisi(II) Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	159
Tablo 66: Milliyetçi ve Muhafazakâr Parti Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	160
Tablo 67: Halkların Demokratik Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu...	162
Tablo 68: Hür Dava Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	165
Tablo 69: Toplumsal Uzlaşma Reform ve Kalkınma Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	166
Tablo 70: Alternatif Parti Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	168
Tablo 71: Halkın Kurtuluş Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	169
Tablo 72: Muhafazakar Yükseliş Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu..	171
Tablo 73: Vatan Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	173
Tablo 74: Anadolu Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	174
Tablo 75: Merkez Parti Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	176
Tablo 76: Komünist Parti Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu.....	178
Tablo 77: Hak ve Adalet Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu.....	180
Tablo 78: İyi Parti Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu	183

RESİM LİSTESİ

Resim 1 : Cumhuriyet Halk Partisi Logosu	73
Resim 2 : Demokrat Parti Logosu	75
Resim 3 : Millet Partisi Logosu	76
Resim 4 : Cumhuriyetçi Millet Partisi Logosu	77
Resim 5 : Türkiye Köylü Partisi Logosu	78
Resim 6 : Hürriyet Partisi Logosu	79
Resim 7 : Adalet Partisi Logosu	81
Resim 8 : Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisi Logosu	82
Resim 9 : Yeni Türkiye Partisi Logosu	83
Resim 10 : Millet Partisi(II) Logosu.....	84
Resim 11 : Türkiye İşçi Partisi Logosu	85
Resim 12 : Cumhuriyetçi Güven Partisi Logosu	86
Resim 13 : Milliyetçi Hareket Partisi Logosu.....	87
Resim 14 : Türkiye Birlik Partisi Logosu.....	89
Resim 15 : Demokratik Parti Logosu.....	90
Resim 16 : Millî Selamet Partisi Logosu	91
Resim 17 : Sosyalist Devrim Partisi Logosu	92
Resim 18 : Türkiye Sosyalist İşçi Partisi Logosu	94
Resim 19 : Anavatan Partisi Logosu.....	96
Resim 20 : Halkçı Parti Logosu	97
Resim 21 : Milliyetçi Demokrasi Partisi Logosu.....	99
Resim 22 : Sosyal Demokrasi Partisi Logosu.....	100
Resim 23 : Refah Partisi Logosu	101
Resim 24 : Doğru Yol Partisi Logosu.....	102
Resim 25 : Sosyaldemokrat Halkçı Parti Logosu	103
Resim 26 : Demokratik Sol Parti Logosu	105
Resim 27 : Milliyetçi Çalışma Partisi Logosu	106
Resim 28 : Islahatçı Demokrasi Partisi Logosu	108

Resim 29: Sosyalist Parti Logosu	110
Resim 30: Büyük Birlik Partisi Logosu	111
Resim 31: Demokrat Parti(II) Logosu	113
Resim 32: Millet Partisi(III) Logosu.....	114
Resim 33: Yeniden Doğuş Partisi Logosu	116
Resim 34: Sosyalist Birlik Partisi Logosu	118
Resim 35: İşçi Partisi Logosu	119
Resim 36: Halkın Demokrasi Partisi Logosu	120
Resim 37: Yeni Demokrasi Hareketi Logosu	121
Resim 38: Yeni Parti Logosu.....	123
Resim 39: Fazilet Partisi Logosu	124
Resim 40: Özgürlük ve Dayanışma Partisi Logosu	126
Resim 41: Demokrat Türkiye Partisi Logosu	127
Resim 42: Liberal Demokrat Parti Logosu	128
Resim 43: Barış Partisi Logosu	129
Resim 44: Emek Partisi Logosu.....	131
Resim 45: Sosyalist İktidar Partisi Logosu	132
Resim 46: Değişen Türkiye Partisi Logosu	133
Resim 47: Demokrasi ve Barış Partisi Logosu	135
Resim 48: Adalet ve Kalkınma Partisi Logosu.....	136
Resim 49: Genç Parti Logosu	137
Resim 50: Demokratik Halk Partisi Logosu	139
Resim 51: Saadet Partisi Logosu	140
Resim 52: Yeni Türkiye Partisi Logosu	142
Resim 53: Yurt Partisi Logosu.....	144
Resim 54: Bağımsız Türkiye Partisi Logosu	145
Resim 55: Türkiye Komünist Partisi Logosu	147
Resim 56: Aydınlık Türkiye Partisi Logosu	148
Resim 57: Sosyaldemokrat Halk Partisi Logosu	150

Resim 58: Demokrat Parti(III) Logosu	151
Resim 59: Halkın Yükseliş Partisi Logosu	152
Resim 60: Hak ve Özgürlükler Partisi Logosu	154
Resim 61: Barış ve Demokrasi Partisi Logosu	156
Resim 62: Halkın Sesi Partisi Logosu	157
Resim 63: Hak ve Eşitlik Partisi Logosu	159
Resim 64: Doğru Yol Partisi(II) Logosu	160
Resim 65: Milliyetçi ve Muhafazakâr Parti Logosu	162
Resim 66: Halkların Demokratik Partisi Logosu.....	164
Resim 67: Hür Dava Partisi Logosu	166
Resim 68: Toplumsal Uzlaşma Reform ve Kalkınma Partisi Logosu	167
Resim 69: Alternatif Parti Logosu	169
Resim 70: Halkın Kurtuluş Partisi Logosu	171
Resim 71: Muhafazakâr Yükseliş Partisi Logosu	172
Resim 72: Vatan Partisi Logosu	174
Resim 73: Anadolu Partisi Logosu	176
Resim 74: Merkez Parti Logosu	178
Resim 75: Komünist Parti Logosu.....	180
Resim 76: Hak ve Adalet Partisi Logosu.....	182
Resim 77: İyi Parti Logosu	183

ÖZET	
Başlık: Siyasi Parti Logolarının Verdiği Mesajlar: 1923-2019 Seçimlerine Katılan Siyasi Partilerin İncelenmesi	
Yazar: Mustafa Eren ELMALI	
Danışman: Doç. Dr. Ayda İNANÇ SABUNCUOĞLU	
Kabul Tarihi: 21.09.2021	Sayfa Sayısı: xi (ön kısım) + 197 (tez)
Araştırmada, Türkiye Cumhuriyeti'nin ilanı ile birlikte etkinlik gösteren ilk siyasi partiden başlayıp, çok partili döneme geçilen 1946 yılı itibariyle birer birer kurularak, Türk siyasetinde faaliyet gösteren partilerin genel ve yerel seçimlere katılmış olanları ele alınmıştır. 1923 yılında yapılan genel seçimlerden, 2019 yılında gerçekleştirilen yerel seçimlerine kadar Türkiye'de seçimlere katılan siyasi partilerin logoları araştırmada göstergebilimi çözümlemesi ile ayrı ayrı incelenmiştir. Siyasi partiler, siyasal iletişimin en önemli unsurlarından birisidir. Bu kapsamda ve bir iletişim tezi olmasından dolayı siyasal iletişim konusu çalışmada ele alınmıştır. Siyasal iletişim ile bağlantılı olarak örgütsel iletişim kuramlarına yer verilmiştir. Siyasi partilerin iletişim sürecine katkıda bulunan görsel iletişim incelenerek, görsel kimlik unsurları olan sembol, tipografi, renk, amblem, logo, logotype kavramlarında literatür çalışması yapılmıştır. Araştırma seçimlere katılan siyasi partileri örneklem olarak kabul ettiğinden dolayı seçimlere katılabilme kuralları, Türkiye'de ki seçimler ve siyasi partilerin hangi seçimlere katıldığı incelenmiştir. Siyasi partilerin logolarında yer alan sembol ve renkler göstergebilim yöntemiyle çözümlenmiştir. Türk toplumunda etkin bir rol oynayan siyasi partilerin kurumsal kimliklerini yansıttığı logoları; bayrak, flama, rozet gibi birçok basılı materyalde kullanılmaktadır. Ülke yönetiminde söz sahibi olabilmek için siyasi partiler; girdikleri seçimlerde seçmenleriyle, oy pusulasında yer alan logolarla iletişim kurmaktadır. Çalışmada siyasi partilerin logoları detaylı ve açıklamalı bir şekilde incelenmiş böylelikle bundan sonra kurulacak siyasi partiler için bir kılavuz veya bir kaynak araştırma olması ve bu konu ile yapılacak bilimsel çalışmalara öncü olması amaçlanmıştır. Araştırmada yapılan analizle seçimlere katılan 77 siyasi partinin 11 farklı rengin ve 67 farklı sembolün kullanıldığı sonucu çıkmıştır. Kullanılan renk ve sembollerin tercihinde kültürel, ideolojik ve tarihsel etkeni gözükmektedir.	
Anahtar Kelimeler: Siyasi Partiler, Logo, Siyasal İletişim, Göstergebilim	

ABSTRACT	
Title of Thesis: The Messages of Political Party Logos: An Analysis of the Political Parties Participating in the 1923-2019 Elections	
Author of Thesis: Mustafa Eren ELMALI	
Supervisor: Assoc. Prof. Ayda İNANÇ SABUNCUOĞLU	
Accepted Date: 21.09.2021	Number of Pages: xi (pre tex) + 197 (body)
In the research, starting from the first political party that was active with the proclamation of the Republic of Turkey, as of 1946, when the multi-party period was passed, the parties operating in Turkish politics that participated in the general and local elections were discussed. The logos of the political parties that participated in the elections in Turkey, from the general elections held in 1923 to the local elections held in 2019, were analyzed separately with semiotic analysis in the research. Political parties are one of the most important elements of political communication. In this context and because it is a communication thesis, the subject of political communication is discussed in the study. Organizational communication theories are included in connection with political communication. Visual communication, which contributes to the communication process of political parties, has been examined and a literature study has been made on the concepts of symbol, typography, color, emblem, logo, logotype, which are visual identity elements. Since the research accepts the political parties participating in the elections as the sample, the rules of participation in the elections, the elections in Turkey and the elections in which the political parties participate are examined. Symbols and colors in the logos of political parties were analyzed by semiotic method. The logos of political parties that play an active role in Turkish society, reflecting their corporate identities; It is used in many printed materials such as flags, pennants, badges. Political parties in order to have a say in the country's administration; It communicates with its voters in the elections they enter through the logos on the ballot paper. In this study, the logos of political parties were examined in detail and in detail, so that it was aimed to be a guide or a source research for the political parties to be established from now on, and to be a pioneer for scientific studies on this subject. With the analysis made in the research, it was concluded that 11 different colors and 67 different symbols were used by 77 political parties participating in the elections. Cultural, ideological and historical factors appear in the choice of colors and symbols used.	
Keywords: Political Parties, Logo, Political Communication, Semiotics	

GİRİŞ

Bu bölümde araştırmanın konusu, araştırma sırasında yaşanan güçlükler, araştırmanın önemi, amacı ve yöntemi ayrı ayrı başlıklarla ele alınmıştır.

Araştırmanın Konusu

Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu Gazi Mustafa Kemal Atatürk tarafından 9 Eylül 1923 yılında kurulan “Cumhuriyet Halk Fıkrası” cumhuriyet tarihinin ilk siyasi partisi olarak kabul edilmektedir. Cumhuriyetin ilanının yüzüncü yılına yaklaşırken demokrasi tarihimizde yüzlerce siyasi parti kurulmuştur. Cumhuriyet Halk Partisi cumhuriyetin ilanı olan 1923 yılından 1946 genel seçimlerine kadar seçimlere katılan tek parti olmuştur. 1946 yılından itibaren çok partili sisteme geçilmiştir. Yüzlerce siyasi parti kurulmuş ve bunlardan pek çoğu kapanmış, isim değiştirmiş, başka bir partiye katılmış veya birleşmiştir. Gün geçtikçe de yeni siyasi partiler kurulmaya devam etmektedir. Bu yüzden bu çalışmada 1923 yılında gerçekleştirilen ilk genel seçimden 2019 yılında yapılan yerel seçimlere kadar, seçimlere katılmaya hak kazanarak katılım sağlamış siyasi partiler ele alınmıştır.

Seçimlere katılan siyasi partiler logoları ile etkileşim kurmaktadır. Siyasi partiler logolarıyla üyelere, seçmenlere, sempatzanlara mesaj iletmektedir. Bu bağlamda çalışmada siyasal iletişim kavramına genel anlamda ele alınmıştır. Siyasal iletişimin tarihsel gelişimi, bileşenleri, süreci, yöntemleri ve türleri alt başlıklarıyla incelenmiştir. Örgütsel iletişim kuramlarına çalışmada yer verilerek siyasal iletişim kavramı desteklemiştir. Siyasi partiler ve Türkiye’de siyaset sosyolojik anlamda etkin bir rol oynamaktadır. Toplum olarak siyaseti; düğünde, dernekte, cenazede, kahvede, ev ziyaretinde ve pek çok sosyalleştığımız alanda aktif bir siyasi görevde olalım veya olmayalım hayatımızın içerisine almaktayız. Siyaseten aktif görev alanlar ve sempatzanlar ise mensubu oldukları siyasi partiler için çalışmalar yapmaktadırlar. Yapılan çalışmalarda siyasi partilerin logolarının yer aldığı bayrak, flama, rozet, çakmak, anahtarlık gibi baskı yapılabilen materyaller dağıtılarak, asılarak veya kullanılarak siyasi partinin reklamı yapılmaktadır. Siyasal iletişimde verici kaynak olan siyasi örgütler ile alıcı olan hedef kitle arasında ki mesajı ileten kanallardan birisi olarak siyasi parti logoları yer almaktadır. Siyasi parti logoları aynı zamanda siyasi partilerin iletişim sürecine

katkıda bulunan bir görsel kimlik unsurudur. Bu açıdan görsel kimlik kavramı ve görsel kimliği oluşturan unsurlar siyasal iletişim ile birlikte bu çalışmanın konuları arasında yer almaktadır.

Siyasi parti logolarında kullanılan ve görsel kimlik unsurlarından olan renkler bu çalışmada genel anlamıyla tanımlanarak, açıklanmıştır. Renkleri çeşitli gruplamalara ayırmak mümkündür. Fiziksel ve psikolojik anlamda genel kabul gören gruplandırmaları ele alarak ana, ara, sıcak ve soğuk renk gruplarının neler olduğu açıklanmıştır. Siyasi parti logolarında temel olarak kullanılan renkler beyaz, siyah, kırmızı, mavi, yeşil, sarı, kahverengi, mor, gri, turuncu ve turkuaz ayrı ayrı ele alınmıştır. İncelenen renklerde yapılan literatür çalışmasıyla kelimenin kökeni, fiziksel ve psikolojik anlamına yer vermeye çalışılmıştır. Ayrıca renklerin verdiği mesaj ve bu mesajların kültürel olarak konumlandırıldığı yer incelenmiştir. Farklı kültürlerde ki anlamları dışında Türkiye’de ki siyasi partilerin incelenmesinden dolayı Türk toplumunun sosyal yapısından düşünülerek Türk ve İslam kültüründe ki anlamları da kaynaklarda taranmıştır.

Logolarda kullanılan renklerin dışında mesajı ileten bir diğer unsur olan sembollere genel anlamıyla ve tanımsal olarak bakılmıştır. Semboller kültürel ilişki açısından önemli bir yere sahiptir. Kültürün görülen ve görülmeyen unsurlarını semboller ifade etmektedir. Bazı semboller pek çok toplumda ortak anlam ifade etmektedir. Fakat genel anlamda sembollere yüklenen anlamlar kültürel bağlarla ilişkilidir. Toplumun tarihsel sürecinden, kültürel mirasına kadar birçok şey hakkında semboller fikir vermektedir. Toplum iletişimi açısından sembollerin birleştirici ve ayırt edici özellikleri vardır. Bu bağlamda Türk kültüründe sembollerin önemi, yeri ve tarihine de yer verilmiştir. Semboller siyasal olarak da farklı anlamlarla kendine yer bulmaktadır. Siyasal sembol kavramı da bu anlamda incelenmiştir.

Çalışmada siyasi parti logoları tek tek incelenmeden önce amblem, logo ve logotype arasında ki farklar ve bunların tanımları ve yine bir görsel kimlik unsuru olan tipografi incelenmiştir. Siyasi parti tanımı ve logoların siyasi partilerde kullanımı konularına yer verilmiştir. siyasi partilerin seçimlere girebilme şartları, incelenmiştir. Çalışmanın örnekleme olan seçimlere katılan siyasi partilerin hangi yıllarda hangi genel ve yerel seçimlere katıldığı tablo halinde gösterilmiştir.

Araştırmada Yaşanılan Güçlükler

Siyasi parti logolarının verdiği mesajlarla ilgili bugüne kadar yapılan bilimsel çalışma olmamasından dolayı bu çalışmada literatür kaynak bulmakta zorlanılmıştır. Siyasi parti logolarına dahi ulaşmakta güçlük çekilmiştir. Konuyla alakalı İçişleri Bakanlığı Sivil Toplumla İlişkiler Müdürlüğü'ne, Yargıtay Cumhuriyet Başsavcılığı'na ve Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi'ne yapılan başvurular bu araştırmanın yapıldığını gösteren Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nden alınan belgenin ibraz edilmesiyle bile olumlu bir netice alınamamıştır.

Araştırmanın Önemi

Siyasi partilerin iletişim sürecine önemli bir katkıda bulunan siyasi parti logoları ve parti logoların verdiği mesajlar ile ilgili bugüne kadar geniş kapsamlı akademik bir çalışma yapılmamış olması bu araştırmayı önemli kılmaktadır.

Araştırmanın Amacı

İlk kez araştırılan bu konunun bundan sonra bu alanda yapılabilecek nicel araştırmalar ile desteklenmesi amaçlanırken yapılan çalışmanın siyasal iletişim literatürüne katkı sunması beklenmektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada nitel bir araştırma yöntemi olan semiyotik/göstergebilimsel incelemeden yararlanılmıştır. Siyasi parti logolarında yer alan sembol ve renkler gösteren, gösterilen, düzanlam ve yananlam olarak çözümlenmiştir.

1.BÖLÜM: SIYASAL İLETİŞİM

Siyasal iletişim başlığı altında siyasal iletişim kavramına genel hatlarıyla bakılarak, siyasal iletişimi oluşturan aktörlerle ilgili literatür çalışmaları incelenmiştir. Dünyada ve Türkiye’de siyasal iletişimin tarihsel gelişimine bu bölümde yer verilerek, siyasal iletişimin bileşenleri, türleri, süreci ve yöntemleri alt başlıklarıyla ele alınmış, siyasal iletişim ile bağlantılı olarak örgütsel iletişim kuramlarına literatür bilgileriyle yer verilmiştir.

1.1. Siyasal İletişim Kavramına Genel Bir Bakış

“Siyasal iletişim” kavramı birden fazla tanıma sahip olan ve oldukça geniş kapsamlı bir kavramdır. Ancak genel itibarıyla bu kavram “siyasal aktörlerin belli ideolojik amaçlarını, politikalarını belli gruplara, kitlelere, ülkelere ya da bloklara kabul ettirmek ve gerektiğinde eyleme dönüştürmek, uygulamaya koymak üzere çeşitli iletişim tür ve tekniklerini kullanmaları” şeklinde ifade edilebilir. Bu tanımlamadaki zorluk, hangi siyasi örgütün nasıl bir iletişimde bulunacağı ve ne zaman bu iletişimi gerçekleştireceği gibi konulardaki değişiklik olasılığından kaynaklanmaktadır. Burada en önemli nokta, aktör ya da örgütlerin iletişiminin hangilerinin siyasi iletişim olarak değerlendirileceği, hangilerinin gerçek manada siyasal iletişim olmadığı konusudur. Bu nedenle siyasal iletişimin tanımlanmasında genel tanımlamanın yanında, bu kavramın değişime açık olması sebebiyle duruma uygun, daha dar anlamlı tanımlamaları da yapılabilmektedir (Aziz, 2019).

Esasında siyasal iletişim süreci genel iletişim sürecine benzemektedir. İkisi arasındaki önemli farklılık, siyasal iletişimde süreç sonucunda siyasi sonuçlar elde edilmesidir. İletişim kavramı tarihin eski dönemlerinden günümüze kadar oldukça değişmiş olup siyasal iletişim kavramı II. Dünya Savaşı sonrasında bilimsel bir disiplin içinde kullanılmaya başlanmıştır. Siyaset, sosyoloji ve psikoloji alanlarında önemli bir yere sahip olan Harold D. Lasswel, Paul F. Lazarsfeld, Carol Hovland, Kurt Lewin gibi isimler tarafından iletişim alanında ampirik araştırmalar yapılmıştır. Bu araştırmalarda siyasal iletişim kavramı da yoğun bir biçimde incelenmiştir. Daha dar bir çerçevede tanımlandığında siyasal iletişim “siyasal süreçler ile iletişim süreçleri arasındaki ilişkileri ele alan araştırmalardan oluşan, disiplinler arası bir akademik alan” şeklinde ifade

edilmektedir (Demir, 2018). Yapılan bir başka tanımlamada siyasal iletişim, “siyasetin işlevlerini yürüten siyasi aktörler (siyasi liderler, partiler, hükümetler vb.) ve yönetilenler arasındaki bilgi akışı” şeklinde açıklanmaktadır (Yaşın, 2006).

Demokrasi sisteminin uygulandığı siyasal yapıda seçim uygulamasının bulunması, yönetme talebi olan bireylerin siyasi aktörler olarak siyasi alanda yer almasını sağlamaktadır. Demokrasilerde idare eden kişilerin serbest ve dürüst seçim aracılığıyla idare edenler tarafından seçilmesi söz konusudur (Duverger, 1962). Dolayısıyla demokrasilerde idare edenler konumunda bulunan siyasi aktörler, kendilerini halka tanıtabilmek, düşünce ve mesajlarını onlara iletebilmek, onlardan destek alabilmek ya da bilgilendirme yapabilmek amacıyla siyasal iletişim faaliyetlerine girişmektedir. Siyasal iletişim kavramı farklı değişkenleri, farklı disiplinleri içinde bulunduran karmaşık bir yapıya sahiptir. Bir toplumda siyasal kültürün oluşumunda etkili olan kitle iletişim araçlarını, siyasal politikaları, toplumsal yapıyı vb. kapsamaktadır. Siyasal iletişim çerçevesinde siyasal aktörler ideolojilerini belli gruplara ya da toplumun belli bir kesimine kabul ettirmek, gerekli hallerde bireylerin eyleme geçmesini sağlamak için çeşitli iletişim tekniklerini kullanmaktadır (Taşmurat, 2019).

Siyasi iletişim süreci temelde bir ikna süreci olup alıcı-verici gruplar arasında gerçekleşmektedir. Siyasal bir iletişim biçiminde odaklanılan nokta mesajın kaynağı değil içerdikleridir. Dolayısıyla siyasal iletişim süreci, aynı zamanda siyasal mesajların tasarım ve aktarım süreçlerini de ifade etmektedir. Demokrasilerde vazgeçilmez konumda yer alan seçimler, siyasal iletişimle ilgili çalışmaların yoğun şekilde yürütüldüğü dönemlerdir. Bu süreçte halkın desteğinin sağlanması, desteğin kalıcı sürdürülebilmesi için sistemli ve etkili bir iletişim gerekmektedir. Bu çerçevede siyasal kampanyalar yalnızca oy kazanmak için değil halkın oy verme davranışında etkili olan bütün unsurlar dikkate alınarak hazırlanmaktadır (Demir, 2018).

Siyasal iletişim sürecinde en önemli unsurlardan biri siyasi aktörlerdir. Bunlar arasında siyasi partiler, meclis, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları yer almaktadır. Siyasi aktörlerin belli mesajları kamuoyu oluşturulması ve ikna amacıyla özellikle medya yoluyla sağlanmaktadır. Görsel basın, yazılı basın, interaktif medya kanalları, yüz yüze iletişim gibi yöntemlerle daha önceden belirlenen hedef kitleye verilmek istenen mesajlar

iletilmektedir. Bu iletimle gerçekleşen etkileşimle birlikte geri bildirim alınmakta ve bu süreç daima tekrarlanmaktadır.

Bu süreç boyunca kitle iletişim araçları ile sürekli olarak alıcı gruba mesajlar iletilirken geri bildirim sürecinde de bildirimler, kamuoyu yoklamaları tekrar siyasi aktörlere ulaştırılmaktadır. Demokratik toplumlarda iktidara gelinebilmesinde temel şart, seçmen tarafından destek alınmasıdır. Her ne kadar farklı formlarda desteklerden söz edilmekte ise de siyasal demokrasi sistemi içinde en görünür destek oy verme şeklinde gerçekleşmektedir. Bu anlamda siyasi aktörlerin toplumdan destek alabilmesi için “oy almaya” gereksinimi bulunmaktadır. Bunun için de siyasal iletişim zorunludur (Polat ve Kültür, 2008). Siyasal iletişime genel bir çerçevede bakıldığında bu kavram, siyasi alanda tarafların birbirine kendini anlatma ve karşı tarafı anlama çabası olarak değerlendirilebilir.

Siyasal sistemin bütünleşimi, siyasal enformasyon yaymayı sağlayan iletişim ağları ile bağlantılıdır. Toplumda yer alan sosyal kurumların hepsi kendini kitle iletişim araçlarını kullanarak ifade edebilmektedir. Siyasal iletişim, iletişim süreçlerine yönelik ilişkileri inceleyen disiplinler arası bir alandır. Bu alanın gelişiminde temel soru ise iletişimin kamusal bilgiyi, eylemi ve inançları etkileyecek biçimde stratejik şekilde kullanımudur (Karadoğan, 2017).

Siyasal iletişimin ilk ortaya çıktığı zamanlardan bu yana kitle iletişim araçlarına olan bağımlılığı ve özellikle de elektronik iletişim araçlarının, internetin ve sosyal medyanın aktif bir biçimde kullanılır hale gelmesi ile toplam iletişim bulunmayan bir siyaset yürütmenin mümkün olmadığı gözler önüne serilmiştir. Siyasal iletişim iknayı sağlaması bakımından siyasal aktörler açısından önemlidir ve bu nedenle iletişimin her aşamada vazgeçilmez bir unsur olduğu ifade edilebilir.

1.1.1. Siyasal İletişimin Aktörleri

Siyasal iletişim, farklı aktörler tarafından ifade edilen ve iletişim araçları aracılığıyla aktarılan siyasal söylemlerin üretimi ve değişimine yönelik her şeyi kapsamaktadır. Demokrasilerde yalnızca sistem tarafından meşru kabul edilen siyasi örgütler değil aynı zamanda siyasal sürecin bir şekilde içinde bulunan tüm kişi ve kuruluşlar siyasal iletişimin aktörleri olarak değerlendirilmektedir. Bunlar arasında kamu yararına çalışan

kurumlar, siyasi partiler, sivil toplum kuruluşları, menfaat ve baskı grupları, medya, yerel yönetimler, merkezi hükümetler ve halk sayılabilir (Özkan, 2007).

Siyasal iletişim üç temel faktörden oluşmaktadır: siyasi aktörler, hedef kitle ve kitle iletişim araçları. Siyasal aktörler siyasal iletişimde kaynak pozisyonunda yer almakta, hem kendileri hem de danışmanları kitle iletişim araçlarını kullanmakta ve böylece alıcı konumunda bulunan hedef kitleye istenen mesajlar iletilmektedir. Demokrasinin benimsendiği siyasal örgütlenmelerde hedef kitle ile temasta bulunan mesaj ve siyasi aktör miktarı artmaktadır (Vural, 2010).

Kitle iletişim araçları kullanılarak ya da yüz yüze iletişimle kamuoyuna siyasi aktörler tarafından aktarılan her şey siyasal iletişime dâhil kabul edilmektedir. Kamuoyu araştırmaları, pazarlama, kitle iletişim araçları, siyasi reklamcılık vb. bunlar arasında sayılabilir. Bütün bu siyasal iletişim süreci boyunca ortaya çıkan çatışmalar da bu sürecin bir parçasıdır (Özkan, 2007). Siyasal iletişimin temel aktörlerine aşağıda yer verilmektedir.

1.1.1.1. Devlet Başkanı

Bir ülke dâhilinde siyasal iletişimin en üst makamı, söz konusu ülken yönetim biçimine göre kralı, cumhurbaşkanı vb. yöneticilerdir. Bu yöneticiler devlet adına alıcılara mesaj iletmektedir. Verilen mesajlar duruma göre sözlü, yazılı veya resmi içerikli olmayan mesajlar olabilmektedir. Bir baskın açıklaması, toplantı, beden dili kullanılarak verilen bir mesaj siyasi mesajlar arasında sayılabilir. Devlet başkanı, siyasal mesajları halka ulaştırmak için kendi araçlarını veya kitle iletişim araçlarını kullanabilmektedir. Fakat genellikle devlet tekelindeki kitle iletişim araçları tercih edilmektedir. Bunun nedeni, devletin her istediğinde bu araçları kullanabilmesidir (Aydemir, 2011).

1.1.1.2. Hükümet

Demokrasi rejiminin uygulandığı ülkelerde, belirli aralıklarla gerçekleştirilen seçimlerden sonra çoğunluğun oyunu kazanan bir siyasi parti, bir partinin oy çoğunluğunu alamaması durumunda ise siyasal iktidar sağlayacak partilerin birleşmesi ile koalisyon hükümeti ülke yönetimini sağlamaktadır.

Hükümetler yaptıkları çalışmaları ve faaliyetleri halka aktarmak zorundadır. Bu aktarım yapılırken de siyasal iletişim araçlarının en iyi biçimde kullanılması gerekmektedir. Şeffaf bir politikaya sahip olan, kendini halka doğru biçimde ifade edebilen hükümetlerin yeniden iktidar olabilme olasılığı yükselmektedir (Aydemir, 2011).

1.1.1.3. Siyasi Partiler

Siyasi partiler demokratik rejimlerin son derece önemli unsurlarından biridir. Bu partiler hem hükümet ve halk arasında bir köprü konumundadır hem de siyasal bilinç bu partiler aracılığıyla geliştirilebilmektedir. Bu da siyasal iletişimin sağlanabilmesi bakımından önemlidir.

Siyasi iktidarın sağlanması ve toplumun yönetilmesi amacıyla kurulan, belirlenmiş bir çalışma programına ve ideolojiye sahip olan, demokrasilerin vazgeçilmez bir unsuru olan (Demir ve Acar, 2002) siyasi partiler, halk egemenliği rejimini benimsemiş ülkelerde var olabilen halkın yönetilmesi amacıyla kurulan örgütlü yapılardır. Dolayısıyla bu partilerin bütün faaliyetleri siyasal menfaatler gözetilerek gerçekleştirilmektedir. Bu yüzden de yapılan bütün faaliyetler aynı zamanda siyasal iletişimin önemli bir parçasını meydana getirmektedir (Aziz, 2019).

1.1.1.4. Yerel Yönetimler

Yerel yönetimler, demokratik yönetimlerde kamudan ayrı düşünülemez. Çünkü yalnızca merkezden her yere yetişen bir yönetim mekanizması söz konusu değildir. Demokrasinin gelişimi, fonksiyonellik, özerklik, yeniden paylaşım, özgürlük gibi değerler yerel yönetimlerin meydana gelmesini sağlamıştır (Eryılmaz, 2004).

Yerel yönetimler belirli bir bölgede yaşamakta olan toplumun ortak gereksinimlerinin karşılanması için kurulan, karar organlarını halkın seçtiği, kendine has bir yapıya sahip olan kamu tüzel kişileridir. Yerel yönetimlerde en belirgin siyasi aktör belediye başkanıdır. Yerel yönetimler genel itibarıyla karar alma, yönetime dâhil olma, mali ve idari özerklik sağlama gibi fonksiyonlar üstlenmektedir (Keleş, 2004). Genel itibarıyla yerel yönetimler ile siyasi partiler bağlantılıdır. Büyük belediyelerin seçimlerde başarılı olabilmesinde siyasi partilerin rolü oldukça fazladır.

1.1.1.5. Sivil Toplum Kuruluşları (STK)

Demokraside ortaya çıkan ilk kuruluşlardan biri Sivil Toplum Kuruluşları (STK)'dır. Resmi kurumlardan bağımsız biçimde faaliyet gösteren STK'lar lobi çalışmaları, eylem ve ikna faaliyetleri yürüten örgüt üyelerinin ve çalışanlarının gönüllülerden müteşekkil olduğu, kâr amacı gitmeyen topluluklardır.

STK'lar, dinamik yapıları ile toplumu etkileme gücüne sahip kuruluşlardır. Sahip olduğu etkileme becerisi ile bu kuruluşlar bazı durumlarda halk bazen de hükümet üzerinde etki yaratabilmektedir. Örneğin sendikalar, bir siyasi partinin iktidara gelebilmesi için üyelerinden söz konusu partiye oy vermelerini talep edebilmektedir (Aydemir, 2011).

STK'lar ayrıca ilgili üyelerin çıkarları ya da taleplerinin iletilmesinde hükümet üyeleri ile direkt ilişki kurabilmektedir. Bu kuruluşlar kamuoyunu büyük oranda arkasına alabilmekte, önemli kararların alınmasında etkili olabilmektedir. Sivil toplum bir anlamda, devlet ve toplum arasındaki temsilin düzenli şekilde işlemesine yardımcı olan bir oluşum olarak nitelendirilebilir. Bu bakımdan siyasal iletişimde de etkili olması kaçınılmazdır.

1.1.1.6. Seçmen

Seçmenler, siyasi aktörlerden biri olup iki yönden siyasi partiler için önemlidir. Birincisi, pazarla ilgili boşlukların ve beklentilerin değerlendirilmesine yönelik gereksinimdir. Seçmenler beklentilerin sahibi olan kesim olarak bu aşamada önemli bir yere sahiptir. İkincisi, iletişim sürecinde seçmenler alıcı konumunda bulunmaktadır yani hedef kitledir. Siyasal iletişim sürecinde kaynak, ilettiği mesajların alıcı tarafından sorunsuzca alınmasını istemektedir. Çünkü günümüzde iletişim ortamında haber akış hızı, medyanın bölünmesi ve izleyici tutumu iletişim sürecini zorlaştırmaktadır.

Siyasi güç seçimler aracılığıyla elde edilebilmekte ya da kaybedilebilmektedir. Bu çerçevede seçmen, demokrasilerde memnun edilmesi gereken tek unsur konumundadır. Siyasal alanda iktidar sağlanması için seçmen kilit noktadır ve seçmenlerin ikna edilmesi gerekmektedir (Polat vd., 2004).

Demokratik sistemde, seçimler son derece önemlidir. Seçmenler ise yaptıkları siyasal tercihlerle toplumsal yapıda siyasi yapılanmayı belirlemekte kritik bir role sahiptir. Başka

bir ifade ile seçimlerde gösterdikleri siyasal davranışlarla seçmenler; toplumun değişimine ve ülke yönetimine yön veren, toplumda yer alan bireylerin üstlenecekleri rolleri ve uymaları gereken kuralları belirleyecek güze sahip olan siyasal aktörleri kimler olacağına karar vermektedir. Bireyler, siyasal gücün siyasal partiler arasındaki dağılımı noktasında da belirleyici olmaktadır (Arslan, 2007).

Siyasette en önemli göstergelerden biri, seçmenlerle iletişim kurulabilmesidir. Seçmenlerin belirlenmesi ve katılımlarının sağlanması için üç grupta siyasal iletişim kurulması gerekmektedir: kayıtlı olan seçmenlerle iletişim kurulması, seçim zamanı taraftarların bir araya getirilmesi, kararsız ya da karşıt görüşlü seçmenlerin fikrinin değişmesine yönelik iletişim kurulması. Demokratik çok partili seçim mekanizmasının sağlıklı işlediği ve iktidara gelenlerin de belirli bir süre sonra tekrar yetki almak zorunda olduğu durumlarda, siyasal eylemlerin ve siyasal iletişimin hedefi seçmendir (Polat vd., 2004).

1.1.1.7. Medya

Siyasal iletişimde medya, en önemli araçlardan bir tanesidir. Geleneksel ve yeni medya şeklinde ayrılan medya unsuru, günümüzde siyasal sistemler için vazgeçilmez bir araç haline gelmiştir. Küresel alanda her ülkede kullanılan çeşitli medya kanalları bulunmaktadır. Televizyon ve radyo stüdyoları, gazeteler ve süreli yayınlara ait matbaalar, ofisler, telekomünikasyon kanalları vb. bunlar arasında sayılabilir. Bunların yanında özellikle son yıllarda oldukça popüler hale gelen sosyal medyanın da yeri bulunmaktadır. Siyasi gerilim yaşanan ülkelerde hükümet liderleri yayın ile ilgili faaliyetleri büyük oranda kontrol altına almaya çalışırlar. Çünkü rakiplerin ya da muhalefetin medya kanallarını ele geçirerek hükümet aleyhinde yayın yapması, iktidardan düşüşe bile yol açabilmektedir. Medya, siyasal liderler tarafından meşru olmayan durumların meşru olarak aktarılmasını sağlayabilmektedir (Kazu, 2018). Kısacası kitle iletişim araçlarını/medyayı kontrol altına alan hükümetler, ülke denetiminde de kontrolü sağlamış kabul edilebilir.

Siyasal iletişime yönelik faaliyetlerin sürdürülmesinde radyo, gazete ve televizyon yayınlarına ek olarak internet ve cep telefonu da kullanılmaktadır. Özellikle son dönemlerde dünya genelinde siyasal süreçlerde internet kullanımı diğer kitle iletişim araçlarının önüne geçmiştir denebilir. İnternet ve sosyal medya kullanımının

yaygınlaşması ile birlikte bireyler arasında doğrudan karşılıklı iletişim ve etkileşim sağlanabilmesi mümkün hale gelmiştir. Ancak elbette ki hedef kitleye sunulması planlanan mesajların içerikleri de aynı oranda daha önemli hale gelmiştir (Özer, 2012).

1.1.1.8. Kamuoyu

Günümüzde çeşitli sebeplerle aralarında mesafe bulunan bireyler iletişim aracılığıyla bağlantıda kalabilmektedir. İletişim yoluyla kamuoyu oluşturulması bunun en güzel göstergelerinden biridir. Daha öncesinde bir tanışıklığı bulunmayan bireyler, kamuoyu oluşturulması sayesinde ortak bir amaç etrafında toplanabilmektedir. Nüfusun gittikçe artması, sosyal tabakalaşmanın oluşması gibi unsurlar sonucunda başka bireylerle uyumlu hareket edilmesi oldukça önemli bir hale gelmiştir. Oy kullanma hakkının genişlemesi, seçmenlik gibi unsurlar özellikle 19. yüzyıl itibarıyla siyasal aktörleri kamuoyu oluşturmak durumunda bırakmıştır (Qualter, 1980).

İlk kamuoyu araştırması 1936'da gerçekleşmiş, Roosevelt'in Amerika Birleşik Devletleri başkanlığına yeniden seçileceğine yönelik doğru bir tahmin ortaya koymuştur. Seçim dönemleri öncesinde yapılan kamuoyu araştırmaları ve siyasi parti tercihleri, günümüze kadar pek çok ülkede tercih edilen bir uygulama haline gelmiştir. Kamuoyu araştırmaları ayrıca, hangi propagandalar ve mesajlar çerçevesinde seçmenlerin tutumunun değiştiğinin saptanması noktasında da son derece önemlidir. Bir konu ile ilgili olarak kamuoyunun görüşünün alınması, kamuoyunun tercihlerinin tespit edilmesi sonucunda seçmenle iletişim sürecine girilebilmektedir. Ancak medya kanallarının ve diğer kitle iletişim araçlarının hükümet denetimine alındığı ülkelerde tarafsız ve doğru bir kamuoyu yoklamasından söz edilemez. Bu tür toplumlarda taraflı bir kamuoyu oluşturulabilir (Kazu, 2018).

Kamuoyu oluşturulması farklı ülkelerde farklı yöntemler kullanılarak sağlanmaktadır. Siyasi liderler, kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki gücü ve etkisinden yararlanarak ve siyasal iletişim stratejilerini de bu sürece dâhil ederek kamuoyu oluşturabilmektedir. Genel itibarıyla siyasal iletişim aktörleri siyasal süreçleri daima kendi yönlerinden iyi olacak biçimde kullanmaya çalışmaktadır. Bu da her bir aktörün farklı amaçlarla farklı hamleler yapmasını beraberinde getirmektedir.

Bir ülkede hangi siyasi sistem uygulanırsa uygulansın siyasal iletişim gündemini belirleyen aktör medyadır. Medya siyasal iletişimde aracı rolündedir, mevcut sistemin sürdürülmesine yönelik bir faaliyet alanına sahiptir. Özellikle haber medyası bu bağlamda ön plana çıkmaktadır. Haber medyası başta olmak üzere siyasal aktörlerin gündem oluşturma, mesaj verme ve yöneten yönetilen ilişkisinde kamuoyu oluşturma gibi faaliyetler için bir çabası söz konusudur (Kılıçaslan, 2008).

Siyasal iletişim ortamının meydana gelmesinde siyasal aktörlerin her biri ayrı bir öneme sahiptir. Bir aktörün sahip olduğu rol, sistemi oluşturan parçalardan biridir. Bir aktörün daha az aktif olması ya da siyasal sistemde yer almaması, sorunlara yol açmaktadır. Aktörler kendi aralarında özerk bir alan meydana getirmekte ve birbirlerini tanımaktadırlar. İşler haldeki bir siyasala iletişim süreci içinde her aktörün içinde yer aldığı durum çerçevesinde siyasal iletişim sürecine katkısı bulunmaktadır.

1.2. Siyasal İletişimin Tarihsel Gelişimi

Siyasal iletişimin temelinden ve en iyi biçimde anlaşılabilmesi için bu alandaki genel durumun tarihi süreç içinde de bilinmesi gerekmektedir. Bu nedenle siyasal iletişimin tarihsel süreci genel hatları ile ele alınmalıdır.

1.2.1. Dünyada Siyasal İletişimin Gelişimi

Siyasal iletişimin ilk kullanımının Antik Yunan'a kadar uzanmaktadır. Antik Yunan'da toplumdaki yöneticiler ve devlet adamları tarafından yapılan yüz yüze iletişime yönelik faaliyetler, duyurular ve toplantılar "siyasal iletişim" olarak tanımlanmasa da toplumun siyasi olarak yönetiminde kullanılmıştır. Dünya tarihi boyunca hemen her dönemde siyasi liderler, kendilerini halka anlatabilmek ve rakiplerine karşı halkın desteğini alabilmek için çaba göstermiştir. Tarihsel süreç içinde toplumsal gelişmedeki hızlanma, bu alanda kullanılan yöntem ve teknikleri, içerikleri de değiştirmiştir.

Antik Yunan'da Aristoteles'in Retorik adlı eseri ve Seneca'nın kaleme aldığı metinler çerçevesinde siyasal iletişimin en önemli yazılı eserleri verilmiş ve bu eserler günümüze ulaşmıştır. Genel itibarıyla siyasal iletişime yönelik uygulamalarda başvurulan kendine has karakteristik özelliklere sahip olan bir diğer dönem ise köle imparatorlukları dönemidir. Feodalite ve kilisenin en önemli siyasal aktörler olarak ön plana çıktığı

Ortaçağ'da, siyasal iletişim feodal beyler ve kilise tarafından halk üzerinde baskı, korku ve şiddet unsurları kullanıldığı görülmektedir (Süllü, 2017).

Siyasal iletişim, demokratik rejimlerin yaygın hale gelmesi ve halkın egemenliğinin başlaması sonucunda siyasette hızlı bir şekilde kendine yer edinmeye başlamıştır. 17. yüzyılın ikinci yarısından itibaren Avrupa'da coffeehouse (kahvehane) kültürü oluşmaya başlamış, kısa zamanda kahvehaneler haber toplanan, edebi-siyasi tartışmalar yapılan, fikir edinilen yerler haline gelmiştir. Bu mekânlar her çeşit siyasal iletişimin oluşması için bir zemin hazırlamıştır (Baran, 2014).

Tarihsel süreç içinde teknolojik gelişmeler ve nüfus yoğunluğunun artışı sonucunda yeni siyasal yapılanmalar bir gereklilik haline gelmiş, bu durum sonucunda siyasal iletişim olgusunun uygulanması için bir alan oluşmuştur. Günümüze kadar sürekli değişen toplum yapısıyla beraber toplumsal yapı içinde siyasal iletişime dahil olan aktörlerin nicelikleri ve nitelikleri de sürekli bir değişime uğramış, böylelikle siyasal iletişim kavramı kullanılmaya başlandığı ilk dönemlerden günümüze kadar çeşitli anlam değişikliklerine uğramıştır. Konu ile ilgili en çok öne çıkan gelişmeler ise siyasi aktörlerin değişmesi ve toplumsal yapıdaki değişimlerle birlikte yeni aktörlerin ortaya çıkmasıdır. Yeni siyasal aktörler siyasal mesajlarının hedef kitleye aktarımında farklı teknik ve yöntemler kullanmıştır. İletişim teknolojilerinin son derece hızlı bir biçimde gelişme göstermesi sonucunda yeni iletişim teknik ve yöntemleri ortaya çıkmış ve bunların bazıları popüler hale gelirken daha önce kullanılan bazı teknik ve yöntemler önemini kaybetmiştir (Baran, 2014).

17. yüzyıl itibarıyla siyasal yönden sürekli yayınlar art arda yayımlanmaya başlamış ve bu yayınların okuyucu kitlesi hızla artmıştır. Bu yüzyılda siyasal iletişimin bir gerekliliği olarak modern kamusal alanlar da meydana gelmeye başlamıştır. Söz konusu mekânlar fikir alış verişleri yapılan, haberlerin toplandığı, edebi ve siyasi alanlarda tartışmalar yapıldığı merkezlere dönüşmüştür. Birçok yazar tarafından döneme ait felsefi ve siyasi tartışmalar kahvehanelerde ve kulüplerde yürütülmüştür (Süllü, 2017). Bu mekânlar aracılığıyla siyasal iletişimin de temelleri atıldığı ifade edilebilir

19. yüzyılda siyaset biliminin gelişme göstermesi sonucunda siyaset unsurları ve temelleri üzerinde durulmaya başlanmış, iletişim teknolojilerinin gelişme göstermesi sonucunda bilgiye erişimin çok daha kolay hale gelmesi ile her alanda olduğu gibi siyaset

alanında da iletişim unsurları ön plana çıkmıştır. 1970’lerden itibaren bilgisayarların kullanılmaya başlanması, toplum ve iktidar algısında yeni bir boyut sağlamıştır. 20. yüzyıldan itibaren kitle iletişim araçlarının gelişmesi sonucunda siyasi iletişimle ilgili yöntemler daha önemli bir hale gelmiştir. Kitle iletişim araçları aracılığıyla toplumun önemli bir bölümüne ulaşabilme olanağı ortaya çıkmıştır. Bu alandaki çabalar, aynı yüzyılın sonunda “siyasal iletişim” kavramı ile ifade edilir hale gelmiştir (Karakurt, 2019).

Seçim kampanyaları çerçevesinde siyasal iletişim çalışmalarının ilk kez 1948 yılı Amerika Birleşik Devletleri’nde gerçekleşen başkanlık seçimleri olduğu bilinmektedir. Bu dönemde Harry Truman ve Thomas Dewey arasında bir seçim mücadelesi gerçekleşmiş olup bu mücadelede siyasal iletişim kampanyaları kullanılmıştır. Yine Amerika’da 1952’de gerçekleşen başkanlık seçimlerinde televizyon kanalıyla halka seslenme yöntemi kullanılmıştır. Adlai Stevenson ve Dwight D. Eisenhower arasındaki başkanlık mücadelesinde ilk kez BDDO reklamcılık şirketi ile çalışan Eisenhower otuz saniyelik reklam filmleri hazırlamıştır. Modern anlamda ilk siyasal iletişim çalışmasının 1960’ta gerçekleşen başkanlık seçimleri olduğu yönünde görüşü olan araştırmacılar da bulunmaktadır. Söz konusu seçimde Kennedy ve Nixon arasında bir TV programı gerçekleşmiştir. Elbette doğrudan bu programın seçimlere etkisinin net olarak tespit edilmesi zordur ancak bu tarihten sonra gerçekleşen seçimlerin hemen hepsinde bu tür bir tartışma ya da açık oturum uygulaması gelenekleşmiştir. Bunun yanında başka iletişim yöntemleri de kullanılmıştır (Demir, 2018).

Yirmi yılı aşan bir çaba sonucunda 1973’te Uluslararası İletişim Kurulu’na (International Communication Association/ICA) bağlı bir Siyasal İletişim Bölümü kurulmuştur. Bu gelişme ile siyasal iletişimin farklı ve kendine özel bir alan olduğu da ortaya konmuştur. Siyasal iletişimin resmen tanınmasının üzerinden otuz yıldan fazla zaman geçmiş olup Ulusal İletişim Kurulu (National Communication Association-NCA) ve hemen ardından Hitap-İletişim Kurulu (Speech Communication Association-SCA) ve Amerika Politik Bilimler Kurulu (American Political Science Association-APSA) çatısı altında da siyasal iletişim bölümleri kurulmuştur. Bunların yanı sıra siyasal iletişim bölümleri ve grupları birleşerek, Doğu İletişim Kurulu (Eastern Communication Association) ve Merkez Devletler (Central States) gibi bölgesel kuruluşlar oluşturmaktadırlar (Baran, 2014).

Toplumsal yapının şekillenmesi yönetilen ve yöneten taraflarının ortaya çıkması ile birlikte adı konmamış olsa da siyasal iletişimin başladığı ifade edilebilir. Toplumsal yapıda büyüme, gelişme, sosyokültürel düzeyde artış gerçekleştikçe siyasal iletişimin kanalları ve yöntemleri de değişiklik göstermektedir. Yazılı iletişim yerini gittikçe kitle iletişim araçlarına bırakmakta, sözlü iletişim ön plana çıkmaktadır. Bu çerçevede retorik de önem kazanmaktadır.

1.2.2. Türkiye’de Siyasal İletişimin Gelişimi

Siyasal iletişim uygulamaları Türkiye’de Amerika ve Batı Avrupa’dan çok daha geç bir dönemde başlamıştır. Özellikle 1900’lü yıllarda profesyonel olarak bütün siyasi partilerin siyasal iletişim kanallarından yararlandığı görülmektedir. 1923 ile 1950 yılları arası dönemde Cumhuriyet Halk Fırkası’nın tek parti olması ve ülkede başka bir partinin olmaması bu durumun temel sebebidir. Ayrıca kitle iletişim araçları Türkiye’de siyasal iletişim kanalı olarak aktif bir şekilde kullanılmamış, siyasi reklamların televizyon ve radyo kanalları aracılığıyla yasaklanmıştır. Çok partili dönemde ise seçim kampanyaları bir rekabet haline gelmiş ve dolayısıyla siyasal iletişim araçlarının kullanımına duyulan gereksinim artmıştır. Ancak buna rağmen ülkemizde siyasal iletişime yönelik çalışmalar Batı ile kıyaslandığında oldukça yavaş ilerlemiş, yetersiz kalmıştır (Balcı, 2008).

Türkiye’de 1946 yılında gerçekleşen seçimlerle çok partili yaşama geçilmiş, bu dönemde siyasal iletişime yönelik çalışmalarda da bir artış meydana gelmiştir. Avrupa ülkelerindeki gibi Türkiye’de de seçim kampanyaları, siyasal katılımın şekillendirilmesinde ve demokratik kültürün oturtulmasında önemli bir yere sahip olmuştur. Özellikle Demokrat Parti döneminden itibaren yoğun olarak seçim kampanyaları yapıldığı, miting ve toplantılar düzenlendiği, seçim gezilerine çıkıldığı görülmektedir.

1950 yılında yapılan genel seçimlerde geniş kitlelere ulaşılabilmesi için radyo yayıncılığından yararlanılmış ve bu durum siyasal iletişim açısından önemli bir adım olmuştur. Ancak 1954 seçimlerinde bu kullanım yasaklanmış, daha sonraki dönemlerde de kitle iletişim araçlarının seçim kampanyaları için kullanımı dönem dönem kısıtlanmış ya da yasaklanmıştır. 1960 İhtilali sonrasında Seçim Yasaları’nın hazırlanması ve uygulamaya alınması ile 1961- 1965, 1969 seçimlerinde bütün siyasi partiler yeniden radyo yayınlarından yararlanabilmişlerdir. Avrupa’da siyasal iletişimin en önemli

araçlarından biri olan gazeteler, ülkemizde ancak 1965 itibarıyla aktif şekilde kullanılabilmektedir. 1970'li yıllarda hem radyolar hem de gazeteler siyasal iletişim amacıyla kullanılır hale gelmiştir. Özellikle seçim dönemlerinde, mitinglerde siyasi partilerin takipçisi olan gazeteciler, adayları ve liderleri seçmenlere tanıtmış, duruşları yönünden halkı bilgilendirmişlerdir. Bu durum gazetelerin etkili bir siyasal iletişim aracı olmasını sağlamıştır (Alınışık, 2009).

1977 yılına kadar kitle iletişim araçlarının siyasal alanda kullanımı oldukça sınırlı olmuştur. 1977 yılında Adalet Partisi tarafından gerçekleştirilen seçim kampanyası, ilk profesyonel seçim kampanyası kabul edilmektedir. Bu seçimlerde Cenajans ile çalışan Adalet Partisi ilk defa gazetelere reklam vermiş, ilk defa sesli medya kullanmış ve Parti lideri Demirel'in seslendirdiği kasetler seçmenlere gönderilmiştir. Bu seçimde gazeteler de önemli bir siyasal reklam mecrası haline gelmiştir. Adalet Partisi seçimlerden yirmi bir gün önce başlayarak dönemin en yüksek tirajlı gazetesi olan Hürriyet'te yirmi bir adet siyasal reklam yayınlamıştır (Çağlar ve Köklü, 2015; İnal ve Karabacak, 1995).

1980'lerden itibaren Türkiye'de şartlar değişmiş, siyasal alanda da önemli değişiklikler meydana gelmiştir. Bu dönemde ideolojiler çerçevesinde hareket eden kitlelerde bir çözülme gerçekleşmiş, partiler birbirine benzer hale gelmiş, seçmen profili değişmiş ve kararsız haldeki seçmen sayısında artış meydana gelmiştir (Damlapınar ve Balcı, 2005).

1991 yılında yapılan genel seçimler, Türk siyasi hayatı için önemli dönüm noktalarından biridir. Bu seçimde daha önce Fransa'da gerçekleşen Devlet Başkanlığı seçimlerinde Mitterand için kampanyalar hazırlayan reklamcı Jaques Seguela, Anavatan Partisi'nin seçim kampanyalarına danışmanlık yapmıştır. İlk kez yabancı bir reklamcı Türk siyasi partilerinden birinin seçim kampanyasının danışmanlığını gerçekleştirmiş, bu seçim kampanyasında parti lideri Mesut Yılmaz ön plana çıkarılmıştır. Star televizyonunda seçim kampanyaları yayınlanmış, gazetelere parti reklamları verilmiştir (Kalender, 2001). Ancak bu seçimlerde Anavatan Partisi iktidar olamamış, bu durum da siyasi partilerin yalnızca iletişimle iktidara gelmesinin yetersiz olduğu açığa çıkmıştır. Bu dönemde gerçekleşen seçimlerde siyasi partilerin hepsi siyasal iletişimi aktif kullanmıştır. El ilanlar, afişler, billboardlar, kitle iletişim araçları seçim kampanyalarına hizmet etmiştir. 1990'lardan itibaren siyasal iletişim süreçlerinde televizyon kullanımı etkin bir hal almıştır. Bu yıllarda özel televizyon kanalları yayın hayatına başlamıştır (Süllü, 2017).

2002 genel seçimlerinde ise Adalet ve Kalkınma Partisi ile Genç Parti'nin Türk siyasal hayatına dâhil olması ile siyasal iletişim alanındaki çalışmalar da değişmiştir. Genç Parti, daha çok pazarlama üzerinde durmuş, beklenenin üstünde oy kazanmıştır. Uzanlar Grubu bu süreçte tüm kanalları ile Cem Uzan'ın oy alabilmesi için siyasi iletişimi sağlamıştır. Bu seçimlerde Adalet ve Kalkınma Partisi yüksek oranda oy almış ve tek başına iktidar olmuştur (Çağlar ve Köklü, 2015).

2000'li yılların sonlarında internet kullanımının yaygınlaşması sonucunda siyasal iletişimde de internet kullanımına başlanmıştır. 2007 yılında gerçekleşen Milletvekili Genel Seçimleri'nde Adalet ve Kalkınma Partisi tarafından medya, internet, yüz yüze iletişim, broşür, el ilanı, müzik, tanıtım filmleri siyasal iletişimde aktif bir biçimde kullanılmıştır. Bu seçimlerde daha fazla seçmene ulaşılabilmesi için gazetelere, çok sayıda siyasal reklam verilmiş ve siyasal reklamlar da ana slogan olarak "Güven ve İstikrar İçerisinde" "Durmak Yok Yola Devam" gibi ifadeler kullanılmıştır (Tokat, 2009).

Genel itibarıyla değerlendirmek gerekirse Türkiye'de seçim dönemlerinde siyasal iletişimin özellikle 1950'lerden itibaren aktif şekilde kullanıldığı görülmektedir. 1968 yılından itibaren ülkemizde televizyonlar kullanılmaya başlanmış, 70'li yıllarda yaygınlaşmaya başlamıştır. 1980'lerden itibaren siyasal iletişimde reklamcılıkla ilgili tekniklerin ağırlık kazandığı görülmektedir. 1990'lı ve 2000'li yıllarda siyasal iletişim çalışmaları artık profesyonel biçimde yürütülmeye başlanmıştır.

Türkiye'de özellikle seçim dönemlerinde gerçekleştirilen siyasal iletişime yönelik faaliyetler, birçok Batı ülkesinde yapılan faaliyetlerden bazı özellikleri ile ayrılmaktadır. Öncelikle, Türkiye'de siyasal propaganda süreçleri son derece coşkulu şekilde yürütülmektedir.

Batı ülkelerinde ise siyasi partiler seçmenlerin ve siyasi liderler daha soğukkanlı bir yaklaşım sergilemektedirler. Batı ülkelerinde siyasi propaganda faaliyetlerinin sistematik, daha açık, özlü şekilde seçmene iletildiği görülürken Türkiye'de verilmek istenen mesajlar sistematik değildir ve bazen de anlaşılmaz olabilmektedir. Bunun yanında daha önceki dönemlerde yapılmış olan uygulama ve faaliyetler seçmenlere hatırlatılmakta, geleceğe yönelik beklenti ve umut faktörü siyasal iletişim alanında ihmal edilmektedir (Baran, 2014).

1.3. Siyasal İletişimin Bileşenleri

İletişimin gerçekleşmesi için bir süreçten geçmesi gerekir. Bu süreçte bireyler, topluluklar, partiler, gruplar vb. toplumu etkileyerek bir bilinç oluşturmaya amaçlamaktadır. Bilincin oluşabilmesi için siyasal iletişimin etkili biçimde gerçekleştirilmesi gerekmekte olup siyasal iletişimin hedefine ulaşabilmesinde bazı bileşenlerin ön plana çıktığı görülmektedir. Bu bileşenlerin etkili biçimde kullanılması, iletişimi işlevsel hale getirmektedir.

Siyasal iletişimin bünyesinde pek çok fonksiyon bir arada bulunmaktadır. Siyasal iletişim genel itibarıyla; bilgi, haber, kültür vb. içeriklerden toplumun haberdar edilmesi, siyasetin işlevsellik kazanması, toplumla ilgili ilkelerin iletilmesinin sağlanması, mevcut güçle ilgili denetime katkı sağlanması ve muhalefetin sınırlandırılması, yaygın bir siyasal katılım meydana getirilmesi, ikna etme becerisi kazanılması, algı yönetimi ve manipülasyonların engellenmesi, toplumsal yapı içinde gerçekleşen parçalanma/ayrışmayı ortadan kaldırması, kamuoyunun taleplerinin tespit edilmesi gibi birçok işleve sahiptir (İnanç vd., 2020). Aşağıda, siyasal iletişimin oluşmasına etki eden temel bileşenlere yer verilmektedir.

1.3.1. Kaynak ve Hedef

Siyasal iletişimde “kaynak” olarak ifade edilen taraf; seçme, algılama, düşünme ve yorumlama içeren süreçte ürettiği içerikleri simgeleri kullanarak gönderen taraftır. “Alıcı/hedef” ise kaynaktan gelenleri alan, yorumlayan ve bunlara tepki veren kişi ya da topluluğu ifade etmektedir. Birincil düzey iletişim kaynak tarafından başlatılmaktadır. İletişim sürecinde hedefin rolü, kaynaktan alınan iletilerle iletişimin devamını sağlamak ya da iletişimi sonlandırmaktır (Çamdereli, 2015). Bazı durumlarda gerçek bir kişi, bazı durumlarda bir kitle iletişim aracı kaynak rolünü üstlenebilmektedir. Siyasal iletişim sürecinde mesajı veren taraf genellikle örgütsel bir yapıdır. Genel olarak bu mesajlar doğrudan siyasi kimliğe sahip olan bir yapıdan ya da bir grup sözcüsü tarafından verilmektedir. Ancak bir iletişim oluşması için hedef mutlaka olmalıdır. Çünkü kaynağın temel amacı iletilen mesajın hedef tarafından alınması, hedefin tutumlarının ve bakış açısının değişmesidir. Siyasal iletişim sürecinde kaynak siyasi partiler, aktörler, parti üyeleri gruplar vb. iken hedef halktır. Bir siyasi parti liderinin miting alanında konuşması,

bir gazeteye demeç vermesi ve daha sonra seçmenlerine kulak vermesi, demeci gazetede okuması vb. eylemlerin hepsi kaynağın alıcıya mesajı iletmesine örnektir (Şaşmaz, 2019).

1.3.2. İleti

İleti, kaynak tarafından aktarılmak istenen görsel, sözel, fiziksel, işitsel üründür. Kaynak ile hedef arasında sürekli olarak değişen ve dönüşen, yeniden şekillenen, yüksek çağrışım gücüne sahip olan bildiri demetidir (Çamdereli, 2015).

Siyasal iletişim çerçevesinde verilen mesajlar, siyasal bir amaç taşımakta ve burada siyasal bir eylem bulunmaktadır. Bu nedenle hedef kitlenin anlayabileceği, aynı zamanda söylemde kullanılan dilin uyumlu olması gerekir. Mesajla verilen simgelerin hedef kitlede karşılık bulabilmesi için uygun bir dilin tercih edilmesi gerekmektedir. siyasal mesaj içerikli haberler, TV ile verilen siyasal haberler, reklam metinleri, ilanlar, siyasal lider tarafından gönderilen bir twit iletiye örnek verilebilir (Çamdereli, 2015).

1.3.3. Kanallar ve Araçlar

Siyasal iletişim sürecinde iletişimin devamlılığının sağlanması için kanallara ve araçlara (örneğin TV, mikrofon, internet vb.) gereksinim bulunmaktadır. Kanal seçimi verilen mesajın doğru şekilde alıcıya ulaşmasında çok önemli bir yere sahiptir. Kanal seçimi, iletişimle ulaşılmak istenen amaç, hedefin özellikleri, mekân ve zaman gibi sınırlandırmalar dikkate alınarak yapılmalıdır. Hangi sebeple hangi alıcı kitlesine neyin iletileceğine karar verilmesi ile kullanılacak kanalın seçimi arasında önemli bir ilişki bulunmaktadır. Çamdereli (2015), iletişim araçlarını birincil ve ikincil/doğal ve yapay olanlar şeklinde ayırmıştır. Doğal/birincil araçlar insan mimikleri, yüz ifadeleri gibi özellikler taşıırken yapay/ikincil araçlar kültür, zaman gibi olgularla belirlenmektedir. İletişim süreci içinde seçilen kanal mutlaka verilen mesajı en iyi ve en doğru şekilde taşıyabilmeli, amaçlanan tepkiyi en iyi biçimde aktarabilmelidir.

Kanal ve araçların niteliği, iletişimin türünü belirlemesi bakımından da önemlidir. bu noktada iletişim teknik ve yöntemlerinin en iyi biçimde bilinmesi, hedef kitlenin hangi teknik ve yöntemle en iyi şekilde mesajları alacağı gibi noktaların dikkate alınması ve özellikle de iletişim alanındaki gelişmelerin kullanılacak yöntem ve tekniklere yansıtılması gerekmektedir (Şaşmaz, 2019).

Günümüzde, iletişim teknolojisinin çeşitlenmesi ve gelişmesi ile kanal ve araçların da sayısında artış meydana gelmiştir. Bir dönem meydanlarda küçük topluluklar karşısında yapılan konuşmalar yerine gazetelerle, TV ve radyo yayınları ile yapılan konuşmalar ön plana çıkmıştır. Zaman içinde internet ve sosyal medya en etkili kanal ve araçlardan biri haline gelmiş, kısa zaman içinde hepsinin önüne geçmiştir. Siyasi gruplar günümüzde sosyal medya üzerinden tek tıkla milyonlarca alıcıya mesajını iletebilmektedir.

1.3.4. Geribildirim

Kaynak tarafından gönderilen iletinin hedefte yol açtığı etki ya da hedef tarafından iletiye verilen tepki geribildirim olarak ifade edilmektedir. Geribildirim alınması aynı zamanda alıcının iletişime yanıt vermesi ve süreci devam ettirme kararı vermesi anlamına gelmektedir. Geribildirim mevcut değilse tek yönlü bir tebliğ söz konusu olup bir iletişimden söz edilemez. Mesajın alınıp alınmamasına yönelik bir tepki görülemez. Bu nedenle iletişimin en önemli bileşenlerinden biri de geribildirimdir.

Siyasal iletişimin temel ve en önemli amacı hedef kitlenin/alıcının etkilenmesidir. Bu nedenle etki oluşup oluşmadığının tespit edilmesi de kaçınılmazdır. Siyasal iletişim çerçevesinde verilen iletinin seçmene ulaşp ulaşmadığı en kolay oy oranının yükselmesi ile anlaşılmaktadır. Diğer taraftan iletişim teknolojilerinde ortaya çıkan gelişmeler geribildirim anında görülebilmesini sağlamaktadır. Yeni medya unsurları, geleneksek medyaya kıyasla iletişim ve etkileşimin yüksek düzeyde olduğu bir alandır (Şaşmaz, 2019). Örneğin bir siyasi lider sosyal medya aracılığıyla bir ileti yayınladığında, saniyeler içinde geribildirim alabilmekte, gönderilen ileti birkaç saat içinde ülke genelinde en fazla sözü edilen konu haline gelebilmektedir.

1.4. Siyasal İletişim Bağlamında Örgütsel İletişim Kuramları

Siyasal iletişim süreci, günlük yaşamın her alanında mevcut olan, siyasal iletişim aktörlerinin bir arada yürüttüğü söylemlerin değişim çerçevesinde gerçekleşmesidir. Bu çerçevede siyasal iletişim aktörler, siyasete ilişkin farklı söylemler üreten liderler, medya uzmanları, baskı grupları, sendikalar vb. içeren bir grup olarak ele alınabilir. Siyasal aktörün etkili bir iletişimle alıcılarının değişime sevk etmesi, hedeflere ulaşmada onları yönlendirmesi mümkün olabilmektedir.

Lider, etkilemek istediği bireylerin eğitim ve zekâ düzeylerine göre farklı iletişim kanallarını tercih etmek durumundadır. Bazı alıcılar çift yönlü iletişime açıkken bazılarıyla yalnızca tek yönlü iletişim kurulması mümkün olabilmektedir (Göktaş ve Çarıkçı, 2015). Bu çerçevede iletişimin bütünlük bir yapıda olması gerekmektedir.

Grunig'e göre (2005; Akt, Savaş, 2015), "İletişim yönetimi aynı zamanda örgütsel iletişim anlamına gelir. Halkla ilişkiler/iletişim yönetimi, gerek iletişim tekniğinden, gerekse medya ilişkileri ve tanıtım gibi uzmanlaşmış halkla ilişkiler programlarından daha geniş kapsamlıdır." Bu bağlamda, iletişime yönelik faaliyetlerin stratejik bir biçimde yönetilmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır. İletişim hem içsel hem de dışsal paydaşları kapsayacak biçimde ele alınmalıdır. Özellikle günümüz şartlarında, iletişim ve teknolojinin bu denli gelişmiş olduğu bir süreç içinde dış çevreye uyum sağlamayı kolaylaştıran, belirsizliği en aza indiren bütünlük bir iletişim gerçekleştirilmesi, bütün aktörler için hayati önem taşımaktadır. Siyasal iletişimin bir parçası olan örgütsel iletişimde var olan kuramlar, bu alanda katkı sağlaması bakımından önem taşımaktadır. Aşağıda, örgütsel iletişim kuramlarına yer verilmektedir.

1.4.1. Paul Argenti/ Örgütsel İletişim Kuramı

Argenti'ye göre örgütsel iletişim; reklamcılık ve savunuculuk, imaj ve kimlik çalışmaları, pazarlama iletişimi, kriz iletişimi, iç iletişim, medya ilişkileri, kurumsal hayırseverlik, finansal iletişim, toplumsal ilişkiler, hükümet ilişkileri içermektedir (Ertekin vd., 2018).

Kurumsal iletişim Argenti'ye göre, iletişimin dört temel boyutunu ifade etmektedir. Başka bir ifadeyle kurumsal iletişim bir iletişim kanalını, bir fonksiyonu, hem dış hem iç paydaşlara ulaşmayı ifade edebilmektedir. Söz edilen temel boyutlar arasında bir fonksiyon, bir iletişim kanalı, bir süreç ve bir tutum veya inanç yer almaktadır. Fonksiyon boyutunda örgütsel iletişim fonksiyonu, iç ve dış paydaşlarla iletişimden sorumludur ve alt fonksiyonlar da içermektedir. Bu alt fonksiyonlar arasında yatırımcı ilişkileri, medyayla ilişkiler, örgütsel hayırseverlik, çalışan iletişimi, iç iletişim, hükümet ilişkileri, pazarlama iletişimi, toplumsal ilişkiler, örgütsel itibar gibi fonksiyonlar yer almaktadır. Örgütsel iletişimde kanallar basılı materyallerden, web sayfalarındaki ve bloglardaki materyalleri içermektedir. İletişim stili, tavır ve zamanlama iletişim süreçlerinde ön plana çıkmaktadır. Bazı örgüt yapılarında daha bürokratik bir tavır söz konusu iken, bazısında resmi olmayan bir iletişim modeli tercih edilebilmektedir. Çalışanlar ve yöneticiler

arasında, aynı zamanda genel itibarıyla serbest şekilde iletişimin gerçekleşmesi sağlanmaktadır. İnançlar ve tutumlar boyutunda ise bireylerle nasıl, hangi konularda iletişim kurulması gerektiği, iletişim kurmanın sahip olduğu değere yönelik inançlar söz konusudur (Görkem, 2013).

Paul Argenti'ye ait olan örgütsel iletişim tanımlamasında öne çıkan unsurlardan biri, özerk veya merkezi iletişim olgularının vurgulanmasıdır. Argenti, özerk ya da merkezi hale getirilen iletişimin kurumsal yapının büyüklüğüne, bölgedeki dağılımına, kurumun hizmetlerindeki çeşitliliğe bağlı olduğunu ifade etmektedir. Bunun yanında Argenti'ye göre (1996; Akt. Ertekin vd., 2018),

Argenti ayrıca, merkezi hale gelen iletişimin bütün iletişim türlerinin kontrol ve tutarlılığının sağlanmasını kolaylaştırdığını, fakat özerk iletişimin kendi gereksinimleri doğrultusunda iletişim fonksiyonunu düzenleme esnekliği sağladığını ifade etmektedir. Örgütsel iletişim alanında Argenti tarafından yapılan en önemli katkılardan biri, detaylı bakış açısı kazandırmaktır.

İletişimin bütünleştirilmesi gerektiği ile yetinmeyen Argenti, bütünleştirmede iletişim fonksiyonlarının, zamanlama-tavır-tarz gibi süreçleri biçimlendiren olguların da bütünleşmesi gerektiğini ifade etmiştir (Ertekin vd., 2018).

1.4.2. Alan Belasen/ Örgütsel İletişim Kuramı

Kurumsal iletişim kavramının ortaya çıkışını farklı nedenlere bağlayan Belasen (2008; Akt, Görkem, 2015), günümüzde kurumsal iletişimin yalnızca halkla ilişkiler ya da pazarlama tarafından düzenlenen bir işlev olmadığını, kurum içinde yer alan diğer fonksiyonların da bu alanda etki yaratabildiğini belirtmektedir. Bu nedenle yeni bir düzenleme yapılmalıdır.

Aynı zamanda yine Belasen'e göre (2008; Akt, Görkem, 2015), standartlaşma ve bürokratikleşme eğilimlerinin kurumsal büyüme ile paralel arttığını ifade etmektedir. Bu tek tipleştirme ya da standardizasyon, istikrar ve iç tutarlılığın sağlanabilmesi bakımından önem teşkil etmektedir. Fakat iletişimin sağlanmasında kullanılmakta olan politikalar, belgeler ve süreçler fonksiyonel bölümlerin her birinde ayrı biçimde yürütülmektedir. Bir başka ifade ile bölümlerin her biri kendine has bir yöntemi söz dizimi, tarz, şekil, jargon,

kavramlar belirlemiştir. Bunun yanında hangi medya kanallarını kullanarak hangi mesajları hangi hedef kitleye vermesi gerektiğini de belirlemiştir (Görkem, 2013).

Belasen'e göre örgütsel iletişim kavramı farklı sebeplerle ortaya çıkmıştır. Örgütsel iletişim, çalışanların ve yöneticilerin en önemli rolleri arasında yer almaktadır. Bölümler arasında dış ve iç iletişimde mecburi olarak ortaya çıkabilecek iletişim gereksinimleri ve beklentiler arasında bir denge kurulması, aynı zamanda verilen mesajların tutarlı olmasını sağlamak da bu rolün bir getirisi ve gerekliliğidir. Örgüt yapısının imajının gelişimi ve güçlü bir kimlik oluşumu için bu önemli bir ayrıntıdır (Ertekin vd., 2018).

Balesan'a göre örgütsel iletişim alanında ele alınan konular oldukça dağınık, çeşitli ve geniş çerçevelidir. Örneğin; halkla ilişkiler, itibar yönetimi, finansal iletişim, devletle ilişkiler, imaj yönetimi, medya ilişkileri, sorun yönetimi, sponsorluk, örgütsel reklâm, yatırımcı ilişkileri, değişim yönetimi, sosyal sorumluluk, paydaş analizi, örgütsel iletişim, müşteri ilişkileri, çalışanlarla ilişkiler, pazarlama iletişimi, yönetim iletişimi, örgütsel marka, liderlik iletişimi, teknolojik iletişim, örgütsel vatandaşlık, kriz yönetimi, örgüt içi iletişim, örgütsel kimlik, örgütsel kültür vb. birçok farklı konu başlığı bu çerçevede ele alınmaktadır (Görkem, 2013).

Bu dağınıklığın ve çeşitliliğin sebebi şöyle açıklanabilir, bilişim çağının sürekli olarak karmaşılaşan, değişen, bilginin hızla dolaştığı açık sisteme dayalı iş şartlarında; iletişim olgusunun örgütlerde bir departman ya da bir personelin sorumluluğuna bırakılamayacak kadar önem kazanmıştır. Bir örgüt içinde yer alan bütün departmanların artık birbirini ikna etmesi, birbirini anlaması iş süreçlerinin yürütülebilmesi, itibarın ve güven olgusunun korunabilmesi için son derece önemli ve stratejiktir. Bu çerçevede örgütsel iletişim kavramı da bulunduğu alanın özelliklerine göre değişmekte, şekillenmektedir (Tunçel, 2011).

Kurumsal iletişimin beklentilere yanıt verebilmesi için bazı işlevlerin yerine getirilmesi gerekmektedir. Belasen (2008; Akt, Vatansever, 2017), iletişim stratejilerinin işlevlerini dört başlık altında incelemiştir. Ona göre etkin bir iletişim stratejisi her şeyden önce hitap edilen kitlenin mevcut durumunun analiz edilmesidir. Bir başka deyişle kaynağın hangi çevrelerle irtibat kurduğu, çevre yapısı, hangi araçlar kullanılarak bu çevreye hitap edileceği, ne gibi mesajlar iletileceği, mevcut durum ile varılmak istenen yerin belirlenmesi, kurumsal iletişimde en önemli stratejiyi meydana getirmektedir.

İkincisi, kaynağın yürütülecek strateji ve faaliyetlerin kurumsal misyon çerçevesinde belirlenmesidir. Bir iletişim stratejisinin etkili olabilmesi, kurumun var olma amacı ile faaliyetleri arasında güçlü bir bağ oluşturmalıdır. Üçüncü işlev, ikinci işlevle ilişkili olup planlanan faaliyetlerin sıralamasının ve kurgusunun öncelik sırasına uygun bir biçimde hayata geçirilmesi gerekmektedir. Bu, stratejik etkinliğin artırılması bakımından önem arz etmektedir. Son işlev ise kurumun sahip olduğu kaynakların ortaya konması ve bunların en yüksek kapasite ile kullanılmasıdır. Bu çerçevede kurumun ayırt edici özelliklerinin de belirlenmesi ve ortaya çıkarılması gerekmektedir (Vatansever, 2017).

1.4.3. Van Riel/Örgütsel İletişim Kuramı

Örgütsel iletişim, bir örgütte yer alan bütün iletişim uzmanlarının ortak bir kararla belirlediği, stratejik bir çevreyi kullanarak iletişime yönelik faaliyetleri düzenlemeleri olarak ifade edilmektedir. Bu düzenlemelerin yapılabilmesi için önemli olan iletişime dahil olan bölümler arasında setlerin kaldırılabilmesi, iş birliği ile yürütülen bir çalışma yaşamının hayata geçirilmesidir. İletişime katılan bölümlerin kuruma bütüncül bir bakış açısı ile yaklaşması, ardından iletişim biçimlerinin amaçlara ulaşması için düzenlenmesi gerekmektedir (Görkem, 2013).

Örgütsel iletişimle ilgili en fazla çalışan iletişimcilerden bir tanesi Van Riel'dir. Riel (1992, Akt, Ertekin, 2017), kapsamlı bir örgütsel iletişim tanımı yapmıştır. Buna göre örgütsel iletişim "örgütün bağlı olduğu kitlelerle iyi ilişkiler geliştirmesine temel hazırlamak amacıyla, bilinçli olarak kullanılan tüm iç ve dış iletişim birimlerinin en etkili ve verimli bir şekilde eşgüdümlü bir hale getirilmesini sağlayan bir yönetim aracı"dır. Ona göre örgütsel iletişim üç alt grubun bir araya gelmesiyle oluşmuştur: Örgütsel iletişim, yönetim iletişimi ve pazarlama iletişimi.

Riel'e göre örgütsel iletişime yönelik ilk çalışmalar 1970'lerde ortaya çıkmıştır. Bu dönemde danışmanlık esasına uygun bir örgütsel iletişim söz konusudur. İngiltere'de uygulamaya konan örneklerin etkisi ile zamanla hem ulusal hem de küresel danışmanlık şirketleri tarafından devlet organlarına örgütsel iletişime yönelik hizmet verilmeye başlanmıştır. Bu hizmetler genel itibarıyla örgütsel imaj çalışmaları çerçevesinde verilmiş, ardından iletişim stratejilerinin tek tipleştirilmesi ile ilgili öneriler verilmeye başlanmıştır. Bu nedenlerle ilk etapta örgütsel iletişim imaj oluşturma ve monolitik bir kimlik ortaya koymak olarak değerlendirilmiştir (Ertekin, 2017).

Riel'e göre örgütsel iletişimde başarılı olunabilmesi için hedef kitlenin tutum, bilgi ve davranışlarında değişime yol açması, simetrik ve dürüst olması, fonksiyonellik, örgütsellik ve koordinasyon açısından ölçülebilir olmalıdır. Örgütsel iletişim, iletişim uzmanlarının orta bir strateji çerçevesinde hazırlanmaktadır. Bu çerçeve örgütsel kimlik, örgütsel strateji, örgütsel imaj üçgeni üzerine yapılandırılmalıdır. Bunun için de çeşitli bölümlerdeki iletişim uzmanlarının bir araya gelmesi, istenen örgütsel kimlik yapısına ulaşabilmek için ortak bir hareket noktası belirlemesi gerekmektedir (Görkem, 2013).

Her örgüt yapısında, yöneticiler zamanlarının önemli bir kısmını iletişime harcamaktadır. Bu nedenle iletişim, yönetimin yarısını oluşturmaktadır. Sosyal yaşamdaki gibi örgütsel yaşamda da iletişim hayati önem taşımaktadır. Örgütsel ve yönetsel alanda yöneticilerin astlarıyla iletişimi genel olarak bilgi ve görüş alma, bilgi verme, emir ve direktif verme; astların istek, öneri ve şikâyetlerini dinleme, astları disipline etme yöntemleriyle gerçekleşir. Yöneticiler aynı zamanda örgüt içinde ortak bir anlayış geliştirmek ve bu anlayışı pekiştirmek için de iletişimden faydalanırlar (Ertekin vd., 2018).

Riel, örgütsel iletişimde temel görevleri şöyle sıralamaktadır (Görkem, 2013):

- Kimlik, İmaj ve strateji etkileşimi dikkate alınarak istenen imaj ve kimlik arasında bulunan farkların en aza indirilmesine yönelik çalışmalar yapılması,
- Marka arkasında yer alan örgütün profilinin net biçimde ortaya konması,
- İletişim alanında kimlerin hangi görevlerden sorumlu olduğunun belirlenmesi,
- İletişime yönelik konularda karar alma süreçlerini hızlandıracak yöntemler geliştirilmesi ve bunların uygulanması,
- Örgütsel olarak belirlenen hedeflere ulaşmada iç ve dış desteklerin sağlanması.

Örgütsel iletişim kuramlarını geliştiren iletişimcilerin bakış açıları çerçevesinde örgütsel iletişim, örgüt içindeki ve dışındaki iletişimin yönetilmesini ve etkin bir iletişim ağı oluşturulmasını sağlayan, alıcı ve kaynak arasında iletişimi etkin hale getiren bir iletişim yönetimi olarak değerlendirilebilir. İletişimin bir bütün halinde stratejik hamlelerle sistemli bir biçimde gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Tıpkı örgütsel iletişimde olduğu gibi siyasal iletişimde de bütünleşik bir iletişim sistemi kolaylaştırıcı bir misyon üstlenebilir. Siyasal aktörlerin alıcıya mesajları doğru ve

gerektiği zamanda verebilmesinde iletişim yönetişimi önemli bir yere sahiptir. Tıpkı örgütsel yapı içinde yer alan departmanlar arasında olduğu gibi siyasal aktörler arasında da bir birbirini anlama ve birbirini tanıma süreci olması gerekmektedir. Aktörler birbirinden siyasal iletişim sürecinde oldukça yararlanmaktadır. Bu nedenle bir aktörün eksikliği, örgütsel iletişimde örneğin halkla ilişkiler departmanının artık olmaması gibi bir eksiklik ve aksaklık yaratabilecektir.

1.5. Siyasal İletişim Süreci Ve Yöntemleri

Siyasal iletişim süreci, farklı kanal ve araçlar kullanılarak uygulanabilmekte ve sürdürülebilmektedir. İçinde bulunulan dönemin getirilerinin ve olanakların bu alanda kullanılması mümkündür. Aşağıda siyasal iletişim sürecinin yürütülmesinde kullanılan temel yöntemlere yer verilmektedir.

1.5.1. Yüz Yüze İletişim

En etkili siyasal iletişim yöntemi olan yüz yüze iletişim, “canvassing” olarak da adlandırılmaktadır. Özellikle siyasi liderlerin sıklıkla kullandığı bu yöntem çerçevesinde adayların arasında zaman geçirilmekte ve seçmenlerle birebir tanışılabilir. Bu yöntem ilk kez Harry S. Truman tarafından 1948’de kullanılmıştır. İfade edildiğine göre Truman yüz yüze iletişim yöntemiyle beş yüz bin seçmenle görüşmüştür (Aktaş, 2004). Yüz yüze iletişimde alıcı, kaynak ve kanal bir aradadır ve sözlü iletişim ön plandadır. Taraflar, kendilerini beden dili ile de ifade edebilmektedir. Kişinin oturuşu, jest ve mimikleri, duruşu, el ve ayak hareketleri kişinin kişiliğine ve duygularına yönelik fikir verebilmektedir.

1.5.2. Uzaktan İletişim

Bu yöntemde alıcı ve kaynak birbirini direkt olarak görmemektedir. Bu iletişim biçiminde iletişim teknolojileri (DVD, CD vb.) ve klasik iletişim kanalları (telefon, faks, telgraf vb.) kullanılabilir. Afişler, billboardlar, el ilanları, broşürler, kişisel numaralara iletilen mesajlar bu iletişim biçiminin araçları olarak kullanılmaktadır. Bu iletişim yönteminde en önemli unsur, hangi mesajların hangi kitleye nasıl gönderileceğinin denetiminin sağlanmasıdır.

1.5.3. Kitle İletişimi

Kitle iletişimi yöntemi, kitlesel olarak alıcılara erişim sağlanabilen kanalları içermektedir. Radyo, gazete, televizyon, kaset, plak, uzaktan iletişim enstrümanları bu alanda değerlendirilebilir. Kitle iletişim araçlarında zaman içinde ortaya çıkan değişimler sonucunda siyasal iletişimdeki rolleri de değişmiş, adaylar bu sisteme ayak uydurmak durumunda kalmıştır. Siyasal gündem oluşturulması, parti ve adaylara yönelik algı operasyonları açısından kitle iletişim araçları çok önemli bir yere sahiptir (Uztuğ, 2012).

Gazete, kitle iletişim araçları arasında en eski dönemlerden beri kullanılması sebebiyle önemli bir yere sahiptir. Ardından radyo ve son olarak da TV kullanımı kitle iletişim araçları arasında zamanla önemli bir yer edinmiştir. Kitle iletişim araçlarının gittikçe yaygınlaşması, seçim anketlerinin yapılması, iletişim alanında uzmanların yetişmesi gibi birçok etken sonucunda dünya genelinde siyaset ve siyasete yaklaşımlar değişmiştir. Gelişmiş ülkelerde seçimlerin fonksiyonu, yönetime ilişkin mesajları kitleden yönetime ulaştırmaktır ve bu süreçte ortaya konulan oy tercihleri ise kitle iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçları, seçmenin siyasal kararlarını vermesinde belirleyici olabilmektedir (Algül, 2004). Öte yandan iletilmek istenen mesajların hedef kitleye doğru şekilde ve doğru zamanda iletilmesi için doğru araçların seçilmesi son derece önemlidir. Kitle iletişim araçları ile ilgili en önemli sorun, halkın bu araçlara tam manasıyla güvenmemesidir. Çünkü bu araçlara sahip olan sermaye sahipleri halkı manipüle edebilmekte, kendi menfaatleri çerçevesinde itibarsızlaştırma çalışmaları yürütebilmektedir.

1.5.4. İnternet ve Sosyal Medya

Bilgisayar kullanımı ve internetin 90'lı yıllardan sonra dünya genelinde gittikçe yaygınlaşması, yaşamın her alanında kullanılması ile önemi artmış, günümüzde ise vazgeçilemez bir unsur halini almıştır.

Elbette her alanda kullanılan internetin siyasal alanda da kullanımı söz konusudur. Özellikle siyasal katılım ve siyasal iletişim için internet kullanımı söz konusudur, bireylerin anlık olarak dünyanın bir diğer ucuyla bağlantıya geçebilmesi, gerçekleşen olayların anında dünya geneline yayılabilmesi mümkün olabilmektedir. Sınırsız bir

kullanım alanına sahip olan bu son dönem teknolojinin diğer kitle iletişim araçlarından ayrılan bazı özellikleri bulunmaktadır. Bunlar şöyle sıralanabilir (Karaçor, 2009):

- Karşılıklı İletişim: Bu özellik yeni iletişim teknolojilerinin klasik iletişim araçlarının tek yönlü işleyişlerine karşı en önemli avantajlarını oluşturmaktadır.
- Kitlesizleştirme: Tek tek bireylere özel mesajlar iletme ya da alma şeklinde mesaj değişimi sağlayacak özelliktedirler.
- Asenkron Olabilme: Yeni iletişim teknolojilerini kullananlar iletişimi istedikleri zaman başlatabilmekte, dondurmakta ya da bitirebilmektedir. Zamanlama ve iletişim sürecinde etkin olma kontrolünü kaynaktan alıcıya doğru kaydırmaktadır.

İnternet kullanımı, siyasi partiler için de farklı bir alan meydana getirmiştir. Seçmenler ve parti arasında iletişim sağlayarak interaktif bir etkileşim ortamı oluşturmuştur. Modern çağa ayak uydurmak adına siyasi partilerin birçoğu günümüzde interneti ve sosyal medyayı son derece aktif olarak kullanmaktadır (Öksüz ve Yıldız, 2004).

“Online” siyasal iletişime yönelik ilk faaliyet, Amerika’da kullanılmıştır. Özellikle 2000’lerden itibaren internet kullanımı yoğunlaşmış ve 2008 Başkanlık Seçimleri ile zirve yapmıştır. Obama, sosyal medya kanallarını aktif şekilde kullanarak seçim propagandalarını yürütmüş ve seçimden iktidar olarak ayrılmıştır (Genel, 2012). İlk kullanılmaya başlandığı dönemlerde bilgiye erişim sağlama ve haber alma amaçlarına hizmet eden internet, özellikle sosyal medya ağlarının milyonlarca kullanıcıya ulaşması ile bir sosyal iletişim aracı halini almıştır.

Sosyal medya genel olarak kullanıcıların karşılıklı olarak görüş, duygu ve düşüncelerini paylaştıkları, ilgi alanlarına göre etkileşim kurabildikleri web ortamı ve online araçları kapsamaktadır. Sosyal medya ortamları arasında wikiler, forumlar, bloglar, online sohbet siteleri, sosyal ağ siteleri RSS, podcastler yer almaktadır (Köseoğlu ve Al, 2013). İnternet ortamı seçim zamanlarında olduğu kadar seçim zamanı dışında da bireylerin kendi siyasi bakış açılarını yansıttıkları bir siyasi katılım alanına dönüşmüştür. Herkesin ve her kesimin bakış açısının, duygu ve düşüncelerini paylaşmalarına olanak sağlayan bu ortam günümüzde artık hayatın bir parçası haline gelmiştir.

İstatistiksel veriler ışığında yerli ve yabancı birçok sosyal medya kullanıcı olduğu ve bu kullanıcıların sayısının gün geçtikçe arttığı bilinmektedir. Bu kapsamda sosyal mecraların siyasal iletişim için önemi kaçınılmaz hale gelmiştir. Öte yandan sosyal medyada siyasi görüşlerin kısa zamanda yayılması ile bu alanda araştırmalar yapan kişiler için de yeni bir alan ortaya çıkmıştır (Köseoğlu ve Al, 2013). Seçmen kitlelerine ulaşarak bilgilendirilme, tutum oluşturma ve yönlendirmede bu araçlardan yararlanılması neredeyse zorunlu bir hal almıştır. Öyle ki toplumsal ve siyasal hareketler için sosyal medya ortamının, eylemleri ve tartışmaları duyurma ve organize etmede daha yoğun bir biçimde kullanıldığını ifade edilmektedir (Tarhan ve Fidan, 2016)

1.6. Siyasal İletişim Türleri

Siyasal iletişim türleri hedef kitlenin konumu, siyasi aktörün amacı, kullanılması planlanan iletişim araçları dikkate alınarak iç ve uluslararası siyasal iletişim olarak iki ana çerçevede incelenmektedir.

1.6.1. İç Siyasal İletişim

Siyasal iletişim temelde içe yönelik olarak gerçekleşmektedir. Siyasi aktörlerin ve partilerin ifadeleri ve özellikle seçim süreçlerindeki söylemleri ülke içinde bulunan seçmen kitlesini etkilemeyi hedeflemektedir.

Hükümetin ve devlet başkanlarının iç kamuoyu ile ilgili mesajları, çeşitli baskı grupları ve sivil toplum örgütlerinin verdiği siyasal mesajlar da amacı bağlamında içe yöneliktir. Ancak bazı durumlarda iç iletişimde dile getirilen ve hedef kitleye aktarılan bir söylem uluslararası alanda da yankı uyandırabilmektedir. Özellikle ülkelerin menfaatlerine yönelik veya bir ülkeye doğrudan mesaj verilmesi yerine iç kamuoyuna aktarılan dolaylı siyasal söylemler çok daha etkili olabilmektedir (Sevinç, 2020).

İç siyasal iletişim özellikle seçim dönemlerinde illere ve bölgelere göre ayrılmaktadır. Yerel siyasetçiler tarafından ifade edilen genel söylemler ve yapılan kampanyalar genel bir kapsamda değil seçim biriminin kamuoyuna hitap etmektedir (Bostancı, 2015).

1.6.2. Uluslararası Siyasal İletişim

Uluslararası siyasal iletişim, özellikle 20. yüzyılın ortalarından itibaren kitle iletişim araçlarının çeşitlenmesi ve değişmesi ile çok daha önemli bir hale gelmiştir.

Ulusal siyasi aktörler tarafından verilen içe yönelik bir mesajın da uluslararası alanda karşılık bulduğu görülebilmektedir. Bu konuda en sık kullanılan yöntem, devlet ya da parti liderlerinin toplantılar esnasında, anma, kutlama vb. etkinliklerde uluslar arası nitelikli mesajlarını orada bulunan topluluğa bildirmesidir. Gerçekte bu mesajın hedefi orada bulunan kişiler değil dış kamuoyu ve yöneticilerdir. Bu tür toplantılara medya özellikle davet edilmektedir çünkü medya aracılığıyla verilen mesaj ülke dışına ulaştırılabilmektedir. Uluslararası siyasal iletişimin başka bir tekniği ise olağan olmayan basın toplantıları yapılmasıdır. Bu gibi toplantılarda aktörler doğrudan mesajlarını uluslararası alanda istedikleri hedefe iletebilmekte ya da medyanın soruları bu yönde olabilmektedir (Sevinç, 2020).

Siyasal aktörler, daha fazla bireyin örgüte dahil olmasını sağlamak, kendi politika ve ideolojilerini haklı göstermek için meşruiyet odaklı çalışmalarını küresel ölçekte yürütmeye gayret göstermektedir. Çünkü hem bağlı olunan devletin genel meşruiyeti dışında kalınmamalı hem de kurumsal bilgilere ek olarak hedef kitleye hem ideolojik hem duygusal bir bilgi verme süreci benimsenmelidir (Sarı, 2008).

Günümüzde uluslararası alanda yürütülen siyasal iletişim bir tür pazarlama faaliyeti ile benzerlik göstermektedir. Klasik siyasal iletişim araçlarının yanı sıra çağın bir getirisi olan teknolojinin olanaklarından yararlanılması, gelişmelerin güncel olarak takibinin sağlanması, gelişen koşullara uygun hareket edilmesi gerekmektedir. Bu gerekliliklerin yerine getirilebilmesi için (Aydemir, 2011);

- Siyasi aktörlerin ve kamu yetkililerinin siyasal iletişime yönelik eğitim alması,
- Resmi kurumlarda, resmi temsilciliklerde bu konuyla direkt olarak ilgilenecek sorumlu kişilerin bulunması,
- Dış politika çerçevesinde diğer ülkelerin iç ve dış gelişmelerinin, gündemlerinin küresel düzeyde takip edilmesi,
- Teknolojinin daha etkin kullanılabilmesi için gereken altyapı sistemlerinin, veritabanlarının ve bilgi işlem yönetiminin sağlanması,
- Siyasi aktörlerin diğer ülkelerin basını ile düzenli görüşmeler yapması, yakın takip, sürekli izleme, etkin yönlendirme gibi sistemlerin kusursuz işletilmesi,

- STK’larla iş birliği yapılması gibi unsurlara çok dikkat edilmesi gerekmektedir.

İletişim, sosyalleşme ve toplumsallaşma için hayati öneme sahiptir. İletişim kavramı içinde yer alan alıcı, kaynak, mesaj ve kitle iletişim araçları gibi temel unsurlar, siyasal iletişim alanında siyasal aktörleri meydana getirmektedir. Özellikle medya, zaman içinde siyasal iletişim süreçlerinin vazgeçilmez bir parçası halini almıştır (Eraslan ve Küçük Durur, 2018).

Siyasal iletişim, sembol ve sözcüklerden meydana gelir ancak en önemli unsur stratejidir. Stratejik iletişim, seçmene yönelik beklentilerin siyasi lider tarafından fark edilmesini sağlamaktadır. Stratejik bir iletişim uygulaması ile ana temalar, temel sorunlar, hedef kitle gibi unsurlar belirlenmekte olup siyasi alanda temel unsur haline getirilmektedir. Siyasi alandaki kampanyaların profesyonel hale gelmesi ile yani bilgi ve iletişim teknolojilerinin tam kapasite kullanımı ile kamuoyu oluşturulması kolaylaşmış, seçimlerden önce seçmen kitlenin beklentilerine yönelik bir bakış açısı ortaya çıkarılabilir hale gelmiştir. Siyasal iletişim sürecinde en etkili ve önemli unsur, stratejilerin ve tekniklerin doğru belirlenmesi, doğru hedef kitle üzerine doğru kitle iletişim araçları ile aktarılmasıdır. İletişim ve bilgi teknolojilerinin son derece gelişmiş olduğu günümüzde bütün medya kanalları, siyaset aktörleri ile hedef kitleler arasında bir köprü konumunda bulunmaktadır.

Günümüzde siyasal iletişim, propaganda ve medya arasında güçlü ve organik bir bağ bulunmaktadır. Bu çerçevede siyasi aktörlerden biri olan siyasi partiler, seçim çalışmaları çerçevesinde kendilerini, düşünce yapılarını, projelerini, vaatlerini seçmen kitlelerine anlatmak amacıyla kitle iletişim araçlarını kullanarak alıcılara ulaştırmak ve onlar üzerinde bir etki yaratmak amacı taşımaktadır. Ayrıca amaç yalnızca seçim sürecinde oy kazanmaktan ziyade, oluşturulan etkinin sürekli olmasının sağlanmasına dönüşmüş durumdadır.

2.BÖLÜM: SİYASİ PARTİLERİN İLETİŞİM SÜRECİNE KATKIDA BULUNAN BİR GÖRSEL KİMLİK UNSURU OLARAK LOGO

Çalışmanın bu bölümünde genel çerçevede görsel kimlik kavramına, kurumsal görsel kimliğe, kurum kimliğine, görsel kimliğin kurum imajına etkisine literatür bilgileriyle yer verilmiştir. Görsel kimliği oluşturan unsurlar sembol, tipografi, renk, amblem, logo, logotype ayrıntılı bir şekilde ele alınarak görsel kimlik unsuru olan logonun siyasi partilerde kullanımı incelenmiştir.

2.1. Görsel Kimlik Kavramına Genel Bir Bakış

Modern tarzdaki görsel kimlik tasarımlarının ilk örneklerini 19. yüzyıl Kıta Avrupa'sında ve İngiltere'de kullanılan ticari semboller temsil etmektedir. 1900'lü yılların ilk çeyreğinin geçilmesinin hemen akabinde dünyada yaşanan ekonomik ve politik krizler kurumsal kimlik tasarımlarının da büyük ölçüde başkalaşmasına neden olmuştur. 1930'lu yılların sonunda Bauhaus Ekolü'nün mimaride ve sanatta ortaya koyduğu yalın tasarımlar kurum iletişimlerine de etkilemiştir. Dünya genelinde 1950 den 1970'lerin başına kadar görsel kimlik tasarımları nitelik ve nicelik olarak artış göstermiştir. 1970'lerde yaşanan sosyo-ekonomik buhranlar nedeniyle tekrar bir gerileme dönemine girse de 1980'lerde tekrardan ivme kazanmıştır (Yıldız, 1996). Fakat şu açıktır ki görsel kimliğin önemi gün be gün artmaktadır. Daha önce kurumlar bünyesinde halkla ilişkiler birimlerinin alt bir pozisyonu olarak görülen görsel kimlik günümüzde kendine daha önemli ve bağımsız bir konum elde etmiştir (Ustaoglu, 2012).

Kurum kimliğinin en temel parçasından biri görsel kimliktir. Kurumsal görsel kimlik öğelerinin nasıl tasarlandığı hedef kitleyi meydana getiren bireylerin ilgili kurum hakkında oluşturacakları izlenimlerinde önemli bir role sahiptir (Jun vd., 2008: 386). Görsel kimlik; semboller, renkler, yazı stilleri gibi görsel emarelerin birlikteliğinden teşekkül eder.

Bir kurumun temel niteliklerini semboller ve metinler ile ifade ediş biçimi görsel kimlik olarak tanımlanabilir (Okay, 1999). Buna göre görsel kimlik; göstergelerin yanında, kurumsal politika şekli de kurumun ne olduğunun bilgisini veren ve kurumun imajıyla doğrudan etkileşim halinde olan yapı taşlarıdır (Peltekoğlu, 2007).

Kurumsal görsel kimliğin meydana getirilme süreci üç aşamadan meydana gelir. Bunlar; planlama çalışmaları (strateji), işlevsel eylemler (operasyon) ve tasarım basamaklarıdır. Stratejik basamak; kurumsal kimlik, markalaşma ve küresel etki alanlarını kapsar. Operasyonel basamak da ise görsel kimliğin sistemi, tasarım aşaması ve sürdürülebilirliği ele alınır. Bu basamakta görsel kimlik sistemi üzerine planlar geliştirilir. Görsel kimliğin en önemli unsuru olan logonun, kurumsal ismin, kullanılacak renklerin yazı karakterinin nasıl olması gerektiği ise son basamak olan tasarım aşamasında gerçekleştirilir. Bu basamakta görsel kimlik öğelerinin hedef kitle üzerinde yaratacağı etkiler üzerine tahliller yapılır. Bir tasarım, kurumun kimliği ile imajı arasında bir noktada bulunur. Kimlik “kurumun ne olduğu” tasarım “kurumun ne olmak istediği, imaj ise “kurumun ne şekilde algılandığı”dır. Tasarımın oluşturduğu şey kurumun kimlik ve imajını doğru bir şekilde aktarabilen semboller meydana getirmektir. Burada unutulmaması gereken nokta tasarımın imajı yaratmadığı, imajın algıya ait olduğudur (Mozota, 2006).

Aldersey Williams (1994’den aktaran. Okay, 2003) görsel kimliğin yalnızca görsel aktarım işlevi görmediğini, aynı zamanda kurumun yapısal özellikleri ile de bağlantıya sahip olduğunu söylemiştir. Kurum ne olduğunun görsel bir dil kullanılarak hedef kitlelere iletilmesi görsel kimliğin problemidir. Görsel kimlik ile kurumun sahip olduğu yapısal özellikler arasında güçlü bir ilişkinin varlığı söz konusudur. Çünkü görsel kimliğin yaratılması aşamasında tasarımcıların ortaya çıkacak tasarımla neyin ifade edilmek istendiğini aktarabilmesi için ilgili kurumun karakteristik özelliklerine vâkıf olmaları gerekmektedir. Görsel kimlik markanın çizelgelerini yansıtarak iletişim stratejisinin bir parçasını meydana getirir. Kurumsal görsel kimliğin dört temel başlığa ayrılabilir (Dowling, 1994; Melewar ve Saunders, 1998; Topalian, 1984): Bunlar isim, logo, renk ve tipografidir.

Bu dört temel başlığa ek olarak “kurum sloganı” kavramının da Van Den Bosch (2004) tarafından kurumsal görsel kimlik sisteminin ana başlıklarından biri olması gerektiği belirtilmiştir. Klasik kimliğin öğeleri isim, logo, renk, mimari ve renklerdir. Klasik kimlik öğelerinin en az birinin geleneksel olmayan ve alışılmadık bir şekilde kullanımı klasik olmayan, modern bir anlam ortaya çıkarır. Kimliğin bu alışılmışın dışına çıkarılmış şekli iletilmek istenen mesajın kuvvetlendirilmesinde kilit bir rol oynar (Vella ve Melewar, 2008). Kurumsal stratejinin doğru belirlenememiş olması ve kurumsal iletişim mekanizmalarının zayıflığı görsel kimliğin zayıf bir etki yaratmasına neden

olabilmektedir. Güçlü bir kurumsal görüntüye sahip firmaların reklam ve ürünleri kısa sürede büyük etki yaratırlar. Bu etki, kullanılan renk, yazı karakteri, logo ya da tüm bu unsurların bileşimi sayesinde kazanılmış olabilir (Özütrk, 2006). Güçlü bir etki yaratan kurumsal görsel kimlik için ortaya koyulan tasarımlardaki tercih edilen renklerin; insanlar üzerinde yaptığı etkilerinin, derin anlamlarının ve çağrışımlarının ortaya koyulan çalışmayla uyumlu olması gerekmektedir (Ustaoglu, 2012).

Kurumsal görsel kimlik kurumun ifade edilmesinde mühim ve duyulara hitap eden bir olgudur. Ve de iletişim dilinde “tutkal” olarak adlandırılan bir işleve sahiptir. Kurumsal görsel kimliğin kurumsal iletişimde önemli bir paya sahip olduğunu kolaylıkla söyleyebilirsek de iletişim ve yönetim ilişkileri literatüründe kendine pek fazla yer bulamamıştır. Kurumsal görsel kimlik üzerine yapılan çalışmaları iki farklı gruba ayırmak mümkündür. İlk grup çalışmalar kurumsal stratejinin kurumsal görsel kimlikle olan bağlantısı üzerinedir. İkinci grup çalışmalar ise kurumsal sembollerin hedef kitleler üzerindeki etkilerine yönelmişlerdir (Van den Bosch vd., 2006).

Kurumsal görsel kimlik; kurumun felsefesini içerde ve dışarda etkileşim halinde olduğu kişilere sunması bakımından mühim bir görev üstlenir. Kurumun ilkeleri ve arzuları bu yolla kişilere aktırılır. Kurumsal görsel kimlik kurumsal iletişim sürecini meydana getiren dört işleve sahiptir. Bu işlevlerden ilki “anımsanabilirliği” güçlendirmesidir. Görsel kimlik, kullandığı şekiller ile kurumun hemen ve kolayca anımsanmasını sağlar. İkinci olarak görsel kimlik kurumun “sembolizasyonunu” gerçekleştirir. Bu da kurumun imajına ve bireyler nezdindeki itibarına katkıda bulunur. Üçüncü olarak görsel kimlik bir kurumun çeşitli kısımları arasındaki bağlantısını ve karşılıklı ilişkisini “görselliğin tutarlılığı” işleviyle kurum dışı bireylere ifade eder. Kurum içi bireylere yönelik olan dördüncü işlev ise kurumun bütününün ya da yalnızca ilgili departmanın kurumsal görsel stratejisini içselleştirmesi yoluyla “kimliklendirilmelerini” sağlamaktır (Van den Bosch vd., 2006).

Van den Bosch başta olmak üzere diğer kurumsal kimlik teorisyenleri de kurumsal görsel kimliğin anımsanabilirliği kolaylaştırma ve sembolizasyon gibi kurum dışı bireyler yönelen işlevlerine yanında kurum içi etkileşim dahilinde bulunan bireyleri ilgilendiren kimliklendirme işlevini de ele alarak etraflı bir tanımlama yapmışlardır. Baker ve Balmer (1997: 368) ise kurumların görsel kimliği iki ana hedef üzere kullandıklarını ortaya koymuşlardır. Bunlardan ilki kurumun geleneksel ilkelerini vurgulamaktır. Geleneksel

ilkelere bağılı kültürel değerler görsel kimliğin uygun bir şekilde aktarılmasında önemli role bir sahiptir. İkinci hedef ise kurumun iletişim çalışmalarının yapı taşlarını meydana getirmektedir. Hynes (2009) da kurumsal görsel kimliğin, kurumsal imajın benimsenmesinde ve idame ettirilmesinde etkisinin olduğunu söylemektedir. Kurumsal görsel kimlik kurumun kendini geliştirmesi bakımından da kritik önem arz etmektedir. Kurumu geliştiren ve diğerlerinden ayıran motivasyon; kendine has özelliklere sahip olarak tasarlanan kurumsal görsel kimlik öğeleridir (Ustaoglu, 2012).

2.2. Kurumsal Görsel Kimlik ve Kurum Kimliği

Kurumsal kimlik; bir kurumun, ürününün veya hizmetinin adından, sembolüne, taşıt araçlarının tasarımından işletme binasının genel görünümüne, iç dekorasyonuna, işçilerin kıyafetinden, elemanların davranış ve tutumlarına, kurumun yönetim şeklinden, işletme sistemine, çalıştırdığı yöneticilerin kalitesinden, üretimine, hizmet anlayışına, reklam ve halkla ilişkiler çalışmalarında kullandıkları her türlü görüntü, stil ve mesajlara kadar uzanan, stratejileri belirlenmiş, planlı, birbiri ile koordinasyonlu, uyum içinde çalışan bir güç birliği, sistem bütünlüğüdür (Ak,1998). Balmer (2001)'a göre ise kurum kimliği; “örgütleri farklılaştıran ve ayırt edilmesini sağlayan öğelerin karması” olarak tanımlanır.

Kurum kimliğine farklı bir tanımda şu şekilde bir anlam verilmiştir: ‘Kurumun kendisini faaliyette bulunduğu pazarda nasıl gördüğü ve nasıl konumlandığı ile ilgili olmakla birlikte kurumsal strateji ve hedefler ile aynı doğrultuda ilerlemektedir’ (Topalian, 1984, Melewar, 2003'den aktaran Alkibay v.d 2007). Bartholmé (2011) ise kurum kimliğini “kurum ile ilgili anlamlar bütünü ve bu anlamlar bütününün kurum içi ve dışı hedef kitleler tarafından bilinmesi süreçleri” olarak tanımlamaktadır. Görüldüğü üzere kurum kimliği kavramı hususunda farklı bakış açıları pek çok farklı tanıma neden olmuştur. Yapılan farklı tanımlamalar içinde kimi açıklamalar kurum kimliğini bir kuruluşun genel görünümü olarak nitelendirmektedirler. Bu genel görünüm; hem çalışanların tabii oldukları ilkeler, personel performans yönetimi stratejileri, sosyal etkinlikler vb. içsel durumlar hem de kurum binasının mimarisi, müşteri ilişkiler ve reklam gibi kurumun vitrinini oluşturan hususlardan meydana gelmektedir (Okay, 2008).

Bir kuruluşun kurumsal görsel kimliğini; kurum kimliğinin temelinde bulunan özelliklerin dışsal betimlemeleri ve dâhili bir aidiyet olarak tanımlamak mümkündür.

(Akıncı ve Kesken, 2012). “Kurumsal görsel kimlik, kurumsal tasarımın semboller aracılığı ile yönetimini kapsamaktadır (Balmer, 1995)”.

R. H. Bartholme ise kurumsal görsel kimliği; “ kurum kimliğinin en gözle görülür boyutu olarak kurumun kültürü ve mevcut değerleri ile kurumun fiziksel olarak ayırt edilmesi ve tanınması kurum adı sembolü ve ya da logosu, tipografisi, rengi ve sloganı şeklindeki beş element üzerindeki çalışmaları içermektedir(Bartholmé, 2011)” şeklinde tanımlamıştır.

Van Riel ve Balmer (1997)’ın iletişim, sembolizm ve davranış olarak üçlü bir yapıdan oluşan kurumsal kimlik karmasına göre kurumsal görsel kimlik, kurum kimliğinin sembolik bir yapıtaşı olarak tanımlanabilir. (Baker ve Balmer, 1997; van den Bosch v.d 2005). Kurumsal görsel kimliğin en önemli yapıtaşlarından biri olan semboller ise “örgütlenmiş sosyal hayatın vazih ve gözlemlenen tarafını meydana getirmektedirler.

Örgütlenmiş bir yapının geleneklere ve birikimlere bağlı işlevsel işlemlerini ve bunun bir ürünü olan kimlik kavramını anlayabilmek, o örgütü meydana getiren sistem dâhilindeki bireylerin refleksiyonlarının ve olaylar karşısındaki tutum ve tavırlarının ilgili örgütün ortak aklı yordamıyla meydana geldiğini kavrayabilmeye bağlıdır. Bu sebeple yukarıda bahsedilen tüm olgu ve fenomenlerin idrak edilmesi için sembollerin ve örgütsel sembolizmin anlaşılması ve bu konunun derinlemesine tahlil edilmesi gerekmektedir. . “Semboller örgütsel yaşamın en önemli gerekliliklerindendir. Semboller örgütün bir ürünü olmaktan çok, örgüt üyelerinin hisleri, bilgileri ve davranışlarının oluşumunda etki eden elementler olarak tanımlanmalıdır (Rafaeli ve Worline, 1998)”. Kısaca semboller örgütlenmiş sosyal hayatın bir nişanı ve kuruluşların belirteci olarak ifade edilen ve açık bir şekilde görülebilen olgular olarak açıklanabilirler.

Kurumsal itibar kavramı bir kurumu diğerlerinden ayıran temel kalitatif özellikleri olarak ifade edilebilir. Bu perspektiften ele alındığında kurumsal semboller bir kurumu diğerlerinden farklı bir noktaya taşıyacak araçlar ve kurumsal görsel kimlik göstergeleri şeklinde kendilerine yer bulmaktadırlar (Akıncı ve Kesken, 2012).

Kurumsal yapı tasarımı, görsel kimlik ifadeleri ve ilkeleri ve bir kurumun tamamını tek bir gösterge altında buluşturan bir logo ve belirlenen bu logo ile uyumlu bir şekilde tasarlanan diğer görsel kimlik elemanları; ürünler, hizmetler ve iletişim planlarıyla

birlikte kurumsal itibarın kazanımı sürecine yardımcı olmaktadır (Fombrun ve Van Riel, 2004'dan aktaran van den Bosch v.d, 2005).

2.3. Görsel Kimliğin Kurum İmajına Etkisi

Graham Dowling kurumsal kimliği, " bir örgütün kendini insanlara tanıtırken kullandığı semboller" şeklinde tanımlamaktadır. Dowling çalışmalarında örgütlerin görsel kimlikten nasıl yararlandıklarını analiz etmiş ve bu örgütlerin grafik tasarımlarını iki ana hedefe ulaşmakta kullandıklarını ortaya koymuştur. Bunlardan ilki, örgütün gelenek ve birikimlerini vurgulamak; ikincisi ise örgütün sosyal iletişim ve etkileşim gayretlerine temel oluşturulmak istenmesidir. Buna ek olarak Melewar ve Saunders ise kurumsal görsel kimliğin, örgütün tüm mensuplarına kendi itibar, kalite ve tarzlarını aşılayan bir yanı olduğunun göz ardı edilmemesi gerektiğini ifade etmişlerdir (Dündar, 2013).

L. M. Bosch ve J.L. Elving, görsel kimliğin; kurumda yürütülen bir işin ve o kurumun temel niteliklerinin en mükemmel ve en sade biçimde aktaran ve bunu sembolleştiren kavram olduğunu söylemişlerdir. Julien Behaeghel'e göre görsel anlatım, görsel dilin adeta kelimeleri olan renklerin, simgelerin, şekillerin vb. tüm öğelerin birlikte harmanlanmasına olanak sağlayarak ortaya bütün yazınsal türlerden daha etkili, dilsel engeller olmadan ve akılda kalıcı bir yapı ortaya koyabilmektedir (Dündar, 2013).

Görsel kimlik çalışması yapılırken görsel kimliğin; kurumun güçlü yönlerinin, diğer kurumlarla rekabet pozisyonunun vb. durumlarda hedef kitlenin ihtiyaç ve algılarını belirlemede önemli bir rol oynadığı unutulmamalıdır. Kurum imajını oluşturan etmenler hedef kitlenin o kuruma karşı gösterdiği duygusal ve akılsal tutumlar iken, görsel kimlik daha çok dışarıdan kurumun nasıl görüldüğüyle alakalıdır. Bundan dolayı kurumun kendi üyeleri içindeki iletişim de duygusal bağlamda kurumsal imajı etkilemektedir (Dündar, 2013).

Kurumun adı ve kullandığı semboller o kurumun görsel kimliğini meydana getiren en önemli öğeleridir. Görsel kimliğin oluşturulmasında ilgili kurumun resmi isminden yararlanılabileceği gibi kurumun kimliğini vurgulayacak şekillerde kullanılabilmektedir. Kurumun ismi ve logosunu oluşturan şekiller, semboller, renkler, yazı karakterleri ve istifade edilecek sloganlar kurumun görsel vitrinini meydana getiren göstergelerdir. (Jefkin,1989)

2.4. Görsel Kimliği Oluşturan Unsurlar

2.4.1. Sembol

Symbolein şeklinde Antik Grekçeden literatüre geçen sembol, buluşma ve birleşme anlamındadır. Osmanlıcada remiz, Türkçede simge sembol ile aynı anlamı taşımaktadır. Sembol birleştirici öge kavramıyla felsefe ve mitoloji literatürüne de girerek burada symbol şeklinde kısaltılmıştır. Bu iki alanın dışında sosyoloji, psikoloji, teoloji, dil ve deney bilimleri gibi pek çok alanın vazgeçilmez kavramı olmuştur (Güler, 2016).

İmgeler, kişisel anlamları barındırırken semboller daha yaygın ve genel ifadeleri temsil eder. Barışı temsilen güvercin, ayrılığı temsilen gemi, özgürlüğü temsilen bayrak gibi semboller pek çok toplumda ortak anlamları ifade eder. Kendisinin dışında bir şeyi, bir fikri, bir niceliği, bir niteliği çağrıştıran işaret olabilmektedir (Tökel, 2001).

Sembol, sembolün kullanımı, sembolizm ifadelerinin pek çok farklı bilim dalında pek çok farklı tanımı vardır. Sembol ile ilgili tanımlamaların bazıları şöyledir: Sembol, görünemeyen şeylerle olan ilişkinin tasvir edilerek görünür hale getirilmesidir. Yani duygularla algılanamayan kavramların somut hale getirilme aracıdır (Güler, 2016). Rıza Kardaş’a göre “remiz, alem, misal, timsal ve alamet karşılığında kullanılan sembol; duyu organlarıyla idraki imkansız herhangi bir şeyi, tabii bir münasebet yoluyla hatıra getiren veya belirten her türlü müşahhas şey yahut işarettir”. Benjamin Franklin Kimpel’e göre “sembol kendisinden başka bir realiteye dikkat çeken, bir şeyin yerine geçen veya onu tasvir eden bir nesne, bir fiil veya insanlar tarafından yapılmış herhangi bir işarettir.” (Ateş, 2012). Cemal Yıldırım’a göre, “kendi dışında bir nesne, ilişki, değer veya önermenin yerini tutan im veya işaret” şeklinde tanımlanmıştır (Koca, 2010). Ayrıca Frolov sembolü iletişim bağlamında işaret ve imgelerin potansiyellerinin bir araya getirmesi olarak yorumlarken. Przyulski ise insan bilincinin evrilmesi ile sembollerin çeşitliliğini ilişkilendirmektedir (Ateş, 2012).

Semboller temel olarak şu üç özellik ile ifade edilebilir:

- Bir ilkeyi göstermesi
- Farklılıkları birleştirmesi
- Çok anlamlılığa uygun olması (Güler, 2016)

Sembolün tesiri onun neyi ne kadar temsil etmesiyle ilişkilidir. Örneğin, Amerikan toplumunun gücünü temsil etmesi amacıyla Amerika Birleşik Devletlerini atmaca kuşu temsil etmektedir. Avrupa Topluluğu farklı büyüklükte ve farklı kültürlerde devletlerin bir arada ve eşit olduklarını temsilen on iki yıldızlı bayrakla temsil edilmektedir. Semboller pek çok sosyal değeri, inancı ifade edebilmektedir. Semboller değerler ve hisler hakkında bilgi verir ve onları fiiliyata geçirir. Toplumlar bir sembol oluşturarak bu bağlamda insan ilişkileri, davranış, düşünce gibi değerlerin belirginleşmesini sağlar (Türkkahraman, 2000; aktaran Güler, 2016).

Pek çok sembol evrensel özelliğe sahiptir. Evrensel özelliğe sahip olan semboller her kültürde ortak anlam taşımaktadır. Zaman içerisinde oluşmuş toplumlara mal olmuş ve süreç içerisinde kültürden kültüre, toplumdan topluma aktarılmasıyla ortak değer olmuştur. Bunda sembollerin soyut nitelik taşıma özelliğinin payı vardır. Evrensel sembollere örnek olarak barışı temsilen kullanılan beyaz güvercin ve zeytin dalıdır (Özder, 2008).

Sembol işaret ve gösterilenden bir bütün oluşturarak soyut olan kavramı somut bir şekilde ifade etmeyi hedef alan anlatım biçimidir. Sembol içerisinde delalet eden ve delalet edilen kavramlarını barındırır. Fakat hiçbir zaman delalet eden kendisine delalet edileni her şeyiyle ifade etmemektedir. Betimlemeye veya zihinde canlandırmaya yardımcı olmaktadır. Bireyin veya sosyal bir sistemin yüklediği anlamla var olabilir. O yüzden hiçbir sembol kendiliğinden oluşmaz fakat her şey sembol olabilme özelliğine sahiptir (Düzenli, 2001).

Sembol kavrama gücünü uyandırma, yaşanmış duyguları canlandırma gibi işlevsel gücü sayesinde Hermetizm ile ilgilenenler tarafından da kullanılmaktadır. Ezoterik ekollerin sembolü kullanma nedeni olarak onun sağladığı olanaklara bakmak gerekir.

Sembol;

- Yansıtma özelliğine sahiptir,
- Gösterirken aynı zamanda gizler,
- İfade ettiği soyut değerleri anımsatır, paylaşır ve anlaşılır olmasını sağlar,
- İnisiyelerin birbirini tanımasına, tanışmasına ve anlaşmasına vesile olan aracıdır,
- Arketipleri gösterdiği gibi onları tekrardan oluşturur,

- Belirli bir bilgi veya anlayışı ona aşina olanlara açar, olmayanlardan gizler,
- Keşfin ve sezginin anahtarıdır. (Ersoy, 2000)

Her sembolün iki unsuru vardır. Bunlardan birisi, sembolleştirilen veya sembol olarak kabul edilen madde diğeri ise maddenin çağrıştırdığı manevi gerçektir. Her iki unsurun birlikteliğinden ortaya çıkan sembol, hayatın her alanında olabilir (Atasağun, 1997).

2.4.1.1. Kültürel İlişki Açısından Sembol

Kültür ve sembol ilişkisini daha iyi kavrayabilmek için kültür ile ilgili yapılan tanımlamalara bakmak gerekir. Edward Sapir, kültürü “varlığımızın yapısını (ilişkilerini) belirleyen, sosyal bir süreçle öğrendiğimiz uygulama ve inançların, maddi ve manevi öğelerin birliğidir” olarak tanımlamıştır. Miniard, Blackwell ve Engel ise kültürü, “toplumun bir üyesi olarak bireyin çevresiyle iletişim kurmasına, belirli davranışları sergilemesine, çevresinde cereyan eden olayları belirli düşünce kalıpları yardımıyla yorumlayıp değerlendirmesine yardımcı olan değerler, fikirler ve semboller dizisidir” şeklinde açıklamaktadır (Koca, 2012).

Kültür için semboller bütünüdür ifadesi kullanılabilmektedir. Çünkü bir nesne tek başına bir anlam ifade etmez. Onun temsil ettiği anlamlar ve ifadeler önemlidir. Bir bayrakta onun ifade ettiği semboller ona anlam katmaktadır (Bahar, 2005).

Kültür, bulunduğu topluluk tarafından anlaşılan sembolleri içerir. Bu semboller ise toplum aracılığıyla oluşturulmuştur. Böylece toplum içerisinde ki bireylerin etkileşimini sembol sağlar. Geertz, kültürü semboller ve/veya anlamlar sistemi olarak ifade etmektedir. Kültürün sembolik ifadesinde ortaklaşa oluşmasına ve paylaşılabılır olmasına vurgu yapılır. Bu durum kültürel sistemlerin belirli zamanlarda belirli sosyal paydaşlarla olan ilişkisine dikkat çekmektedir (Beşirli, 2011).

Kültürün görülen ve görülemeyen unsurlarını semboller ifade etmektedir. Semboller kullanıldığı yerlerde o topluma ait kültürel çağrışımları canlandırır ve aynı düşünceleri sağlamaya çalışır. Kültürel öğelerde en sık semboller kullanılmıştır (Koca, 2012).

Antropolog ve sosyologlar kültürü sembolist bakışla, toplumsal yapı veya toplumsal davranış hareketlerinden oluşmadığını öne sürmüşlerdir. Topluluk üyelerin yükledikleri anlam depolarıyla bir araya gelmektedir. Topluluk sembolik bir oluşumdur yapısal

değildir. Bu anlamlarla toplumsal gerçeklik simgesel olarak dışa vurur (Bilgin, 2011). Sembolleri içinde oluştuğu, yaşadığı toplumdan ayrı düşünmemek gerekir. Ve buna göre değerlendirilmelidir. Son olarak sembollerin toplumu birleştirici özelliğinin yanı sıra ayırt edici etkisinin de olduğunun bilinmesi gerekmektedir (Ersoy, 1990).

Bir topluluğun ulus hüviyeti sadece somut verilerle değil, yazısız kural, söz, töre ve mit gibi unsurlarla oluşur. Kültürün etkisi siyasal sembollerde etkisini gösterir. Kadim bir toplum olan Türk milleti binlerce yıllık birikime sahiptir. Bu birikim ve tarihsel miras milli sembollerde görülmektedir. Bugüne kadar oluşan milli semboller bireyleri bir arada tutan baskın unsurlardır (Güler, 2016).

Türk kültüründe damgalar simgesel anlatım biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Belirleyici ve tanımlayıcı özelliği vardır. Boy ve sülaleler için birer soyut kimliktir. Bir iletişim aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca sembolik, soyut ve saf anlatım dili olarak görülmektedir. Türklerin ilk yazılı eserlerden bile önce damgaları kullandıkları bilinmektedir. Damga Türk kültüründe im, en adında anılmaktadır. Tarih öncesi çağlara kadar uzanıp varlığı bugüne kadar gelmiştir. Damgalar taş, ağaç, kaya, deri, hayvan, bayrak, silah, zırh, madeni eşya, mezar taşı, mücevherat, çanak, çömlek, giyim, mimari yapı gibi çok geniş alanlarda kullanılmıştır. Ayrıca Orta Asya, Avrasya, Kafkasya gibi bölgelerde mitolojik, kozmogonik, ekonomik, kültürel, dinsel boyutlarıyla bir iletişim aracı olmuştur (Güllüdağ, 2015).

2.4.1.2. Siyasal Sembol

Sosyal ve siyasal kimlikleri belirleyen sembolik yapı siyasi sembolizm ile ifade edilmektedir. Grup ve toplulukların ortak tasarımı olan semboller kişiyi yönlendirmeye ve siyasal dünyayı anlamlandırmaya yardımcı olmaktadır. Siyasi sembolizm milliyetçi, komünist, kapitalist ve meşrutiyeçi gibi tüm toplumlarda olan bir olgudur. Bireyler ve toplumlar üzerinde semboller önemli etkindir. Uluslararası yapılar, devletler, siyasi partiler hatta yerel siyasi fonksiyonlar bile siyasal düzlemin pek çok aşamasında siyasal sembolü kullanmaktadırlar (Türkkahraman, 2000; aktaran Güler, 2016).

Politik olguda sembolün etkisin görmek mümkündür. Örneğin, Türk bayrağında yer alan hilal ve yıldız sembolü gökyüzünde ki anlamlarını değil siyasi, kültürel ve milli anlamlar içerir. Bu bağlama benzer şekilde aslan, kartal gibi canlılar ulusal gücü sembolize ederek

bayraklarda yer almıştır. Semboller, toplumların kimlikleridir. Toplumlar arasında ki farkları öne çıkartır ve toplum hakkında bilgi verir. Geleneksel yaşama has gözüken ayin ve sembolik etkileşim kavramlar halen devam etmektedir. Hatta siyasal iktidarların sahip olduğu yeni imkânlar ve araçlarla sosyal etkisini artırmıştır (Sarıbay, 1999; aktaran Güler, 2016). Modern yaşamda seçim çalışmaları tören ve ayine dönüşmektedir. Seçimlerin olmazsa olmazı durumunda olan kampanyalar demokrasi kavramının törenleridir. Siyasal sistemin oluşması, yeniden üretilmesi ve devamlılığın sürdürülmesi hususlarının devamı olarak gözükmekten dolayı siyasal sembolik sistemin törensel gösterimi vazgeçilmez durumdadır (Çebi, 2002).

Örgütlü birlikler kendilerine sembolik unsurlar oluşturur. Kitleleri etkilemek için örgütlü yapılarda insan gücü ile birlikte ideologların varlığı ve semboller etkilidir. Bu yapılarda büyüyen semboller ideologlarından etkisiyle kitlelerle kucaklaşır ve çok kuvvetli bir hâl alır. Ona verilen bu sembolik gücü sempaticianları dışında anlaşılma olası zorlaşır. Böylelikle ideoloji sembolde büyüyerek ölümsüzleşir. Örgütlü birliklerde bu semboller resim, şekil, grafik, alfabetik işaretler olabileceği gibi ideolojiyi savunan bireylerde birer sembol olabilir. Bireysel sembolik figürlere örneğin, Nazizm için Hitler, demir perde için Stalin ve Lenin gösterilebilir (Bayraktar ve Yaman, 2017).

Siyasi parti amblemleri, barındırdıkları semboller vasıtasıyla tüm yaş gruplarındaki kişilere ideoloji aktarımında bulunmaktadır. Hem ülkemizde hem dünyanın farklı ülkelerinde siyasi parti dendiğinde öncü belirti olarak partilerin amblemleri gelmektedir (Güler, 2016).

Siyasal semboller genel anlamda diğer sembollerin özelliklerine sahiptirler. Sosyal yaşamın içerisinde semboller nasıl oluşuyor ve dolaşıyorsa, siyasal sembollerde siyasal kültürün ve yaşamın içerisinde o şekilde oluşup dolaşmaktadır. Siyasal semboller ile siyasal kültür arasında diğer sembol sistemlerinde ki gibi etkileşim mevcuttur. Siyasal kültür bulunduğu sistemde siyasal sembollerini oluşturduğu gibi siyasal semboller de siyasal kültürü şekillendirmektedir. Siyasal iletişimde siyasal semboller vasıtasıyla ideolojilerin belirlediği sınırdaki ve kalıpta gerçekleşir. Sembollerin soyut kavramları siyasal sembollerde de mevcuttur. Parti amblemlerinde ki semboller olumlu çağrışımlarıyla partileri tanımlar. Bu tanımlamanın dışında üyelerinde ve seçmenlerde olumlu ifadeler sebebiyle çeşitli etkileşimler uyandırır (Başçı, 1998).

2.4.2. Tipografi / Temel Harf Karakterleri

Bir metin aracılığıyla iletişim kurmaya tipografi adı verilmektedir. İlgili yazı bütün basılı araçlarda yer almak suretiyle kurumsal kimliğin oluşturulmasında ve tipleştirilmesinde önemli bir etmendir. Kurum kullanacağı yazı karakterini seçme sürecinden kurumsal kimliğine koşut olanı tercih etmeli ve bundan böyle tüm yazılı iletişim faaliyetlerine mütemadiyen bahse konu olan yazı karakterini kullanmalıdır. Logoyu oluşturan renklerde olduğu gibi tercih edilen yazı karakterlerine de çeşitli anlamlar yüklenmektedir. Kurumsal kimliğin hedef kitlede oluşturacağı algıda ve kurumsal imajın meydana getirilmesinde tipografi üzerine yapılacak tahlillerin etkisi göz ardı edilmemelidir. (Okay, 2008). Belirli bir yazı karakterinin tercih edilmesinin akabinde tipografinin meydana getirilmesi ile kurum temel bir imaja sahip olur (Tuna ve Tuna, 2007: 93).

Tipografinin işlevi; iletilmek istenen mesajın hedef kitleye en etkili, yalın, doğru ve yanlış anlaşılmalara mahal vermeyecek bir biçimde aktarmayı sağlamasıdır. Özetle tipografik anlatım ile ilgili içerik hedef kitleye açık ve hatırdaki kalıcı bir şekilde iletilir. Tipografinin temelinde kolay farkedilebilirlik ve okunaklılık bulunur (2000: 103-111; Akt.: Babür Tosun 2010: 63).

Yazı karakterlerinin feminen, erkeksi, klasik, modern, ince, kalın vb. şekilde kullanımlarının kişiler üzerinde çeşitli etkileri mevcuttur. Sözcükleri tasarlandıkları yaz tiplerine göre dilsel bağlam haricinde de çeşitli anlamlar kazanırlar. Kazandıkları bu anlamlar bu sözcüklerin etkili veya etkisiz olmalarında birincil rol oynarlar. Yaratılması arzulanan kurumsal kimlik minvalinde görsel imajdaki yazı karakterleri verilmek istenen mesaja uygun olarak tercih edilirler (Önal, 2016).

20. yy da bilgisayarların tasarım süreçlerinde boy göstermesi ve günümüzde yapay zekânın kullanımıyla birlikte çeşitlilik artmış, binlerce harf tipi arasından kurumsal kimliğe en uygun düşecek yazı karakterini tespit edebilmek kolaylaşmıştır. Aynı zamanda bu durum yalnızca harf karakteri açısından değil yazının italik veya kalın olarak yazılabilmesi gibi alternatifler de tercih süreçlerine dahil olmaktadır. Yazının oluşturulması esnasında tercih konusu olan ve yukarıda bahsedilen tüm bu seçenekler kurumun kimliğine dair algı oluştururlar ve hedef kitleye mesaj gönderirler. Örnek olarak Ülker ve Eti firmaları tercih ettikleri yazı karakterleri sayesinde hafızalarda yer tutan kurumlar arasındadır. (Peltekoğlu Balta 2012: 567).

2.4.3. Renk

Renk kelimesi Farsça “reng” kelimesinden Türkçeye geçmiştir. Farsçada boya, kan, tuzak, utanma, güç, gidiş, damızlık deve gibi anlamları vardır. Dilimizde Divan edebiyatında tuzak anlamıyla kullanıma rast gelindiği gibi genel olarak boya anlamında kullanılmıştır (Eyuboğlu, 1995).

Renk cisimler vesilesiyle yayılan ve ışığın öz yapısıyla bağlantılı olarak gözde oluşan etkiye denmektedir. (Sözen ve Tanyeli, 1986). Bir başka tanımda ise nesnelerden yansıyıp gelen görünür halde ki ışınların görsel algımızda oluşturduğu duygu olarak ifade edilmektedir (Sözen, 2003).

Bilimsel açıdan rengin oluşumu ve algılanışı şu şekilde gerçekleşmektedir. Göz algılanan ışığı retinada ki sinirsel sinyallere dönüştürerek “Nervus Opticus” adlı optik sinir vasıtasıyla beyne iletir. Göz, kırmızı, yeşil ve sarı renge göre tepki vermektedir. Beyin diğer renkleri bu renklerin farklı kombinasyonları şeklinde algılamaktadır. Bu algılayış dış etkenlere göre değişebilmektedir. Farklı ışık kaynağında aynı renk farklı algılanabilmektedir. Ama görme duyusu ışık kaynağında ki farklılığa uyum sağlayarak değişen koşullara rağmen rengi yine aynı olarak algılamamızı sağlamaktadır. İnsanın duyularında ki hissiyatı nasıl kişiden kişiye değişiyorsa görme duyusuyla renklerin algılanışı da değişmektedir. Algılayışla birlikte rengin kişide uyandırdığı duygular da farklıdır. Kültürün, dilin, yaştan, cinsiyetin, ortamın ve deneyimin etkisiyle renge yüklenen anlamlarda farklılık göstermektedir (Selçuk, 2008).

Renk ile ilgili yapılan tanımlamalar göstermektedir ki renk ışığın varlığıyla var olmaktadır. Yani renk ışıktan(ışından) türemiştir. Işık olmadığı yerde yani karanlıkta renk yoktur (Sözen, 2003).

Fiziksel, psikolojik ve sanatsal anlamda rengin farklı tanımlamaları mevcuttur. Fiziksel olarak ışık, parlaklık ve gölge gibi fiziki olaylarla tarif edilen tanımlamaları vardır. Psikolojik olarak ise bireylere ve toplumlara olan etkisiyle sosyolojik ve tarihsel açıdan değerlendirilmiştir. Sanatsal açıdan ise estetiği, perspektifi, tonu, doygunluğu ele alan tanımlamalar yapılmıştır (Eyuboğlu, 1995).

Rengi psikolojik olarak savunanlar, onun insanda var olan bir duygu olarak görerek sübjektif bir değer olduğu görüşüne inanırlar. Fiziksel olarak savunanlar ise rengi tayf, ölçü, rakam gibi objektif değerlerle açıklarlar (Atalayer, 1994).

Renk olgusu ile ilgili ulaşılabilecek sonuçlar şunlardır:

- Renk kavramını anlamımıza yardımcı olabilmek açısından Sözen şu sonuçlara ulaşmıştır:
- Renk fizik bilimine göre titreşim enerjisinden farklı bir anlam taşımamaktadır.
- Rengin varlığı ışığa bağlıdır.
- Renk fizyolojik bir süreç içerisinde görünmektedir.
- İnsan psikolojisinde farklı etkiler yapar.
- Simgesel ve yapısal anlamda farklı değişimleri geçmişten beri sürmektedir.
- Renk olumlu ve olumsuz anlamlar yüklenen tek simgedir.
- Renkler, farklı coğrafi etkenlerin belirleyicisidir.
- Renkler farklı kültür ve toplumların belirleyicisidir. Toplumlar hakkında önemli ipuçları barındırır.
- Farklı yaşlarda insanın renk seçimi değişkenlik gösterebilmektedir.
- Renk teorileri üzerine genel kabul gören bir uzlaşısı yoktur.
- Renkler görsel sanatların vazgeçilmez unsurudur. (Sözen, 2003)

Renk teorisinin temelini 1666 yılında Isaac Newton renkleri sistematik olarak sınıflandırarak ortaya atmıştır. Newton cam prizma deneyi ile kırılan beyaz ışıktaki spektral renkler oluştuğunu keşfetmiştir. Kırmızı renk ile başlayıp turuncu, sarı, yeşil, mavi, çivit renkle devam eden renk tayfinin mor renkle bittiğini görmüştür (Öztürk, 2015).

18. yüzyıl itibarıyla renk ile ilgili yapılan kuramların günümüzde yaklaşımlara benzemektedir. J.Christof Le Blon 1731’de kırmızı, sarı ve mavinin boya maddesi pigmentlerinin temel renkleri olduğunu keşfetmiştir. Bugün kullandığımız üç temel renk kuramının kaynağı olarak 1756’da Le Blon’un renk ile ilgili yayınladığı tezi gösterilmektedir. 1766 yılında İngiliz Morrih Harris’in Natural System Of Colours (Renklerin Doğal Sistemi) kitabında tüm renklerin yer aldığı ilk dairesel şema yayınlanmıştır (Okcu, 2007).

18.yüzyılda üç temel renk kuramı yaygın bir biçimde kabul görse de bilim adamları, düşünürler ve sanatçılar tarafından tartışılmıştır. Örneğin, şair Johann Wolfgang Von Goethe ile ressam Philippe Otto Runge temel renkler olarak sarı ve mavi rengi kabul etmişlerdir (Okcu, 2007).

2.4.3.1. Renk Grupları

Renkler çeşitli değişkenlerle gruplara ayrılabilir. Genel kabul gören gruplamalardan ilki fiziksel olarak ana ve ara renkler bir diğeri ise psikolojik olarak sıcak ve soğuk renkler şeklindedir.

“Renk çemberinde ana renklerin karşısında yer alan renkler ise "komplementer renkler"dir. Komplementer renkler karıştırıldığında birbirlerini nötralize ederek grileşirler. Renk çemberinde birbirlerine bitişik olarak görülen renkler ise uygun renkler (harmonious colours) olarak adlandırılırlar.” (Gökaydın, 1998; aktaran Akengin vd.2017)

- Ana renkler: Işık spektrumunda görülen yedi renkten üç tanesi diğeri hiçbir rengin karışımından elde edilememektedir. Herhangi bir karışımdan elde edilemeyen bu renk grubuna ana renkler denmektedir. Bu grubun renkleri kırmızı, mavi ve sarıdır (Çabuk, 2006).
- Ara renkler: En az iki tane rengin karıştırılmasıyla ortaya çıkan renklere ara renkler denmektedir. Mavi ve sarı rengin karışımından yeşil, kırmızı ve mavinin karışımından mor, sarı ve kırmızının karışımından oluşan turuncu belli başlı üç ara renklerdenidir (Çabuk, 2006).
- Sıcak renkler: Araştırmacılar insan psikolojisinde sıcaklığı ve canlılığı çağrıştıran renkleri sıcak renkler olarak gruplandırmışlardır. Kırmızı, turuncu ve sarı renkleri sıcak renkleri oluşturmaktadır. Güneşin verdiği sıcaklık ve enerji hissiyatını yansıtmaktadırlar. Bu renkler neşeyi, hareketi, canlılığı ve iştahı simgelemektedir (Yılmaz, 1991).
- Soğuk renkler: Psikolojik olarak serinlik ve durgunluk etkeni telkin eden renkleri soğuk renkler olarak gruplandırılmıştır. Mavi, yeşil ve mor renkleri soğuk renkleri oluşturmaktadır. Bu renkleri donuk ve koyu olmalarından dolayı böyle adlandırılmışlardır. İnsanı dinlendirme özelliğine sahip soğuk renkleri sükûneti ve rahatlığı simgelemektedir (Yılmaz, 1991).

2.4.3.2. Amblem ve Logo Tasarımında Renkler

Renkler, duygusal bir etkiye amacıyla kullanılabilir. Bir duyumu tepkimeye geçirme, bilincin dışında bir dürtü sağlayıp ve bir davranışı değiştirebilmek için renkler tercih edilebilir. Renkler bir ürünü, kurumu veya bir milleti temsil edebilecek hüviyete sahiptir. Bu durumdan dolayı renkler üzerinden kurum, kültür ve çeşitli sınıflarla iletişim kurma imkânı doğmaktadır (Eliri ve Erdurucan, 2011:48).

İnsanın görsel sistemi çevresel etkenlerden kaynaklı pek çok uyarıcıya açık durumdadır. Uyarıcılar aracılığıyla elde edilen bilgiler görsel belleğimizde tutulmaktadır. Ceylan bu sistemi şöyle ifade etmektedir. “Görsel sistemimiz beynin bir parçası olarak görev yapar ve yaşam ihtiyaçlarını karşılama hizmetinde bir gözlem aracıdır. Görsel öğeleri algıladığımız bellek için yolculuk korneadan başlayarak retinada devam eder ve görsel bağdaştırma korteksinde son bulur.” (Ceylan, 2016)

Grafik tasarımın en önemli unsurlardan birisi elbette renklerdir. Bu bağlamda tasarımcılar amblem ve logo tasarlarken renklere çok önem vermektedir. Renk seçimi yapılırken ön plana çıkartılmak istenen şeklin, hedef kitlenin, toplumun kültürel birikiminin, kurum kimliğinin etkenleri vardır. Tasarımlarda açık renk tonlarında kullanılan şekilleri daha ön planda hisseder, koyu renk tonlarını ise geri planda algılarız. Böylece renkler aracılığıyla tasarımlarda şekillere hiyerarşik düzen sağlanarak ön plana çıkartılmak istenen şekil vurgulanmaktadır (Ceylan, 2016).

Kurumsal anlamda kullanılan rengin bilgi verme özelliği vardır. Verdiği bilgi sayesinde insanlara yardım etmesiyle renk sözsüz iletişim dili olarak kabul görmektedir. Renkler, taşıdığı bilgiyi iletişim koduna oradan da mesaj olarak karşıya iletmektedir. O yüzden sayfalar dolusu kelimelerden daha fazlasını doğru seçilen renk veya renkler verebilir (Durmaz, 2009).

Renklerin insanın karar verme sürecinde ki payı oldukça fazladır. Bilimsel anlamda yapılan çalışmalarda insanın nesnelerin büyük bir kısmını görsel duyu ile algıladığını göstermektedir. Ve bir an önce karar verilebilecek durumlarda tercihi etkileyen en önemli unsurun renk olduğu ortaya çıkmıştır (Ceylan, 2016).

Tasarım açısından tercih edilmek istenen renkte hiç şüphesiz aranan kriterlerden birisi dikkat çekici olma özelliğidir. İnsanların hangi renkleri daha önce algıladığına dair

yapılan bir araştırmanın bilgisi ve sonuçları şu şekildedir. Deneklere farklı renklerle boyanmış alanlar saniyenin 1/3000'i oranı gibi kısa bir süre içerisinde gösterilerek hangi rengi ilk önce gördükleri soruluyor. Katılımcıların %21,4'ü Turuncu, %18,6'sı Kırmızı, %17'si Mavi, %13,4 Siyah, %12,4'ü Yeşil, %12'si Sarı, %5,5'i Mor, %0,7'si Gri rengi ilk olarak algıladıkları sonucu ortaya çıkmıştır. 1979 yılında yapılan bu araştırmayı bilen tasarımcılarda dikkat çekici logo oluşturmak isterken bu verileri kullanmaktadır (Ceylan, 2016).

Tasarımcıların oluşturdukları amblem ve logolar çeşitli alanlarda kullanılacağı için yapılan tasarımların mutlaka beyaz zemin üzerinde test edilmesi gerekmektedir. Ayrıca tasarlana çalışmanın baskı sırasında farklı renk tonlarına dönmemesi gerekmektedir. Bunun için bilgisayar üzerinde baskıya hazırlanacak olan tasarımlarda baskı sisteminde genel olarak kullanılan renk karışımı olan CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Key-Black) formatında hazırlanması tavsiye edilmektedir. (Akengin vd. 2017) CMYK renk uzayının adı baskıda kullanılan mavi, kırmızı, sarı ve siyah rengin İngilizce isimlerinin baş harflerinden gelmektedir. Matbaacılığın ana renkleri olarak kabul edilmektedir. Üç temel renge baskı maliyetini düşürmek amacıyla siyah renk yani siyah mürekkep eklenmiştir. CMYK'da renkler sıfır ile yüz aralığındadır (Yazmacı, 2012).

2.4.3.3. Beyaz

Beyaz, kelime kökeni olarak Arapçadır. Beyazın bir diğer anlamı ise aktır ve karanın karşıtı olarak ifade edilir. Beyaz; saflık, temizlik, bilgelik, sadelik, masumiyet, bekâret ve barışı temsil etmektedir. Beyaz; ışık, nur, aydınlık gibi parlaklığı ve berraklığı temsil eden ifadelerle kullanıldığı gibi erdemli, onurlu gibi değerlerle de örtüşmüştür (Uçar, 2004). Beyaz renk olumsuz olarak ise soğğun, sessizliğin, teslim olmanın ve kısırlığın simgesidir (Sözen, 2003). Her rengin farklı kültürlerde farklı yansımaları vardır. Beyaz renk başta Çin ve Japonya olmak üzere bazı Asya topluluklarında matemin, ölümün ve yasın rengi olarak da geçmektedir (Ambrose ve Haris, 2003). Beyaz bayrak diplomatik simge olarak teslim olan veya barış görüşmesi isteyen tarafça kullanılmaktadır (Halse: 1978).

Türk kültüründe beyaz renk aklık olarak temizliği ifade eder. Ululuk, yücelik, arılık anlamları vardır. Ulu kocalarla bağdaştırılarak tecrübe, büyüklük ve adaleti temsil etmektedir (Ögel, 1984). Savaşçı bir toplum olan Türklerde beyaz renk aynı zamanda

cesareti temsil etmektedir. Sultan Alparslan'ın Malazgirt Savaşında beyaz renk giydiği bilinmektedir. Sultan Alparslan, Fatih Sultan Mehmet ve Yavuz Sultan Selim gibi devlet büyükleri savaşlarda beyaz ata binmeyi tercih etmişlerdir.

İslam kültüründe beyaz renk Hz. Muhammed tarafından kullanılan sancak renklerinden birisidir. Bu nedenden dolayı Selçuklu ve Osmanlı Devletinde kullanılan ünlü “Ak Sancaklar” İslamiyet ile özdeşleştirilmiştir (Genç, 1997).

Siyasal simge olarak beyazın kullanımı ise Eski Roma'ya dayanmaktadır. Beyaz Latince “candidus” olarak geçmektedir. “Candidatus” ise beyaz giyinmiş anlamının dışında kamu görevine aday olan kimse anlamındadır. Bu gelenekten dolayı Eski Roma'dan beri Avrupa'da resmi kurumlara aday olan kimseler beyaz renk giymektedirler (Uçar, 2004).

2.4.3.4. Siyah

Siyah kelime kökeni olarak Farsçadır. Siyahın bir diğer anlamı karadır. Kara kelimesi Türklerin en eski yazılı belgelerinden olan Orhun Abidelerinde de geçmektedir. Siyah renk güç, otorite, saygınlık, hırs, gizem, şıklık, gizlilik, ciddiyet, tarafsızlık ve sadeliği temsil etmektedir. Siyah renk yaydığı değerlerden dolayı psikolojik olarak farklı anlamları ifade etmektedir. Güç ve otoriteden kaynaklı korkuyu ve ulaşılmazı yaymaktadır (Bozdemir, 2014). Siyah “renklerin içinde en gizemli, en korkutucu olanıdır. Bu gizem ve korkunun temelinde içinde pek çok bilinmeyenin, düzensizliğin, kargaşanın, kaosun ve kanunsuzlukların barındığı gecenin bu renkte olmasının payı vardır” (Sözen, 2003). Renkler farklı kültürlerde farklı çağrışımlara neden olmaktadır. Siyah birçok toplumda matem rengi olarak bilinir. Ölümün ve korkunun simgesi olarak geçer. Batı kültüründe matem sembolize ettiği gibi şıklığı ve zarafeti de temsil etmektedir (Ambrose ve Haris, 2003). Çin toplumunda kışı temsil ederek kuzeyi sembolize etmektedir. Eski Mısır ve Kuzey Afrika topluluklarında toprağı ve yağmur bulutlarını temsil ettiği için bereketi simgelemektedir (Uçar, 2004).

Türk kültüründe siyah renk olumlu ve olumsuz farklı anlamlarda kullanılmıştır. Binlerce yıldır Türklerde kara kuzeyin sembolüdür (Ögel, 1984). Kara toprak ifadesinin kullanımıyla siyah toprağın rengi olarak kullanılmıştır. Eski Türklerde karabudun halk tabakasını ifade etmektedir. Ayrıca kara kul, karavaş deyimleri köle anlamında

kullanılmıştır (Genç,1997). “Ağ çıkarıp kara giyme” ifadesi Dede Korkut’ta yası temsil ederek sık bir şekilde kullanıldığı gözükmemektedir (Ögel, 1984). Türk Devletlerinde siyah bayrak hükümdarlığı temsil etmektedir. Ayrıca yine tahta çıkma törenlerinde halıların siyah olduğu ve hükümdarların oturacağı seccadenin siyah olduğu bilinmektedir (Mazlum, 2011).

İslam kültüründe Hz.Peygamberi’in siyah renk sancağı olduğu ve bu sancağı Abbas’a vermesinden dolayı siyah renk Abbasilerin meşruluk sembolü olmuştur. Tasavvufta faniliği ve sonu ifade etmektedir (Mazlum, 2011). Müslümanlar için kutsal sayılan Kâbe’nin örtüsü de siyah renktedir.

Doyumun ve parlaklığın en üst seviyesini yansıtmamasından dolayı siyah renk logo ve amblemlerde seçkin ve belirleyici özelliktedir (Ceylan, 2016). Gücü ve kontrolü ifade ettiğinden dolayı siyah renk birçok firmanın logosunda kullanılmıştır. Hedef kitleye böylelikle firmanın güçlü ve kontrol sahibi olduğu algısı verilmiştir (Yamanca, 2017). Uluslararası pek çok firmanın amblem ve logosunda siyah renk yer almaktadır. Belirginliğiyle ön plana çıkan siyah renk tasarımlarda, kullanılan diğer renklerin etkenini ön plana çıkarmak veya görsele derinlik katmak için kullanılmaktadır.

2.4.3.5. Kırmızı

Kırmızı Arapça kökenli bir kelimedir. Dişi “al-kırmız” böceğinin kurutulduktan sonra ufalanmasıyla aldığı renkten bu isim meydana gelmiştir (Ersoy, 1990). Kırmızının diğer anlamları al ve kızıldır. Eski Türkçede kızıl sözcüğü kızmak eyleminde türemiştir. Kırmızının Türkçede ki tam karşılığı “al” sözcüğüdür. İlk renk tarihi uzmanı ve “Renkler Sözlüğü (Dictionnaire des Couleurs de Notre Temps, 1999)” yazarı Michel Pastoureau, “kırmızı renginden söz etmek, lafı gereksiz yere dolaştırmaktan başka bir şey değildir. Çünkü renk demek kırmızı demektir. Kırmızı, üstün bir renktir, tüm renklerin önünde, öncesindedir” demiştir (P Dünya Sanatı, 2008-2009). Kırmızı rengin insan zihninde oluşturduğu psikolojik etkileri ise şöyledir: İlgi çekmek, dikkat artırmak, beyni çalıştırmak, tutku ve hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır (Martel, 1995). Kırmızı yüksek dalga boyuna sahip bir renk olmasından dolayı da oldukça dikkat çekicidir (Uçar, 2004). Kan rengi olan kırmızı tehlike anlamına da gelmektedir. Bundan dolayı trafik lambalarında dur sinyali olarak kullanılmaktadır.

Bazı toplumlardan kırmızı, imparatorlukların, padişahların rengi olarak iktidarı ve saltanatı temsil etmektedir. Japonya’da iyi şansın ve samimi olmanın sembolü olarak yalnız olan kadınlar tarafından kullanılırken, Hindistan’da saflığın sembolü olarak gelinliklerde kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra batı kültüründe ise tehlike anlamına gelebilmektedir (Mazlum, 2011). Tehlikenin yanı sıra batı toplumlarında aşkın simgesi olarak kullanıldığı gibi İrlandalılar için savaş, Romalılar için toprak kazanmayı, Kızıldereliler için ise tutkuyu ve isteği çağrıştırmaktadır (Kıran,1996)

Çin, Rus ve Fransız Devrimlerinde ön saflarda taşınan kırmızı bayraklar devrimi ve başkaldırıyı temsil etmiştir (Uçar, 2004). Kırmızıyı bazı toplumlar vatanseverlik duygularını artıran renk olarak görmektedir. (Mazlum, 2011: 131).Vatanseverlik duygusunun yanında heyecan ve enerji veren bir renk olduğu için ülke bayraklarının %45’inde hâkim olmuştur (Okcu, 2007).

Türk tarihinde kırmızı, hem saltanat tarafından hem de halk tarafından çok sevilen renklerden birisidir (Koca, 2002). Çin kaynaklarında Göktürkler ve Uygurlar zamanında kuzeyde yaşayan Kırgız hakanların otağında kırmızı bir bayrak olduğunu ve buna herkesin saygı gösterdiğini yazmaktadır. Ayrıca hakanlık sembolü olarak Göktürklerin, Uygurların ve Moğolların al damga ve al kaftan kullandıkları görülmektedir. (Ögel, 1984). Karahanlı ve Selçuklu Devletlerinde ise hükümdarlar; sancaklarında, tuğlarında, otağlarında, giydikleri çizmelerinde kırmızı ve sarı renklerini kullanmışlardır. (Koca, 2002). Halkbilimci ve Türkolog olan Abdulkadir İnan’a göre ruhlar şerefine bayraklar dikmenin şamanizmin bir âdeti olduğunun “al ateş” veya “al ruh” denilen koruyucu (hâmî) ruha dikilen al bayrağın Türkler için bu eski zamanlardan kalma bir hatıra olarak yedi-sekiz bin yıllık tarihe sahip olduğunu belirtmiştir. (Genç, 1997). Osmanlı Devleti genellikle yeşil ve kırmızı renkte olan üç hilalli bayrağı kullanmıştır. III.Selim döneminde ise bir hilal ve sekiz köşeli yıldızlı kırmızı bayrak devletin resmi bayrağı olmuştur. Ayrıca II.Mahmut ve Abdülmecit dönemlerinde kırmızı zeminde ay yıldızlı bayraklar kullanılmıştır. Bu bağlamda Türkiye Cumhuriyeti kurucusu M.Kemal Atatürk Türk devletinin devamlılığı esasıyla “ay-yıldızlı al bayrağı” kullanarak değiştirmemiştir (Soysal, 2010).

Kırmızı rengin Türk toplumunda sevilmesinin ve Türk siyasal hareketinde logo, afiş olarak sıklıkla tercih edilmesinde rengin verdiği mesajların, binlerce yıllık tarihsel

serüveninin etkisi bulunmaktadır. Fakat bunların yanı sıra kırmızı renk için en büyük çağrışım Türkiye Cumhuriyeti Devleti bayrağından dolayı “bayrak rengi” olarak bilinmesidir.

2.4.3.6. Mavi

Mavi Arapça kökenli bir kelimedir. TDK'ya göre yeşil ile menekşe rengi arasında bir renk olarak geçer ve bulutsuz gökyüzünün rengi olarak açıklanır (TDK). “Mavi. Gece mavisi. Türk mavisi; camgöbeği. Deniz mavisi. Mavi boncuk, nazar boncuğu, göz boncuğu. Çakır. Maviş” (Davaz, 1991). Soğuk ana renklerden olan mavi; gökyüzünün, denizin ve suyun rengidir. Dinlendirici etkisinin yanı sıra temizliği, rahatlığı, mutluluğu ve huzuru çağrıştırmaktadır (Akengin vd. 2017) . Mavi renk düşünmeyi karar vermeyi ve inanma duygusunu arttırmaktadır (Parlak, 2006). Martel'e göre mavi renk; dürüstlüğü, hoşnutluğu, merhameti, iyi niyeti, açık sözlülüğü, yumuşak başlılığı, anlaşılmayı ve işbirliğini psikolojik olarak çağrıştırırken sakinleştirme ve heyecan giderme etkisi vardır (Martel,1995).

Mavinin farklı kültürlerde farklı çağrışımları vardır. Birçok milletin en sevdiği rengin mavi olduğu saptanmıştır. Barışı çağrıştırmamasından dolayı Avrupa Birliği ve Birleşmiş Milletler bu rengi kullanmaktadır. (Sözen, 2003). Araplara göre mavi taşın kan akışını yavaşlattığına Mısır, İran, Hindistan, Anadolu kültüründe ise kötülüğü uzaklaştırdığına inanılır. Bu yüzden nazar boncuğu mavi renktedir. Amerika'da siyahi ırka göre keder anlamına gelmektedir. “Blues” müzik bundan dolayı keder anlamındadır. İngiltere'de depresifliği, Almanya'da sarhoşluğu, Çin'de ölümsüzlüğü, Amerika'da erkek cinsiyetini temsil etmektedir (Durmaz, 2009).

Mavi kelimesi Türkçede Gök (Kök) olarak kullanılmıştır. Eski Türklerde mavi ve yeşilin birbirlerinin yerine kullanıldığı da gözükmemektedir. Eski Türk inanışlarının etkisiyle mavi yani gök renge uğur ve kutsiyet addedilmiştir. Bundandır ki Gök-Tanrı, Gök-Türk, Gök-Türk gibi isimler kullanılmıştır. Oğuzların mavi renkte sancak kullandıklarına dair bilgiler de mevcuttur (Kütük, 2014). Moğol ve Türk boylarında mavi kurt (gökbörü) ve mavi aslan önemli bir efsanedir. Tanrı'nın gücünü ve mutlak hakimiyeti sembolize etmektedir (Mazlum, 2011).

Resmi kurumlar, ciddi kuruluşlar kurumsal kimliklerini yansıtan amblem ve logolarda maviyi kullanmaktadır. “Parlemento”, “parlementer” kelimelerinin ciddiyetinden adını alan “parlement mavisi” diye bir renk bulunmaktadır (Okcu,2007). Ayrıca güven verme duygusundan sigorta şirketleri ve bankalar, dayanıklılık izleniminden dolayı da ev aletleri üreten firmalar amblem ve logolarında maviyi sıklıkla tercih ettiği gözükmektedir. (Ceylan, 2015)

2.4.3.7. Yeşil

Yeşil eski Türkçede “yaş” yani taze, körpe, nemli” sözcüğünden türemiştir. Yeşil, mavi ile sarının karışımından oluşan, çoğunlukla bitkilerin yapraklarında görülen bir renktir. (TDK). “Yeşil, gök, gökçe. Yeşilik. Yeşillenme; yeşerme; ot, yeşerti, yeşillik. Göverti. Gök, hammeyva. Yeşilay. Yeşil oy” (Davaz, 1991). Yeşil mavi rengin huzur ve sakinliğini, sarı rengin sıcaklığını barındıran bir renktir (Çalışkan, vd., 2010). “Yeşil, ruhsal anlamda; gerginliği, psikolojik anlamda; sebatkâr ve metin olmayı ifade eder. Resimsel olarak güven ve emniyet, mantık, düşünce, muhakeme, doğa, nemlilik kavramları ile birlikte düşünülür. Toplumsal anlamda sağlam, stabil, sebatkar değerleri ifade eder” (Gümüştekin,1999). Doğa, yaşam, cennet, tazelik, huzur, verimlilik ve doğurganlığı yeşil renk temsil etmektedir (Çalışkan ve Kılıç, 2014).

Yeşil, canlılık demektir. Bitkilerin canlılığını ifade etmektedir. Medeniyet demektir. Bir şehrin gelişmişliği yeşil alanıyla ölçülmektedir. Hürriyetin ve barışın rengidir. Yeşil zeytin dalı barışın simgesidir (Okcu, 2007). Yeşil kırmızıya göre olumlu bir karşıtlığı sembolize etmektedir. Bu yüzden trafik lambalarında kırmızıda durup, yeşil ışıktaki harekete geçeriz. (Uçar, 2004). Yeşil paranın da sembolüdür. Finansal açıdan başarıyı tasvir etmesinden dolayı Amerikan doları yeşil renktedir. Yeşil renk güven duygusunu çağrıştırdığından dolayı bankaların logolarında bu renk ağırlıklıdır. Sağlığı temsil etmektedir. Cerrahlar bu yüzden ameliyatlarda yeşil giysiler giymektedir. Adaleti ve hakkı tasvir etmesinden hakimlerin giysilerinin bir kısmı yeşil renktedir (Öztürk, 2015).

Yeşilin farklı kültürlerde ve toplumlarda farklı anlamları mevcuttur. Fransa’da suçluluğu, Belçika’da kıskançlığı, Arap coğrafyasında gücü ve verimliliği, Amerika’da emniyeti ve güveni, Malezya’da tehlikeyi ve hastalığı, Japonya’da sevinci, mutluluğu, enerjiyi, gençliği, Çin’de krallığı, onuru, Hindistan’da refahı ve varlığı temsil etmektedir (Özdemir, 2005).

Yeşil Hristiyanlık açısından kutsal üçlemeyi temsil ettiği gibi İslamiyet açısından da kutsal bir renktir. Yeşil bu yönden dini ve ebediyeti de simgelemektedir. Müslümanların kutsal mekânlarının baskın rengidir. Hz. Muhammed'in kullandığı üç sancağından birinin rengi yeşildir (Mazlum, 2011). Kur'an-ı Kerim'de yeşil kelimesi sekiz ayette geçmektedir. Bu ayetlerde tabiat, canlılık, ahenk, süs, hayat, cennet ve cennette giyilen elbisenin rengi olarak zikredilmektedir (Okcu, 2007).

Türkler içinde önemli bir yer tutan yeşil renk Türk mitolojisinde Tanrı Ülgen'in yedi oğlundan birinin adıdır. Yaşıl(Yeşil) Kaan bitkilerin yetişmesini ve büyümesini düzenlediğine inanışı vardı. (Ögel, 1995: 272). Orhun Kitabelerinde yaşıl(yeşil) geçmekte ve gök-ırmak tasvirinde gök yeşil anlamında kullanılmıştır (Küçük, 2010). Yeşil gök ifadesinin gökyüzü için kullanıldığını, göğermek sözünü yeşermek anlamında kullanıldığı gibi bir çok yerde yaşıl(yeşil) yerine gök(kök) kullanıldığı gözükmemektedir. Osmanlı Devletinde eskiden beri farklı alanlarda yeşil renkli sancaklar kullanılmıştır. İstanbul'un fethinde Fatih'in gemisinde yeşil sancak kullanıldığı bilinmektedir (Genç, 1997).

2.4.3.8. Sarı

Sarı renk mavi ile kırmızıyla birlikte üç temel renklerden biridir. Gökkuşağında gözün algıladığı ilk renktir (Öztürk, 2015). “Sarı, sarılık. Sarılaşma, sararma. Sarılık hastalığı. Sarartma. Solma” (Davaz, 1991). Renkler arasında en ışıltılı ve parıltılı olan sarı hareketlilik, zenginlik, bolluk ve sadakat gibi değerleri hatırlatmaktadır. Entelektüelliği, yöneticiliği, iddiayı, hırsı ve özgürlüğü ifade etmektedir (Martel, 1995). Sarı güneşi, buğday başağını, altını, yaşamı, idealizmi, sıcaklığı, enerjiyi, neşeyi simgelemektedir (Durmaz, 2009).

Güneşin rengi olmasından dolayı ışığı ve aydınlığı, parlak olmasından dolayı da insana zevk ve ferahlık duygusunu yansıtmaya özelliği vardır (Öztürk, 2015). Sarı rengin canlı şekilde kullanımı kişiyi harekete geçirdiği gibi solgun kullanımı ise dinlendirme ve gevşetme özelliğine sahiptir. Açık tonda kullanımı kullanılan alanı geniş ve büyük gösterir. Sarı, renk terapistlerinin araştırmasına göre genel kas sinirlerinin gücünü kuvvetlendirme özelliğine sahip olan tek renktir.(Martel, 1995). Sarı dikkat çekiciliği ve geçiciliği temsil eder. Bu durumdan dolayı taksilerin rengidir ve araç kiralama şirketlerinin logolarında kullanılmaktadır (İçli ve Çopur, 2008). Yine dikkat çekici

özelliğinden dolayı trafik işaretlerinde ve lambalarında, yol çizgilerinde bu renge rastlamaktayız (Öztürk, 2015). Eğlence ve mutluluğu ifade etmesinden dolayı “gülümseyen yüz” ikonunun rengi sarıdır (Çalışkan ve Kılıç, 2014). Sarılık hastalığından ötürü olumsuz çağrışımı vardır (Bayraktar, 2006). Sonbaharın rengi olmasından dolayı hüznü ifade etmektedir (Çelik, 2010). Sarının koyu tonları dışlanmışlığı, ihaneti ve yalanı sembolize ettiğine dair görüşleri de barındırmaktadır. Olumlu ve olumsuz duygulardan dolayı Victoria Finlay sarıyı en karışık mesajları veren renk olarak ifade etmiştir (Öztürk, 2015).

Sarı renk Araplar için mutluluğu ve refahı, ABD ve Avrupa için uyarıyı ve korkaklığı, Japonya için zarafeti, asaleti, neşeyi, Çin için doğumu, zenginliği, kuvveti, Rusya için kıskançlığı, Hindistan için başarıyı, Brezilya için mutsuzluğu ve üzüntüyü ifade etmektedir (Özdemir, 2005).

Sarı Batı Hristiyan medeniyeti için mukaddes bir renktir.(Mazlum, 2011). İslamiyet için ise Kur'an-ı Kerim'de farklı anlamda kullanımları mevcuttur. Toplamda beş ayetin içerisinde geçerken ayetlerin üçünde sarı rengin geçicilik özelliği diğer ayette enerji, hafiflik ve sevinç verme özelliği ifade edilmiştir. Bir diğer ayette ise devenin rengi olmasına değinilmiştir (Okcu, 2007).

Türk mitolojisinde Tanrı Ülgen'in tahtı ve sarayının kapısı altın renk olarak ifade edilmesinden dolayı sarı renk Türkler için dünyanın merkezi olarak sembolize edilmektedir. Uygur Türklerinin yazılı belgelerinde bir burcun adı “sarıg urunggu” (sarı bayrak) olarak geçmektedir. İran minyatürlerinde Harzemşahların Buhara kuşatması sırasında sarı bayrak kullandığı resmedilmiştir (Genç,1999). Altınordu Devleti adında altının rengi sarıyı kullandığı gibi başkentlerinin adına da Sarıordu demiştir. Ayrıca Oğuz Kağan destanında “Altunlug bel bağı” kağanlık sembolü olarak ifade edilmiştir. “Altın Sarısı” Türk sarısı olarak geçmiş ve hükümlerinin sembolü olmuştur. Olumlu ifadelerin dışında Türk kültüründe çölleri, yokluğu, felaketi, hastalığı anımsattığı için olumsuz yönleri de vardır (Öztürk, 2015).

Sarı diğer renklerle kullanımında kontrast etkisi oluşturmaktadır. Bu bağlamda amblem ve logolarda kullanımda kolay tanınma, keyif verme, yaşayan ürün imajı oluşturma ve onaylanma özelliği katar (Ceylan, 2015).

2.4.3.9. Kahverengi

Kahverenginin renk tayfında yeri yoktur. Fakat siyah ve beyaza göre daha fazla renktir (Sözen, 2003). Renklilik ve renksizlik öbeğinin kesiştiği yerde olan tek renktir. Yeşil ve kırmızının birleşimine siyahın eklenmesiyle oluşur. Kahverengi ahşabın, toprağın rengidir (Öztürk, 2015).

Kahverengi kullanımına göre farklı anlamlara sahip olmaktadır. Duvar veya mobilya gibi mekan içinde kullanımında mutsuzluk, keder duygusu oluşturduğu gibi insanı harekete geçirme hissiyatını oluşturmaktadır. Fakat sarı ve beyaz ile kullanılmasıyla da rahatlama ve dinlenme özelliği oluşur. Kıyafetlerde kullanımında ise bireyin kendini göstermesini yok ederek karşı tarafla iletişimde olumsuz bir mesaj vermektedir. Çalışkan'a göre kıyafette kullanımı ise rahatlık ve gayri resmi bir duruşu sergilemektedir (Çalışkan ve Kılıç, 2014). Toprağın rengi olmasından dolayı hem bolluğu, bereketi, güvenliği çağrıştırmaktadır hem de ölümü de hatırlatmaktadır. Ayrıca büyüklük ve bütünlük etkisi vermekte de kahverengi kullanılmaktadır (Öztürk, 2015). Tasarımlarda ciddiyeti, sadeliği ve gösterişten uzaklığı yansıtmaktadır. (Akengin vd. 2017)

2.4.3.10. Mor

Mor renk kırmızı ve mavi rengin birleşiminden oluşmaktadır, menekşenin kırmızıya çalan rengidir (TDK). Soğuk renklerdenir. Sanatçı kişiliği, kendine güveni, asilliği, düşünceliliği ve feministliği simgelemektedir. Mor kaygan bir renktir. Bu kayganlık simgelediği anlamları da etkilemiştir. Mor aynı zamanda şiddeti, dramı, belirsizliği, ölümü, ayrılığı da ifade etmektedir (Öztürk, 2015).

Mor erguvanın, menekşenin, leylağın rengidir. Erguvan ile ihtişam, egemenlik, ciddiyet ve mesafeyi, menekşe moru ile dini otoriteyi, kaosu, kendini adamayı ve ilahi aşkı, leylak ile de melankolik duyguları temsil etmektedir. Mor Ortaçağ Avrupa'sında aristokratlarla birlikte sarayın itibarını temsil etmiştir (Martel, 1995). Psikiyatride sinir hastalarını yatıştırma amacıyla kullanılması da derin bir psikolojik etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Fakat bu durumun tam tersini söyleyen bazı kaynaklarda mevcuttur (Çalışkan vd. 2010).

2.4.3.11. Gri

Gri kelimesi Fransızca “gris” kelimesinden dilimize geçmiştir. Türkçede aynı anlama gelecek boz, kül, kır ve gök isimleri karşımıza çıkmaktadır (Eyuboğlu, 1995). Siyah ile beyazın birleşiminden meydana gelmesinden dolayı içinde tüm renkleri barındırmaktadır. Kendine özgü bir özelliği olmayan, etkin bir gücü bulunmayan gri hiçbir şeyi açığa vurmaz. Bundan dolayı kararsızlığı, enerji eksikliğini, nötr ruh durumunu, sonsuzluğu ve devinimsizliği sembolize etmektedir. Metalin ve betonun rengi olmasından şehir yaşamını ve doğal olmayanı çağrıştırmaktadır (Öztürk, 2015). Gri, ağırbaşlılığın ve sadakatin temsilinde olduğundan dolayı işini ciddiyetle yapanların kullandığı renktir (Altıntaş ve Çamur, 2013). Bu renk ciddiyeti ve nezaketi içerisinde barındırmasından kaynaklı diplomatik özelliğe sahiptir. Bu anlamından dolayıdır ki Türk Silahlı Kuvvetleri griyi sıkça kullanmaktadır. Grinin maviye yaklaştığı tonlar kasvet duygusu çağrıştırmak, beyaza yaklaştığı tonlar huzur hissi uyandırmaktadır. Eğitim, öğretim ve tasarım merkezlerinde üretim duygusunu zayıflattığı düşüncesiyle pek tercih edilmez (Çalışkan vd. 2010).

2.4.3.12. Turuncu

Turuncu renk adı Farsça “turunç” kelimesine Arapça “i” eklenmesiyle oluşmuştur. Kızıl sarı renktir. Oranj ve portakal rengi olarak da adlandırılmaktadır. En canlı hali karşıtı ve tamamlayıcısı olan mavi ile ortaya çıkmaktadır (Orçan, 2011). Turuncu, zenginliği, cömertliği, iyimserliği, önseziyi, hoşnutluğu, dengeyi, ışığı ve verimliliği temsil etmektedir. Yoğun kullanımda huzursuzluk duygusu vermektedir. Ve olumsuz anlamda da ateş gibi yakıcılığı, egoizm ve ihtirası çağrıştırmaktadır (Öztürk, 2015). Turunçgillerin rengidir ve kırmızıdan daha yoğun dışa dönüklük özelliği vardır. Bundan dolayı sağlığı, güveni, cesareti temsil eden turuncu iletişimi güçlü renktir (Yalman ve Aktaş, 2006).

Farklı kültürlerde çağrıştırdığı anlamlar değişmektedir. Çin ve Japonya için aşkı ve mutluluğu, Batı toplumu için yaratıcılığı ve siyah renk ile kullanımıyla Cadılar Bayramını, Hindistan için alçakgönüllülüğü ve fedakârlığı ifade etmektedir. Hollandalılar bu rengi çok severken, Amerikalılar daha az beğenirler (Çalışkan ve Kılıç, 2014).

2.4.3.13. Turkuaz

Turkuaz Türk kelimesinin Fransızca söylenişinden türetilmiştir. Firuze taşından turkuaz isminin geldiği ve Türkiye'nin Akdeniz sahillerinin renginden esinlenerek söylenildiği düşünülmektedir. Mavinin açık tonunun yeşile çalan halidir. Camgöbeği renginin hafif mavi tonudur. Turkuaz Türk mavisini, Türk rengi ve firuze olarak da adlandırılmaktadır. Selçuklu mimarisinde ve İznik çinilerinde fazlaca kullanılan bu renk eski kaynaklarda turkuaz adıyla geçmemektedir (Öztürk, 2015).

Turkuaz renk açık fikirliliği, yardımseverliği, harekete geçmeyi, canlanmayı, serinlemeyi, değişimi, farklılaşmayı ve gururu temsil etmektedir. Turkuaz aynı firuze taşının özelliklerini de barındırmaktadır. Bunlar şuuru rahatlatma, endişeyi yok etme, olumsuzluğu olumluya çevirme, hayati fonksiyonlar düzenlemektir. Çekingenlik, hayattan korkma gibi olumsuz sayılabilecek etkenler ise manen olumlu sayılabilmektedir (Yalman ve Aktaş, 2006).

2.4.4. Amblem, Logo, Logotype

Sıklıkla karıştırılan amblem, logo, logotype kavramları temel bazı farklarla birbirlerinden ayrılmaktadırlar. Amblemelerde firma, kurum ve benzeri yapıların isimleri yer almaz şekil ve sembollerden, logolarda ise sadece firma, kurum ve benzeri yapının ismi yer alır , logotype da ise hem isim hem de şekil ve semboller bulunur. Logo ve logotype tek başlarına kullanılabilirken, amblemler logo ile birlikte kullanılabilirler. Logolar yazı fontlarıyla oluşturulurken, logotype da ise tasarıma ve biçimsel düzenlemeye yer verilmektedir (Ceylan, 2016).

Amblem, şekil, sembol ve harflerden oluşur. Logo, kuruluşun adının olduğu tipografik düzenlemeye denir. Logotype, şekil, sembol ve harflerle oluşan amblemlerin kuruluşu adıyla birlikte bütünsel kullanımıdır. Logolar yazı karakterlerinin çeşitli kullanımlarına göre gruplandırılır. Tek karakter, çok karakter, kaligrafik, san serif yazı tipi ve numara kullanılan logolar diye gruplara ayırmak mümkündür. Logotype'lar ise alfabetik formların deformasyonu ve yine alfabetik formlara sembol, sayı, soyut, somut görseller eklenmesiyle çeşitlenmektedir (Ceylan, 2016).

Amblem, bir kurumu veya kuruluşu anlatan simgeye denir. Kurum veya kuruluşun karakterini, felsefesini, hizmetini, çalışma sahasını, kalitesini, başarılarını ve boyutlarını

anlatmaktadır (Çoroğlu, 2002:116). Bu bakımdan kurum ve kuruluş amblem üzerinden tanınır. Kurum ve kuruluşun imzası olma niteliği taşır.

Amblesmin nitelikli olabilmesi için bazı özellikleri sahip olması gerekir. Amblem, özgün, uyumlu ve yenilikçi olmalıdır. Sahip olduğu içeriği en iyi şekilde anlatmalıdır. Uygulanacağı bütün alanlarda kullanışlı olabilmesi için endüstriyel özelliğe sahip olmalıdır. Sade ve akılda kalacak şekilde olma özelliği en önemli unsurlardan birisidir (Bektaş, 1997; aktaran Ceylan, 2016).

Semboller ve işaretler görsel iletişimin önemli unsurlarındandır. Amblemeler bu iletişimi şekillerle veya harflerle iletmektedir. Amblemeler tasarlanmaya başlanmadan önce harf, şekil gibi unsurlardan hangisi veya hangilerini kullanılacağı tespit edilmelidir (Ceylan, 2016).

İdeal bir amblem, logo ve logotype tasarlanırken işleri kolaylaştıracak tavsiyeler ve dikkat edilecek hususlar şu şekilde açıklanabilir:

- Amblem çok fazla renk içermemelidir. Çok renk kullanmak zarureti oluştuyrsa dahi tasarımın tek renkte de kullanılabilme özelliği olması gerekir.
- Amblem baskıya uyumlu olmalıdır. Her türlü materyale kolay ve kullanışlı bir şekilde basılabilir özellikte olmalıdır.
- Amblem akılda kalıcı ve sade olmalıdır. İletmek istediği mesajı asgari süre içerisinde verme özelliğine sahip olmalıdır.
- Renk geçişi tercih edilmemelidir. Kullanılması durumunda sadece özgün renklere yer verilmelidir.
- Amblem kurum ve kuruluşun imzası niteliğindedir. Vermek istediği mesajı ve faaliyet alanını ifade etmeli, ön bilgi vermelidir.
- Amblem tasarımında biçim oluşturulmak istendiğinde geometrik biçimler tasarımı kolaylaştırmak için tercih edilebilir.
- Uygun görsel iletişim aracının belirlenmesi gerekmektedir.
- Amblemde kullanılacak sembol ve şekiller ayrıntılı bir şekilde incelenmelidir.
- İnce ve italik harfler okunması zor olabilmektedir.
- Aşırı kalın harfler ise estetik olarak göze hitap etmeyebilir.

- Harfler arasında ki boşluk ayarlanırken okunmamayı zorlaştırmayacak şekilde ayarlanmalıdır.
- Yazıya uyum sağlayacak sembol ve şekiller kullanılmalıdır.
- Logotype için değiştirilen harfler dikkatli bir şekilde yapılmalıdır.
- Kullanılan renkler, semboller, işaretler kurum veya kuruluşun imajına uygun seçilmelidir.
- Tasarımlar kopya ve taklitten uzak olup orijinal olmalıdır.
- Görsel anlamda göze hitap etmeli ve uzun yıllar var olacak eserler olmalıdır.
- Etkili ve verimli olmalıdır. Büyütüldüğünde estetiğini, küçültüldüğünde anlaşılabilirliğini kaybetmemelidir.
- İlk bakışta farklılığını ortaya koymalı, başka çalışmalarla karıştırılmamalıdır. (Çakı, 2010:35; Milli Eğitim Bakanlığı, 2012)

Her amblem kendine özgü nitelik taşınmalıdır. Amblem tasarlanırken farklı bir çalışma kopyalanmamalıdır. Bir başka amblemi çağrıştırmaması gerekmektedir. Akılda kalıcı olabilmesi için amblem olabildiğince arı ve duru olmalıdır. Gereksiz ayrıntılara yer verilmemelidir. Metal, tahta, cam gibi materyallerde, rozet, çakmak, kalem gibi ürünlerde, afiş, tabela, kartvizit gibi baskılarda kullanılabilecek şekilde tasarlanmalı büyük ve küçük şekilde kullanımlarda özelliğini yitirmemesi gerekmektedir. Renk kullanımı az ve öz olmalıdır. Doğru renkleri belirlemek çok önemlidir. Sanatsal ve estetik niteliğe sahip olmalıdır. Doğru mesajları ileten sembol ve şekilleri ahenkli bir şekilde kullanarak iletişimi kuvvetli bir sanat çalışması hüviyetine sahip olmalıdır. (Yerkan, 2010)

2.5. Görsel Kimlik Unsuru Olan Logonun Siyasi Partilerde Kullanımı

Siyasi partiler seçimlerle yönetilen demokratik toplumların örgütleridir. Demokratik yönetimi olmayan diktatörlük, otokratik gibi yöntemlerle yönetilen ülkelerle, tek partili yönetimlerin olduğu toplumlarda gerçek anlamıyla siyasi partiler yoktur. Siyasi parti örgütlerinin geçmişi bu anlamda çok eskilere dayanmamaktadır. 17. yüzyıl sonları 18. yüzyılın başlarında Avrupa’da monarşinin son bulmaya başlamasıyla kralların, hükümdarların sınırlı bir şekilde yetkilerini paylaşarak ve yönetimde temsil sisteminin gelmesiyle siyasi partiler ortaya çıkmıştır. Siyasi partiler seçimlerle vasıtasıyla vatandaşın temsilcileri olarak çalışmalar, faaliyetler yürütmek amacıyla mecliste yer alırlar (Aziz,

2019). Siyasal iletişim açısından siyasi partiler veya başkanlık sisteminin olduğu ülkelerde liderler, seçmenler tarafından ayırt edilebilmek ve kurumsallaşmak için sembol veya logolardan faydalanırlar.

Oluşturulan siyasal sembol şayet beklenen etkiyi verirse, bu sembol kullanılan siyasi partiye güç katar ve siyasi parti sahip olduğu gücü kullanmaya devam eder. Partiyle özdeşleşmiş sembol kendi gerçekliğini oluşturmuş olur. Sembollerle birlikte siyasal sembolizm siyasi partinin görünürlüğüne, temsiliyetine, cisimleşmesine katkıda bulunarak onu geleceğe taşır (Ateş, 2020).

Türk toplumunda siyasi partilerin yüzyıldan fazla bir geçmişi vardır. Bu geçmişin yirmi yılı Osmanlı Devleti'nin son dönemidir. Geri kalanı ise Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşundan bugüne kadar geçen süredir (Ateş, 2020).

Yasal anlamda siyasi partiler Türkiye'de Anayasal çerçevede düzenlenmiştir. Halen yürürlükte olan 1982 Anayasa'nın siyasi partilerle ilgili 68. ve 69. maddeleri 1983 yılında kabul edilmiştir. Günümüzde birkaç kez değişiklik yapılmasına rağmen 2820 sayılı siyasi partiler kanunu kullanılmaktadır (Ateş, 2020).

Siyasi partiler kanunun üçüncü maddesinde “Siyasî partiler, Anayasa ve kanunlara uygun olarak; milletvekili ve mahalli idareler seçimleri yoluyla, tüzük ve programlarında belirlenen görüşleri doğrultusunda çalışmaları ve açık propagandaları ile milli iradenin oluşmasını sağlayarak demokratik bir Devlet ve toplum düzeni içinde ülkenin çağdaş medeniyet seviyesine ulaşması amacını güden ve ülke çapında faaliyet göstermek üzere teşkilatlanmış tüzelsel yapıya sahip kuruluşlardır.” Şeklinde tanımlanmıştır. (Siyasi Partiler Kanunu, 1983)

Siyasi partiler amblemlerinde bulunan semboller, renkler ile ve parti isimleriyle mesajlar iletmektedir. Fakat siyasi partiler kanununda kullanılamayacak resim, işaretler ve adlar da belirtilmiştir. Kanunda “Atatürk’e Saygı” başlığı adlı madde de parti adı ve amblemlerinde Türkiye Cumhuriyetinin kurucusu Mustafa Kemal Atatürk'ün adı ve resmi kullanılamaz şeklinde belirtilmiştir. “Kullanılamayacak parti adları ve işaretler” başlıklı siyasi partiler kanunun doksana altıncı maddesi ise şöyledir:

- Anayasa Mahkemesince temelli kapatılan veya siyasi parti siciline kayıtlı bulunan siyasi partilerin isimleri, amblemleri, rumuzları, rozetleri ve benzeri işaretleri başka

bir siyasi partice kullanılmayacağı gibi, daha önce kurulmuş Türk devletlerine ait topluma mal olmuş bayrak, amblem ve flamalar da siyasi partilerce kullanılmaz.

- Kurulacak siyasi partiler, Anayasa Mahkemesince kapatılan siyasi partilerin devamı olduklarını beyan edemez ve böyle bir iddiada bulunamazlar.
- Komünist, anarşist, faşist, teokratik, nasyonal sosyalist, din, dil, ırk, mezhep ve bölge adlarıyla veya aynı anlama gelen adlarla da siyasi partiler kurulamaz veya parti adında bu kelimeler kullanılamaz. (Siyasi Partiler Kanunu, 1983)



3.BÖLÜM: METODOLOJİ

Araştırmanın bu bölümünde araştırmanın konusu, amacı, sorusu, örnekleme ve yöntemi hakkında bilgilere yer verilmiştir. Siyasi partilerin logoları gösterge çözümleme tablolarıyla incelenmiş ve çözümleme yapılmıştır.

3.1. Araştırmanın Konusu, Örnekleme, Yöntemi

Bir çalışmanın bilimsel açıdan geçerli olarak nitelendirilebilmesi için, araştırmanın; içerik ve hedefinin vazih olarak ortaya konmuş, modelinin belirlenen hedefe yönelik ve literatür ile koşut bir şekilde hazırlanmış ve neticeye varabilmek için de bilim camiası tarafından onaylanmış bir metodun kullanılması gerekmektedir. Bu ilkelere istinaden ortaya konacak araştırmanın içeriğinin, hedefinin, modelinin ve metodunun belirtilmesi araştırmacılara büyük yarar sağlamaktadır. Fakat “metot” başlığı altında ele alınan yöntemin istifade gayesinin açıklanmasından daha önce bu yöntemin mahiyetini, ilgili yöntemi ortaya koyan düşünürlerin kimler olduğunu ve mefhumlarını incelemenin araştırmaya fayda sağlayacağı öngörülmektedir.

Reklamı da kapsayan kitle iletişiminin başat vasıflarından biri, taşıdıkları anlamları, belirli gösterge sistemlerine dayanarak hazırlanmış ana fikirler üretmektir. Semiyoloji (göstergebilim) kitlelere ulaştırılmak istenen mesajlardaki anlamların film, reklam, dizi vb. gibi tüm yayın metinlerde hangi şekillerde hazırlanacağı üzerine çalışmaktadır (Arthur Asa Berger, 1993 aktaran: Sabuncuoğlu, 2006).

Semiyoloji ile ekrandan seyirciye aktarılan ve aktif bir yapıya sahip olan reklamların okunabilmesi sırasında, ilgili reklamlarda bulunan ve fonksiyona sahip olan göstergeler tespit edilerek yapısalcı bir metotla veren-alan karşılığı izah edilmektedir. Akabinde düz anlam ve yan anlam çerçevesinde okumalar ile içeriğe anlam kazandırma seviyesine geçilmektedir (Parsa ve Parsa 2004).

Semiyotik yani “göstergebilim” teriminin mucidi olan 17. yüzyıl düşünürü John Locke, İnsan Anlığı Üzerine Bir Deneme (Essay Concerning Human Understanding) isimli eserinde göstergebilimin; müdrikenin duyu organları aracılığıyla nesneleri kavrayabilmek ve bu kavranan nesnelerin elde edilen bilgisini diğer kişilere iletebilmek için ihtiyaç duyulan ve de göstergelerin mahiyetini ele alan bir yöntem olduğundan bahsetmiştir (Mutlu, 1995).

Günümüzde, modern semiyolojinin (göstergebilim) iki kurucusundan biri olarak kabul edilen isim Cenevreli filolog Ferdinand Saussure'dür. Ferdinand Saussure'ün bu alandaki fikirlerini ortaya koyduğu, ders notlarından müteşekkil Genel Dilbilim Dersleri (Cours de Linguistique Generale) adlı çalışma kendisinin ölümünden sonra 1916 yılında tilmizleri tarafından kitap haline getirilerek yayımlanmıştır. Saussure ölümünden sonra yayımlanan notlarında göstergebilimi; toplum içindeki belirteçleri inceleyen bilim olarak tanımlamış ve bu bilimden bahsederken genel olarak "semiology" terimini kullanmıştır (Milliyet, 2000, aktaran: Sabuncuoğlu, 2006).

Amerikalı pragmatist filozof Charles Sanders Peirce ise; göstergebilim kelimesi için "semiotics" kavramını kullanmıştır. Peirce, ahlak kuralları, mantık, matematik, tin bilimleri, kozmoloji, akustik, bilim tarihi, kimya, iktisat, antropoloji vb. herhangi bir alan üzerinde, göstergebilim yaklaşımı olmadan incelenemesinin imkânsızlığını vurgulayıp göstergebilimin tüm araştırmalarda temel metot olması gerektiğini belirtmiştir (Mutlu, 1995).

Semiyolojiye farklı perspektiflerden yaklaşan bilim adamları bu bilimin en başat kavramı olan "gösterge" terimine çeşitli anlamlar yüklemişlerdir. Özetle ve genel olarak söylemek gerekirse "gösterge" terimini şu şekilde tanımlamışlardır: "kendisi o şey olmadığı halde, o şeyi çağrıştırarak iletişim sağlayan ve bir başka şeyi temsil eden her şeydir." (Parsa ve Parsa, 2004) Bir gösterge üç ana özelliğe sahiptir. İlk olarak bir gösterge fiziksel olmak zorundadır. Daha sonra bir göstergeden bahsedilebilmesi için kendi dışındaki bir olguya gönderme yapması gerekmektedir. Bir göstergenin kişiler tarafından ortak bir düşünce üzerinden kavranması ve kullanılması ise üçüncü özelliği meydana getirmektedir (Mutlu, 1995).

Ferdinand Saussure ise göstergeyi, haberleşme ya da bir şeyi anlatabilme çabasında olan iki kişinin faydalandığı iletişimsel bir araç olarak tanımlamaktadır (Mutlu, 1995). Saussure; bütün göstergelerin, göstergenin fiziksel boyutunu belirten gösteren ile göstergenin kavram boyutunu niteleyen gösterilenden meydana geldiğini söylemektedir. Örneğin "tavşan" kelimesi bir gösterge ise bu göstergenin göstereni, "t-a-v-ş-a-n" ses dizgesidir. Burada gösterilense "tavşan" denildiğinde "tavşan" kategorisi yani tavşan denildiğinde zihinde oluşan idedir. Saussure; bir göstergede, kişilerin gösteren ve gösterilen arasında kurdukları bağlantıyı "anlamlandırma" olarak tanımlar. Bahse konu

olan “anlam” ise ilgili ögelerin birbirileri arasındaki yapısal bağlarda mevcuttur (Parsa ve Parsa, 2004).

Göstergelerin mantıksal ve genel bir yapıya sahip olduğunu öne süren Charles Sanders Peirce göstergeyi; “Biri için herhangi bir şeyi belli bakımlardan ya da bir sıfatla temsil eden bir şey.” (Mutlu, 1995) olarak tanımlamıştır.

Fransız felsefeci olan Roland Barthes de semiyoloji çalışmalarına yadsınamayacak katkılarda bulunmuş önemli isimlerden biridir (Parsa ve Parsa, 2004). Barthes göstergeyi tanımlarken, göstergenin şekil ve muhtevadan meydana gelen ikili bir yapıdan müteşekkil olduğunu ve şeklin gösterenin, muhtevanın ise gösterilenin karşılığı olduğunu söylemektedir. Barthes, yaptığı bu tanımları desteklemek için şöyle bir örnek verir: Gül tek başına sadece bir çiçektir. Fakat bir erkek tarafından bir kadına takdim edildiğinde bu gül artık bir göstergeye dönüşmüştür. Çünkü başta sadece bir çiçek olan gül takdim edilmesinin akabinde erkeğin hislerine gönderme yapmış ve bu durum da kadın tarafından idrak edilmiştir (Mutlu, 1995).

Rolan Barthes’in bu alanda ortaya koyduğu çalışmalar içerisindeki en önemli katkısı semiyolojiye kazandırdığı iki kavramdır. Göstergelerin başat fonksiyonunun anlamları meydana getirmek olduğunu savunmaktadır. Bu anlamların nasıl ve hangi seviyelerde meydana geldiklerini tanımlamaya çalışan Barthes, bu bağlamda düzanlam ve yananlam terimlerini yaratmıştır. Göstergelerin birinci seviyede düzanlama, ikinci seviyede ise yananlama sahip olduklarını savunmuştur (Parsa ve Parsa, 2004). Asıl olarak ilk seviye, Saussure’in de üzerinde araştırmalar yaptığı bir seviyedir. Bu seviyede bir göstergenin göstereni ve gösterileni arasındaki bağlantı ve uzay-zamandaki göndergesiyle olan ilişki anlamlandırılmaya çalışılmaktadır. Barthes’in düzanlam olarak nitelediği bu ilk seviye, göstergenin bütün insanlar tarafından onaylanmış ve doğru kabul edilmiş anlamına işaret etmektedir. Barthes’in ikinci anlamlandırma seviyesi olan yananlam seviyesi ise kişilerin sahip oldukları manevi değerlerin, kişisel duygu ve tutumların göstergeler ile kurdukları bağlantı neticesinde meydana gelen etkileşimi tanımlama görevini icra etmektedir. Bu seviyede göstergeye anlam yükleyen kişinin duygu ve tutumu kadar göstergenin ya da nesnenin de etkisi bulunmaktadır (Fiske, 1996 aktaran: Sabuncuoğlu, 2006). Düzanlam ve yananlam seviyelerindeki farklılığı daha iyi açıklayabilmek adına çizilmiş iki portre üzerinden örnek verilebilir: Biri renkli diğeri ise siyah-beyaz olarak çizilmiş aynı

portrenin her ikisinde de aynı düzanlam (neyin resmedildiği) bulunurken yananlamlara (nasıl resmedildiği) bakıldığında farklılık bulunduğu gözlemlenmektedir (Illegard, 2004 aktaran: Sabuncuoğlu 2006)

3.1.1. Araştırmanın Konusu

Demokrasilerin önemli unsuru olan siyasi partiler kurumsal kimliklerini yansıtmak için görsel kimlik unsuru olarak parti logolarını kullanmaktadırlar. Siyasi partiler logolarında kullandıkları renk, sembol, tipografi gibi etkenlerle seçmenleri üzerinde etkili olmaya çalışmaktadırlar. Araştırma amacı ve hipotezi bu bağlamda oluşturulmuştur.

3.1.1.1. Araştırmanın Amacı

Siyasi partiler logolarında kültürel, ideolojik ve siyasi mesajlar vermektedir. Bu bağlamda siyasi parti logolarında kullanılan sembol ve renklerin düz anlam ve yan anlam olarak ne ifade ettiğı, hangi kültürel, ideolojik, siyasi mesajı gösterdiği ve bunları ne sıklıkla kullandıkları araştırmanın amacını oluşturmaktadır.

3.1.1.2. Araştırmanın Sorusu

“Seçimlere girmeye hak kazanmış siyasi partilerin logolarında ki sembol ve renkler ile seçmenlerine verdiği mesajlar nelerdir?” araştırmanın sorusunu oluşturmaktadır.

3.1.2. Araştırmanın Örneklemi

Araştırma örneklemini, Türkiye Cumhuriyeti’nin kuruluşu ile birlikte kurulan ilk siyasi partiden başlayarak, 1946 yılı itibariyle geçilen çok partili dönemle, Türk siyasi hayatına birer birer katılan partilerin genel ve yerel seçimlere katılmış olanlarının ele alınması şeklinde oluşturulmuştur. 1923 yılı genel seçimlerinden 2019 yılında gerçekleştirilen yerel seçimlere kadar seçimlere katılmaya hak kazanmış partiler incelenmiştir.

Türkiye’de siyasi parti; üye olma yeterliliğine sahip en az otuz Türk vatandaşının bir araya gelmesiyle kurulurken, kurulan partilerin seçimlere katılabilmesi için gerekli şartlar siyasi partiler kanununda şöyle belirtilmiştir: Seçimlerden en az altı ay öncesinden illerin en az yarısında teşkilatlanması ve büyük kongrelerini yapması gerekmektedir. Veya Türkiye Büyük Millet Meclisinde grup oluşturması gerekmektedir. İlde ki teşkilatlanma

ise ilin merkez ilçesi dâhil en az üçte birinde teşkilat kurmak şeklinde açıklanmıştır (Siyasi Partiler Kanunu, 1983).

Araştırmanın örneklemini oluşturan etkenlerden, seçimlere katılan siyasi partileri incelemenden önce Türkiye’de gerçekleştirilen genel ve yerel seçimlerin kısa tarihi şu şekildedir: Mustafa Kemal Atatürk tarafından 9 Eylül 1923’te kurulan “Cumhuriyet Halk Fıkrası” cumhuriyet tarihinin ilk siyasi partisi olarak kabul edilmektedir. 9 Mayıs 1935’te “Cumhuriyet Halk Partisi” adını alan parti 1923, 1927, 1931, 1935, 1939 ve 1943 yıllarında yapılan genel seçimlere tek başına girmiştir. 1946 yılında ilk defa gerçekleştirilen çok partili seçimden itibaren 1950, 1954, 1957, 1961, 1965, 1969, 1973, 1977, 1983, 1987, 1991, 1995, 1999, 2002, 2007, 2011, 2015(Haziran), 2015(Kasım ve 2018 yıllarında Türkiye’de genel seçimler gerçekleştirilmiştir. (Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), 2012; Yüksek Seçim Kurulu (YSK), 2021)

Tek partili dönemden 1946 yılına kadar 1930, 1934, 1938 ve 1942 yıllarında yerel seçimler gerçekleştirilmiştir. Türkiye’de çok partili dönemin başlangıcı olan 1946 yılından itibaren 1950, 1955, 1963, 1968, 1973, 1977, 1984, 1989, 1994, 1999, 2004, 2009, 2014 ve 2019 yıllarında çok partili dönemin yerel seçimleri yapılmıştır. (Kaçer, 2017)

1923’ten 2019 seçimlerine kadar seçimlere katılım sağlamaya hak kazanmış siyasi partiler kuruluşlarının ardından gerçekleştirilen ilk seçime katılımları baz alınarak şu şekilde sıralanmaktadır:

Tablo 1: Seçimlere Katılan Siyasi Partiler Ve Katıldıkları Seçim Yılı

Sıra	Siyasi Parti Adı	Katıldığı Genel Seçimler	Katıldığı Yerel Seçimler
1	Cumhuriyet Halk Partisi	1923, 1927, 1931, 1935, 1939, 1943, 1946, 1950, 1954, 1957, 1961, 1965, 1969, 1973, 1977, 1995, 1999, 2002, 2007, 2011, 2015	1930, 1934, 1938, 1942, 1946, 1950, 1963, 1968, 1973, 1977, 1994, 1999, 2004, 2009, 2014, 2019

		(Haziran), 2015 (Kasım), 2018	
2	Demokrat Parti	1946, 1950, 1954, 1957	1946, 1950, 1955
3	Millet Partisi	1950	-
4	Cumhuriyetçi Millet Partisi	1954, 1957	-
5	Türkiye Köylü Partisi	-	1955
6	Hürriyet Partisi	1957	-
7	Adalet Partisi	1961, 1965, 1969, 1973, 1977	1963, 1968, 1973, 1977
8	Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisi	1961, 1965	1963, 1968
9	Yeni Türkiye Partisi	1961, 1965, 1969	1963, 1968
10	Millet Partisi(II)	1965, 1969, 1973	1963, 1968, 1973
11	Türkiye İşçi Partisi	1965, 1969, 1977	1963, 1968, 1977
12	Cumhuriyetçi Güven Partisi	1969, 1973, 1977	1968, 1973, 1977
13	Milliyetçi Hareket Partisi	1969, 1973, 1977, 1995, 1999, 2002, 2007, 2011, 2015 (Haziran), 2015 (Kasım), 2018	1973, 1977, 1994, 1999, 2004, 2009, 2014, 2019
14	Türkiye Birlik Partisi	1969, 1973, 1977	1973, 1977
15	Demokratik Parti	1973, 1977	1973, 1977
16	Millî Selamet Partisi	1973, 1977	1973, 1977
17	Sosyalist Devrim Partisi	-	1977
18	Türkiye Sosyalist İşçi Partisi	-	1977

19	Anavatan Partisi	1983, 1987, 1991, 1995, 1999, 2002	1984, 1989, 1994, 1999, 2004, 2009
20	Halkçı Parti	1983	1984
21	Milliyetçi Demokrasi Partisi	1983	1984
22	Sosyal Demokrasi Partisi	-	1984
23	Refah Partisi	1987, 1991, 1995	1984, 1989, 1994
24	Doğru Yol Partisi	1987, 1991, 1995, 1999, 2002	1989, 1994, 1999, 2004
25	Sosyaldemokrat Halkçı Parti	1987, 1991	1989, 1994
26	Demokratik Sol Parti	1987, 1991, 1995, 1999, 2002, 2011, 2015 (Haziran), 2015 (Kasım)	1989, 1994, 1999, 2004, 2009, 2014, 2019
27	Milliyetçi Çalışma Partisi	1987	1989
28	Islahatçı Demokrasi Partisi	1987	1989
29	Sosyalist Parti	1991	-
30	Büyük Birlik Partisi	1999, 2002, 2011, 2015 (Kasım)	1994, 1999, 2004, 2009, 2014, 2019
31	Demokrat Parti(II)	1999	1994, 1999, 2004
32	Millet Partisi(III)	1995, 1999, 2002, 2011, 2015 (Haziran), 2015 (Kasım)	1994, 1999, 2004, 2009, 2014
33	Yeniden Doğuş Partisi	1995, 1999	1994, 1999
34	Sosyalist Birlik Partisi	-	1994
35	İşçi Partisi	1995, 1999, 2002, 2007	1994, 1999, 2004, 2009, 2014

36	Halkın Demokrasi Partisi	1995, 1999	1999
37	Yeni Demokrasi Hareketi	1995	-
38	Yeni Parti	1995	-
39	Fazilet Partisi	1999	1999
40	Özgürlük ve Dayanışma Partisi	1999, 2002, 2007	1999, 2004, 2009, 2014
41	Demokrat Türkiye Partisi	1999	1999
42	Liberal Demokrat Parti	1999, 2002, 2007, 2011, 2015 (Haziran), 2015 (Kasım)	1999, 2009, 2014
43	Barış Partisi	1999	1999
44	Emek Partisi	1999, 2007, 2011	1999, 2004, 2009
45	Sosyalist İktidar Partisi	1999	1999
46	Değişen Türkiye Partisi	1999	1999
47	Demokrasi ve Barış Partisi	1999	1999
48	Adalet ve Kalkınma Partisi	2002, 2007, 2011, 2015 (Haziran), 2015 (Kasım), 2018	2004, 2009, 2014, 2019
49	Genç Parti	2002, 2007	2004
50	Demokratik Halk Partisi	2002	-
51	Saadet Partisi	2002, 2007, 2011, 2015 (Haziran), 2015 (Kasım), 2018	2004, 2009, 2014, 2019
52	Yeni Türkiye Partisi	2002	2004
53	Yurt Partisi	2002, 2015 (Haziran)	2014

54	Bağımsız Türkiye Partisi	2002, 2007, 2011, 2015 (Haziran), 2015 (Kasım)	2004, 2009, 2014
55	Türkiye Komünist Partisi	2002, 2007, 2011	2004, 2009, 2014
56	Aydınlık Türkiye Partisi	2007	2004
57	Sosyaldemokrat Halk Partisi	-	2004
58	Demokrat Parti(III)	2007, 2011, 2015 (Haziran), 2015 (Kasım)	2009, 2014, 2019
59	Halkın Yükselişi Partisi	2007	2009
60	Hak ve Özgürlükler Partisi	2015 (Haziran), 2015 (Kasım)	2009, 2014
61	Barış ve Demokrasi Partisi	-	2009, 2014
62	Halkın Sesi Partisi	2011	-
63	Hak ve Eşitlik Partisi	2011	2014
64	Doğru Yol Partisi(II)	2011, 2015 (Haziran), 2015 (Kasım)	2014
65	Milliyetçi ve Muhafazakâr Parti	2011	-
66	Halkların Demokratik Partisi	2015 (Haziran), 2015 (Kasım), 2018	2014, 2019
67	Hür Dava Partisi	2018	2014
68	Toplumsal Uzlaşma Reform ve Kalkınma Partisi	2015 (Haziran)	2014
69	Alternatif Parti	-	2014
70	Halkın Kurtuluş Partisi	2015 (Haziran), 2015 (Kasım)	2014

71	Muhafazakar Yükseliş Partisi	2015 (Haziran)	2014
72	Vatan Partisi	2015 (Haziran), 2015 (Kasım), 2018	2019
73	Anadolu Partisi	2015 (Haziran)	-
74	Merkez Parti	2015 (Haziran)	-
75	Komünist Parti	2015 (Haziran), 2015 (Kasım)	-
76	Hak ve Adalet Partisi	2015 (Haziran)	-
77	İyi Parti	2018	2019

(Türkiye İstatistik Kurumu,2012; Yerel Yönetimler Portalı, 2019; Yüksek Seçim Kurulu, 2021)

Türkiye’de seçimlere katılmaya hak kazanmış toplam 77 siyasi parti gözükmemektedir. Listede yer alan 77 siyasi partinin içerisinde Demokrat Parti ve Millet Partisi üçer kez yer alırken, Doğru Yol Partisi iki kez yer almıştır. Bu durum bu siyasi partilerin aynı isimle farklı dönemlerde yeniden kurulmasından kaynaklanmaktadır. Araştırmanın örneklemini oluşturan siyasi partiler Tablo1’de ki sıralanışıyla incelenecektir.

3.1.3. Araştırmanın Yöntemi

Tablo 1’de listelenen siyasi partilerin, logosunda yer alan göstergelerinin göstergebilimsel (gösteren, gösterilen, düz anlam, yan anlam) çözümleme tekniği ile incelenerek, siyasi partilerin logoları çözümlenecektir.

3.2. Siyasi Parti Logolarının Çözümlemesi

Siyasi parti logolarının tablo 1’de verilen sırasıyla göstergebilimsel olarak çözümlenmesi:

Tablo 2: Cumhuriyet Halk Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düz anlam	Yan anlam
Ok	Hedef	Eski savaş silahı, yayla atılan ucunda sivri bir demir bulunan ince ve kısa tahta çubuk	Amacı, hedefi temsil eder. Türk oku, Türk savaş tarihinin en önemli silahlarından biri

Altı Ok	Partinin altı ilkesi	Faklı boyutta olan altı okun sivri ucunun sağ üstten başlayarak sağa yatay şekilde biterek yerleştirilmesi	Cumhuriyetçilik, milliyetçilik, halkçılık, devletçilik, laiklik ve devrimcilik olarak belirtilen partinin altı ilkesi
Kırmızı	Güç, zafer hissi, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kırmızı, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Kan rengi olmasından tehlike anlamı da vardır. Türk Bayrağında yer alan renktir.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi



Resim 1: Cumhuriyet Halk Partisi Logosu

Kırmızı zemin üzerine yerleştirilen beyaz altı oktan ve partinin adının baş harflerinin yazılışından oluşan Cumhuriyet Halk Partisi'nin logosu Gazi Terbiye Enstitüsü'nün görevlendirdiği eğitim bilimci İsmail Hakkı Tonguç tarafından çizilmiştir. Cumhuriyetin ilanının onuncu yılı için 1933 yılında partinin altı ilkesi olan cumhuriyetçilik, milliyetçilik, halkçılık, devletçilik, laiklik ve devrimcilik altı ok ile simgelenmiştir. Ok sembolik anlamda hedefi ve amacı ifade etmektedir. Türk tarihinde ve kültüründe önemli

bir semboldür. Türkler oku vücudun bir uzantısı olarak görecektir kadar ona değer vermiştir. Tarihte bilinen en eski oklarda yine Türklere aittir (Oçak, 2019). Partinin Kültürel birikimin siyasal sembolizme yansıması olarak görülmektedir. Ayrıca partinin oklarından en uzun olanında diğerlerinden farklı olarak yaya takılan çentiği görülmektedir. Bu farklılıkta o çentiğe zamanla çeşitli anlamlar yüklenmesine sebep olmuştur.

Tablo 3: Demokrat Parti Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
D harfi	Partinin adı olan “Demokrat”ın baş harfidir.	Türk abecesinin beşinci harfi. “De” adı verilen bu harf sesbilim bakımından dişeti ünsüzlerinin ötümlüsüdür.	D ile başlayan kelimelerin kısaltması veya baş harfi
P harfi	Parti kelimesinin kısaltması ve baş harfi	Türk abecesinin yirminci harfi. “Pe” adı verilen bu harf, sesbilim bakımından çift dudaksıl ünsüzlerinin ötümsüzüdür.	P ile başlayan kelimelerin kısaltması veya baş harfi
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi



Resim 2: Demokrat Parti Logosu

Logo, kırmızı zemin üzerine “Demokrat Parti” isminin baş harflerinin iç içe geçecek şekilde beyaz renk kullanılarak tasarlanmasıyla oluşturulmuştur. Alfabetik formların deformasyonu veya harflerin biçimsel düzenlenmesi olan logotype’a örnek olarak gösterilebilmektedir. Genişletilmiş “D” harfinin üzerine “P” harfinin formunun uzatılarak yerleştirilmesi meydana gelmiştir. Sembolik anlamda Parti ile Demokrat kavramlarını iç içe geçtiğini ifade ettiği söylenebilmektedir.

Tablo 4: Millet Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Kitap	Öğrenme, fayda, bilgi	Bir araya getirilmiş yazılı veya basılı yapraklardan meydana gelen bütün, herhangi bir konuda yazılmış yapıt	Öğrenme ve bilgelik sembolüdür.
Hilal	Türk bayrağını oluşturan sembollerden birisi	Ayça, yeniay, Ayın yeni doğduğu zaman ilk üç günlük yay şeklindeki durumu	Gücü sembolize etmektedir. İslam’la özdeşleşmiş bir semboldür.
Yıldız	Türk bayrağını oluşturan sembollerden bir diğeri	Işıklı ve sâbit bir nokta hâlinde görülen gök cisimlerinden her biri, bir nokta etrâfında tabanları bitişik olarak sıralanmış üçgenlerden ibâret şekil.	Bilgelik ve ruhsal yol göstericiliğin simgesidir.

Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kırmızı, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi
Sarı	Işıltı, parıltı, zenginlik, bolluk, idealizm, sıcaklık, enerji, dikkat çekicilik	Güneş ışığının ayrışma tayfında yeşil ile portakal rengi arasında olan renk, altının, kükürdün, limonun rengi. Fiziksel grupta ara renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir.	Renkler arasında en ışıltılı ve parıltılı olan sarı hareketlilik, zenginlik, bolluk ve sadakat gibi değerleri hatırlatmaktadır. Entelektüelliği, yöneticiliği, iddiayı, hırsı ve özgürlüğü ifade etmektedir. Sarı güneşi, buğday başağını, altını, yaşamı, idealizmi, sıcaklığı, enerjiyi, neşeyi simgelemektedir.
Siyah	Güç, otorite, saygınlık, ciddiyet, tarafsızlık, sadelik	En koyu renk, kömür rengi, kara ve beyazın zıttı	Ciddiyet, kontrast ve belirginlik

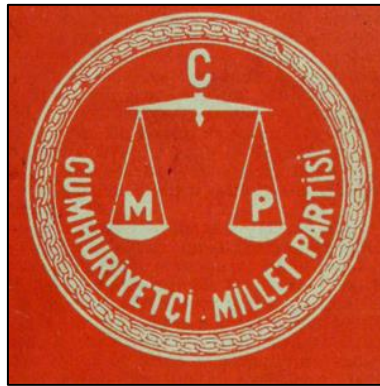


Resim 3: Millet Partisi Logosu

Sarı renkli çemberin içerisinde kırmızı arka plana sahip dairede yer alan ay yıldız ve açık bir kitaptan oluşmuştur. Sembolik olarak açık bir kitap bilgeliği ve öğrenmeyi temsil etmektedir. Logoda kitabın üstünde yer alan ay yıldız ise Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin bayrağı olarak Türk Milleti'ni temsil etmektedir. Sarı çemberin güneşi, kitap ile bilgeliği, kırmızı zemin üzerine beyaz ay yıldız ile de milleti ifade ettiği varsayılarak aydınlığı, aydını ve adında geçen milleti logosunda sembolize etmiştir.

Tablo 5: Cumhuriyetçi Millet Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Terazi	Eşitlik, denge, tarafsızlık	Bir kolun iki ucuna asılı iki kefedenden meydana gelen tartı âleti.	Denge ve uyumu temsil eder. Adaletle özdeşleşmiştir
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi



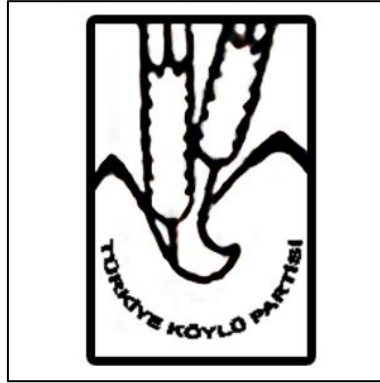
Resim 4: Cumhuriyetçi Millet Partisi Logosu

Beyaz desenli çemberin içerisinde yine beyaz renkte terazi, parti ismi ve partinin isminin baş harflerinin kırmızı arka planla birlikte kullanılmasıyla oluşmuştur. Terazi sembolik

anlamda dengeyi, uyumu temsil etmekle birlikte adalet kavramıyla da özdeşleşmiştir. Logoda kullanılan terazinin eşitleme kolunun üstünde partinin isminde yer alan cumhuriyetçi kelimesini temsilen C harfi yer alırken, ağırlık kefelerinde ise millet ve partiyi temsil eden M ve P harfleri bulunmaktadır. Cumhuriyet rejiminin dengesinin partizanlığın değil milletin kendisinin yönetimde eşit olduğu durumda olabileceği mesajını vermeye çalışmıştır.

Tablo 6: Türkiye Köylü Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Buğday	Köy ve köylülük	Tâneleri un ve ekmek yapımında kullanılan ve insanın başlıca gıdâsını teşkil eden bitki	Yaz, bereket ve verimli hasatla ilişkilidir.
Siyah	Güç, otorite, saygınlık, ciddiyet, tarafsızlık, sadelik	En koyu renk, kömür rengi, kara ve beyazın zıttı	Ciddiyet, kontrast ve belirginlik

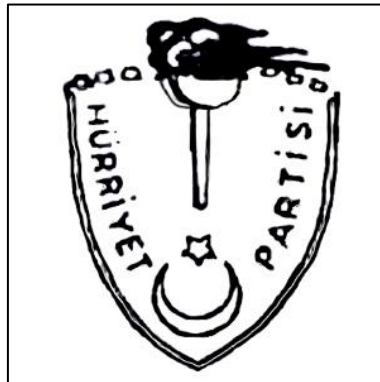


Resim 5: Türkiye Köylü Partisi Logosu

Arka planı belirsiz olan logo da siyah renkte çift buğday başağı ve başağın ekili olduğu alan soyut çizgilerle oluşmuştur. Hasatla ilişkili olan buğday başağı verimliliği ve bereketi temsil etmektedir. Partinin isminde yer alan köylü onun ekip biçtiği buğdayla sembolize edilmiştir.

Tablo 7: Hürriyet Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Meşale	Bağımsızlık ve hürriyet ateşi	Bir sopanın ucuna yerleştirilmiş yağlı paçavra vb. yanıcı maddelerin yakılması sūretiyle ışık veren aydınlatma aracı	Yol gösteren, önder olan ışık, muzaffer yaşamın meşalesi ölümsüzlük anlamı taşır.
Hilal	Türk bayrağını oluşturan sembollerden birisi	Ayça, yeniay, Ayın yeni doğduğu zaman ilk üç günlük yay şeklindeki durumu	Gücü sembolize etmektedir. Müslüman ülkelerce benimsenerek İslam’la özdeşleşmiş semboldür.
Yıldız	Türk bayrağını oluşturan sembollerden bir diğeri	Işıklı ve sâbit bir nokta hâlinde görülen gök cisimlerinden her biri, Bir nokta etrâfında tabanları bitişik olarak sıralanmış üçgenlerden ibâret şekil.	Bilgelik ve ruhsal yol göstericiliğin simgesidir.
Siyah	Güç, otorite, saygınlık, ciddiyet, tarafsızlık, sadelik	En koyu renk, kömür rengi, kara ve beyazın zıttı	Ciddiyet, kontrast ve belirginlik



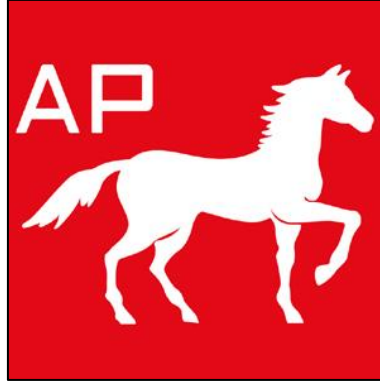
Resim 6: Hürriyet Partisi Logosu

Partinin ulaşılabilen logosunda renkler belli değildir. Mevcut olan logoda beyaz arka plan üzerine siyah çizimle arma şeklinde tasarlanan logo meşale ve ay yıldız sembollerinden

oluşturmuştur. Ay yıldız Türk Bayrağı'nın sembolleridir. Logoda kullanımı Türkiye Cumhuriyeti Devletini temsilendir. Meşale sembolik anlamda muzaffer yaşamın meşalesidir. Muzaffer kelime anlamıyla bir savaşta üstünlük kazanmış zafer elde etmiş anlamındadır.(TDK) Meşale aynı zamanda bayrak yarışında gibi elden ele geçirebilir, ölümsüzlük ve ölüm karşısındaki yaşam anlamı taşımaktadır. Meşale sembolünün anlamlarıyla partinin isminde geçen hürriyet ifadesi birbirleriyle örtüşmektedir. Özgürlük anlamına gelen hürriyet kelimesi partinin logosunda kullanılan ay yıldız ve meşale sembolleri ile Türk devletinin sonsuza kadar sürecek bağımsızlık ateşini temsil ettiği anlamına gelebilmektedir.

Tablo 8: Adalet Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
At	Kırat, asalet, hız, özgürlük	Binme, yük çekme ve taşıma hizmetlerinde kullanılan, Orta Asya menşeli, tek tırnaklı, memeli hayvan	Fetih gücüyle ilişkilendirilmiştir. . İlkçağda yaşam gücünü temsil etmektedir. Güneş ve gök tanrılarıyla ilişkilidir.
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi



Resim 7: Adalet Partisi Logosu

Kırmızı zemin üzerine beyaz at ve parti adının baş harfleri logoda yer almıştır. Çizilen logoda beyaz atın sağ ayağının adım atmak için havada olduğu ve atın başının sağa doğru olduğu gözükmemektedir. Asaleti, hızı, özgürlüğü ve güzelliği simgeleyen at, fetih gücüyle ilişkilendirilmiştir. Beyaz at ruhsal anlamda aydınlanmayı, dirilişi ve yaşamın güneşle ilgili sembolüdür. Dinsel anlamda çeşitli tanrıları simgeleyen beyaz at Müslümanlar için mutluluğu temsil etmektedir.(Semboller Kitabı). Göçebe bozkır hayata sahip olan Türklerin kültüründe atın önemli sembolik anlamları vardır. Çin kaynaklarında Türklerin hayatının atlara bağlı olduğu ifadesi geçmektedir. Türk askerlerine ve beylerine her zaman eşlik eden yoldaş olmuştur. Sahibi vefat ettiğinde dahi yanında yer almıştır. Cennete giderken binilecek binek olarak görülmüştür. Sonraki dönemlerde ise hükümdarlık gücünü simgelemiştir.(Özkartal, 2012) Türk siyasetinde beyaz at kırat olarak isimlendirilmiştir. Kır atın refaha ve huzura doğru Anadolu halkını götüreceği şeklinde anlam kazanmıştır. (Uzman, 2013)

Tablo 9: Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Terazi	Eşitlik, denge, tarafsızlık	Bir kolun iki ucuna asılı iki kefedden meydana gelen tartı âleti.	Denge ve uyumu temsil eder. Adaletle özdeşleşmiştir
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kırmızı, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.

Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi
-------	---	--	---



Resim 8: Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisi Logosu

Kırmızı arka planda dairenin etrafında beyaz çift dairenin yer aldığı logonun içerisinde yine beyaz renklerde terazi ve partinin isminin baş harfleri yer almaktadır. Cumhuriyetçi Millet Partisi'nin logosuna çok benzeyen bu logoda ekstra olarak partinin ismine de eklenen köylü ifadesi terazi denge çubuğunun altında K harfi ile betimlenmiştir. Adaleti, dengeyi, uyumu temsil eden terazinin her iki küfesinde millet ve parti kelimelerini baş harfleri olan M ve P yer almıştır. Parti logosuyla cumhuriyet rejimine bağlılığı ve üreten köylüyü, parti politikasıyla ve milletle uyum içerisinde dengede tutmayı sembolize etmeye çalışmaktadır.

Tablo 10: Yeni Türkiye Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Buğday	Hasat dönemi, buğdayın yeni açarak boy vermesi	Tâneleri un ve ekmek yapımında kullanılan ve insanın başlıca gıdâsını teşkil eden bitki	Yaz, bereket ve verimli hasatla ilişkilidir.
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel gruplamada ana renk, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır.

Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi
-------	---	--	---



Resim 9: Yeni Türkiye Partisi Logosu

Kırmızı zemin üzerine beyaz buğday başağından oluşmuştur. Bereket sembollerinden olan buğday, topraktan çıkıp tekrar toprağa döndüğünde daha çok ürün verme özelliğine sahiptir. Bu yüzden sembolik anlamda yaşama yeniden dönüşü ve doğumu temsil etmektedir. (Gültekin, 2008) Partinin isminde geçen yeni ve Türkiye ifadeleriyle birlikte bakılacak olursa buğday başağı Anadolu'da yeniden bolluğa, berekete dönüşü çağrıştırmaktadır.

Tablo 11: Millet Partisi(II) Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Kartal	Güç ve asalet	Kartalgiller familyasından, beyazla karışık esmer renkte, yuvasını yüksek kayalıklara kuran, kanatları uzun, kuvvetli gagasının ucu iyice kıvrık, sağlam yapılı, zararlı hayvanları yiyerek tabiatla denge unsuru olan, çok büyük yırtıcı kuş.	Zafer ve her şeyi bilmeyi simgeler. Güç ve liderlikle ilişkilendirilmiştir. Mistik gücün sembolü olarak ilahi bir haberci olarak görülür. Keltlerde yeniden doğuş ve yenilenme sembolüdür. Eski Mısırlılar için ise ebedi yaşamı temsil eder.

Siyah	Güç, otorite, saygınlık, ciddiyet, tarafsızlık, sadelik	En koyu renk, kömür rengi, kara ve beyazın zıttı	Ciddiyet, kontrast ve belirginlik
-------	---	--	-----------------------------------



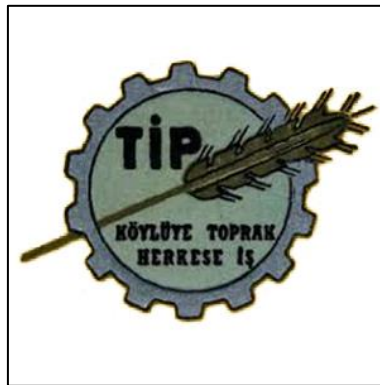
Resim 10: Millet Partisi(II) Logosu

Siyah renkte çift çemberin içerisinde yine siyah renkte kartalın çizilmesiyle oluşmuştur. Kartalın kanatlarına partinin isminin baş harfleri olan M ve P yerleştirilmiştir. Türklerin milli simgelerinden olan kartal, Türkler için gerek arkadaş, gerek bir silah gerekse de aile ekonomisinin bir destekleyicisi olmuştur. Türk toplulukların pek çoğunda rağbet görmüş, saygı duyulmuş ve değer verilmiş bir hayvandır. Gücü ve yırtıcı özelliğiyle, yüksekte uçmaları, yüksekte yaşamaları ve uçuş yetenekleriyle dikkat çekmiştir. Gök Tanrı inancının sembolü olarak sayılması Türklerde kartal kültürünün çok eskilere dayandığını göstermektedir.(Güven, 2014) Türkler dışında da evrensel anlamda kartal bir güç sembolüdür. Güneş ve göksel simge diliyle ilişkilendirilir. Kraliyet ve tanrılarla da bağlantılıdır. Liderlikle ilişkilendirilir ve her şeyi bilmeyi sembolize etmektedir (Semboller ve işaretler, 2018).

Tablo 12: Türkiye İşçi Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Buğday	Köylü, toprak, hasat	Tâneleri un ve ekmek yapımında kullanılan ve insanın başlıca gıdâsını teşkil eden bitki	Yaz, bereket ve verimli hasatla ilişkilidir.

Çark	İşçi, makine, sanayi	Bir makinenin, işleyen bir şeyin dönen ve genellikle çalışmayı sağlayan tekerlek biçimindeki parçası, Dönerek işleyen tekerlekli âlet	Makinelerin işlemlerini sağlayan alet olması nedeniyle iş, işçi ve çalışma hayatını sembolize etmektedir.
Gri	Metalin rengi	Siyahla beyazın karışmasından meydana gelen renk, kül rengi, açık kurşunî renk	Kararsızlığı, enerji eksikliğini, nötr ruh durumunu, sonsuzluğu ve devinimsizliği sembolize etmektedir. Ağırbaşlılığın ve sadakatin temsil eder, diploması rengidir.
Yeşil	Doğa, hasat, bahar	Sarı ile mâvi arasında yer alan renk, yaprak rengi. Fiziksel grupta ara renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise soğuk renktir.	Ruhsal anlamda; gerginliği, psikolojik anlamda; sebatkâr ve metin olmayı ifade eder. Canlılığı, harekete geçmeyi ve parayı sembolize eder.



Resim 11: Türkiye İşçi Partisi Logosu

Sanayi metalinin rengine vurgu yapılarak gri tonlarda oluşturulan logoda koyu gri sanayi çarkının içerisinde hakiye çalan yeşil dairede partinin isminin baş harfleri ile “köylüye toprak herkese iş” sloganı yer almaktadır. Logodaki sloganda yer alan köylüye atıf yapılarak çarkın içerisinden çıkan bir buğday başağı da logoda yer almıştır. Sloganda yer

alan “herkese iş” ve parti isminde geçen işçi kavramları iş sektörünün önemli lokomotifleri olan sanayiye temsilen makine çarkıyla sembolize edilmiştir.

Tablo 13: Cumhuriyetçi Güven Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Koç	Cesaret, güven, liderlik	Damızlık erkek koyun.	Koçun sembolik olarak liderlik, cesaret, acelecilik ve coşku gibi özellikleri vardır. Sarmal boynuzları gök gürültüsünü temsil eder.
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kırmızı, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk grupta ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi



Resim 12: Cumhuriyetçi Güven Partisi Logosu

Logo kırmızı zemin içerisine beyaz tonda başı sağa dönük bir koçun resmedilmesiyle oluşmuştur. Yan anlam olarak erkeklikle ilişkilendirilen koç; sembolik anlamda liderlik ve cesaret anlamları olan bir canlıdır. Partinin isminde geçen güven kavramı koçun sembolik anlamıyla ilişkilendirilmiştir. Cumhuriyet kavramı ise Türkiye Cumhuriyeti'nin

bayrağının renginde yer alan kırmızının arka planda kullanılmasıyla ifade edilmeye çalışılmıştır.

Tablo 14: Milliyetçi Hareket Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Hilal	İslam, tarih, Türk bayrağında kullanılan simgelerden birisi	Ayça, yeniay, Ayın yeni doğduğu zaman ilk üç günlük yay şeklindeki durumu	Gücü sembolize etmektedir. Müslüman ülkelerce benimsenerek İslam'la özdeşleşmiş semboldür.
Üç hilal	Osmanlı Devleti, Üç kıta	Ayça, yeniayın üç kez sembolik kullanımınıdır.	Osmanlı Devleti'nin bayrak olarak kullandığı simgelerdendir.
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel gruptamada ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruptamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşısı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi



Resim 13: Milliyetçi Hareket Partisi Logosu

Kırmızı zemin üzerine beyaz renkte sağa dönük üç tane hilalden ikisinin belirli bir boşlukla üst üste yerleştirilmesi ve üçüncü hilalin ise bu iki hilalin sağ taraf ortasına yerleştirilmesiyle logo meydana gelmiştir. İslamiyet'i sembolize eden hilal; zulme karşı ışık, haça karşı hilal mottolarıyla anlamlandırılmıştır. Osmanlı Devleti'nin üç kıta Asya, Avrupa, Afrika'da hüküm sürmesi bayraklarında hilali üçlemiştir. Milliyetçi Hareket Partisi 1969 Adana Kurultayı'nda Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisi olan adını Milliyetçi Hareket logosunu da üç hilal olarak belirlemiştir. Partinin kurucu lideri Alparslan Türkeş Beşiktaş İlçe Kongresinde logonun manasını tarihin derinliklerinden aldığını ve Türk-İslam ülküsünü sembolize ettiğini ifade etmiştir (Öznur,2008). Osmanlı Devleti'nin kullandığı sancaklardan birinin, siyasi parti logosu olarak kullanımı tarihi simgelerin siyasi parti logolarına yansımaları olarak gözükmektedir.

Tablo 15: Türkiye Birlik Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Aslan	Yiğitlik, cesâret, sağlamlık, kuvvet, Hz.Ali	Afrika ve Batı Asya'da yaşayan, dört ayaklı, yırtıcı, çok kuvvetli, kedi cinsinden memeli hayvan.	Güç, ihtişam, savaş, zafer, iyinin kötüyü yenmesi, kuvvet ve kudret sembolüdür.
On iki yıldız	On iki imam	Bir nokta etrafında tabanları bitişik olarak sıralanmış üçgenlerden ibâret şekillerin bir düzine kullanımı.	Bilgelik ve ruhsal yol göstericiliğin simgesi olarak sembolize edilen yıldızın on iki adet kullanımıdır.
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel gruplamada ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi



Resim 14: Türkiye Birlik Partisi Logosu

Logo kırmızı zemine beyaz renkte başı sola dönük aslan figürü ve bu figürün altında partinin isminin baş harfleri ile bunları çevreleyen on iki yıldızdan oluşmuştur. Alevi kökenli bir grup siyasi tarafından kurulan parti logosunda ki aslan ile Hz. Ali'yi etrafında ki on iki yıldız ile on iki imamı sembolize etmektedir (Candemir, 2020). Alevi inancında aslan Hz. Ali'nin mahlası olur ve onun yiğitliğini, mertliğini simgeler. Aslan ile gösterilen anlama eş değer şekilde on iki yıldızda aynı kültüdü on iki imam kavramını sembolize ettiğinden dolayı kullanılmıştır.

Tablo 16: Demokratik Parti Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
El	Selam, samimiyet, adalet ve dur	Kolun, bilek mafsalıdan itibâren avuç ve parmakları içine alan ve iş görmeye, tutmaya yarayan kısmı	Eller bir emir aracı olabildikleri gibi koruma, yaratma, kutsama, kuvvet, ant, dayanıklılık ve öğretme anlamına da gelebilirler. Bir el inanç, samimiyet ve adalet andıdır.
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.

Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi
-------	---	--	---



Resim 15: Demokratik Parti Logosu

Kırmızı zemin üzerine başparmağı hariç diğer parmakları bitişik el beyaz renkte logoda kullanılmıştır. Elin hareketi sembolik anlamlarla yüklüdür. Ellerin ifade gücü sınırsızdır ve her biri başka bir anlama gelen geniş bir hareket yelpazeleri vardır. Bir emir aracı olabildikleri gibi koruma, yaratma, kutsama, kuvvet, ant, dayanıklılık ve öğretme anlamına da gelebilirler. Armalarda miğfer ya da kalkanla kullanılan bir el inanç, samimiyet ve adalet andıdır. Parti logosunda el işaretini selamlama, siyasi rakiplerine dur demek için veya 1950 yılının seçimlerde Demokrat Parti'nin benzer el görseli ve “yeter söz milletin” sloganının yer aldığı dönemde önemli etki bırakan afişten esinlenerek kullanmış olabilir.

Tablo 17: Millî Selamet Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Anahtar	Açmak, girmek, besmele	Kilit açıp kapamak için kullanılan âlet, açar	Kapalı odalara erişim sağladığından anahtar bilgelik, bilgi ve başarı sembolüdür. Kişiye özgürlük de sunabildiğinden özgürleşmeyi de simgeler.

Kalp	Sevgi, iman	İki akciğer arasında ve biraz solda bulunan, emme basma bir tulumba durumunda, vücuttaki kanı akciğerlere ve akciğerlerden döndükten sonra tekrar vücûda sevk ederek kan dolaşımını sağlayan organ, yürek	Stilize kalp tasvirleri aşkı temsil eder. Çoğu kültürde kalbin başta sevgi olmak üzere duyguların merkezi olduğuna inanılır.
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel gruplamada ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi



Resim 16: Millî Selâmet Partisi Logosu

Parti logosunu kırmızı zemin üzerine beyaz renkte bir çemberin içerisinde dikey konumda yerleştirilmiş anahtar kullanarak oluşturmuştur. Dikey konumda ki anahtarın, açma çıkıntısı sola dönük ve altında ki anahtarlık girişi ise kalp şeklinde tasarlanmıştır. Adnan Öksüz logoda sembollerden kalbi iman olarak, çember akıl olarak açıklarken kilidin açma çıkıntısında bulunan dört çıkıntının takva, ihlas, ihsan, ahlak olarak anlamlandırıldığını

ifade etmektedir. Ayrıca anahtarın şeklinin bütünün Kur'an-ı Kerim'in anahtarı olan besmele olduğunu belirtmiştir (Öksüz, 2021).

Tablo 18: Sosyalist Devrim Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Kadın-Erkek İnsan Figürü	Bir araya gelmek	İki ayaklı, iki elli, aklı ve konuşma yeteneği olan memeli canlı olan insanın farklı iki cinsi	Çoğu dinde insan figürü ilahi gücü simgeler ve kutsallığın ana sembolüdür.
Siyah	Güç, otorite, saygınlık, ciddiyet, tarafsızlık, sadelik	En koyu renk, kömür rengi, kara ve beyazın zıttı	Ciddiyet, kontrast ve belirginlik



Resim 17: Sosyalist Devrim Partisi Logosu

Logo belirsiz bir arka plana karakalem çizim tekniğine benzer bir şekilde resmedilmiş el ele tutuşmuş kadın ile erkekten oluşmuştur. Logoda ki kadının geleneksel kıyafetlerde olduğu gözükürken erkek ise kafasında ki şapkadan dolayı bir işçi veya çiftçi olarak yorumlanabilir. El ele tutuşmuş ellerini yukarı kaldıran vatandaşlarla partinin adında ki sosyalizme ve birlikte başarma, başkaldırma vurgusu düşüncesiyle devrime vurgu yapılmıştır.

Tablo 19: Türkiye Sosyalist İşçi Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Buğday	Köy ve köylülük	Tâneleri un ve ekmek yapımında kullanılan ve insanın başlıca gıdâsını teşkil eden bitki	Yaz, bereket ve verimli hasatla ilişkilidir.
El (Yumruk)	Direnış, işçi mücadelesi	Elin, parmakları yumulmuş ve sıkılmış hâli	Sıkılı yumruk mücadele kararlılığının, öfkenin, karşı durmanın sembolüdür.
İngiliz Anahtarı	Sanayi, makine, iş, işçi	Makinelerde veya bâzı eşyâlarda parçaları, vidaları sökmeye ve takmaya yarayan âlet	Makine ve eşyalarda kullanıldığı için işi ve işçiyi sembolize eder.
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak, kızıl	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel gruptamada ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruptamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.
Sarı	Tutuculuk, özgürlük, idealizm, buğday rengi	Güneş ışığının ayrışma tayfında yeşil ile portakal rengi arasında olan renk, altının, kükürdün, limonun rengi. Fiziksel gruptamada ara renkler arasındadır, psikolojik renk gruptamasında ise sıcak renktir.	Renkler arasında en ısıtılı ve parıltılı olan sarı hareketlilik, zenginlik, bolluk ve sadakat gibi değerleri hatırlatmaktadır. Entelektüelliği, yöneticiliği, iddiayı, hırsı ve özgürlüğü ifade etmektedir. Sarı güneşi, buğday başağını, altını, yaşamı, idealizmi, sıcaklığı, enerjiyi, neşeyi simgelemektedir.



Resim 18: Türkiye Sosyalist İşçi Partisi Logosu

Kırmızı zeminde sarı renkte yumruk, buğday başağı ve ingiliz anahtarından logo oluşmuştur. Sağ elle yapılan yumruğun karşıya gösterilmesi şeklinde resmedilmiş. Bu yumruğun sol tarafından buğday başağı, sağ tarafından ise ingiliz anahtarı geçmiştir. Yumruk, güç, kararlılık, birlik, kolektivizm gibi anlamlarla sembolleşmiştir. Sağ yumruk 1933'te Hitler'in iktidara gelmesiyle Alman Komünist Partisi'nin direnme azmiyle simgelenmiştir. Almanya'dan sonra İspanya'da komünist bir kadının sağ yumruğunu sıkıp havaya kaldırması sonrasında sağ yumruğu komünistlerin ve komünistlerin sembolü haline getirmiştir (Okuyan, 2014). Buğday başağı ile köylü sınıfını, İngiliz anahtarı ile işçi sınıfını sosyalist düşüncenin direniş sembolü olan yumrukla birleştirme düşüncesiyle parti logosu tasarlanmıştır.

Tablo 20: Anavatan Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Arı	Çalışmak, işlemek, işbirliği	Zar kanatlılardan, toplu olarak yaşayıp bal yapan, vızıldayarak uçan, eklem bacaklı, sokucu böcek	Düzen, sebat, ölümsüzlük ve işbirliğinin popüler bir simgesidir. Temiz, tertemiz, pak, tâhir anlamına da gelmektedir.

Bal Peteği	Üretim, verim	Arıların yumurtalarını bırakmak için kendi çıkardıkları bal mumu denen madde ile yaptıkları ve içini balla doldurdıkları, altı köşeli gözlerden meydana gelen kalıp.	Birlik olmak, kazanç, zenginlik ve iş hayatında yükseliş, saygınlık anlamındadır.
Türkiye Haritası	Türkiye Cumhuriyeti Devleti	Coğrafya, tarih, dil, nüfus vb. olgularla ilgili olarak Türkiye Cumhuriyeti sınırlarının, belli bir ölçeğre göre küçültölüp düzlem üzerine çizilen taslağı. Asya ile Avrupa kıtası arasında kalan alan.	Türk Cumhuriyetini, Türkiye'yi sembolize eder.
Sarı	Işıltı, parıltı, zenginlik, bolluk, idealizm, sıcaklık, enerji, dikkat çekicilik, arı ve balın rengi	Güneş ışığının ayrışma tayfında yeşil ile portakal rengi arasında olan renk, altının, kükürdün, limonun rengi. Fiziksel gruptamada ara renkler arasındadır, psikolojik renk gruptamasında ise sıcak renktir.	Renkler arasında en ışıltılı ve parıltılı olan sarı hareketlilik, zenginlik, bolluk ve sadakat gibi değeri hatırlatmaktadır. Entelektüelliğı, yöneticiliğı, iddiayı, hırsı ve özgürlüğü ifade etmektedir.
Siyah	Güç, otorite, saygınlık, ciddiyet, tarafsızlık, sadelik	En koyu renk, kömür rengi, kara ve beyazın zıttı	Ciddiyet, kontrast ve belirginlik
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel gruptamada ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruptamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer ve ısıtıcı etkiler taşımaktır.



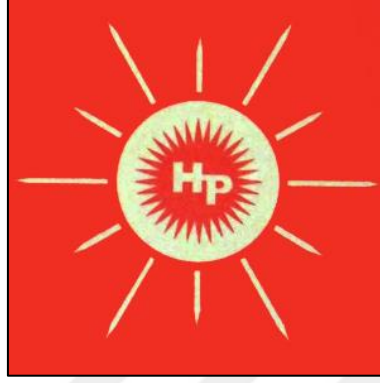
Resim 19: Anavatan Partisi Logosu

Partinin logosu bal peteği desenli Türkiye haritasının üst tarafında başı sola dönük arının konumlandırılmasıyla oluşmuştur. Anavatan olarak temsil edilen Türkiye, harita ile temsil edilmiştir. Parti, arı gibi çalışarak Türkiye'yi yani anavatanı işlemeyi logosunda resmetmiştir. Arı, düzen, sebat, ölümsüzlük ve işbirliğinin popüler bir simgesidir.

Tablo 21: Halkçı Parti Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Güneş	Aydınlık, ışık, sıcaklık, samimiyet	Dünya ve diğer gezegenlerin etrafında döndüğü, bunlara ısı, ışık ve hayatın devamı için gerekli enerjiyi veren gök cisminin adı, dünyaya en yakın yıldız, şems	İlahi bir gücün evrensel simgesiyken. Isı kaynağı olarak güneş canlılık, tutku ve gençliği simgeler. Işık kaynağı olarak da aydınlanmayı temsil eder. Krallıkların ve imparatorlukların amblemidir
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak, güneş	Al, kırmızı, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk grupta ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşıyıcıdır. Türk Bayrağında yer alan renktir.

Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi
-------	---	--	---



Resim 20: Halkçı Parti Logosu

Kırmızı zeminde sarı renkte daire ve bu dairenin etrafında çizgilerle belirtilmiş ışık huzmeleri ile dairenin içerisinde yine kırmızı renkte güneşi simgeleyen bir çizimden oluşmuştur. Daire içerisinde güneşi temsilen oluşturulan simgede partinin isminin baş harfleri olan H ve P yer almıştır. Güneş ilahi bir gücün evrensel simgesiyken Budistler güneşi; ateşi, cehaleti ortadan kaldıran bilgelik olarak görürler. Çoğu kültür tarihinin bir döneminde, her şeyin büyüüp gelişmesini sağlayan yüce evrensel güç olarak Güneş'e tapmıştır. Isı kaynağı olarak güneş canlılık, tutku ve gençliği simgeler (Semboller ve işaretler, 2018).

Tablo 22: Milliyetçi Demokrasi Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Horoz	Aydınlıklık, hükmetmek, egemen olmak	Tavuk cinsinin dışisine göre daha iri ve gösterişli, renkleri parlak, ibiği büyük olan erkeği	Bir güneş kuşu olan horoz şafak, erkeklik, erkek gururu ve cesaret simgesidir. Horoz gibi ötmek hükmetmek anlamına gelir.
Buğday	Köy, hasat, verim	Tâneleri un ve ekmek yapımında kullanılan ve insanın başlıca gıdâsını teşkil eden bitki	Yaz, bereket ve verimli hasatla ilişkilidir.

Sarı	İşıltı, parıltı, zenginlik, bolluk, idealizm, sıcaklık, enerji, dikkat çekicilik	Güneş ışığının ayrışma tayfında yeşil ile portakal rengi arasında olan renk, altının, kükürdün, limonun rengi. Fiziksel grupta ara renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir.	Renkler arasında en ışıltılı ve parıltılı olan sarı hareketlilik, zenginlik, bolluk ve sadakat gibi değerleri hatırlatmaktadır. Entelektüelliği, yöneticiliği, iddiayı, hırsı ve özgürlüğü ifade etmektedir. Sarı güneşi, buğday başağını, altını, yaşamı, idealizmi, sıcaklığı, enerjiyi, neşeyi simgelemektedir.
Siyah	Güç, otorite, saygınlık, ciddiyet, tarafsızlık, sadelik	En koyu renk, kömür rengi, kara ve beyazın zıttı	Ciddiyet, kontrast ve belirginlik
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.



Resim 21: Milliyetçi Demokrasi Partisi Logosu

Logo siyah bir çemberin içerisinde siyah tonda baş tarafı sağa dönük bir horozdan oluşmuştur. Horozla çemberin arasında ki her iki kenara sarı buğday başaklarından süslemeler yerleştirilmiştir. Horoz bir güneş kuşudur. Sembolik olarak şafak,

doğurganlık, cesaret ve erkek gururunu temsil etmektedir. Horoz gibi ötmek hükmetmek anlamına gelir. Pek çok eski Yunan ve Roma tanrısının kutsal hayvanıdır (Semboller ve işaretler, 2018).

Tablo 23: Sosyal Demokrasi Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Zeytin Dalı	Barış, huzur	Zeytin ağacının dalı	Görkem ve ölümsüzlük simgesi olan zeytinin dalı Tufanın ardından bir güvercin tarafından Nuh'a getirilmesiyle barışın sembolüdür.
Turuncu	Zenginlik, verimlilik	Sarı ile kırmızının birleşmesinden meydana gelen kırmızı sarı renk, turuncu rengi, portakal kabuğu rengi	Zenginliği, cömertliği, iyimserliği, önseziyi, hoşnutluğu, dengeyi, ışıgı ve verimliliği temsil etmektedir. Sağlığı, güveni, cesareti de temsil eden turuncu iletişimi güçlü renktir.
Siyah	Güç, otorite, saygınlık, ciddiyet, tarafsızlık, sadelik, zeytin rengi	En koyu renk, kömür rengi, kara ve beyazın zıttı	Ciddiyet, kontrast ve belirginlik
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi



Resim 22: Sosyal Demokrasi Partisi Logosu

Siyah bir çemberin ortasından geçen zeytin dalından logo meydana gelmiştir. Zeytin dalının alt tarafında çemberin sınırına kadar olan alan turuncu renktedir. Bu turuncu alanda partinin isminin kısaltması olarak “SODEP” siyah renk tonunda yazılmıştır. Zeytin dalının evrensel yan anlamı barıştır. Nuh peygambere tufanın ardından bir güvercin tarafından zeytin dalı getirilmesi bu anlamın kazanmasında etki sahibidir.

Tablo 24: Refah Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Hilal	İslam alemi, Türkiye	Ayça, yeniay, Ayın yeni doğduğu zaman ilk üç günlük yay şeklindeki durumu	Gücü sembolize etmektedir. Müslüman ülkelerce benimsenerek İslam’la özdeşleşmiş semboldür.
Buğday	Alın teri, üretim, bereket	Tâneleri un ve ekmek yapımında kullanılan ve insanın başlıca gıdâsını teşkil eden bitki	Yaz, bereket ve verimli hasatla ilişkilidir.
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.

Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi
-------	---	--	---



Resim 23: Refah Partisi Logosu

Partinin logosu kırmızı zeminde beyaz renkte hilal ve buğday başağından oluşmuştur. Sağ üst yöne bakacak şekilde yerleştirilen hilalin içerinden bir buğday başağı geçecek şekilde resmedilmiştir. Hilal ile İslam âlemini ve Türkiye simgelenirken, başak ile de parti; alın terini, üretimi ve bereketi logoda vurgulamıştır (Öksüz, 2021). Parti adında ki “refah” ifadesini sembolik olarak madden buğday başağı ile manen ise hilal ile ulaşılacağını ifade etmeye çalışmıştır.

Tablo 25: Doğru Yol Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
At	Kırat, asalet, hız, özgürlük	Binme, yük çekme ve taşıma hizmetlerinde kullanılan, Orta Asya menşeli, tek tırnaklı, memeli hayvan	Fetih gücüyle ilişkilendirilmiştir. . İlkçağda yaşam gücünü temsil etmektedir. Güneş ve gök tanrılarıyla ilişkilidir.
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk grupta ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.

Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi
-------	---	--	---



Resim 24: Doğru Yol Partisi Logosu

Kırmızı zeminde ki beyaz dairenin içerisine başı sağa dönük ve sağ ön ayağı havada olan at kırmızı renk ile resmedilerek logo oluşmuştur. Göçebe bozkır hayata sahip olan Türklerin kültüründe atın önemli sembolik anlamları vardır. Çin kaynaklarında Türklerin hayatının atlara bağlı olduğu ifadesi geçmektedir. Türk askerlerine ve beylerine her zaman eşlik eden yoldaş olmuştur. Sahibi vefat ettiğinde dahi yanında yer almıştır. Cennete giderken binilecek binek olarak görülmüştür. Sonraki dönemlerde ise hükümdarlık gücünü simgelemiştir (Özkartal, 2012). At aynı zamanda asalet, hız, özgürlük ve güzelliği temsil eden simge olarak anlamlandırılmıştır.

Tablo 26: Sosyaldemokrat Halkçı Parti Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Ok	Hedef	Eski savaş silahı, yayla atılan ucunda sivri bir demir bulunan ince ve kısa tahta çubuk	Amacı, hedefi temsil eder. Türk oku, Türk savaş tarihinin en önemli silahlarından biri
Zeytin Dalı	Barış, huzur	Zeytin ağacının dalı	Görkem ve ölümsüzlük simgesi olan zeytinin dalı Tufanın ardından bir güvercin tarafından Nuh'a getirilmesiyle barışın sembolüdür.

Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi
Yeşil	Doğa, hasat, bahar, yaprak rengi	Sarı ile mâvi arasında yer alan renk, yaprak rengi. Fiziksel grupta ara renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise soğuk renktir.	Ruhsal anlamda; gerginliği, psikolojik anlamda; sebatkâr ve metin olmayı ifade eder. Canlılığı, harekete geçmeyi ve parayı sembolize eder.
Siyah	Güç, otorite, saygınlık, ciddiyet, tarafsızlık, sadelik, zeytin rengi	En koyu renk, kömür rengi, kara ve beyazın zıttı	Ciddiyet, kontrast ve belirginlik



Resim 25: Sosyaldemokrat Halkçı Parti Logosu

Kırmızı bir dairenin içerisinde beyaz renkte altı adet ok sol üstten sağ üste doğru dizilmiş ve bu okların alt tarafında partinin isminin baş harfleri, etrafında ise zeytin yapraklarıyla süslenmiştir. Bu daireyi çevreleyen siyah bir çember ve biraz daha büyük başka bir siyah çemberin içerisine partinin ismi ve kuruluş yılı yazılarak logo tamamlanmıştır. Ok hedefi ve amacı sembolize etmektedir. Türk tarihinde ve kültüründe önemli sembollerden

birisidir (Oçak, 2019). Zeytin dalı ise barışın simgelerinden birisidir. Türkiye’de ki ilk siyasi parti olan Cumhuriyet Halk Partisi’nin logosunda gördüğümüz altı ok Sosyal Demokrat Halkçı Parti’nin logosunda da kullanılmıştır. 12 Eylül 1980 askeri darbesinin ardından kapatılan Cumhuriyet Halk Partisi’nin yerine kurulan iki siyasi partinin birleşmesiyle meydana gelen bu parti logosunda altı oku kullanmıştır (Kömürcü, 2009).

Tablo 27: Demokratik Sol Parti Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Güvercin	Barış, özgürlük, sadelik	Pek çoğu evcilleşmiş olan, çeşitli türleri kutuplar dışında dünyânın her yerinde yaygın olarak yaşayan, gagası düz, tüyleri kalın ve sık, vücûdu kısa, uzun zaman hızla uçabildiği için bilhassa askerlikte haberleşme işinde kullanılan, tâne ve meyve ile beslenen tünek kuşu.	Tufanın ardından Nuh’a zeytin dalına götürmesinden dolayı barışı temsil eder. Haberleşmeyi, iletişimi, özgürlüğü, hızı sembolize eder.
Mavi	Gökyüzü, huzur	Yeşil ile menekşe rengi arasında bir renk; bulutsuz gökyüzünün, denizin ve gölün rengi. Fiziksel gruplamada ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise soğuk renktir.	Temizliği, rahatlığı, mutluluğu ve huzuru çağrıştırmaktadır. Dürüstlüğü, hoşnutluğu, merhameti, iyi niyeti, açık sözlülüğü, yumuşak başlılığı, anlaşmayı ve işbirliğini psikolojik olarak çağrıştırmak için sakınleştirme ve heyecan giderme etkisi vardır.

Beyaz	İşık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi
-------	---	--	---



Resim 26: Demokratik Sol Parti Logosu

Mavi zemin üzerine beyaz renkte başı sağa dönük kanat çırpıp bir güvercin ve bu güvercinin alt tarafında beyaz renkte partinin isminin baş harflerinin yazılmasıyla parti logosu oluşmuştur. Mavi arka plan rengi ile gökyüzüne, özgürlüğe vurgu yapılmıştır. Beyaz güvercin, tufanın ardından Nuh'a zeytin dalına götürmesinden dolayı barışı temsil etmektedir. Haberleşmeyi, iletişimi, özgürlüğü, hızı, sevgiyi sembolize eder. Kutsal ruhla bir tutulur ve vaftiz sembolüdür. Eski Roma'da beyaz güvercin Venüs'ün kutsal hayvanıydı. Çin'de ise doğurganlığı temsil eder (Semboller ve işaretler, 2018).

Tablo 28: Milliyetçi Çalışma Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Hilal	İslam, tarih, Türk bayrağında kullanılan simgelerden birisi	Ayça, yeniay, Ayın yeni doğduğu zaman ilk üç günlük yay şeklindeki durumu	Gücü sembolize etmektedir. Müslüman ülkelerce benimsenerek İslam'la özdeşleşmiş semboldür.
Dokuz Yıldız	Dokuz ışık doktrini	Bir nokta etrafında tabanları bitişik olarak sıralanmış üçgenlerden ibâret şekillerin dokuz adet kullanımı.	Bilgelik ve ruhsal yol göstericiliğin simgesi olarak sembolize edilen yıldızın dokuz adet kullanımıdır.

Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi



Resim 27: Milliyetçi Çalışma Partisi Logosu

Parti logosu kırmızı zeminde beyaz renkte sağa dönük bir hilal ve bu hilalin çevreleyen dokuz yıldızdan oluşmuştur. İslamiyet'i sembolize eden hilal, Türk Bayrağında kullanılan simgelerden birisidir. Hilalin bu yönlerine vurgu yapılırken dokuz yıldız ile Milliyetçi Çalışma Partisi lideri Alparslan Türkeş'in dokuz ışık doktrini vurgulanmaktadır. Alparslan Türkeş tarafından Millî Doktrin Dokuz Işık adıyla ortaya konulan ülkücülüğün ana ilkeleridir. Dokuz ilke milliyetçilik, ülkücülük, ahlakçılık, ilimcilik, toplumculuk, köycülük, hürriyetçilik ve şahsiyetçilik, gelişmecilik ve halkçılık, endüstricilik ve teknikçiliktir (Bayraktar, 2016).

Tablo 29: Islahatçı Demokrasi Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Kitap	Öğrenme, fayda	Bir araya getirilmiş yazılı veya basılı yapraklardan meydana gelen bütün, herhangi bir konuda yazılmış yapıt	Öğrenme ve bilgelik sembolüdür.
Güneş	Aydınlık, ışıık, sıcaklık, samimiyet	Dünya ve diğer gezegenlerin etrafında döndüğü, bunlara ısı, ışıık ve hayatın devamı için gerekli enerjiyi veren gök cisminin adı, dünyaya en yakın yıldız, şems	İlahi bir gücün evrensel simgesiiken. Isı kaynağı olarak güneş canlılık, tutku ve gençliği simgeler. Işıık kaynağı olarak da aydınlanmayı temsil eder. Krallıkların ve imparatorlukların amblemidir
Yıldız	Türk bayrağını oluşturan sembollerden bir diğeri	Işııklı ve sâbit bir nokta hâlinde görülen gök cisimlerinden her biri, Bir nokta etrâfında tabanları bitişik olarak sıralanmış üçgenlerden ibâret şekil.	Bilgelik ve ruhsal yol göstericiliğın simgesidir.
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak, güneş	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel gruptamada ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruptamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.
Beyaz	Işıık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi

Siyah	Güç, otorite, saygınlık, ciddiyet, tarafsızlık, sadelik	En koyu renk, kömür rengi, kara ve beyazın zıttı	Ciddiyet, kontrast ve belirginlik
-------	---	--	-----------------------------------



Resim 28: İslahatçı Demokrasi Partisi Logosu

Partinin logosu açık bir şekilde resmedilmiş bir kitap, bu kitabın hemen ardında doğan bir güneşi temsilen kırmızı bir daire ve bu şeklin sağ tarafında sekiz yıldız, sol tarafında sekiz yıldız ayrıca çizgilerle oluşturulan desenin üstünde diğerlerinden biraz daha büyük bir yıldızın meydana gelmesiyle oluşmuştur. Parti isminde geçen ıslahat ve demokrasi ifadelerini sembolik anlamlarla logosuna taşımıştır. Güneş ile aydınlanmayı, yeniden doğuşu, kitap ile bilgeliği, kural ve kanunları, yıldız ile de yol göstericiliği logolarında iletmişlerdir.

Tablo 30: Sosyalist Parti Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
El	Tutma, kavrama	Kolun, bilek mafsalıdan itibâren avuç ve parmakları içine alan ve iş görmeye, tutmaya yarayan kısmı	Eller bir emir aracı olabildikleri gibi koruma, yaratma, kutsama, kuvvet, ant, dayanıklılık ve öğretme anlamına da gelebilirler. Bir el inanç, samimiyet ve adalet andıdır.

Güneş	Aydınlık, ılık, sıcaklık, samimiyet	Dünya ve diğer gezegenlerin etrafında döndüğü, bunlara ısı, ılık ve hayatın devamı için gerekli enerjiyi veren gök cisminin adı, dünyaya en yakın yıldız, şems	İlahi bir gücün evrensel simgesi. Isı kaynağı olarak güneş canlılık, tutku ve gençliği simgeler. Işık kaynağı olarak da aydınlanmayı temsil eder. Krallıkların ve imparatorlukların amblemidir
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk grupta ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır.
Sarı	İşıltı, parıltı, zenginlik, bolluk, idealizm, sıcaklık, enerji, dikkat çekicilik, güneş, ten rengi	Güneş ışığının ayrışma tayfında yeşil ile portakal rengi arasında olan renk, altının, kükürdün, limonun rengi. Fiziksel grupta ara renkler arasındadır, psikolojik renk grupta ise sıcak renktir.	Renkler arasında en ışıltılı ve parıltılı olan sarı hareketlilik, zenginlik, bolluk ve sadakat gibi değerleri hatırlatmaktadır. Entelektüelliği, yöneticiliği, iddiayı, hırsı ve özgürlüğü ifade etmektedir. Sarı güneşi, buğday başağını, altını, yaşamı, idealizmi, sıcaklığı, enerjiyi, neşeyi simgelemektedir.



Resim 29: Sosyalist Parti Logosu

Kırmızı zeminde sarı bir dikdörtgen çizgisi bu çizginin içerisinde sarı renkte iki elin güneşi tutması tasvir edilmiştir. Güneşi temsilen sarı bir daire kullanılmış ve logoda bu daireyi çevreleyen sarı çizgilerle güneşten çıkan ışık huzmeleri resmedilmiştir. Elin çeşitli sembolik anlamları vardır. İki elle logoda tutma, kaldırma ve birliktelik anlamları vardır. Güneş, ışık kaynağı olarak aydınlanmayı temsil eder. Her şeyin büyüüp gelişmesini sağlayan evrensel bir güçtür. Doğuşuyla doğumu ve dirilişi, batışıyla ölümü sembolize etmektedir.

Tablo 31: Büyük Birlik Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Gül	Sevgi, bereket, Hz. Muhammed	Gülgillerin örnek bitkisi. Bu bitkinin katmerli, genellikle kokulu olan çiçeği.	Karmaşık ve rahiyalı gül kusursuzluk ve tutku sembolüdür. Evrensel olarak dünyevi ve ilahi aşkla özdeşleştirilmiş, tanrıçalarla bağdaştırılmıştır. Bereket, bekaret ya da güzelliğin ifadesi olarak da görülür. Hristiyan geleneğinde şehitlerin kanıyla dirilişin ifadesidir. İslam'da peygamberi temsil eder.

Hilal	İslam, tarih, Türk bayrağında kullanılan simgelerden birisi, karanlığı aydınlatan ışık, güç	Ayça, yeniay, Ayn yeni doğduğu zaman ilk üç günlük yay şeklindeki durumu	Gücü sembolize etmektedir. Müslüman ülkelerce benimsenerek İslam’la özdeşleşmiş semboldür.
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi



Resim 30: Büyük Birlik Partisi Logosu

Partinin logosu, kırmızı zeminde yukarı yöne bakan beyaz bir hilal ve bu hilalin içerisinde yine beyaz renkte çizilen bir gülden oluşmuştur. Büyük Birlik Partisi kuruluşundan önce gerçekleştirdiği ve adına “siyasi karar kurultayı” dedikleri toplantının ardından katılımcılık ve birlikte hareket etme düşüncesiyle diğer siyasi partilerden farklı bir yol izleyerek, partinin isim ve amblemini yapılacak yarışma ile belirleyeceklerini duyurmuştur. Bu konuyla alakalı Yeni Hafta gazetesinde yarışmanın duyurusu yapılmış daha sonra yine aynı gazetede partinin isminin ve logosunun bulunduğunu duyurmuştur. Sonuçlanan bu logo hilal içerisinde güldür (Bayraktar, 2016). Duyurulan isim ve logonun tanıtım toplantısında Parti lideri Muhsin Yazıcıoğlu, “Bizler amblemimizde hilal ve gülü

tercih ettik. Sevgiye, zafere, saadete olan susuzluğumuzu gidersin diye yaptık bu tercihi” demiştir. Hilali; karanlığı aydınlatan ışık ve oluşan yeni dünya düzenine karşın bir alternatif güç olarak görmüştür. Hilali kucaklayan gül ile İslam Peygamberi Hz. Muhammed’i ve onun insanlığa kattığı değerleri sembolize etmişlerdir. Sembolik olarak hilalin alacağı zaferler ile emperyalist güçlerin sömürdüğü insanlığa güzellik, iyilik ve saadeti temsilen bir gül vermeyi amaçlamışlardır (Öznur,2009).

Tablo 32: Demokrat Parti(II) Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
El	Selam, samimiyet, adalet ve dur	Kolun, bilek mafsalsından itibâren avuç ve parmakları içine alan ve iş görmeye, tutmaya yarayan kısmı	Eller bir emir aracı olabildikleri gibi koruma, yaratma, kutsama, kuvvet, ant, dayanıklılık ve öğretme anlamına da gelebilirler. Bir el inanç, samimiyet ve adalet andıdır.
Sarı	Işıltı, parıltı, zenginlik, bolluk, idealizm, sıcaklık, enerji, dikkat çekicilik, elin ten rengi	Güneş ışığının ayrışma tayfında yeşil ile portakal rengi arasında olan renk, altının, kükürdün, limonun rengi. Fiziksel gruplamada ara renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir.	Renkler arasında en ısıltılı ve parıltılı olan sarı hareketlilik, zenginlik, bolluk ve sadakat gibi değerleri hatırlatmaktadır. Entelektüelliği, yöneticiliği, iddiayı, hırsı ve özgürlüğü ifade etmektedir.
Mavi	Gökyüzü, huzur	Yeşil ile menekşe rengi arasında bir renk; bulutsuz gökyüzünün, denizin ve gölün rengi. Fiziksel gruplamada ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise soğuk renktir.	Temizliği, rahatlığı, mutluluğu ve huzuru çağrıştırmaktadır. Dürüstlüğü, hoşnutluğu, merhameti, iyi niyeti, açık sözlülüğü, yumuşak başlılığı, anlaşmayı ve işbirliğini çağrıştırırken sakinleştirme ve heyecan giderme etkisi vardır.



Resim 31: Demokrat Parti(II) Logosu

Parti logosunda koyu mavi zeminde sarı renkte parmakları açık avuç içi gözüken bir sağ el bulunmaktadır. Bu elin alt tarafında partinin isminin baş harfleri olan D ve P harfleri yer almıştır. Parti logosu daha önce kurulan Demokratik Parti'nin logosuna benzer şekilde oluşturulmuştur. Sembolik olarak bir el inanç, samimiyet ve adalet andı olarak bilinmektedir. Parti logosunda el işaretini selamlama, siyasi rakiplerine dur demek için veya 1950 yılının seçimlerde aynı adı taşıyan Demokrat Parti'nin benzer el görseli ve “yeter söz milletin” sloganının yer aldığı afiştten esinlenerek kullanmıştır.

Tablo 33: Millet Partisi(III) Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Kartal	Güç ve asalet	Kartalgiller familyasından, beyazla karışık esmer renkte, yuvasını yüksek kayalıklara kuran, kanatları uzun, kuvvetli gagasının ucu iyice kıvrık, ayakları parmaklarına kadar tüylerle kaplı, sağlam yapılı, zararlı hayvanları yiyerek tabiatta denge unsuru olan, çok büyük yırtıcı kuş.	Zafer ve her şeyi bilmeyi simgeler. Güç ve liderlikle ilişkilendirilmiştir. Mistik gücün sembolü olarak ilahi bir haberci olarak görülür. Keltlerde yeniden doğuş ve yenilenme sembolüdür. Eski Mısırlılar için ise ebedi yaşamı temsil eder.

Kitap	Öğrenme, fayda	Bir araya getirilmiş yazılı veya basılı yapraklardan meydana gelen bütün, herhangi bir konuda yazılmış yapıt	Öğrenme ve bilgelik sembolüdür.
Hilal	İslam, tarih, Türk bayrağında kullanılan simgelerden birisi	Ayça, yeniay, Ayın yeni doğduğu zaman ilk üç günlük yay şeklindeki durumu	Gücü sembolize etmektedir. Müslüman ülkelerce benimsenerek İslam’la özdeşleşmiş semboldür.
Mavi	Gökyüzü, huzur	Yeşil ile menekşe rengi arasında bir renk; bulutsuz gökyüzünün, denizin ve gölün rengi. Fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise soğuk renktir.	Temizliği, rahatlığı, mutluluğu ve huzuru çağrıştırmaktadır. Dürüstlüğü, hoşnutluğu, merhameti, iyi niyeti, açık sözlülüğü, yumuşak başlılığı, anlaşmayı ve işbirliğini psikolojik olarak çağrıştıran sakinleştirme ve heyecan giderme etkisi vardır.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi



Resim 32: Millet Partisi(III) Logosu

Koyu mavi tonlarda ki arka planın alt tarafında beyaz dikdörtgen bir alan ve bu alanın içerinden yukarı doğru beyaz renkte kanat açmış çift başlı bir kartal ile beyaz dairenin sağ üstünde yer alan açık şekilde resmedilmiş kitap ve kitabın üstünde sol yukarı yöne bakan bir hilalin beyaz renkte resmedilmesiyle logo meydana gelmiştir. Çift başlı kartal tarihte ve günümüzde birçok devlet tarafından kullanılan bir semboldür. Sembolik olarak her yöne bakma, kanatlarıyla himaye altına alma anlamı taşımaktadır. Türk tarihinde Selçuklu Devleti tarafından kullanılan sembollerden birisidir. Açık bir kitap ile bilgelik, hilal ile aydınlık ve İslam sembolik olarak ifade edilmiştir.

Tablo 34: Yeniden Doğuş Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Uğur böceği	Uğur, şans	Kın kanatlılar takımından, bahçelerde çok görülen, üzerinde yedi veya dokuz kara nokta bulunan, vücûdu yarım küre biçiminde, turuncu kırmızı renkli ufak böcek, gelin böceği, hanım böceği.	Uğur böceğinin zararlı böceklere karşı dinmeyen iştahı onu uğurun simgesi haline getirmiştir. Geleneksel olarak Hazreti Meryem, bereket ve analıkla ilişkilendirilmiştir.
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.
Siyah	Güç, otorite, saygınlık, ciddiyet, tarafsızlık, sadelik	En koyu renk, kömür rengi, kara ve beyazın zıttı	Ciddiyet, kontrast ve belirginlik
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi

Turkuaz	Açık fikir, değişim, hareket	Yeşile çalan mavi renkte değerli bir taş, turkuaz mavisi, turkuaz yeşili, firuze.	Turkuaz renk açık fikirliliği, yardımseverliği, harekete geçmeyi, canlanmayı, serinlemeyi, değişimi, farklılaşmayı ve gururu temsil etmektedir.
---------	---------------------------------	---	--



Resim 33: Yeniden Doğuş Partisi Logosu

Turkuaz arka planın içerisinde beyaz dikdörtgen alanda yer alan kırmızı ve siyah renklerde bir uğur böceği partinin logosunu oluşturmaktadır. Uğur böceği simgesinin kanat kısmının sağında ve solunda üç siyah nokta bulunmaktadır. Turkuaz alanın içerisinde ise partinin adı yer almaktadır. Partinin adında ki “doğuş” ifadesi büyük, bitişik ve kalın yazı karakteri kullanılarak daha belirgin yazılmıştır. Uğur böceğinin zararlı böceklere karşı dinmeyen iştahı nedeniyle uğurun simgesi haline gelmiştir. Geleneksel olarak Hazreti Meryem, bereket ve analıkla ilişkilendirilmiştir (Semboller ve işaretler, 2018).

Tablo 35: Sosyalist Birlik Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Çiçek	Sevgi, huzur	Tohumlu bitkilerin, üreme organlarını taşıyan güzel renkli ve ekseri güzel kokulu kısmı	Açmış çiçekler görkeminin zirvesindeki doğayı simgeler Edilgen ve dişi olan her şeyi yansıtır, güzellik, gençlik ve ilkbahar kadar ruhsal mükemmellik ve huzurla da özdeşleştirilirler.
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak, çiçek rengi	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel gruptamada ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruptamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi
Yeşil	Doğa, hasat, bahar	Sarı ile mâvi arasında yer alan renk, yaprak rengi. Fiziksel gruptamada ara renkler arasındadır, psikolojik renk gruptamasında ise soğuk renktir.	Ruhsal anlamda; gerginliği, psikolojik anlamda; sebatkâr ve metin olmayı ifade eder. Canlılığı, harekete geçmeyi ve parayı sembolize eder.



Resim 34: Sosyalist Birlik Partisi Logosu

Logoda sapı ve yaprağı yeşille, üst kısmı ise kırmızı ile çizilmiş bir çiçek bulunmaktadır. Çiçeğin üst kısmının ortasında iki farklı boyutta kırmızı çember yer almaktadır. Bu kırmızı çemberlerin içerisinde parti adı, kısaltması ve kuruluş yılı yazılmıştır. Açmış çiçekler görkeminin zirvesindeki doğayı simgelemektedir. Sembolik olarak güzellik, gençlik ve ilkbahar temsil eder. Ruhsal mükemmellik ve huzurla da özdeşleştirilirler. Çoğunun simgesel anlamı rengi, kokusu ve görünümüne göre değişkenlik gösterir.

Tablo 36: İşçi Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Yıldız	Çoban yıldızı, Türk bayrağını oluşturan sembollerden biri,	İşık ve sâbit bir nokta hâlinde görülen gök cisimlerinden her biri, Bir nokta etrâfında tabanları bitişik olarak sıralanmış üçgenlerden ibâret şekil.	Bilgelik ve ruhsal yol göstericiliğin simgesidir.
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak, kızıl	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel gruptamada ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruptamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır.
Beyaz	İşık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve



Resim 35: İşçi Partisi Logosu

Parti kırmızı bir zeminde beyaz renkte beş köşeli bir yıldız kullanmıştır. Bir gök cismi olan yıldız, yan anlam olarak bilgelik ve ruhsal göstericiliği simgelemektedir. Işığı ile cehaletin karanlığında parlayan bilgelik ya da günah karanlığını aydınlatan ahlak ışığı şeklinde yorumlanmaktadır. Çoğu kültürde kaderle sıkı bir ilişkileri vardır (Semboller ve işaretler, 2018). Vietnam, Somali, Fas ve Çin gibi pek çok ülke bayrağında sembol olarak sadece yıldızı kullanmıştır.

Tablo 37: Halkın Demokrasi Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Kelebek	Dönüşüm, mutluluk	Pul kanatlılardan, vücudu, kanatları ince pullarla ve türlü renklerle örtülü, dört kanatlı, çok sayıda türleri olan böcek.	Mucizevi metamorfoz döngüsü kelebeği dönüşüm, diriliş ve ruhla ilişkilendirmiştir. Mutluluk ve güzellik anlamları da taşır.
Sarı	İşıltı, parıltı, zenginlik, bolluk, idealizm, sıcaklık, enerji, dikkat çekicilik	Güneş ışığının ayrışma tayfında yeşil ile portakal rengi arasında olan renk, altının, kükürdün, limonun rengi. Fiziksel gruplamada ara renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir.	Renkler arasında en ışıltılı ve parıltılı olan sarı hareketlilik, zenginlik, bolluk ve sadakat gibi değerleri hatırlatmaktadır. Entelektüelliği, yöneticiliği, iddiayı, hırsı ve özgürlüğü ifade etmektedir.

Mavi	Kelebeğin rengi, huzur	Yeşil ile menekşe rengi arasında bir renk; bulutsuz gökyüzünün, denizin ve gölün rengi. Fiziksel gruplamada ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise soğuk renktir.	Temizliği, rahatlığı, mutluluğu ve huzuru çağrıştırmaktadır. Dürüstlüğü, hoşnutluğu, merhameti, iyi niyeti, açık sözlülüğü, yumuşak başlılığı, anlaşmayı ve işbirliğini psikolojik olarak çağrıştırırken sakinleştirme ve heyecan giderme etkisi vardır.
------	------------------------	---	--



Resim 36: Halkın Demokrasi Partisi Logosu

Arka planı sarı olan logoda, mavi renkte bir çemberin içerisinde yine mavi renkte bir kelebek bulunmaktadır. Mavi renkteki çemberin üstünde yarım bir çember vardır. Bu yarım çember partinin adının yazılması ile tamamlanmıştır. Parti logosunda yer alan kelebeğin mucizevi metamorfoz döngüsü onu; dönüşüm, diriliş ve ruhla ilişkilendirmiştir. Mutluluk ve güzellik anlamları da taşır. Japonya’da bir geyşa sembolüdür (Semboller ve işaretler, 2018).

Tablo 38: Yeni Demokrasi Hareketi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
İnsan	Kucaklaşma, öncelik, değer	İki ayaklı, iki eli, aklı ve konuşma yeteneği olan memeli canlı	İnsan bedeni çoğu gelenekte evrenin mikro kozmosu olarak görülür. Çoğu dinde insan figürü ilahi gücü simgeler ve kutsallığın ana sembolüdür
Turuncu	Zenginlik, verimlilik	Sarı ile kırmızının birleşmesinden meydana gelen kızıl sarı renk, turunc rengi, portakal kabuğu rengi	Zenginliği, cömertliği, iyimserliği, önseziyi, hoşnutluğu, dengeyi, ışığı ve verimliliği temsil etmektedir. Sağlığı, güveni, cesareti de temsil eden turuncu iletişimi güçlü renktir.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi
Siyah	Güç, otorite, saygınlık, ciddiyet, tarafsızlık, sadelik	En koyu renk, kömür rengi, kara ve beyazın zıttı	Ciddiyet, kontrast ve belirginlik



Resim 37: Yeni Demokrasi Hareketi Logosu

Turuncu bir dairenin içerisinde beyaz renkte vektör bir insan figürü yer almaktadır. Turuncu daire ile güneşin yeniden doğuşu ve partide ki yeni ifadesi sembolize edilmiştir. Yine vektör insan figürünün elleri açık çizimi partinin adında ki “yeni”nin baş harfine benzetilmeye çalışılmıştır. Çoğu kültürde insan figürü kutsallığı ve ilahi gücü simgelemektedir.

Tablo 39: Yeni Parti Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Güneş	Aydınlık, ılık, sıcaklık, samimiyet	Dünya ve diğer gezegenlerin etrafında döndüğü, bunlara ısı, ılık ve hayatın devamı için gerekli enerjiyi veren gök cisminin adı, dünyaya en yakın yıldız, şems	İlahi bir gücün evrensel simgesi. Isı kaynağı olarak güneş canlılık, tutku ve gençliği simgeler. Ilık kaynağı olarak da aydınlanmayı temsil eder. Krallıkların ve imparatorlukların amblemidir
Kırmızı	Güneş, heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruptasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşıdır. Türk Bayrağında yer alan renktir.
Beyaz	ılık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi



Resim 38: Yeni Parti Logosu

Partinin logosu beyaz zeminde kırmızı güneş sembolünden oluşmaktadır. Güneş, ışık kaynağı olarak aydınlanmayı temsil eder. Isı kaynağı olarak tutku, canlılık ve gençliği simgelemektedir. Her şeyin büyüüp gelişmesini sağlayan evrensel bir güçtür. Doğuşuyla doğumu ve dirilişi, batışıyla ölümü sembolize etmektedir (Semboller ve işaretler, 2018). Parti adı olan “yeni” güneşin doğuşuyla oluşan yeniden doğma, dirilme sembolik anlamlarıyla ilişkilendirilmiştir.

Tablo 40: Fazilet Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Hilal	İslamiyet, milli kimlik, Türk bayrağında kullanılan simgelerden birisi	Ayça, yeniay, Ayın yeni doğduğu zaman ilk üç günlük yay şeklindeki durumu	Gücü sembolize etmektedir. Müslüman ülkelerce benimsenerek İslam’la özdeşleşmiş semboldür.
Beş çizgi	Huzur ve barış, hürriyet, adalet, refah ve zenginlik ile izzet ve saygınlık	Bir şeyin diğer bir şey üzerine dokunarak geçmesinden meydana gelen ince iz, hattan beş tanesi	Beş düşünceyi, ilkeyi, şartı temsil eden şekildir.
Kalp	Şefkat, kardeşlik, sevgi	İki akciğer arasında ve biraz solda bulunan, vücuttaki kanı akciğerlere ve akciğerlerden döndükten sonra tekrar vücûda sevk ederek kan dolaşımını sağlayan organ, yürek	Stilize kalp tasvirleri aşkı temsil eder. Çoğu kültürde kalbin başta sevgi olmak üzere duyguların merkezi olduğuna inanılır.

Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak, kalbin rengi	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi



Resim 39: Fazilet Partisi Logosu

Sağa ve hafif yukarı dönük olan kırmızı hilal ve bu hilalin içerisinde kırmızı beş çizgi devamında yine kırmızı renkte bir kalpten logo oluşmuştur. Hilal ile İslamiyet ve milli kimlik sembolize edilirken, kalp ile de şefkat, kardeşlik, sevgi duyguları ifade edilmiştir. Logoda yer alan beş çizgi ise “huzur ve barış, hürriyet, adalet, refah ve zenginlik ile izzet ve saygınlık” sembolize edilmiştir (Öksüz, 2021).

Tablo 41: Özgürlük ve Dayanışma Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Güneş	Aydınlık, ışık, sıcaklık, samimiyet	Dünya ve diğer gezegenlerin etrafında döndüğü, bunlara ısı, ışık ve hayatın devamı için gerekli enerjiyi veren gök cisminin adı, dünyaya en yakın yıldız, şems	İlahi bir gücün evrensel simgesi. Canlılık, tutku ve gençliği simgelerken, aydınlanmayı temsil eder. Krallıkların ve imparatorlukların amblemidir.

Bayrak	Temsiliyet, bir araya gelme	Üzerinde bir millet, topluluk veya kuruluşu temsil eden belirli resim, renk ve semboller bulunan, dikdörtgen biçimindeki kumaş veya kâğıt, alem	Bayraklar güçlü tanınma amblemleridir ve sadakat ya da boyunduruk sembolü olabilirler. Bayrak bir ulus ya da davanın savunucularını bir araya getiren unsurlardır.
Kırmızı	Bayrağın rengi, heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış, güneş	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve
Mavi	Bayrağın rengi, gökyüzü, huzur	Yeşil ile menekşe rengi arasında bir renk; bulutsuz gökyüzünün, denizin ve gölün rengi. Fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise soğuk renktir.	Temizliği, rahatlığı, mutluluğu ve huzuru çağrıştırmaktadır. Dürüstlüğü, hoşnutluğu, merhameti, iyi niyeti, açık sözlülüğü, yumuşak başlılığı, anlaşmayı ve işbirliğini psikolojik olarak çağrıştırırken sakinleştirme ve heyecan giderme etkisi vardır.



Resim 40: Özgürlük ve Dayanışma Partisi Logosu

Logo iki parçalı bir bayrak figüründen oluşmuştur. Altta yer alan parça açık mavi renkte, üst parça ise kırmızı renkte olup içerisinde beyaz renkte güneşi sembolize eden çizim yer almaktadır. Güçlü bir tanınma amblemi olan bayraklar, sadakat ya da boyundurukla sembolü olabilmektedir. Bir ulusu veya bir davanın savunucularını bir araya getiren unsurlardır. Bu unsurun içerisinde yer alan güneşte çeşitli sembolik anlamlar taşımaktadır. Verdiği ısı ile canlılık, tutku ve gençliği, ışık ile de aydınlanmayı temsil etmektedir.

Tablo 42: Demokrat Türkiye Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Şemsiye	Bir arada durma	Yağmur veya güneşten korunmak için kullanılan, bir sapın üstündeki tellere kumaş gerilerek yapılmış, açılır kapanır, taşınır eşyâ	Açık şemsiye iç huzurun ve rahatlığın simgesidir. Bolluk, bereket, birliktelik anlamı da vardır.
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel gruplamada ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış, şemsiyenin rengi	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet



Resim 41: Demokrat Türkiye Partisi Logosu

Kırmızı zemin içerisinde beyaz renkte açık bir şemsiye ve onun altında yine beyaz renkle partinin adının baş harfleri yer almaktadır. Yağmur veya güneşten korunmak için kullanılan bir eşya olan şemsiye altında toplanma, bir olma gibi yan anlamlar taşımaktadır. Yine açık bir şemsiye iç huzur ve rahatlık simgesi olarak da yorumlanmaktadır. Demokrat Türkiye Partisi logosunda Türkiye’de ki yaşayan demokratları bu parti etrafında toplanmasını sembolize etmek için kullanmıştır.

Tablo 43: Liberal Demokrat Parti Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Yunus balığı	Sevgi, yol gösterici	Balinalardan, ılık ve sıcak denizlerde sürüler hâlinde yaşayan, boyu 3 metreyi bulan, özellikle denizde yukarı sıçraması ile tanınan, ağzı gaga şeklinde uzamış etçil memeli hayvan.	Çoğunlukla ölümlere öte alemde yol gösteren bir varlık olarak görülmüş ve kurtuluş, dönüşüm ve sevgiyle özdeşleştirilmiştir.
Mavi	Deniz, suyun rengi	Yeşil ile menekşe rengi arasında bir renk; bulutsuz gökyüzünün, denizin ve gölün rengi. Fiziksel gruplamada ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise soğuk renktir.	Temizliği, rahatlığı, mutluluğu ve huzuru çağırıştırır. Dürüstlüğü, hoşnutluğu, merhameti, iyi niyeti, açık sözlülüğü, yumuşak başlılığı, anlaşmayı ifade eder. Sakinleştirme ve heyecan giderme etkisi vardır.

Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış, yunus balığın logoda ki rengi	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi
-------	--	--	---



Resim 42: Liberal Demokrat Parti Logosu

Mavi dairenin içerisinde baş kısmı sağda olan beyaz renkte bir yunus balığının kullanılmasıyla logo oluşmuştur. Mavi renk ile denizin rengi gösterilerek verdiği huzur sembolize edilmiştir. Yunus balığı ise Çoğunlukla ölümlere öte alemde yol gösteren bir varlık olarak görülmüş ve kurtuluş, dönüşüm ve sevgiyle özdeşleştirilmiştir. Ay ve güneşle ilgili çağrışımları da vardır (Semboller ve işaretler, 2018). Yunus balığının akıllı ve sevimli olarak bilinen özellikleri de bulunur.

Tablo 44: Barış Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
El	Yardım, kendini gösterme, söz isteme	Kolun, bilek mafsallından itibaren avuç ve parmakları içine alan ve iş görmeye, tutmaya yarayan kısmı	Eller bir emir aracı olabildikleri gibi koruma, yaratma, kutsama, kuvvet, ant, dayanıklılık ve öğretme anlamına da gelebilirler. Bir el inanç, samimiyet ve adalet andıdır.
Zeytin Dalı	Barış, huzur	Zeytin ağacının dalı	Görkem ve ölümsüzlük simgesi olan zeytinin dalı Tufanın ardından bir güvercin tarafından Nuh'a getirilmesiyle barışın sembolüdür.

Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak, logoda elin ve zeytin dalının rengi	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve



Resim 43: Barış Partisi Logosu

Kırmızı bir çemberin içerisinde kırmızı renkte parmakları açık sağ el ve onu çevreleyen yine kırmızı renkte zeytin dalları bulunmaktadır. Partinin isminde bulunan barış zeytin dalının barış anlamıyla desteklenmiştir. Zeytin dalından veya yapraklarından yapılan süsler yarışmaları kazanan atletlerini başını süslemektedir. Logoda da zeytin dallarının çelenk şeklinde olması barışın bir ödül olduğuna işaret etmektedir. Ellerin duruşuna göre pek çok anlamı bulunmaktadır. Parmakları açık bir elin yardım isteme anlamı olduğu gibi kendini gösterme, söz isteme anlamları da bulunmaktadır.

Tablo 45: Emek Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Çark	İşçi, makine, sanayi	Bir makinenin, işleyen bir şeyin dönen ve genellikle çalışmayı sağlayan tekerlek biçimindeki parçası, dönerek işleyen tekerlekli âlet	Makinelerin işlemesini sağlayan alet olması nedeniyle iş, işçi ve çalışma hayatını sembolize etmektedir.
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kırmızı, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel gruptamada ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruptamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır.
Sarı	İşıltı, parıltı, zenginlik, bolluk, idealizm, sıcaklık, enerji, dikkat çekicilik	Güneş ışığının ayrışma tayfında yeşil ile portakal rengi arasında olan renk, altının, kükürdün, limonun rengi. Fiziksel gruptamada ara renkler arasındadır, psikolojik renk gruptamasında ise sıcak renktir.	Renkler arasında en ışıltılı ve parıltılı olan sarı hareketlilik, zenginlik, bolluk ve sadakat gibi değerleri hatırlatmaktadır. Entelektüelliği, yöneticiliği, iddiayı, hırsı ve özgürlüğü ifade etmektedir. Sarı güneşi, buğday başağını, altını, yaşamı, idealizmi, sıcaklığı, enerjiyi, neşeyi simgelemektedir.



Resim 44: Emek Partisi Logosu

Logoda kırmızı zeminde sarı renkte bir sanayi çarkı bulunmaktadır. Çarkın içerisinde oluşan dairede sarı renkte yatay ve dikey sarı çizgiler ile partinin adının kısaltması olarak “EMEP” yazmaktadır. Dönerek işleyen tekerlekli âlet olan çark yan anlam olarak iş ve çalışma hayatını, işçiyi, makineyi, üretimi, emeği sembolize etmektedir. Logo içerisinde bulunan çizgiler ile de dünyanın enlem ve boyları tasvir edilmiş olabilir.

Tablo 46: Sosyalist İktidar Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Çark	İşçi, makine, sanayi	Bir makinenin, işleyen bir şeyin dönen ve genellikle çalışmayı sağlayan tekerlek biçimindeki parçası, Dönerek işleyen tekerlekli âlet	Makinelerin işlemesini sağlayan alet olması nedeniyle iş, işçi ve çalışma hayatını sembolize etmektedir.
Çekiç	İşçi, emekçi, proletarya	Bir şeyi çakmak veya dövmek için kullanılan, tahta saplı madenden el âleti	Sovyet Devrim döneminde Vladimir Lenin’in seçtiği amblem içerisinde yer alan bir simge
Yıldız	Sovyetler Birliği’nin bayrağında yer alan sembollerden birisi	Işıklı ve sâbit bir nokta hâlinde görülen gök cisimlerinden her biri, Bir nokta etrâfında tabanları bitişik olarak sıralanmış üçgenlerden ibâret şekil.	Bilgelik ve ruhsal yol göstericiliğin simgesidir.

Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak, kızıl	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır.
Sarı	İşıltı, parıltı, zenginlik, bolluk, idealizm, sıcaklık, enerji, dikkat çekicilik	Güneş ışığının ayrışma tayfında yeşil ile portakal rengi arasında olan renk, altının, kükürdün, limonun rengi. Fiziksel grupta ara renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir.	Renkler arasında en ışıltılı ve parıltılı olan sarı hareketlilik, zenginlik, bolluk ve sadakat gibi değerleri hatırlatmaktadır. Entelektüelliği, yöneticiliği, iddiayı, hırsı ve özgürlüğü ifade etmektedir. Sarı güneşi, buğday başağını, altını, yaşamı, idealizmi, sıcaklığı, enerjiyi, neşeyi simgelemektedir.



Resim 45: Sosyalist İktidar Partisi Logosu

Kırmızı zemin üzerine sarı renkte; sanayi çarkı, çekiç ve yıldızdan partinin logosu oluşmaktadır. Logoda yer alan sarı renkte ki çekiç ve yıldız ile Sovyetler Birliği'nin bayrağından esinlenilmiştir. Sovyetler Birliği bayrağından farklı olarak orak yerine sanayi çarkı kullanılması ve yıldızın içerisinde de sarı olmasıdır. Parti adından geçen

sosyalist ifadesiyle sosyalist bir cumhuriyet olan Sovyet Rusya ile ilişkilendirilerek benzer semboller kullanılmış olabilir.

Tablo 47: Değişen Türkiye Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Kadın-Erkek İnsan Figürü	Bir araya gelen mutlu insanlar	İki ayaklı, iki eli, akıllı ve konuşma yeteneği olan memeli canlı olan insanın farklı iki cinsi	Çoğu dinde insan figürü ilahi gücü simgeler ve kutsallığın ana sembolüdür.
Mavi	Gökyüzü, huzur	Yeşil ile menekşe rengi arasında bir renk; bulutsuz gökyüzünün, denizin ve gölün rengi. Fiziksel gruplamada ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise soğuk renktir.	Temizliği, rahatlığı, mutluluğu ve huzuru çağrıştırmaktadır. Dürüstlüğü, hoşnutluğu, merhameti, iyi niyeti, açık sözlülüğü, yumuşak başlılığı, anlaşmayı ve işbirliğini psikolojik olarak çağrıştırırken sakinleştirme ve heyecan giderme etkisi vardır.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve



Resim 46: Değişen Türkiye Partisi Logosu

Mavi bir dairenin içerisinde beyaz renkte el ele tutuşmuş kadın ve erkeği sembolize eden vektör insan çiziminden oluşmuştur. Çizimde ki figür birlikte oynayan veya koşan kişileri çağrıştırmaktadır. Mavi zemin ile de bu durumu desteklenmektedir. Mavi rengin rahatlık, mutluluk ve huzuru çağrıştırma anlamları bulunmaktadır. Partinin adı olan “Değişen Türkiye” logoda mutluluğa, huzura koşan insanlarla mutsuzluktan mutluluğa, huzursuzluktan huzura doğru bir değişim olarak yorumlanmıştır.

Tablo 48: Demokrasi ve Barış Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Çiçek	Sevgi, huzur	Tohumlu bitkilerin, üreme organlarını taşıyan güzel renkli ve ekseri güzel kokulu kısmı	Açmış çiçekler görkeminin zirvesindeki doğayı simgeler Edilgen ve dişi olan her şeyi yansıtır, güzellik, gençlik ve ilkbahar kadar ruhsal mükemmellik ve huzurla da özdeşleştirilirler.
Yeşil	Doğa, bahar	Sarı ile mâvi arasında yer alan renk, yaprak rengi. Fiziksel gruplamada ara renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise soğuk renktir.	Ruhsal anlamda; gerginliği, psikolojik anlamda; sebatkâr ve metin olmayı ifade eder. Canlılığı, harekete geçmeyi ve parayı sembolize eder.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve



Resim 47: Demokrasi ve Barış Partisi Logosu

Parti logosu yeşil arka planda beyaz renkte açmış bir çiçekten oluşmuştur. Logoda partinin adı ve partinin isminin baş harfleri de yine beyaz renkte yer almıştır. Yeşil renk ile doğa ve canlılık vurgulanmıştır. Yine açmış çiçekte doğa ile sembolize edilmektedir. Çiçek yan anlam olarak ayrıca edilgen ve dişi olan her şeyi yansıtır, güzellik, gençlik ve ilkbahar kadar ruhsal mükemmellik ve huzurla da özdeşleştirilen bir bitkidir.

Tablo 49: Adalet ve Kalkınma Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Ampul	Işık, aydınlık, şeffaf yönetim	Elektrik akımının, içinde bulunan telleri akkor hâle getirmesiyle ışık veren, havası boşaltılmış, genellikle armut biçiminde veya yuvarlak kapalı cam şişe	Işık vermesinden dolayı aydınlanma ve bilgiyi, güneş gibi ışımasından dolayı da görkem ve hakikatle özdeşleştirilmiştir
Yedi ışın	Türkiye'nin yedi coğrafi bölgesi	Bir ışık kaynağından yayılan çok ince çizgi hâlindeki ışıktan yedi tanesi	Yedi ışık huzmesi ile vurgulanmak istenen yedi düşünce, görüş, yorum

Sarı	İşıltı, parıltı, zenginlik, bolluk, idealizm, sıcaklık, enerji, dikkat çekicilik	Güneş ışığının ayrışma tayfında yeşil ile portakal rengi arasında olan renk, altının, kükürdün, limonun rengi. Fiziksel grupta ara renk, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir.	Renkler arasında en ışıltılı ve parıltılı olan sarı hareketlilik, zenginlik, bolluk ve sadakat gibi değerleri hatırlatmaktadır. Entelektüelliği, yöneticiliği, iddiayı, hırsı ve özgürlüğü ifade etmektedir.
Siyah	Güç, otorite, saygınlık, ciddiyet, tarafsızlık, sadelik	En koyu renk, kömür rengi, kara ve beyazın zıttı	Ciddiyet, kontrast ve belirginlik
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi



Resim 48: Adalet ve Kalkınma Partisi Logosu

Logo siyahla çizilerek belirtilmiş ampulden oluşmuştur. Ampulün içerisinde ki alan ve dışında bulunan yedi ışık huzmesi şeklinde çizgiler logoda sarı renkte kullanılmıştır. Parti simgesinin altında partinin adının kısaltması olan “AK PARTİ” siyah ile yazılmıştır. Türk Dil Kurumu ampülü, “içinde, elektrik akımı ile akkor durumuna gelerek ışık verebilen bir iletkeni bulunan, havası boşaltılmış cam şişe” olarak tanımlamıştır (TDK). Parti logosunda kullandığı ampülü, ışık, aydınlık ve şeffaf yönetim olarak ifade ederken, ampulün yanmasını ise çaba ve harekete geçme olarak açıklamıştır. Ayrıca ampulün etrafında ki yedi ışık huzmesi ile Türkiye’nin yedi coğrafi bölgesi sembolize edilmiştir. Kullanılan sarı renk ile umut, canlılık, bilgelik siyah renk ile de güç ve bağlılık anlamları aktarılmaya çalışılmıştır (Güler, 2016).

Tablo 50: Genç Parti Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Hilal	Türk bayrağında kullanılan simgelerden birisi	Ayça, yeniay, Ayın yeni doğduğu zaman ilk üç günlük yay şeklindeki durumu	Gücü sembolize etmektedir. Müslüman ülkelerce benimsenerek İslam’la özdeşleşmiş semboldür.
Yıldız	Türk bayrağını oluşturan sembollerden bir diğeri	Işıklı ve sâbit bir nokta hâlinde görülen gök cisimlerinden her biri, Bir nokta etrâfında tabanları bitişik olarak sıralanmış üçgenlerden ibâret şekil.	Bilgelik ve ruhsal yol göstericiliğin simgesidir.
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel gruptamada ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruptamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi



Resim 49: Genç Parti Logosu

Parti logosunda, beyaz zeminde sağa ve sola dönük kırmızı renkte iki hilal ile bu iki hilalin ortasında yine kırmızı renkte yıldız kullanmıştır. Türk bayrağına benzer formatta kullanılan hilal ve yıldızın sağ tarafına sola dönük bir hilal daha eklenmiştir. Türk vatandaşlarının Türk bayrağından dolayı aşına olduğu sembollerle yalın ve akılda kalıcı bir logo oluşturulmuştur. Hilalin aydınlık ve ışık anlamlarıyla yıldızın aydınlanma ve yol gösterme anlamı; partinin adında geçen gence, gençliğe aydınlık bir yol göstermek amacıyla kullanılmış olabilir.

Tablo 51: Demokratik Halk Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Meşale	Öncü ışık, yaşam	Bir sopanın ucuna yerleştirilmiş yağlı paçavra vb. yanıcı maddelerin yakılması sûretiyle ışık veren aydınlatma aracı	Yol gösteren, önder olan ışık, muzaffer yaşamın meşalesi ölümsüzlük anlamı taşır.
Sarı	İşıltı, parıltı, zenginlik, bolluk, idealizm, sıcaklık, enerji, dikkat çekicilik	Güneş ışığının ayrışma tayfında yeşil ile portakal rengi arasında olan renk, altının, kükürdün, limonun rengi. Fiziksel gruptamada ara renkler arasındadır, psikolojik renk gruptamasında ise sıcak renktir.	Renkler arasında en ışıltılı ve parıltılı olan sarı hareketlilik, zenginlik, bolluk ve sadakat gibi değerleri hatırlatmaktadır. Entelektüelliği, yöneticiliği, iddiayı, hırsı ve özgürlüğü ifade etmektedir. Sarı güneşi, buğday başağını, altını, yaşamı, idealizmi, sıcaklığı, enerjiyi, neşeyi simgelemektedir.
Kırmızı	Ateşin rengi, heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel gruptamada ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruptamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır.

Siyah	Güç, otorite, saygınlık, ciddiyet, tarafsızlık, sadelik	En koyu renk, kömür rengi, kara ve beyazın zıttı	Ciddiyet, kontrast ve belirginlik
-------	---	--	-----------------------------------



Resim 50: Demokratik Halk Partisi Logosu

Arka planı sarı olan logoda, siyah renkte bir çemberin içerisinde tutma sapı siyah, ateş kısmı kırmızı renkte bir meşale bulunmaktadır. Siyah renkteki çemberin altında yarım bir çember vardır. Bu yarım çember partinin adının yazılması ile tamamlanmıştır. Meşale ölümsüzlük ve ölüm karşısındaki yaşam anlamı taşır. Ayrıca önde tutulan ışık, hürriyet ateşi, yol gösterme anlamları da vardır. Bayrak yarışında ki gibi elden ele geçirilerek kullanılmaktadır.

Tablo 52: Saadet Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Hilal	İslam, şefkat, milli ve manevi değerler	Ayça, yeniay, Ayın yeni doğduğu zaman ilk üç günlük yay şeklindeki durumu	Gücü sembolize etmektedir. Müslüman ülkelerce benimsenerek İslam’la özdeşleşmiş semboldür.
Beş yıldız	“Saygınlık, itibar ve şeref”, “refah ve kalkınma”, “insan hakları ve hürriyet”, “sevgi, hoşgörü, kardeşlik ve barış” ile “adalet ve hak anlayışı”	Bir nokta etrafında tabanları bitişik olarak sıralanmış üçgenlerden ibaret şekillerin beş adet kullanımı.	Bilgelik ve ruhsal yol göstericiliğin simgesi olarak sembolize edilen yıldızın beş adet kullanımıdır.

Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi



Resim 51: Saadet Partisi Logosu

Kırmızı zeminde beyaz renkte sağa ve hafif yukarı yöne bakan bir hilal ve farklı boyutlarda yine beyaz renkte beş yıldızdan oluşmuştur. Hilal ile şefkat ve milli manevi değerler ifade edilirken. Beş yıldızla ise “saygınlık, itibar ve şeref”, “refah ve kalkınma”, “insan hakları ve hürriyet”, “sevgi, hoşgörü, kardeşlik ve barış” ile “adalet ve hak anlayışı” simgelenmektedir. İnsanların saadeti açısından bu beş yıldız ile ifade edilen değerlerin hâkim olması gerektiği vurgulanmaktadır (Öksüz, 2021).

Tablo 53: Yeni Türkiye Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Yıldız	Ülkeler, Türkiye, Türk bayrağını oluşturan sembollerden birisi	Işıklı ve sâbit bir nokta hâlinde görülen gök cisimlerinden her biri, bir nokta etrafında tabanları bitişik olarak sıralanmış üçgenlerden ibâret şekil.	Bilgelik ve ruhsal yol göstericiliğin simgesidir.
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel gruptamada ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruptamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır..
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve
Mavi	Gökyüzü, huzur	Yeşil ile menekşe rengi arasında bir renk; bulutsuz gökyüzünün, denizin ve gölün rengi. Fiziksel gruptamada ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruptamasında ise soğuk renktir.	Temizliği, rahatlığı, mutluluğu ve huzuru çağrıştırmaktadır. Dürüstlüğü, hoşnutluğu, merhameti, iyi niyeti, açık sözlülüğü, yumuşak başlılığı, anlaşmayı ve işbirliğini psikolojik olarak çağrıştıırken sakinleştirme ve heyecan giderme etkisi vardır.



Resim 52: Yeni Türkiye Partisi Logosu

Parti logosu kırmızı bir dairenin içerisine pek çok kez yerleştirilmiş beyaz yıldızlar kümesinden oluşmaktadır. Bu sembolün altında parti isminde ki “yeni” mavi renk ile “Türkiye” ise kırmızı renkte bitişik yazılmıştır. Kırmızı dairenin dünyayı tasvir ettiği varsayımıyla yıldızlar ile ülkeler veya yıldızlar ile dünyanın her yerinde yol gösteren bir ülke idealiyle “Yeni Türkiye” ifade edilmiş olabilir.

Tablo 54: Yurt Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Kartal	Güç ve asalet	Kartalgiller familyasından, beyazla karışık esmer renkte, yuvasını yüksek kayalıklara kuran, kanatları uzun, kuvvetli gagasının ucu iyice kıvrık , sağlam yapılı, zararlı hayvanları yiyerek tabiatta denge unsuru olan, çok büyük yırtıcı kuş.	Zafer ve her şeyi bilmeyi simgeler. Güç ve liderlikle ilişkilendirilmiştir. Mistik gücün sembolü olarak ilahi bir haberci olarak görülür. Keltlerde yeniden doğuş ve yenilenme sembolüdür. Eski Mısırlılar için ise ebedi yaşamı temsil eder.
Türkiye Haritası	Türkiye Cumhuriyeti Devleti	Türkiye Cumhuriyeti sınırlarının, belli bir ölçeğe göre küçültülüp düzlem üzerine çizilen taslağı. Asya ile Avrupa kıtası arasında kalan alan.	Türk Cumhuriyetini, Türkiye’yi sembolize eder.

Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi
Mavi	Gökyüzü, huzur	Yeşil ile menekşe rengi arasında bir renk; bulutsuz gökyüzünün, denizin ve gölün rengi. Fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise soğuk renktir.	Temizliği, rahatlığı, mutluluğu ve huzuru çağrıştırmaktadır. Dürüstlüğü, hoşnutluğu, merhameti, iyi niyeti, açık sözlülüğü, yumuşak başlılığı, anlaşmayı ve işbirliğini psikolojik olarak çağrıştırırken sakinleştirme ve heyecan giderme etkisi vardır.
Yeşil	Doğa, hasat, bahar	Sarı ile mâvi arasında yer alan renk, yaprak rengi. Fiziksel grupta ara renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise soğuk renktir.	Ruhsal anlamda; gerginliği, psikolojik anlamda; sebatkâr ve metin olmayı ifade eder. Canlılığı, harekete geçmeyi ve parayı sembolize eder.



Resim 53: Yurt Partisi Logosu

Logo mavi bir dairenin içerisinde yeşil renkli Türkiye haritası ve haritanın üstünde kanatları açık beyaz bir kartaldan oluşmuştur. Mavi daireyi çevreleyen kırmızı çemberde partinin adı yazarken, partinin adının kısaltması “YURT-P” ise logoda Türkiye haritasının içerisinde yazılmıştır. Türkiye haritası ile parti adında geçen yurt ifadesi vurgulanmıştır. Kartal ise büyüklüğü, kuvveti ve otoritesiyle evrensel bir güç sembolüdür. Pek çok ülkenin bayrağında yer alan kartal yüksekten uçuşuyla zafer ve her şeyi bilmeyi simgeler, yırtıcı bir kuş olma özelliği ile de avcı ve savaşçı anlamları vardır.

Tablo 55: Bağımsız Türkiye Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Hilal	İslam, Türk bayrağında kullanılan simgelerden birisi	Ayça, yeniay, Ayın yeni doğduğu zaman ilk üç günlük yay şeklindeki durumu	Gücü sembolize etmektedir. Müslüman ülkelerce benimsenerek İslam’la özdeşleşmiş semboldür.
On altı yıldız	On altı ilke, kurulmuş on altı büyük Türk Devleti	Bir nokta etrafında tabanları bitişik olarak sıralanmış üçgenlerden ibâret şekillerin on altı kez kullanımı.	Bilgelik ve ruhsal yol göstericiliğin simgesi olarak sembolize edilen yıldızın on altı adet kullanımıdır.
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renk, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır.

Beyaz	İşık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi
-------	---	--	---



Resim 54: Bağımsız Türkiye Partisi Logosu

Parti logosunda, kırmızı zemin üzerine sağa dönük beyaz renkli bir hilal ve onun etrafında yer alan on altı yıldız vardır. Türk bayrağında yer alan hilal ve yıldız sembolü ile parti adında geçen “Türkiye” ifadesi logoda hilal ve yıldız kullanımıyla desteklenmiştir. Hilal, İslamiyet ve Türkiye ile özdeşleşmiş gücü ve aydınlığı sembolize etmektedir. Parti logosunda kullanılan on altı adet yıldız ile de tarihte kurulmuş ve artık sembolik hale gelmiş olan on altı büyük Türk devleti ifadesine vurgu yapılmıştır.

Tablo 56: Türkiye Komünist Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Çark	İşçi, makine, sanayi	Bir makinenin, işleyen bir şeyin dönen ve genellikle çalışmayı sağlayan tekerlek biçimindeki parçası, Dönerek işleyen tekerlekli âlet	Makinelerin işlemesini sağlayan alet olması nedeniyle iş, işçi ve çalışma hayatını sembolize etmektedir.
Çekiç	İşçi, emekçi, proletarya	Bir şeyi çakmak veya dövmek için kullanılan, tahta saplı madenden el âleti	Sovyet Devrim döneminde Vladimir Lenin’in seçtiği amblem içerisinde yer alan bir simge

Yıldız	Sovyetler Birliği bayrağında yer sembollerden birisi	Işıklı ve sâbit bir nokta hâlinde görülen gök cisimlerinden her biri, Bir nokta etrâfında tabanları bitişik olarak sıralanmış üçgenlerden ibâret şekil.	Bilgelik ve ruhsal yol göstericiliğin simgesidir.
Kırmızı	Kızıl, heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır.
Sarı	İşıltı, parıltı, zenginlik, bolluk, idealizm, sıcaklık, enerji, dikkat çekicilik	Güneş ışığının ayrışma tayfında yeşil ile portakal rengi arasında olan renk, altının, kükürdün, limonun rengi. Fiziksel grupta ara renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir.	Renkler arasında en ışıltılı ve parıltılı olan sarı hareketlilik, zenginlik, bolluk ve sadakat gibi değerleri hatırlatmaktadır. Entelektüelliği, yöneticiliği, iddiayı, hırsı ve özgürlüğü ifade etmektedir. Sarı güneşi, buğday başağını, altını, yaşamı, idealizmi, sıcaklığı, enerjiyi, neşeyi simgelemektedir.



Resim 55: Türkiye Komünist Partisi Logosu

Kırmızı bir dairenin içerisinde sarı renkte; sanayi çarkı, çekiç ve yıldızdan partinin logosu oluşmaktadır. Parti logosu daha önce kurulan “Sosyalist İktidar Partisi” logosunun benzeridir. O logodan farklı olarak çekicinin üstünde yer alan yıldızın içi dolu değil ve çizim şekliyledir. Sarı renkte ki çekiç ve yıldız ile Sovyetler Birliği’nin bayrağından esinlenilmiştir. Sovyetler Birliği bayrağından farklı olarak parti logosunda orak yerine sanayi çarkı kullanılmasıdır. Parti adından geçen komünist ifadesiyle komünist bir rejim olan Sovyet Rusya ilişkilendirilerek benzer semboller kullanılmış olabilir.

Tablo 57: Aydınlik Türkiye Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
İnsan başı	Bilgelik, aydınlık	İnsanın, beyin, göz, kulak, burun, ağız gibi organlarını kapsayan, vücudun üst bölümü	İçteki yaşam gücünün simgesidir. Aklın, bilgeliğin, zihnin ve ruhsallığın yeridir.
Sarı	İşıltı, parıltı, zenginlik, bolluk, idealizm, sıcaklık, enerji, dikkat çekicilik, güneş	Güneş ışığının ayrışma tayfında yeşil ile portakal rengi arasında olan renk, altının, kükürdün, limonun rengi. Fiziksel grupta ara renkler arasındadır, psikolojik renk grupta ise sıcak renktir.	Renkler arasında en ısıtılı ve parıltılı olan sarı hareketlilik, zenginlik, bolluk ve sadakat gibi değerleri hatırlatmaktadır. Entelektüelliği, yöneticiliği, iddiayı, hırsı ve özgürlüğü ifade etmektedir. Güneşin, buğday başağının, altının rengi.

Mavi	Gökyüzü, huzur	Yeşil ile menekşe rengi arasında bir renk; bulutsuz gökyüzünün, denizin ve gölün rengi. Fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise soğuk renktir.	Temizliği, rahatlığı, mutluluğu ve huzuru çağrıştırmaktadır. Dürüstlüğü, hoşnutluğu, merhameti, iyi niyeti, açık sözlülüğü, yumuşak başlılığı, anlaşmayı ve işbirliğini psikolojik olarak çağrıştırmaktadır
------	----------------	---	---



Resim 56: Aydınlik Türkiye Partisi Logosu

Sarı bir dairenin içerisinde mavi renkte yan yana iki insan başı çiziminden logo oluşmuştur. Sarı dairenin üst tarafından mavi yarım bir çember bulunmaktadır. Sarı daire ile güneş ifade edilmeye çalışılmıştır. Güneşin verdiği ışık, aydınlık partinin adında geçen “aydınlık” ifadesini simgesel halidir. Parti adında ki “Türkiye” ifadesinin ise logoda yer alan insan figürlerinin Türk insanı olarak yorumlanması düşünülerek parti ile toplumun aydınlığı sembolize edilmiştir. İnsan başı sembolik olarak ise içerisinde beyni barındırdığından çoğu kültürde insan bedeninin en önemli parçası olarak görülür. İçteki yaşam gücünün simgesidir. Aklın, bilgeliğin, zihnin ve ruhsallığın yeridir (Semboller ve işaretler, 2018).

Tablo 58: Sosyaldemokrat Halk Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
İnsan	Kucaklaşma, öncelik, değer	İki ayaklı, iki eli, aklı ve konuşma yeteneği olan memeli canlı	İnsan bedeni çoğu gelenekte evrenin mikro kozmosu olarak görülür. Çoğu dinde insan figürü ilahi gücü simgeler ve kutsallığın ana sembolüdür
Zeytin Dalı	Barış, huzur	Zeytin ağacının dalı	Görkem ve ölümsüzlük simgesi olan zeytinin dalı Tufanın ardından bir güvercin tarafından Nuh'a getirilmesiyle barışın sembolüdür.
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel gruplamada ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi
Yeşil	Doğa, yaprak rengi, bahar	Sarı ile mâvi arasında yer alan renk, yaprak rengi. Fiziksel gruplamada ara renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise soğuk renktir.	Ruhsal anlamda; gerginliği, psikolojik anlamda; sebatkâr ve metin olmayı ifade eder. Canlılığı, harekete geçmeyi ve parayı sembolize eder.
Siyah	Güç, otorite, saygınlık, ciddiyet, tarafsızlık, sadelik, zeytin rengi	En koyu renk, kömür rengi, kara ve beyazın zıttı	Ciddiyet, kontrast ve belirginlik



Resim 57: Sosyaldemokrat Halk Partisi Logosu

Kırmızı bir karenin alt ortasında yarısı dışa taşmış kırmızı bir daire logonun arka planını oluşturmaktadır. Bu arka planın üst tarafında partinin adının baş harfleri yer alırken, alt tarafında ise beyaz renkte vektör bir insan figürü elinde yaprakları yeşil meyveleri siyah olan bir zeytin dalını tutmaktadır. Zeytin dalı tutmak, uzatmak evrensel anlamda barışı simgelemektedir.

Tablo 59: Demokrat Parti(III) Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
At	Kırat, asalet, hız, özgürlük	Binme, yük çekme ve taşıma hizmetlerinde kullanılan, Orta Asya menşeli, tek tırnaklı, memeli hayvan	Fetih gücüyle ilişkilendirilmiştir. . İlkçağda yaşam gücünü temsil etmektedir. Güneş ve gök tanrılarıyla ilişkilidir.
Türkiye Haritası	Türkiye Cumhuriyeti Devleti	Coğrafya, tarih, dil, nüfus vb. olgularla ilgili olarak Türkiye Cumhuriyeti sınırlarının, belli bir ölçeğe göre küçültülüp düzlem üzerine çizilen taslağı. Asya ile Avrupa kıtası arasında kalan alan.	Türk Cumhuriyetini, Türkiye'yi sembolize eder.

Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kırmızı, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi



Resim 58: Demokrat Parti(III) Logosu

Kırmızı bir dairenin içerisinde beyaz başı sola dönük, sağ ayağı havada olan at ve bu atın arkasında yatay açık beyaz tonlarda ki çizgilerden meydana gelen Türkiye haritasından partinin logosu oluşmuştur. Parti logosunda Türkiye haritası, partinin Anavatan Partisi ile birleşmesi neticesinde onların logosunda yer alan bir sembol olarak girmiştir. 1946’da kurulan ilk Demokrat Parti kurulduğunda döneminde vatandaşların “demokrat” kelimesine aşina olmamasından dolayı demir kırat diye partiyi anmalarından kırat yani beyaz at logoda yer almıştır (Güler, 2016). At, asalet, hız, özgürlük ve güzelliği temsil etmektedir. Türk tarihinde de önemli bir figürdür.

Tablo 60: Halkın Yükselişi Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Yaprak	Doğallık, yükseklik	Bitkilerde solunum, karbon özümlemesi, terleme vb. olayların oluştuğu, çoğu klorofilli, yeşil ve türlü biçimdeki bölümler	Kısmet, bolluk ve bereket
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel gruptamada ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruptamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır.
Yeşil	Doğa, yaprak rengi, bahar	Sarı ile mâvi arasında yer alan renk, yaprak rengi. Fiziksel gruptamada ara renkler arasındadır, psikolojik renk gruptamasında ise soğuk renktir.	Ruhsal anlamda; gerginliği, psikolojik anlamda; sebatkâr ve metin olmayı ifade eder. Canlılığı, harekete geçmeyi ve parayı sembolize eder.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve



Resim 59: Halkın Yükselişi Partisi Logosu

Parti logosu kırmızı çemberin içerisinde yeşil yapraktan meydana gelmiştir. Yaprak; yeşillik, doğallık, kısmet, bereket gibi yan anlamları olan bitkilerde solunum, karbon

özümlemesi, terleme vb. olayların oluştuğu, çoğu klorofilli, yeşil ve türlü biçimdeki bölümlere verilen şeyin adıdır (TDK). Partinin adında geçen “yükseliş” ifadesi ile yaprakların ağaçların dallarında ve yükseklerde bulunması çağrıştırılmaya çalışılmıştır.

Tablo 61: Hak ve Özgürlükler Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
İnsan	Omuz omuza yürümek, birlikte yürümek	İki ayaklı, iki eli, aklı ve konuşma yeteneği olan memeli canlı	İnsan bedeni çoğu gelenekte evrenin mikro kozmosu olarak görülür. Çoğu dinde insan figürü ilahi gücü simgeler ve kutsallığın ana sembolüdür
Güneş	Aydınlık, ısı, sıcaklık, samimiyet	Dünya ve diğer gezegenlerin etrafında döndüğü, bunlara ısı, ışık ve hayatın devamı için gerekli enerjiyi veren gök cisminin adı, dünyaya en yakın yıldız, şems	İlahi bir gücün evrensel simgesi. Isı kaynağı olarak güneş canlılık, tutku ve gençliği simgeler. Işık kaynağı olarak da aydınlanmayı temsil eder. Krallıkların ve imparatorlukların amblemidir
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak, kızıl	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renk, psikolojik renk grupta ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşıdır.
Sarı	İşıltı, parıltı, zenginlik, bolluk, idealizm, sıcaklık, enerji, dikkat çekicilik	Güneş ışığının ayrışma tayfında yeşil ile portakal rengi arasında olan renk, altının, kükürdün, limonun rengi. Fiziksel grupta ara renkler arasındadır, psikolojik renk grupta ise sıcak renktir.	Renkler arasında en ışıltılı ve parıltılı olan sarı hareketlilik, zenginlik, bolluk ve sadakat gibi değerleri hatırlatmaktadır. Entelektüelliği, yöneticiliği, iddiayı, hırsı ve özgürlüğü ifade etmektedir.

Siyah	Güç, otorite, saygınlık, ciddiyet, tarafsızlık, sadelik	En koyu renk, kömür rengi, kara ve beyazın zıttı	Ciddiyet, kontrast ve belirginlik
-------	---	--	-----------------------------------



Resim 60: Hak ve Özgürlükler Partisi Logosu

Kırmızı zeminden oluşan logoda sarı renkte güneş sembolü ve onun önünde bulunan üç adet insan figürünün siyah renkte çiziminden oluşmuştur. Güneş ilahi bir gücün evrensel simgesidir. Canlılık, tutku, gençlik ve aydınlığı sembolize etmektedir. İnsan bedeni çoğu gelenekte evrenin mikro kozmosu olarak görülmektedir. Bu anlayışa göre kişinin dışında var olan her şey içinde de temsil edilmektedir (Semboller ve işaretler, 2018). Logoda kol kola geçmiş gibi çizilen insanların güneşe ve güneşle ifade edilmeye çalışılan özgürlüklere gittiği tasvir edilmeye çalışılmıştır.

Tablo 62: Barış ve Demokrasi Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Ağaç	Barış, özgür yaşam, meşe ağacı	Kökü toprak altında kalan, gövdesi yukarıya doğru yükselen ve gittikçe incelerek dallara ayrılan, kereste veya odun olmaya elverişli uzun ömürlü bitki	Besin, barınak, inşaat malzemesi ve yakıt kaynağı olan ağaçlar bereket, uzun ömür ve güçle özdeşleştirilmiştir. Dinamik yaşam, ölüm ve yeni ürünü temsil eder, simgesel olarak cennet, yeryüzü ve öte âlemi birleştirirler.

Sarı	İşıltı, parıltı, zenginlik, bolluk, idealizm, sıcaklık, enerji, dikkat çekicilik	Güneş ışığının ayrışma tayfında yeşil ile portakal rengi arasında olan renk, altının, kükürdün, limonun rengi. Fiziksel grupta ara renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir.	Renkler arasında en ışıltılı ve parıltılı olan sarı hareketlilik, zenginlik, bolluk ve sadakat gibi değerleri hatırlatmaktadır. Entelektüelliği, yöneticiliği, iddiayı, hırsı ve özgürlüğü ifade etmektedir.
Yeşil	Doğa, hasat, bahar, yaprak rengi	Sarı ile mavi arasında yer alan renk, yaprak rengi. Fiziksel grupta ara renk, psikolojik renk gruplamasında ise soğuk renktir.	Ruhsal anlamda; gerginliği, psikolojik anlamda; sebatkâr ve metin olmayı ifade eder. Canlılığı, harekete geçmeyi ve parayı sembolize eder.
Mavi	Huzur	Yeşil ile menekşe rengi arasında bir renk; bulutsuz gökyüzünün, denizin ve gölün rengi. Fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise soğuk renktir.	Temizliği, rahatlığı, mutluluğu ve huzuru çağrıştırmaktadır. Dürüstlüğü, hoşnutluğu, merhameti, iyi niyeti, açık sözlülüğü, yumuşak başlılığı, anlaşmayı ve işbirliğini çağrıştırırken sakinleştirme ve heyecan giderme etkisi vardır.
Kahverengi	Ağaç, dal	Yeşil ve kırmızının birleşimine siyahın eklenmesiyle oluşur. Kahverengi ahşabın, toprağın ve kavrulmuş kahvenin rengidir.	Toprağın rengi olmasından bolluk, bereket, güvenlikle birlikte ölümü de hatırlatmaktadır. Ayrıca büyüklük ve bütünlük etkisi vermekte de kahverengi kullanılmaktadır. Ciddiyet, mutsuzluk, sadeliği de ifade etmektedir.



Resim 61: Barış ve Demokrasi Partisi Logosu

Sarı bir dairenin içerisinde gövdesi kahverengi yaprakları yeşil renkte çizilmiş ağaçtan logo oluşmuştur. Tasvir edilen ağacın meşe ağacı olduğu ve özgür yaşamı sembolize ettiği ifade edilmiştir. Dayanıklı olan ve uzun yıllar yaşayan meşe ağacı yaşa ve yaşat felsefesinin sembolü olarak da geçmektedir. Bu ağacın kullanılma nedeni olarak ise partinin en çok oy aldığı Türkiye'nin Güneydoğu bölgesinde yetişmesi olduğundan tercih edilmiştir (Parti Amblemlerinin Anlamları, 2011).

Tablo 63: Halkın Sesi Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Güneş	Aydınlık, ışıık, sıcaklık, samimiyet	Dünya ve diğer gezegenlerin etrafında döndüğü, bunlara ısı, ışıık ve hayatın devamı için gerekli enerjiyi veren gök cisminin adı, dünyaya en yakın yıldız, şems	İlahi bir gücün evrensel simgesi. Isı kaynağı olarak güneş canlılık, tutku ve gençliği simgeler. Işıık kaynağı olarak da aydınlanmayı temsil eder.
Sarı	İşııltı, parıltı, zenginlik, bolluk, idealizm, sıcaklık, enerji, dikkat çekicilik	Güneş ışıığının ayrışma tayfında yeşil ile portakal rengi arasında olan renk, altının, kükürdün, limonun rengi. Fiziksel gruplamada ara renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir.	Renkler arasında en ışııltılı ve parıltılı olan sarı hareketlilik, zenginlik, bolluk ve sadakat gibi değerleri hatırlatmaktadır. Entelektüelliği, yöneticiliği, iddiayı, hırsı ve özgürlüğü ifade etmektedir.

Mavi	Gökyüzü, huzur	Yeşil ile menekşe rengi arasında bir renk; bulutsuz gökyüzünün, denizin ve gölün rengi. Fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise soğuk renktir.	Temizliği, rahatlığı, mutluluğu ve huzuru çağrıştırmaktadır. Dürüstlüğü, hoşnutluğu, merhameti, iyi niyeti, açık sözlülüğü, yumuşak başlılığı, anlaşmayı ve işbirliğini psikolojik olarak çağrıştırırken sakinleştirme ve heyecan giderme etkisi vardır.
------	----------------	---	--



Resim 62: Halkın Sesi Partisi Logosu

Parti logosu mavi arka plan üzerine sarı renkte güneş sembolünden oluşmaktadır. Logoda partinin adının kısaltması “HAS PARTİ” beyaz renkle güneş sembolünün altına yazılmıştır. Sembolde ki güneş simgesi doğmak veya batmak üzere olan bir şekildedir. Her şeyin büyüüp gelişmesini sağlayan bir güç olarak görülen güneş parti tarafından medeniyet ve adalet ile özdeşleştirilmiştir. Ayrıca ışık huzmelerinin farklı şekilde çizimi onları Osmanlı Devleti armasında ki motiflere benzetmektedir (Parti Ambлемlerinin Anlamları, 2011).

Tablo 64: Hak ve Eşitlik Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Kartal	Güç ve asalet	Kartalgiller familyasından, beyazla karışık esmer renkte, yuvasını yüksek kayalıklara kuran, kanatları uzun, kuvvetli gagasının ucu iyice kıvrık, ayakları parmaklarına kadar tüylerle kaplı, sağlam yapılı, zararlı hayvanları yiyerek tabiatta denge unsuru olan, çok büyük yırtıcı kuş.	Zafer ve her şeyi bilmeyi simgeler. Güç ve liderlikle ilişkilendirilmiştir. Mistik gücün sembolü olarak ilahi bir haberci olarak görülür. Keltlerde yeniden doğuş ve yenilenme sembolüdür. Eski Mısırlılar için ise ebedi yaşamı temsil eder.
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel gruptamada ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruptamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi
Siyah	Güç, otorite, saygınlık, ciddiyet, tarafsızlık, sadelik	En koyu renk, kömür rengi, kara ve beyazın zıttı	Ciddiyet, kontrast ve belirginlik



Resim 63: Hak ve Eşitlik Partisi Logosu

Kırmızı dörtgen bir alan içerisinde beyaz bir daireye yerleştirilmiş siyah renkte bir kartal çiziminden logo meydana gelmiştir. Partinin adının kısaltması “HEPAR” kırmızı dörtgen alanın alt tarafından oluşturulan beyaz dörtgen alana yazılmıştır. Bir güç sembolü olan kartal; kuvveti, keskin görüşü, hızı, avlanma becerisi, yüksekten uçuşu, göklerde rahat daireler çizmesi ile pek çok simgesel anlamına özellikleriyle katkıda bulunmaktadır. . Fiziksel nitelikleri ve mükemmel bir avcı olarak kazandığı ün onu savaşçı sembolizmi ve İskandinavya’nın Odin’i gibi savaş tanrılarıyla ilişkilendirir. Amerika Birleşik Devletleri ve Almanya’nın da aralarında olduğu uluslar ve Roma İmparatorluğu gibi güçlü uygarlıklarca egemenlik ve ulusal kimliğin sembolü olarak benimsenmiştir. Rus ve Avusturya imparatorluklarının da amblemi olan kartal Napolyon’un bayrağında da yer almıştır (Semboller ve işaretler, 2018).

Tablo 65: Doğru Yol Partisi(II) Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
At	Kırat, asalet, hız, özgürlük	Binme, yük çekme ve taşıma hizmetlerinde kullanılan, Orta Asya menşeli, tek tırnaklı, memeli hayvan	Fetih gücüyle ilişkilendirilmiştir. . İlkçağda yaşam gücünü temsil etmektedir. Güneş ve gök tanrılarıyla ilişkilidir.
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kırmızı, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk grupta ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşıyıcıdır. Türk Bayrağında yer alan renktir.

Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi
-------	---	--	---



Resim 64: Doğru Yol Partisi(II) Logosu

Kırmızı bir dairenin içerisinde başı sağ tarafta beyaz bir şaha kalkmış at ve partinin adının baş harfleri logoda yer almaktadır. Dairenin üstünde yarım bir çember bulunmaktadır. Bu yarım çember partinin adının yazılmasıyla tamamlanmıştır. Daha önce kurulan “Doğru Yol Partisi” logosundan farklı aynı renkler ters şekilde kullanılmış ve at sembolü şaha kalkmış şekilde kullanılmıştır. At, asalet, özgürlük, hız ve güzellik sembolüdür. İlkçağlarda at bir yaşam gücü timsaliydi. Beyaz at, diriliş ve yaşamın güneşle ilgili sembolüdür. Müslümanlar ise beyaz atı mutluluk ile sembolize etmiştir (Semboller ve işaretler, 2018).

Tablo 66: Milliyetçi ve Muhafazakâr Parti Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Hilal	İslam, tarih, Türk bayrağında kullanılan simgelerden birisi	Ayça, yeniay, Ayın yeni doğduğu zaman ilk üç günlük yay şeklindeki durumu	Gücü sembolize etmektedir. Müslüman ülkelerce benimsenerek İslam’la özdeşleşmiştir.
Yıldız	Türk bayrağını oluşturan sembollerden bir diğeri	Işıklı ve sabit bir nokta hâlinde görülen gök cisimlerinden her biri, bir noktadan çevreye beş veya daha fazla çıkıntısı olan şekil.	Bilgelik ve ruhsal yol göstericiliğin simgesidir.

Dünya	Tüm insanlık, bütün yeryüzü	Üzerinde yaşadığımız toprak ve denizler, yeryüzü. Güneş sistemine bağlı gezegenlerden biri	Evrensel, dünya çapında, cihanşümul
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kırmızı, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi
Mavi	Gökyüzü, huzur	Yeşil ile menekşe rengi arasında bir renk; bulutsuz gökyüzünün, denizin ve gölün rengi. Fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise soğuk renktir.	Temizliği, rahatlığı, mutluluğu ve huzuru çağrıştırmaktadır. Dürüstlüğü, hoşnutluğu, merhameti, iyi niyeti, açık sözlülüğü, yumuşak başlılığı, anlaşmayı ve işbirliğini psikolojik olarak çağrıştırırken sakinleştirme ve heyecan giderme etkisi vardır.



Resim 65: Milliyetçi ve Muhafazakâr Parti Logosu

Parti logosu mavi tonlarda dünya figürü üzerine kırmızı renkte sağa dönük farklı boyutta üç hilalden ve en sağda ki küçük boyutta olan hilalin içerisinde beyaz renkte yer alan üç yıldızdan oluşmuştur. Parti adında geçen “milliyetçi” ve “muhafazakar” ifadeler hilal ve yıldız ile desteklenmiştir. Üç hilalin eski Türk Devletlerinden Osmanlı Devleti’nde kullanılması, hilal ve yıldız sembollerinin ise Türk bayrağında kullanılmasıyla isminde ki anlamlar ifade edilmeye çalışılmıştır. Dünya üzerine yerleştirilen iç içe geçmiş üç hilal ve üç yıldız ile bütün dünya insanlığına “adalet”, “hak” ve “refah” kavramlarının gelmesini hedeflemektedirler (Toplumsal Uzlaşma Reform ve Kalkınma Partisi Parti Tüzüğü, 2010).

Tablo 67: Halkların Demokratik Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Ağaç	Barış	Kökü toprak altında kalan, gövdesi yukarıya doğru yükselen ve gittikçe incelerek dallara ayrılan, kereste veya odun olmaya elverişli uzun ömürlü bitki	Besin, barınak, inşaat malzemesi ve yakıt kaynağı olan ağaçlar bereket, uzun ömür ve güçle özdeşleştirilmiştir. Dinamik yaşam, ölüm ve yeni ürünü temsil eder, simgesel olarak cennet, yeryüzü ve öte âlemi birleştirir.
El	Ağaç gövdesi, birlikte tutma	Kolun, bilek mafsalsından itibâren avuç ve parmakları içine alan ve iş görmeye, tutmaya yarayan kısmı	Eller bir emir aracı olabildikleri gibi koruma, yaratma, kutsama, kuvvet, ant, dayanıklılık ve öğretme anlamına da gelebilirler.

Yaprak	Doğallık, yükseklik	Bitkilerde solunum, karbon özümlemesi, terleme vb. olayların oluştuğu, çoğu klorofilli, yeşil ve türlü biçimdeki bölümler	Kısmet, bolluk ve bereket
Yıldız	Meyve	Işıklı ve sâbit bir nokta hâlinde görülen gök cisimlerinden her biri, Bir nokta etrâfında tabanları bitişik olarak sıralanmış üçgenlerden ibâret şekil.	Bilgelik ve ruhsal yol göstericiliğin simgesidir.
Yeşil	Doğa, hasat, bahar	Sarı ile mâvi arasında yer alan renk, yaprak rengi. Fiziksel grupta ara renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise soğuk renktir.	Ruhsal anlamda; gerginliği, psikolojik anlamda; sebatkâr ve metin olmayı ifade eder. Canlılığı, harekete geçmeyi ve parayı sembolize eder.
Mor	Kadın, feminizm, logoda elin rengi	Kırmızıya çalan menekşe rengi, mâvi ile kırmızının karışmasından meydana gelen renk.	Sanatçı kişiliği, kendine güveni, asilliği, düşünceliliği ve feministliği simgelemektedir. Mor aynı zamanda şiddeti, dramı, belirsizliği, ölümü, ayrılığı da ifade etmektedir
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır.

Mavi	Gökyüzü, huzur	Yeşil ile menekşe rengi arasında bir renk; bulutsuz gökyüzünün, denizin ve gölün rengi. Fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise soğuk renktir.	Temizliği, rahatlığı, mutluluğu ve huzuru çağrıştırmaktadır. Dürüstlüğü, hoşnutluğu, merhameti, iyi niyeti, açık sözlülüğü, yumuşak başlılığı, anlaşmayı ve işbirliğini psikolojik olarak çağrıştırırken sakinleştirme ve heyecan giderme etkisi vardır.
Sarı	İşıltı, parıltı, zenginlik, bolluk, idealizm, sıcaklık, enerji, dikkat çekicilik	Güneş ışığının ayrışma tayfında yeşil ile portakal rengi arasında olan renk, altının, kükürdün, limonun rengi. Fiziksel grupta ara renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir.	Renkler arasında en ışıltılı ve parıltılı olan sarı hareketlilik, zenginlik, bolluk ve sadakat gibi değerleri hatırlatmaktadır. Entelektüelliği, yöneticiliği, iddiayı, hırsı ve özgürlüğü ifade etmektedir. Sarı güneşi, buğday başağını, altını, yaşamı, idealizmi, sıcaklığı, enerjiyi, neşeyi simgelemektedir.



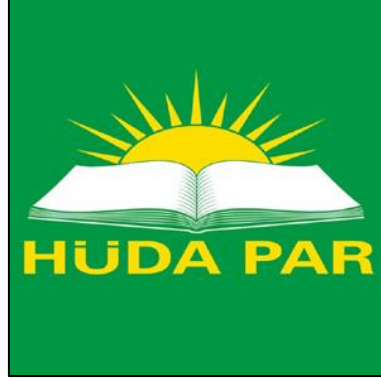
Resim 66: Halkların Demokratik Partisi Logosu

Mor iki el ile ağacın gövdesinin olduğu logoda yapraklar yeşil renk ile yaprakların arasında ise çeşitli boyutlarda ve farklı renklerde yıldızlar bulunmaktadır. Farklı renkteki yıldızları ağacın meyvesi şeklinde görülebilmektedir. Bunların farklı renkte olmasıyla farklı düşünce, fikir, grupları bir bir ağacın meyvesi şeklinde göstermektedirler. Ağacın gövdesinin el ile tasvir edilmesiyle de bu farklı yemişler veren ağacı el birliğiyle canlı tutabileceği mesajı verilmiş olabilir.

Tablo 68: Hür Dava Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Kitap	Öğrenme, fayda, bilgi	Bir araya getirilmiş yazılı veya basılı yapraklardan meydana gelen bütün, herhangi bir konuda yazılmış yapıt	Öğrenme ve bilgelik sembolüdür.
Güneş	Aydınlık, ısı, sıcaklık, samimiyet	Dünya ve diğer gezegenlerin etrafında döndüğü, bunlara ısı, ışık ve hayatın devamı için gerekli enerjiyi veren gök cisminin adı, dünyaya en yakın yıldız, şems	İlahi bir gücün evrensel simgesi. Isı kaynağı olarak canlılık, tutku ve gençliği simgeler. Işık kaynağı olarak da aydınlanmayı temsil eder.
Yeşil	Doğa, hasat, bahar	Sarı ile mâvi arasında yer alan renk, yaprak rengi. Fiziksel grupta ara renk, psikolojik renk gruplamasında ise soğuk renktir.	Ruhsal anlamda; gerginliği, psikolojik anlamda; sebatkâr ve metin olmayı ifade eder. Canlılığı, harekete geçmeyi ve parayı sembolize eder.
Sarı	İşıltı, parıltı, zenginlik, bolluk, idealizm, sıcaklık, enerji, dikkat çekicilik	Güneş ışığının ayrışma tayfında yeşil ile portakal rengi arasında olan renk, altının, kükürdün, limonun rengi. Fiziksel grupta ara renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir.	Renkler arasında en ışıltılı ve parıltılı olan sarı hareketlilik, zenginlik, bolluk ve sadakat gibi değerleri hatırlatmaktadır. Entelektüelliği, yöneticiliği, iddiayı, hırsı ve özgürlüğü ifade etmektedir.

Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve
-------	---	--	--------------------------------------



Resim 67: Hür Dava Partisi Logosu

Yeşil arka planda, beyaz renkte açık bulunan bir kitabın sayfaları arasından doğan güneş simgesiyle logo oluşturulmuştur. Kitabın alt tarafında ise partinin adının kısaltması olarak “HÜDA PAR” sarı renk ile yazmaktadır. Açık bir kitap ile bilgelik ve öğrenme tasvir edilirken, güneş ile de aydınlanma, diriliş ve ilahi bir güç simgelenmiştir.

Tablo 69: Toplumsal Uzlaşma Reform ve Kalkınma Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Güneş	Aydınlık, ışık, sıcaklık, samimiyet	Dünya ve diğer gezegenlerin etrafında döndüğü, bunlara ısı, ışık ve hayatın devamı için gerekli enerjiyi veren gök cisminin adı, dünyaya en yakın yıldız, şems	İlahi bir gücün evrensel simgesiyken. Isı kaynağı olarak canlılık, tutku ve gençliği simgeler. Işık kaynağı olarak da aydınlanmayı temsil eder.
Sarı	İşıltı, parıltı, zenginlik, bolluk, idealizm, sıcaklık, enerji, dikkat çekicilik	Güneş ışığının ayrışma tayfında yeşil ile portakal rengi arasında olan renk, altının, kükürdün, limonun rengi. Fiziksel gruplamada ara renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir.	Renkler arasında en ışıltılı ve parıltılı olan sarı hareketlilik, zenginlik, bolluk ve sadakat gibi değerleri hatırlatmaktadır. Entelektüelliği, yöneticiliği, iddiayı, hırsı ve özgürlüğü ifade etmektedir.

Mavi	Gökyüzü, huzur	Yeşil ile menekşe rengi arasında bir renk; bulutsuz gökyüzünün, denizin ve gölün rengi. Fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise soğuk renktir.	Temizliği, rahatlığı, mutluluğu ve huzuru çağrıştırmaktadır. Dürüstlüğü, hoşnutluğu, merhameti, iyi niyeti, açık sözlülüğü, yumuşak başlılığı, anlaşmayı ve işbirliğini psikolojik olarak çağrıştırır
------	----------------	---	---



Resim 68: Toplumsal Uzlaşma Reform ve Kalkınma Partisi Logosu

Logo güneş simgesi yer alırken bu simge sarı renkte yarım bir dairenin etrafında çıkan mavi renkte ışık huzmeleri ile tasvir edilmiştir. Partinin adının kısaltması olan “TURK PARTİ” logoda mavi renkte yazılmıştır. Partinin logosunun Adalet ve Kalkınma Partisi’nin logosuna benzerliğinden dolayı Adalet ve Kalkınma Partisi Cumhuriyet Başsavcılığı’na itirazda bulunmuş ve bu sebeple Toplumsal Uzlaşma Reform ve Kalkınma Partisi 1 Kasım 2015 seçimlerine katılım sağlayamamıştır (TURK Parti logosu nedeniyle seçime katılamıyor, 2015). Parti logosunda güneşin etrafında yer alan sekiz ışık huzmesi partinin sekiz ilkesini belirtmektedir. Bu ilkeler; “Toplumsal uzlaşma, reform, kalkınma, adalet, eşitlik, özgürlük, milliyetçilik, dayanışma” şeklindedir (Toplumsal Uzlaşma Reform ve Kalkınma Partisi Parti Tüzüğü, 2010).

Tablo 70: Alternatif Parti Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Türkiye Haritası	Türkiye Cumhuriyeti Devleti	Coğrafya, tarih, dil, nüfus vb. olgularla ilgili olarak Türkiye Cumhuriyeti sınırlarının, belli bir ölççe göre küçültölüp düzlem üzerine çizilen taslağı. Asya ile Avrupa kıtası arasında kalan alan.	Türk Cumhuriyetini, Türkiye'yi sembolize eder.
Güneş	Aydınlık, ışıık, sıcaklık, samimiyet	Dünya ve diğere gezegenlerin etrafında döndüğü, bunlara ısı, ışıık ve hayatın devamı için gerekli enerjiyi veren gök cisminin adı, dünyaya en yakın yıldız, şems	İlahi bir gücün evrensel simgesiiken. Isı kaynağı olarak güneş canlılık, tutku ve gençliğı simgeler. Işıık kaynağı olarak da aydınlanmayı temsil eder. Krallıkların ve imparatorlukların amblemidir
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel gruplamada ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşık, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.
Sarı	İşııltı, parıltı, zenginlik, bolluk, idealizm, sıcaklık, enerji, dikkat çekicilik	Güneş ışıığının ayrışma tayfında yeşil ile portakal rengi arasında olan renk, altının, kükürdün, limonun rengi. Fiziksel gruplamada ara renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir.	Renkler arasında en ışııltılı ve parıltılı olan sarı hareketlilik, zenginlik, bolluk ve sadakat gibi değereeri hatırlatmaktadır. Entelektüelliğı, yöneticiliğı, iddiayı, hırsı ve özgürlüğü ifade etmektedir.

Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi
-------	---	--	---



Resim 69: Alternatif Parti Logosu

Kırmızı Türkiye haritasının ardından doğan güneş sembolü ile logo oluşmuştur. Türkiye haritasının içerisinde beyaz renkle partinin adının baş harfleri yazmaktadır. Türkiye haritasının ardından doğan güneş ile Anadolu coğrafyasında doğum ve diriliş sembolize edilmiştir. Parti adı olan alternatif ifadesi logoda bu coğrafyada alternatif yeni bir parti doğuyor şeklinde logo tasvir edilmiş olabilir.

Tablo 71: Halkın Kurtuluş Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Yıldız	Bayrağın simgesi	Işıklı ve sabit bir nokta hâlinde görülen gök cisimlerinden her biri, bir noktadan çevreye beş veya daha fazla çıkıntısı olan şekil.	Bilgelik ve ruhsal yol göstericiliğin simgesidir.
Bayrak	Temsiliyet, bir araya gelme	Üzerinde bir millet, topluluk veya kuruluşu temsil eden belirli resim, renk ve semboller bulunan, dikdörtgen biçimindeki kumaş veya kâğıt, alem	Bayraklar güçlü tanınma amblemleridir. Sadakat, esaret sembolü olabilirler. Bayrak bir ulus ya da davanın savunucularını bir araya getiren unsurlardır.

Güneş	Aydınlık, ışıık, sıcaklık, samimiyet	Dünya ve diğer gezegenlerin etrafında döndüğü, bunlara ısı, ışıık ve hayatın devamı için gerekli enerjiyi veren gök cisminin adı, dünyaya en yakın yıldız, şems	İlahi bir gücün evrensel simgesi. Isı kaynağı olarak güneş canlılık, tutku ve gençliği simgeler. Işıık kaynağı olarak da aydınlanmayı temsil eder. Krallıkların ve imparatorlukların amblemidir
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel gruptamada ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruptamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır.
Sarı	İşııltı, parıltı, zenginlik, bolluk, idealizm, sıcaklık, enerji, dikkat çekicilik	Güneş ışıığının ayrışma tayfında yeşil ile portakal rengi arasında olan renk, altının, kükürdün, limonun rengi. Fiziksel gruptamada ara renkler arasındadır, psikolojik renk gruptamasında ise sıcak renktir.	Renkler arasında en ışııltılı ve parıltılı olan sarı hareketlilik, zenginlik, bolluk ve sadakat gibi değerleri hatırlatmaktadır. Entelektüelliği, yöneticiliği, iddiayı, hırsı ve özgürlüğü ifade etmektedir. Güneşin, buğday başağının, altının rengidir.
Turuncu	Zenginlik, verimlilik	Sarı ile kırmızının birleşmesinden meydana gelen kızıl sarı renk, turuncu rengi, portakal kabuğu rengi	Zenginliği, cömertliği, iyimserliği, hoşnutluğu, dengeyi, ışıığı ve verimliliği simgeler. Sağlığı, güveni, cesareti de temsil eden turuncu iletişimi güçlü renktir.



Resim 70: Halkın Kurtuluş Partisi Logosu

Turuncu ve sarı geçişkenli dairenin içerisinde sarı yıldızlı kırmızı bayraktan logo oluşmuştur. Logoda yer alan daire ile güneş simgelenmiştir. Kırmızı bayrak ve sarı yıldız ile sosyalist simgelere gönderme bulunmaktadır. Bayraklar güçlü bir tanınma amblemleridir. Bir halkı veya dava mensuplarını bir araya getiren unsurlardır. Adında geçen “halkın kurtuluşu”nu parti; güneşin altında bir araya gelinecek bayraklarıyla tasvir etmeye çalışmıştır.

Tablo 72: Muhafazakâr Yükseliş Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Hilal	İslamiyet, muhafazakârlık, Türk bayrağında kullanılan simgelerden birisi	Ayça, yeniay, Ayın yeni doğduğu zaman ilk üç günlük yay şeklindeki durumu	Gücü sembolize etmektedir. Müslüman ülkelerce benimsenerek İslam’la özdeşleşmiş semboldür.
Dört yapraklı yonca	Ümit, inanç, aşk, şans	Baklagillerden, başak durumundaki çiçekleri kırmızı veya mor renkli, hayvanlara yem olarak yetiştirilen çayır bitkilerinin dört yapraklı olanıdır.	Dört yapraklı yonca bulunca, şanslı olunacağına, şansın açılacağına, ümidin daha fazla, aşkın daha yoğun olacağına inanılır. Birinci yaprağı ümit, ikinci yaprağı inanç, üçüncü yaprak aşk, dördüncü yaprak da şans anlamındadır.

On altı yıldız	On altı ilke, kurulmuş on altı büyük Türk Devleti	Bir nokta etrafında tabanları bitişik olarak sıralanmış üçgenlerden ibâret şekillerin on altı kez kullanımı.	Bilgelik ve ruhsal yol göstericiliğin simgesi olarak sembolize edilen yıldızın on altı adet kullanımıdır.
Mavi	Gökyüzü, huzur	Yeşil ile menekşe rengi arasında bir renk; bulutsuz gökyüzünün, denizin ve gölün rengi. Fiziksel gruplamada ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise soğuk renktir.	Temizliği, rahatlığı, mutluluğu ve huzuru çağrıştırılmaktadır. Dürüstlüğü, hoşnutluğu, merhameti, iyi niyeti, açık sözlülüğü, yumuşak başlılığı, anlaşmayı ve işbirliğini psikolojik olarak çağrıştırırken sakinleştirme ve heyecan giderme etkisi vardır.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi



Resim 71: Muhafazakâr Yükseliş Partisi Logosu

Sağa dönük mavi hilalin içerisinde mavi renkli dört yapraklı yonca ve hilalin iç çevresinde yer alan yine mavi renkte on altı yıldızdan logo oluşmuştur. Hilal ile İslamiyet ve muhafazakârlık sembolize edilmiştir. On altı yıldız ile de sembolik olarak ifade edilen tarihte kurulmuş on altı büyük Türk Devleti anlatılmaya çalışılmıştır. Dört yapraklı yonca ise sembolik olarak şans ile ilişkilendirilmektedir. Dört yapraklı yonca mitolojisi İbrahimi

dinlerde Adem ile Havva'ya kadar uzanmaktadır. Havva'nın cennette bulduğu dört yapraklı yoncayı şans için yanında taşıdığı rivayet edilmektedir. Kelkit mitolojisinde kötü ruhları kovduğuna inanılırdı. Genellikle üç yapraklı olarak doğada bulunan yoncanın binlerce farklı türünden biri ve varyasyonu olan dört yapraklı yoncanın her bir yaprağına farklı anlamlar yüklenmiştir: "Birinci yaprağı ümit, ikinci yaprağı inanç, üçüncü yaprak aşk, dördüncü yaprak da şans anlamındadır."(Dört yapraklı yonca ve şans hikayesi, 2020).

Tablo 73: Vatan Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Yıldız	Çoban yıldızı	Işıklı ve sâbit bir nokta hâlinde görülen gök cisimlerinden her biri, Bir nokta etrâfında tabanları bitişik olarak sıralanmış üçgenlerden ibâret şekil.	Bilgelik ve ruhsal yol göstericiliğin simgesidir.
Buğday	Vatan, emek	Tâneleri un ve ekmek yapımında kullanılan ve insanın başlıca gıdâsını teşkil eden bitki	Yaz, bereket ve verimli hasatla ilişkilidir.
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk grupta ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve
Siyah	Güç, otorite, saygınlık, ciddiyet, tarafsızlık, sadelik	En koyu renk, kömür rengi, kara ve beyazın zıttı	Ciddiyet, kontrast ve belirginlik



Resim 72: Vatan Partisi Logosu

Partinin logosu çember şeklinde kırmızı iki buğday başağının ortasında yer alan kırmızı beş köşeli yıldızdan oluşmuştur. Parti logosunu buğday başaklarının kucakladığı çoban yıldızı olarak tanımlarken, bu simgeleri, “Buğday başakları, vatan ve emeği simgeler. Çoban Yıldızı ise öncü partiyi ve bilimin yol göstericiliğini temsil eder.” Şeklinde açıklamıştır (Vatan Partisi Tüzük-Program, 2019). İşçi Partisi’nin adının değiştirilmesiyle kurulan parti, eski logolarına buğday başakları ekleyerek logoda da değişime gitmiştir.

Tablo 74: Anadolu Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Günebakan	Aydınlığa, güneşe dönmek, huzura kavuşmak	İki çenekliler sınıfından, iri, yayvan ve sarı renkli çiçekleri daima güneşe doğru döndüğü için güne bakan, gün çiçeği veya gün döndü de denen, yaprakları büyük ve dişli, bir iki metre boyunda, bir yıllık otsu bitki, ay çiçeği	Durmada güneşi izleyen günebakan kul köle olmayı temsil eder. Bununla birlikte durmadan konum değiştirmesi kimileri için güvenilmezlik anlamına gelir. Çinliler onu ölümsüzlükle ilgili görür.
Güneş	Aydınlık, ılık, sıcaklık, samimiyet	Dünya ve diğer gezegenlerin etrafında döndüğü, bunlara ısı, ılık ve hayatın devamı için gerekli enerjiyi veren gök cisminin adı, dünyaya en yakın yıldız, şems	İlahi bir gücün evrensel simgesi. Isı kaynağı olarak canlılık, tutku ve gençliği simgeler. Işık kaynağı olarak da aydınlanmayı temsil eder.

Mavi	Gökyüzü, huzur	Yeşil ile menekşe rengi arasında bir renk; bulutsuz gökyüzünün, denizin ve gölün rengi. Fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise soğuk renktir.	Temizliği, rahatlığı, mutluluğu ve huzuru çağrıştırmaktadır. Dürüstlüğü, hoşnutluğu, merhameti, iyi niyeti, açık sözlülüğü, yumuşak başlılığı, anlaşmayı ve işbirliğini psikolojik olarak çağrıştırırken sakinleştirme ve heyecan giderme etkisi vardır.
Sarı	Işıltı, parıltı, zenginlik, bolluk, idealizm, sıcaklık, enerji, dikkat çekicilik	Güneş ışığının ayrışma tayfında yeşil ile portakal rengi arasında olan renk, altının, kükürdün, limonun rengi. Fiziksel grupta ara renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir.	Renkler arasında en ısıtılı ve parıltılı olan sarı hareketlilik, zenginlik, bolluk ve sadakat gibi değerleri hatırlatmaktadır. Entelektüelliği, yöneticiliği, iddiayı, hırsı ve özgürlüğü ifade etmektedir. Güneşin, buğday başağının, altının rengi.
Turuncu	Zenginlik, verimlilik, güneş	Sarı ile kırmızının birleşmesinden meydana gelen kızıl sarı renk, turuncu rengi, portakal kabuğu rengi	Zenginliği, cömertliği, iyimserliği, önseziyi, hoşnutluğu, dengeyi, ışığı ve verimliliği temsil etmektedir. Sağlığı, güveni, cesareti de temsil eden turuncu iletişimi güçlü renktir.



Resim 73: Anadolu Partisi Logosu

Mavi eğri çizginin üstünde sapları ve çekirdek kısmı mavi, çiçek kısmı sarı olan günebakan ile günebakanın arkasında turuncu ve sarı geçişli güneş sembolünden logo oluşmuştur. Logoda yer alan günebakan; ayçiçeği, günciçeği, gündöndü, günâşık gibi adlarla anılmaktadır (TDK). Günebakanı Çinliler ölümsüzlükle ilgili görür. Sürekli güneşi izlemesiyle kul, köle olmayı da temsil eder (Semboller ve işaretler, 2018). Partinin kurucu başkanı logolarını “güneş, Anadolu ve umudu; ay çiçeği ise Trakya'yı sembolize ediyor.” Şeklinde açıklamıştır (İşte Anadolu Partisi’nin Detayları, 2014).

Tablo 75: Merkez Parti Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Terazi	Hak, adalet, eşitlik	Bir kolun iki ucuna asılı iki kefedenden oluşan tartı, mizan.	Denge ve uyumu temsil eder. Adaletle özdeşleşmiştir. Terazi burcunun birlikte hoş, adil, tarafsız ve diplomatik özellikleri de vardır.
İnsan	Değer, denge	İki ayaklı, iki elleri, akıllı ve konuşma yeteneği olan memeli canlı	İnsan bedeni çoğu gelenekte evrenin mikro kozmosu olarak görülür. Çoğu dinde insan figürü ilahi gücü simgeler ve kutsallığın ana sembolüdür

M harfi	Parti adında ki “Merkez” kelimesinin ilk harfi	1928 harf inkılâbından sonra kullanılmaya başlanan Latin asıllı Türk alfabesinin “me” diye adlandırılan on altıncı harfi.	M ile başlayan harflerin ilk harfinin temsili
Mavi	Gökyüzü, huzur	Yeşil ile menekşe rengi arasında bir renk; bulutsuz gökyüzünün, denizin ve gölün rengi. Fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruptasında ise soğuk renktir.	Temizliği, rahatlığı, mutluluğu ve huzuru çağrıştırmaktadır. Dürüstlüğü, hoşnutluğu, merhameti, iyi niyeti, açık sözlülüğü, yumuşak başlılığı, anlaşmayı ve işbirliğini çağrıştıran sakinleştirme ve heyecan giderme etkisi vardır.
Sarı	Işıltı, parıltı, zenginlik, bolluk, idealizm, sıcaklık, enerji, dikkat çekicilik	Güneş ışığının ayrışma tayfında yeşil ile portakal rengi arasında olan renk, altının, kükürdün, limonun rengi. Fiziksel grupta ara renkler arasındadır, psikolojik renk gruptasında ise sıcak renktir.	Renkler arasında en ışıltılı ve parıltılı olan sarı hareketlilik, zenginlik, bolluk ve sadakat gibi değerleri hatırlatmaktadır. Entelektüelliği, yöneticiliği, iddiayı, hırsı ve özgürlüğü ifade etmektedir. Güneşin, buğday başağının, altının rengi
Turkuaz	Açık fikir, değişim, hareket	Yeşile çalan mavi renkte değerli bir taş, turkuaz mavisi, turkuaz yeşili, firuze.	Turkuaz renk açık fikirliliği, yardımseverliği, harekete geçmeyi, canlanmayı, serinlemeyi, değişimi, farklılaşmayı ve gururu temsil etmektedir.

Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi
-------	---	--	---



Resim 74: Merkez Parti Logosu

Turuncu çember içinde bulunan turkuaz dairede yer alan mavi renkte M harfi ve bu harfin önünde insan silueti şeklinde tasarlanmış beyaz teraziden logo oluşmuştur. Logoda bulunan M harfi partinin adı olan “merkez” in baş harfidir. Türk rengi olarak bilinen turkuaz zemin Türkiye sembolize edilmiştir. Terazide denge, uyum ve adaletle özdeşleşmiş bir semboldür. İnsan silueti şeklinde tasarlanan terazinin, M harfinin önünde yer almasıyla insan ve adalet merkezli bir parti oldukları tasvir edilmiştir.

Tablo 76: Komünist Parti Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Orak	Çiftçi, köylü	Bir sapın ucuna geçirilmiş yarım çember biçiminde yassı, ensiz ve keskin bir bıçaktan ibâret ekin biçme âleti, tırpanın küçüğü	Sovyet Devrim döneminde Vladimir Lenin’in seçtiği amblem içerisinde yer alan bir simge
Çekiç	İşçi, emekçi, proletarya	Bir şeyi çakmak veya dövmek için kullanılan, tahta saplı madenden el âleti	Sovyet Devrim döneminde Vladimir Lenin’in seçtiği amblem içerisinde yer alan bir simge

Yıldız	Marksist Enternasyonal'ın beş kıtayı temsiliyeti	Işıklı ve sâbit bir nokta hâlinde görülen gök cisimlerinden her biri, Bir nokta etrâfında tabanları bitişik olarak sıralanmış üçgenlerden ibâret şekil.	Bilgelik ve ruhsal yol göstericiliğin simgesidir.
Kırmızı	Kızıl, heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kızıl, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk grupta ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşıdır.
Sarı	İşıltı, parıltı, zenginlik, bolluk, idealizm, sıcaklık, enerji, dikkat çekicilik	Güneş ışığının ayrışma tayfında yeşil ile portakal rengi arasında olan renk, altının, kükürdün, limonun rengi. Fiziksel grupta ara renkler arasındadır, psikolojik renk grupta ise sıcak renktir.	Renkler arasında en ışıltılı ve parıltılı olan sarı hareketlilik, zenginlik, bolluk ve sadakat gibi değerleri hatırlatmaktadır. Entelektüelliği, yöneticiliği, iddiayı, hırsı ve özgürlüğü ifade etmektedir. Sarı güneşi, buğday başağını, altını, yaşamı, idealizmi, sıcaklığı, enerjiyi, neşeyi simgelemektedir.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve



Resim 75: Komünist Parti Logosu

Partinin logosu kırmızı arka plan üzerine sarı renkte orak, çekiç ve yıldızdan oluşmuştur. Dünya genelinde pek çok komünist partinin amblemi olan bu sembollerin tarihi 1789 Fransız Devrimi'ne kadar dayanmaktadır. Kızıl bayrağa işlenen bu semboller Paris Komününde işçi sınıfını temsil etmiştir. Rus devriminde Vladimir Lenin'in iktidara geldiğinde Sovyetler Birliği bayrağı olarak seçilmiştir. Böylece popülaritesi artmıştır. Beş köşeli yıldızın Marksist Enternasyonal'in beş kıtayı temsil ettiği söylenmektedir. Çekici tutan kişi erkek, orağı tutan kişide kadını sembolize etmektedir. Böylelikle komünist rejimde erkek, sanayi ve şehir hayatını temsil ederken, kadın ise tarım ve köy hayatını temsil etmektedir (Komünizmin Sembolü Orak-Çekiç'in Tarihi, 2017).

Tablo 77: Hak ve Adalet Partisi Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Terazi	Hak, adalet, eşitlik	Bir kolun iki ucuna asılı iki kefedenden oluşan tartı, mizan.	Denge ve uyumu temsil eder. Adaletle özdeşleşmiştir. Terazi burcunun birlikte hoş, adil, tarafsız ve diplomatik özellikleri de vardır.
Dünya	Tüm insanlık, bütün yeryüzü	Üzerinde yaşadığımız toprak ve denizler, yeryüzü. Güneş sistemine bağlı gezegenlerden biri	Evrensel, dünya çapında, cihanşümül

El	Avuçlama, tutma	Kolun, bilek mafsallından itibaren avuç ve parmakları içine alan ve iş görmeye, tutmaya yarayan kısmı	Eller bir emir aracı olabildikleri gibi koruma, yaratma, kutsama, kuvvet, ant, dayanıklılık ve öğretme anlamına da gelebilirler. Bir el inanç, samimiyet ve adalet andırır.
Kırmızı	Heyecan, güç, zafer, ilgi çekmek, hareketlilik sağlamak	Al, kırmızı, kan rengi, temel renklerden olan kırmızı; fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise sıcak renktir	İlgi çekmek, tutku, hareketlilik sağlamak, heyecan, cesaret ve güç vermek, aşk, enerji, zafer hissi ve ısıtıcı etkiler taşımaktır. Türk Bayrağında yer alan renktir.
Beyaz	Işık, aydınlık, parlaklık, sadelik, barış	Karanın karşıtı, kar, pamuk, süt gibi şeylerin rengi	Temizlik, ululuk, tecrübe, adalet ve Türk Bayrağında yer alan renklerden birisi
Kahverengi	Ten rengi, koyu bakır	Yeşil ve kırmızının birleşimine siyahın eklenmesiyle oluşur. Kahverengi ahşabın, toprağın ve kavrulmuş kahvenin rengidir.	Toprağın rengi olmasından dolayı hem bolluğu, bereketi, güvenliği çağrıştırmaktadır hem de ölümü de hatırlatmaktadır. Ayrıca büyüklük ve bütünlük etkisi vermekte de kahverengi kullanılmaktadır. Ciddiyet, mutsuzluk, sadeliği de ifade etmektedir.



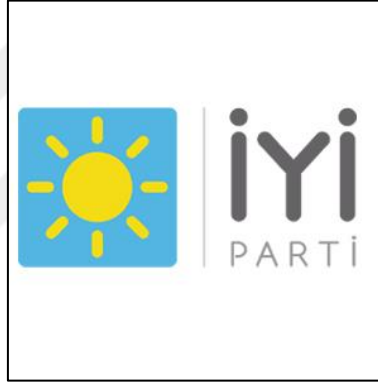
Resim 76: Hak ve Adalet Partisi Logosu

Kahverengi renkte iki elin avucunda duran dünya simgesi ve onun üzerinde yine kahverengi renkte terazi logoda yer almaktadır. Sembolleri çevreleyen kırmızı çemberin içerisinde ise beyaz renklerle partinin adı yazmaktadır. Parti logosuyla; dünyaya hak ve adaleti getirecek düzenin insanın eliyle olacağını tasvir etmeye çalışmıştır.

Tablo 78: İyi Parti Logosunun Gösterge Çözümleme Tablosu

Gösteren	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Güneş	Aydınlık, ılık, sıcaklık, samimiyet	Dünya ve diğer gezegenlerin etrafında döndüğü, bunlara ısı, ılık ve hayatın devamı için gerekli enerjiyi veren gök cisminin adı, dünyaya en yakın yıldız, şems	İlahi bir gücün evrensel simgesi. Isı kaynağı olarak canlılık, tutku ve gençliği simgeler. Ilık kaynağı olarak da aydınlanmayı temsil eder. Krallıkların ve imparatorlukların amblemidir
Sarı	İşıltı, parıltı, zenginlik, bolluk, idealizm, sıcaklık, enerji, dikkat çekicilik	Güneş ışıığının ayrışma tayfında yeşil ile portakal rengi arasında olan renk, altının, kükürdün, limonun rengi. Fiziksel gruptamada ara renkler arasındadır, psikolojik renk gruptamasında ise sıcak renktir.	Renkler arasında en ısıltılı ve parıltılı olan sarı hareketlilik, zenginlik, bolluk ve sadakat gibi değerleri hatırlatmaktadır. Entelektüelliği, yöneticiliği, iddiayı, idealizmi, enerjiyi, hırsı ve özgürlüğü ifade etmektedir.

Mavi	Gökyüzü, huzur	Yeşil ile menekşe rengi arasında bir renk; bulutsuz gökyüzünün, denizin ve gölün rengi. Fiziksel grupta ana renkler arasındadır, psikolojik renk gruplamasında ise soğuk renktir.	Temizliği, rahatlığı, mutluluğu ve huzuru çağrıştırmaktadır. Dürüstlüğü, hoşnutluğu, merhameti, iyi niyeti, açık sözlülüğü, yumuşak başlılığı, anlaşmayı ve işbirliğini psikolojik olarak çağrıştırırken sakinleştirme ve heyecan giderme etkisi vardır.
------	----------------	---	--



Resim 77: İyi Parti Logosu

Açık mavi karenin içerisinde sekiz ışık huzmesi olan güneş simgesi kullanılarak logo oluşmuştur. Partinin adı olan “iyi” Oğuz’un bir boyu ve aynı zamanda Osmanlı Devleti’ni kuran hanedanlığın bağlı olduğu boy olan Kayı’nın simgesine benzer şekilde yazılmıştır. Güneş’in çeşitli sembolik anlamları vardır. Isı kaynağı olarak tutku, canlılık ve gençliği simgelerken ışık kaynağı olarak da aydınlanmayı temsil etmektedir. Pek çok krallığın ve imparatorluğun amblemi olmuştur ve pek çok kültürde farklı değerleri ifade etmektedir. Genellikle eril güç olarak temsil edilmiş, Japonya ve bazı Amerikan yerli kabilelerinde dişi sayılmıştır (Semboller ve işaretler, 2018).

SONUÇ

Siyasal iletişim kendine özgü yaklaşımları, özellikleri ve modelleri olan iletişim olgusudur. Siyasal iletişim farklı iki sosyal bilimler disiplini olan siyaset ve iletişimi bir araya getirmiştir. Bu birlikteliğin akademik anlamda adının konulması yarım asıra, siyaset ve iletişim alanının pratiğinde bulunanlar için bu iki kavram birbirleriyle iç içe geçtiğinden dolayı uygulamada bu zamanın çok daha öncesine hatta Antik Yunan dönemine dayandığı bilinmektedir. Siyasal iletişim olgusu ortaya çıktıktan sonra sadece iki sosyal bilimi değil sosyoloji, psikoloji, tarih gibi pek çok bilim dalını yakından ilgilendiren bir alan olmuştur.

Siyasette siyasi partilerin kurulması, iletişimde ise teknolojinin gelişmesi bu yapıların gelişmesine, değişmesine ve içlerine yeni aktörler almasına neden olmuştur. Siyasal iletişim de değişimlerden etkilenerek gelişmiş ve olgunlaşmıştır. Bu durum akademik anlamda siyasal iletişimin kendine özgü bir disiplin olmasına neden olurken, sosyal hayatta da siyasal iletişim uzmanı ve danışmanı gibi kavramlar çalışma hayatına girmiştir.

Siyasi partiler yönetimde söz sahibi olmak, parlamentoda yer alabilmek için seçmenlerine ilettikleri mesajlardan sonuç almayı istemektedirler. Bu durumda kavramsal olarak siyaseti “etkileme”, iletişimi “etkileşim”, sonucu “etki” olarak görebiliriz. Siyasi partiler özellikle seçim zamanları seçmenlere ve hedef kitlelere kendilerini anlatmak için yoğun siyasal mesaj aktarımında bulunurlar. Görüşlerini, fikirlerini, amaçlarını kurumsal kimliklerine uygun yansıtmak için siyasal iletişime başvururlar. Seçim kampanyalarında reklamlar, afişler hazırlarlar. Yapılan propaganda çalışmalarında siyasi partiler, logolarını hedef kitleye sürekli vurgularlar. Seçmenler ise seçim sandığında siyasi partilerin logolarının yer aldığı seçim pusulasında kendini temsil eden partinin logosunun altına mührünü vurarak tercihte bulunurlar.

Siyasi parti logosu sırasıyla siyasal iletişim, kurumsal iletişim, kurum kimliği, görsel kimlik ve görsel kimliği oluşturan unsurları ilgilendirerek, kültürel, tarihi, ideolojik mesajlar ileten bir etkileşim aracıdır. Görsel kimlik, kurumsal kimliğin en önemli etkenlerinden birisidir. Görsel kimlik kurumun vitrini konumundadır. Bu vitrin; renk, sembol, yazı karakteri gibi ürünlerden elde edilen kompozisyonla oluşturulur. Önemli olan bu ürünlerden karmaşa doğurmadan yeterli miktarda ve doğru seçimle kurum

hakkında bilgi vererek hedef kitleye ulaşmaktır. Yapılan kompozisyona logo, kuruma siyasi parti, hedef kitleye seçmen dediğimizde siyasi parti logosu ve önemi ortaya çıkmaktadır.

Siyasi partilerin logolarında verdiği mesajlar araştırmada ele alınmadan önce onu oluşturan süreçler; ilk bölümde “siyasal iletişim”, ikinci bölümde ise “siyasi partilerin iletişim sürecine katkıda bulunan bir görsel kimlik unsuru olarak logo” başlıklarında ayrıntılı olarak incelenerek, konularla ilgili literatür çalışması yapılmıştır. Bu araştırmaların ardından ülkemizde seçimlere katılan siyasi partilerin logolarına ulaşılarak çalışmanın sağlıklı yürümesi için belli oran ve çözünürlüğe getirilmiştir. Daha sonra siyasi partilerin logoları göstergebilimi ışığında ayrı gösterge tablosuyla ve açıklamalı olarak çözümlenmiştir.

Parti logolarının çözümlemeleri yapılırken görülen bazı çıkarımlar bulunmaktadır. Bu çıkarımlar ele alınacak olursa; ilk dikkat çeken husus, kurumsal anlamda ve iletişim anlamında çok önemli yere sahip olan logolara pek çok siyasi partinin gerekli önemi ve özeni göstermemiş olmasıdır.

Logolar oluşturulurken basılı materyale uygun olma durumundan, basit ve akılda kalıcılık gibi etkenler dikkat edilecek hususlardandır. Aynı zamanda çok renkli logoların da tercih edilmemesi gerekmektedir. Bu özelliklere dikkat etmeyen birçok siyasi parti logosu gözükmemektedir. Görsel iletişim, görsel sanatlar, tasarım ve teknolojinin gelişmesinin siyasi parti logolarına yansımaları ise basit ve akılda kalıcılığı terk ederek karmaşa ve çok renkliliği doğurmuştur. Logolarda kullanılan simgelerin; kültürel, evrensel, ideolojik, tarihsel anlamları olabileceği gibi bazen de seçilen bir simge kullanılan kurumla, ideolojiyle simgeleşir. İncelenen siyasi parti logolarının birçoğunda simge seçiminde anlamlandırma açısından zayıflık ve simgeleşemeyecek nitelikte sembollerin tercih edildiği görülmektedir.

Siyasi partilerin logolarında ideolojik sembollere yer verdiği gözükmemektedir. Milliyetçi muhafazakâr düşüncede ki siyasi partilerin pek çoğunda hilal sembolü kullanılmış, Türk bayrağında yer alan renkler tercih edilmiştir. Sosyalist, komünist düşüncede ki siyasi partilerin pek çoğunda orak, çekiç, çark, yıldız gibi semboller Sovyetler Birliği bayrağında yer alan sarı ve kırmızı renkler ile kullanılmıştır. Evrensel anlamda ortak anlamlar ifade eden kartal, güneş, zeytin dalı, buğday başağı gibi semboller sıklıkla

kullanıldığı gözükürken, tarihsel olarak eski Türk devletlerinin sancaklarında yer alan simgelerden üç hilal, çift başlı kartal gibi simgelere yer verilmiş, kültürel olarak ise ay yıldız, at, ok, gül gibi simgeler siyasi parti logolarında yer almıştır. Logolarda kullanılan renklerin analizi yapıldığında ise en çok kırmızı rengin ve onun hemen ardından beyaz rengin sıklıkla kullanıldığı tespit edilmiştir. Renklerin kültür ile ilişkisi siyasi partilerin logolarına da yansımıştır. Türkiye Cumhuriyeti Bayrağı'nda yer alan kırmızı ve beyaz renklere partilerinde önem verdiği sonucu çıkmıştır. Şüphesiz bu durumda bu renklere yüklenen sembolik anlamların etkeni ve toplumun o renklere bayraklarından dolayı aşına olup sempati duymasının payı bulunmaktadır.

Sonuç olarak, siyasi partiler logolarından kültürel, evrensel, tarihsel, siyasal, ideolojik mesajlar veren renk ve sembollere yer vermiştir. Tasarım teknolojisinin gelişmesi siyasi parti logolarına da yansımış bu durum karmaşıklığı ve çok renkliliği getirmiştir. Birkaç renk grubu neredeyse bütün parti logolarında kullanılmıştır. Birçok sembol sıklıkla tekrar edilmiş, tekrar edilen semboller farklı partilerce aynı şekilde veya farklı kombinasyonlarla kullanılmıştır. Sembollere siyasi partiler tarafından anlamlar yüklenerek sembollerin siyasallaştığı sonucu ortaya çıkmıştır.

Alanında öncü olma niteliği taşıyan bu tez çalışması ile parti logolarının göstergebilimsel anlamlarının, siyasal iletişim literatürüne katkı sunması beklenmektedir. İleride yapılabilecek, siyasi parti logolarının oy veren seçmenler ile ilişkisine dair nicel araştırmalar bu çalışmaya katkıda bulunacaktır. Ayrıca siyasal iletişimciler, tasarımcılar ve yeni kurulacak siyasi partiler tarafından bu araştırma rehber kaynak niteliği taşıyacaktır.

KAYNAKÇA

- Akengin, G. Aypek Arslan, A. Yayçılı Özen, A.Ç. (2017). Logo Tasarımında Renk. İdil, 6 (31), S.1077-1088
- Akıncı Vural, Z , Kesken, R . (2012). Rekabet Avantajı Sağlanmasında Kurumsal Pazarlama Ve Kurumsal Görsel Kimlik. Erciyes İletişim Dergisi, 2 (4)
- Aktaş, H. (2004). Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak İnternet, Konya: Tablet Kitabevi.
- Algül, F. (2004), Günümüzde Siyasal İletişim ve Medyanın Buluşma Noktası: Politainment (Eğlenceli Siyaset, Siyasal Eğlence). Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Alkibay, S., Özdoğan, F.B. ve Ermeç, A. (2007). Corporate Visual Identity: A Case in Hospitals, Health Management Quarterly, The Haworth Press Vol:24, No:3/4, ss.131-149.
- Alınışık, Ü. (2009) The Growth of Democracy and Political Marketing Applications İn Turkey. Akademik Bakış, 18: 1-14.
- Altıntaş, E. Ve Çamur, D. (2013). Beden Dili Sözsüz İletişim. Mentis.
- Ambrose, G. Ve Haris. P. (2003). The Fundamentals Of Creative Design. Switzerland: Ava Publishing
- Arslan, D. A. (2007). 12 Eylül 1980 Askeri Müdahalesi Sonrası Türkiye'nin Siyasi Yapısı. Akademik Bakış, 11: 1-29.
- Atalayer, F.,(1994), Temel Sanat Öğeleri, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Atasagun, Y., (1997). Sembol ve Sembolizm. Necmettin Erbakan Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 7
- Ateş Durç, S. (2020). Siyasal Sembolizm ve İktidar İlişkisi Üzerine Düşünmek. Folklor/Edebiyat, 26 (102) , 377-392. DOI: 10.22559/folklor.1171
- Ateş, M., (2012). Mitolojiler ve Semboller, Milenyum Yayınları, İstanbul
- Aydemir, A. (2011). Siyasal Kampanyaların İletişim Stratejileri Açısından Değerlendirilmesi Üzerine Bir Örnek İnceleme: 2010 Anayasa Değişikliği Referandumunun AKP ve CHP Siyasal Kampanyaları Üzerinden Karşılaştırılması. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aziz, A. (2019). Siyasal İletişim. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Babür Tosun, N. (2010). İletişim Temeli Marka Yönetimi. İstanbul: Beta Basım A.Ş
- Bahar, H., İ.,(2005), Sosyoloji, Hayat Yayınları, İstanbul

- Baker, M. ve. Balmer, M. (1997). Visual Identity: Trappings Or Substance? *European Journal Of Marketing*, 31(5-6), 366-382.
- Balcı, Ş.(2008). Medya ve Siyaset İlişkilerinde Siyasal Reklam. *Medya ve Siyaset*. Zülfikar Damlapınar (drl.). Ankara: Turhan Kitabevi. (ss.209-239).
- Balmer, J.M.T. (2001). Corporate Identity, Corporate Branding and Corporate Marketing: Seeing Through the Fog, *European Journal of Marketing*, Vol.35, No.3/4, ss.248-291.
- Baran, M. (2014). Siyasal İletişim Çalışmalarında Yeni Medya Teknolojilerinin Kullanımı. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bartholme, R.H. ve Melewar, T.C. (2011). Remodelling the Corporate Visual Identity Construct: A Reference to the Sensory and Auditory Dimension, *Corporate Communications: An International Journal*, Vol.16, No.1, ss. 53-64.
- Başçı, E., (1998), Türkiye'de İslami akımların siyasal simge ve model aktarımı: Milli Görüş Hareketi ve Refah Partisi, Yayınlanmış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Ana Bilim Dalı
- Bayraktar D. ve Yaman, H . (2017), İdeoloji, Dil ve Sembol Bağlamında Medya ve Siyaset, Akademik Hassasiyetler
- Bayraktar, N. (2006). Kavram Ve Anlam Boyutunda Sarı Ve Tonları. *Türklük Bilimi Araştırmaları Dergisi*, Sayı: 20, 209–218 S
- Bayraktar, Ö. (2016), Ülkücü Harekette Bölünme: Milliyetçi Hareket Partisi Ve Büyük Birlik Partisi, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara
- Beşirli, H., (2011), Türk Kültüründe Güç, İktidar, İtaat ve Sadakatin Yemek Sembolizmi Esasında Değerlendirilmesi, *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Dergisi*, 58
- Bilgin, V., (2011), İbadet: Şekilsel, Sembolik ve Toplumsal, Emin Yayınları, Bursa
- Bostancı, M. (2015). Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya: Milletvekili Ve Seçmen Örneğinde Bir Alan Araştırması. Doktora Tezi. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bozdemir, B. (2014) “Renk”Lerin Dünyası. St Clements University Türkiye Yayınları Birinci Basım Haziran 2014
- Candemir, M., B. (2020), Türkiye’deki Siyasi Partiler, İstanbul, Cinius Yayınları
- Ceylan, İ. (2016). Amblem Ve Logo Tasarımlarında Renklerin Dili. *Art-E Sanat Dergisi*, 8 (16) , 314-330

- Çabuk, G., (2006), İlköğretim Binalarının Renk Açısından Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi, Adana
- Çağlar, N., Köklü, P. H. (2017). Yeni Medyanın Siyasal İletişim Aracı Olarak Kullanımı: Siyasal Partilerin Resmi Web Sitelerine Yönelik Bir Araştırma. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 5(1): 148-173.
- Çakı, A., (2010). Türkiye’de Amblem – Logo Tasarımının Gelişim Süreci, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Güzel Sanatlar Anabilim Dalı Grafik Tasarım Programı, İstanbul.
- Çalışkan N. Ve Kılıç E. (2014), Farklı Kültürlerde Ve Eğitimsel Süreçte Renklerin Dili, Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt 15 Sayı 3, Sayfa 69-85
- Çalışkan, N., .Karadağ, E. Ve Çalışkan, F. (2010). Eğitim, İletişim Ve Öğretmenin Beden Dili. Ankara: Kök Yayıncılık
- Çebi, M., S., (2002), Günümüz Siyasetin Medya İnşası ve Sunumu Üzerine Bazı Dikkatler, İletişim Dergisi, 14, Ankara
- Çelik, B. (2010). Kur’an-ı Kerimdeki Renkler Ve Renk İfade Eden Kelimelerin Tahlili, Yüksek Lisans Tezi, Şanlıurfa.
- Çoroğlu, Ç., (2002). Modern İşletmelerde Pazarlama Ve Satış Yönetimi, Alfa Yayınları, İstanbul.
- Damlapınar, Z., Balcı, Ş. (2005) Seçmenin Zihnindeki Aday İmajını Bekleyen Etkenler:28 Mart 2004 Yerel Seçimleri Alan Araştırması. Selçuk İletişim Dergisi, 4(1): 58-79.
- Davaz, A. (1991) Renk Kavram Sözlüğü, Ofset Yapımevi, İstanbul, 82 S.
- Demir, M. İ. (2018). Siyasal İletişim: Kavramsal Bir Derleme. Near East University International Journal of Art, Culture & Communication, 1(1): 79-104.
- Demir, M.İ. (2018). Siyasal İletişim: Kavramsal Bir Derleme. Uluslararası Sanat Kültür ve İletişim Dergisi. 1(1): 79-104.
- Demir, Ö., Acar, M. (2002) Sosyal Bilimler Sözlüğü. Ankara: Vadi Yayınları.
- Dört Yapraklı Yonca Ve Şans Hikayesi. (2020, 22 Mayıs), Erişim adresi: <https://www.haberturk.com/dort-yaprakli-yonca-bulunca-ne-olur-dort-yaprakli-yonca-ve-sans-hikayesi-hbrt-2687803>, Erişim tarihi: 18.08.2021
- Durmaz, Ö. (2009) Hızlı Tüketim Ürünlerinin Ambalaj Tasarımlarında Çağrışımsal Öğrenme İle Renk Kararları (Yüksek Lisans Tezi) <https://dergipark.org.tr>
- Duverger, M. (1962). Partiler ve Siyasi Rejimler. Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 19(1-4): 95-171.

- Dündar, F . (2013). Görsel Kimliğin Kurum İmajına Etkileri. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 5 (2) , 91-101.
- Düzenli, Y., (2001), Sembolizm Açısında İsrâ Ve Miraç’a Yeni Bir Yaklaşım Denemesi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimleri Dergisi, 2, 1, Eskişehir
- Eliri, İ., ve Erdurucan İ., (2011), Sahne Işıklanmasında Renklerin Dili, 1.Baskı, Öncü Kitap Ankara.
- Eraslan, M. C., Durur, E. K. (2018). Siyasal İletişim ve Medya Bağlamında Siyasal Reklam ve Propaganda (Kavramsal Bir Değerlendirme). Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 4(2): 193-204.
- Ersoy, N. (1990). Semboller Ve Yorumlarla Görünenden Görünmeyene. İstanbul: Ersoy Yayın
- Ersoy, N., (2000), Semboller ve Yorumları, Zafer Yayınları, İstanbul
- Ertekin, İ. (2017). Halkla İlişkiler Açısından Örgütsel İletişim Algısı 80 Halkla İlişkiler Açısından Örgütsel İletişim Algısı. Joeep Journal Of Emerging Economies And Policy, 2(1): 80-94.
- Ertekin, İ., Ilgın, Ö., Yengin, A. (2018). Örgütsel İletişim Kuramları. The Turkish Online Journal Of Design, Art And Communication – Tojdac, 8(2): 297-311.
- Eryılmaz, B. (2004). Kamu Yönetimi. İstanbul: Erkan Matbaası.
- Eyuboğlu, İ. Z. (1995). Türk Dilinin Etimoloji Sözlüğü, Sosyal Yayınları, İstanbul.
- Genç, R. (1997). Türk İnanışları İle Milli Geleneklerinde Renkler. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Yayınevi
- Genç, R.(1999), Türk İnanışları İle Milli Geleneklerinde Renkler Ve Sarı-Kırmızı-Yeşil, Atatürk Yüksek Kurumu Atatürk Kültür Merkezi Yayınları, Ankara.
- Genel, M. G. (2012). Siyasal İletişim Kampanyalarında Sosyal Medyanın Kullanımı (12 Haziran 2011 Seçimleri Twitter Örneği. TOJDAC, 2(4): 23-31.
- Göktaş, P., Çarıkçı, İ. H. (2015). Kuşakların Siyasal İletişim Kültür ve Liderlik Açısından Değerlendirilmesi. MAKÜ İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. 2(3): 7-33.
- Görkem, Ş. (2013). Kuramda ve Uygulamada Kurumsal İletişim. Doktora Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güler, Y. (2016), Kültürün Siyasal Simge Ve Semboller Üzerine Etkisi: Çanakkale Merkez İlçe Siyasal Partiler Gençlik Kolları Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

- Güllüdağ, N.,(2015), Türklerde Damga Geleneği Ve Nogay Türklerinin Damgaları Üzerine Bir İnceleme, Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi, Cilt 3, Sayı 6, Ocak 2015
- Gültekin, R., E., (2008), Türklerde Bereket Sembolü Olarak Kullanılan Meyve Motifleri Ve Mimaride Değerlendirilmesi, Turkish Studies, International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 3/5
- Güven, M. (2014), Türk Halk Oyunlarında Kartal Figürü, Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi, Erzurum
- Halse, A. O. (1978). The Use Of Color Interiors. 2. Baskı, Mc Graw Hill
- Hepkon, Z. (2003). Kurumsal Kimlik İnşaasını Belirleyen Faktörler: Bir Literatür Çalışması. İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi, 2(4), 176-211.
- Hynes, N. (2009). Colour And Meaning İn Corporate Logos: An Emperical Study. Journal Of Brand Management, 16(8), 545-555.
- İçli, G, Çopur, M. (2008). Pazarlama İletişiminde Renklerin Rolü. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10 (1) , 22-33
- İnal, M. E., Karabacak, E. G. (1995) Siyasal Pazarlamanın Gelişmesi ve İlkeleri. Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 12: 153-160.
- İnanç, A. S., Bozdemir, Y, Doğan, E. (2020). Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medyada 2019 Yerel Seçimlerindeki Muhtar Adaylarının Instagram Kullanımları. Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi, 2(1): 141-162.
- İşte Anadolu Partisi'nin Detayları. (2014, 14 Kasım), Erişim adresi: <https://www.sozcu.com.tr/2014/gundem/iste-anadolu-partisinin-detaylari-648061/> Erişim tarihi: 18.08.2021
- Jefkins, F., (1989), Public Relation, 3. Ed., London. Pitman Publishing
- Jun, J.; Cho, C. ve Known H. (2008). The role of affect and cognition in consumer evaluations of corporate visual identity: Perspectives from the United States and Korea. Brand Management, 15(6), 382-398.
- Kalender, A. (2001). 1991 Milletvekili Genel Seçimlerinde Anavatan Partisi'nin Mesaj Stratejileri. Selçuk İletişim, 1(4): 57-76.
- Karaçor, S. (2009). Yeni İletişim Teknolojileri, Siyasal Katılım, Demokrasi. Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 16(2): 107-119.
- Karadoğan, E. (2017). İletişim Bilimi. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Lisans Programı.
- Karakurt, H. (2019). Ak Parti: Siyasal İletişim Strateji ve Uygulamalar. Yüksek Lisans Tezi. Ankara:Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

- Kazu, E. (2018). Algı Yönetimi Perspektifinden Siyasal İletişim Ve Lider İlişkisi: Turgut Özal Dönemi Analizi (1983-1989). Yüksek Lisans Tezi. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Keleş, R. (2004). Yerinden Yönetim ve Siyaset. İstanbul: Cem Yayınevi.
- Kılıçaslan, E. (2008). Siyasal İletişimde İdeolojik Dil. Yüksek Lisans Tezi. Edirne: Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kıran Z. (1996). Dilbilim Akımları, Onur Yayınları, Ankara, S, 111;
- Koca, S. (2002). Eski Türklerde Bayram Ve Festivaller. Ankara: Yeni Türkiye Yayınları
- Koca, S., K., (2010), Genel Hatları İle Kültür Sembol İlişkisi, Sakarya Üniversitesi Fen Edebiyat Dergisi, 2
- Koca, S., K., (2012), Türk Kültüründe Sembollerin Dili, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sakarya
- Komünizmin Sembölü Orak-Çekiç'in Tarihi. (2017, 7 Kasım), Erişim adresi: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-41903236>, Erişim tarihi: 19.08.2021
- Kömürcü, D. (2009), Geçmişle Gelecek Arasında Bir Alternatif Arayışı: Sosyal Demokrat Halkçı Parti, YDÜ Sosyal Bilimler Dergisi Cilt 2, Sayı 2
- Köseoğlu, Y., Al, H. (2013). Bir Siyasal Propaganda Aracı Olarak Sosyal Medya. Akademik İncelemeler Dergisi, 8(3): 103-125.
- Küçük, S.(2010), Eski Türk Kültüründe Renk Kavramı, Bilig, 54, Ankara, S.185-210.
- Kütük, A. (2014). İslam/Türk Devlet Ve Toplum Geleneğinde Renkler Ve Anlamları, Türkiyat Mecmuası 24/Güz S137-170
- Martel, C. (1995). Ben Enerjiyim, Arion Yayınevi, İstanbul
- Mazlum, Ö. (2011). Rengin Kültürel Çağrışımları. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 31, 125- 138
- Milli Eğitim Bakanlığı, (2012). Amblem Ve Logo, Ankara
- Mutlu E. (1995), İletişim Sözlüğü, 2.Baskı, Ark Yayınevi
- Ocak, Z . (2019). CHP'nin Logosu Altı Ok'un Siyasal ve Kültürel Temsillerinin Kemalizm'in Kültür ve Ekonomi Politikalarının Demokratik Eleştirileri Bağlamında İncelemesi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
- Okay, A. (2008). Kurum Kimliği, İstanbul: MediaCat Yayınları, 6.Baskı
- Okcu, A. (2007). Kur'an'da Renkler, Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, Sayı: 28, S128-163

- Okuyan, K. (2014, 31 Ağustos), Sol Yumruk Mu, Sağ Yumruk Mu?, Haber Sol, Erişim Adresi: <https://haber.sol.org.tr>
- Orçan, S. (2011). Türk Masallarında Renk İmgesi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Ögel, B. (1984). Türk Kültür Tarihine Giriş. C V1. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları
- Öksüz A. (2021, 3 Mart), Saadet Partisi'nin Amblemindeki Yıldızların Sırrı Ne?, Milli Gazete. Erişim adresi: <https://www.milligazete.com.tr/>
- Öksüz, O., Turan, E. Y. (2004). Siyasal İletişimde İnternet Kullanımı: Türkiye ve ABD'deki Siyasal Partilerin Web Sitelerinin Karşılaştırmalı Analizi. İstanbul: 2. Uluslararası Milenyum Çağ'ında İletişim Sempozyumu, 17-19 Mart 2004, (ss. 989-1005),
- Önal, H. (2016). Kurumsal Kimliğin Görsel Kimlik Üzerindeki Yansımaları: Web Sitelerinde Kullanılan İmgelerin Göstergebilimsel Yaklaşımla İncelenmesi, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Özdemir, T. (2005). Tasarımda Renk Seçimini Etkileyen Kriterler. Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 14, Sayı 2.
- Özder, T., (2008), Svastika Sembolünün Grafik Tasarım Eğitiminde Beceri Geliştirmeye Etkisi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara
- Özer, M. A. (2012). Bir Modern Yönetim Tekniği Olarak Algılama Yönetimi ve İç Güvenlik Hizmetleri. Karadeniz Araştırmaları, 33(33): 147-180.
- Özkan, A. (2007). Siyasal İletişim Stratejileri. İstanbul: Tasam Yayınları.
- Özkartal, M. (2012), Türk Destanlarında Hayvan Sembolizmine Genel Bir Bakış, Milli Folklor Dergisi, Adana
- Öznur, H. (2008) Ülkücü Hareket CKMP'den MHP'ye, Ankara, Alternatif Yayınları
- Öznur, H. (2009), 21. Yüzyılda Bir Alperen Muhsin Yazıcıoğlu, Alperen Ocakları Eğitim ve Kültür Derneği, Ankara
- Öztürk, Ş. (2015). Türk Kültüründe Renk Kavramı Ve Renklerin Maddi Kültür Unsurlarına Yansıması (Doktora Tezi) <https://avesis.erciyes.edu.tr>
- P Dünya Sanatı, (2008-2009). Editoryal Dosya; Ed: Ahsen Erdoğan, P Dünya Sanatı Dergisi, Sayı: 50, 18–107 S.
- Parlak, H. (2006). Temel Grafik Tasarım Bilgisi. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi. 2006.
- Parsa, S. ve Parsa, A.F. (2004), Göstergebilim Çözümlemeleri, 2. Baskı, Ege Üniversitesi Basımevi, Bornova, İzmir

- Parti Amblemlerinin Anlamları, (2011, 23 Şubat). Erişim adresi: https://www.sabah.com.tr/galeri/turkiye/parti_amblesmlerinin_anlamlari, Erişim tarihi: 17.08.2021
- Peltekoğlu Balta, F. (2012). Halka İlişkiler Nedir? İstanbul: Beta Basım.
- Polat, C. ve Külter, B. (2008). Genç Seçmenler Gözüyle Siyasal Ürün (Siyasi Lider) Özellikleri: Ankara'daki Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma. Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 5(1): 1-31.
- Polat, C., Gürbüz, E., İnal, M. E. (2004). Hedef: Seçmen Siyasal Pazarlama Yaklaşımı. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Qualter, T. H. (1980). Propaganda teorisi ve propagandanın gelişimi. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 35(1): 255-307.
- Rafaelli, A. ve Worline, M. (1999). Symbols in Organizational Culture, Haifa: Handbook of Organizational Culture and Climate, ss.1-19.
- Sabuncuoğlu, A. (2006), Televizyon Reklamlarında Toplumsal Cinsiyet, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İzmir, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Sarı, H. (2008). Gençlerin Siyasi Tercih Oluşturmalarında Parti Gençlik Kollarının Etkisi 2005-2007 AKP ve CHP Gençlik Kolları'nın Çalışmaları. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Savaş, S. (2015). Bütünleşik Kurumsal İletişimin Bir Unsuru Olarak Çerçeveleme. Akdeniz İletişim Dergisi, 149-167.
- Semboller ve İşaretler, (2018), Çeviren: Seda Toksoy, İstanbul: Alfa Yayınları
- Sevinç, M. (2020). Siyasal İletişim ve Medya Bağlamında Ulusal Gazetelerin Siyasi Liderlere Yaklaşımı. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Soysal, M.E. (2010) Erzurum: A. Ü. Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi [Taed] 42, 209-239
- Sözen, M. (2003). Sinemada Renk: Sembolik Anlamlar, Detay Yayıncılık, Ankara, 180 S.
- Sözen, M. ve Tanyeli, U., (2016), Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü, İstanbul, Remzi Kitabevi.
- Süllü, Z. (2017). Türkiye'de Siyasal İletişimin Tarihsel Gelişimine Dair Kısa Bir Değerlendirme. Gaziantep: Uluslar arası Tarih ve Kültür Kongresi IKSAD 19-22 Ağustos 2017.
- Şaşmaz, E. (2019). Siyasal İletişim Süreçlerinde Lider İmajı. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Tarhan, A., Fidan, Z. (2016). Siyasal İletişimde Sosyal Medyanın Kullanımı: 7 Haziran-1 Kasım 2015 Genel Seçimleri Twitter Örneği. 7 Haziran'dan 1 Kasım'a Türkiye'de Siyasal İletişim Uygulamaları. Şükrü Balcı (Ed.). Konya. (ss. 401-440).
- Taşmurat, T. (2019). Siyasal İletişim Süreci ve Siyasal Mesaj Stratejileri. Nosyon: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi, 2: 64-79.
- Tdk, Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük, (15.04.2021). <https://sozluk.gov.tr/>
- Tokat, A.(2009), 2007 Genel Seçimlerinde Adalet ve Kalkınma Parti'sinin Siyasal İletişim Faaliyetleri ve Mesaj Stratejileri. Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Toplumsal Uzlaşma Reform ve Kalkınma Partisi Parti Tüzüğü. (2010), Erişim adresi: <http://www.yargitaycb.gov.tr/Partiler/kimlik/turk.pdf> Erişim tarihi: 10.06.2015
- Tökel, D., A., (2001), Sanat ve Edebiyatın Kaynağı Olarak Mitler, Bilig 6, Ankara
- Tuna, M. ve Tuna A. (2007). Kurumsal kimlik yönetimi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tunçel, H. (2011). Kurumsal İletişimin Kavramsal Çerçevesi Hakkında Bir Yorum. Marmara Üniversitesi İletişim Dergisi, 18: 252-267.
- TURK Parti logosu nedeniyle seçime katılamıyor, (2015, 19 Eylül), Erişim adresi: <https://www.sozcu.com.tr/2015/gundem/turk-parti-logosu-nedeniyle-secime-katilamiyor-939101/>, Erişim tarihi: 18.08.2021
- Uçar,T.F., (2004). Görsel İletişim Ve Grafik Tasarım, İstanbul: İnkılap Kitabevi
- Ustaoglu, D. (2012). Kurum Kimliği Çerçevesinde Logo Tasarımını Ve Rengini Anlamlandırmaya Yönelik Bir Çalışma, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir
- Uzman, N. (2013), İktidardan Muhalefete M. Fuad Köprülü'nün Siyasi Mücadelesi (1956-1966), Akademik Bakış Dergisi, İstanbul
- Uztağ, F. (2012), Siyasal İletişim. Eskişehir: Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Van den Bosch, A.; Elving, W. ve De Jong, M. (2006). The impact of organisational characteristics on corporate visual identity. European Journal of Marketing, 40(7-8), 870-885.
- Vatan Partisi Tüzük-Program. (2019, 29 Haziran), Erişim adresi: <https://vatanpartisi.org.tr/genel-merkez/temel-belgeler/tuzuk-4125>, Erişim tarihi: 19.08.2021
- Vatansever, N. (2017). T.C. Avrupa Birliği Bakanlığı Avrupa Birliği Eğitim ve Gençlik Programları Merkezi Başkanlığı Erasmus+ Programının Hedef Kitlelerine

Yönelik İletişim Stratejisi: Mevcut Durum Tespiti ve Geliştirme Önerileri.
Uzmanlık Tezi. Ankara.

Vural, P.D. (2010). Parti İçi Demokrasi ve Siyasal İletişime Katkıları. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, 13: 145-162.

Yalçın, A., & Ene, S. (2013). Online Ortamda Kurumsal Marka İmajının Marka Sadakati İle İlişkisi Üzerine Bir Araştırma. Marmara Üniversitesi İ.İ.B. Dergisi, 34(1), 113-134.

Yalman, H., Aktaş, K. (2006). Sözlerin Ve Renklerin Gizemi, Nesil Yayınları, 3. Baskı, İstanbul.

Yamanca, Kadriye Pınar (2018), Logo Tasarımlarında Renklerin İnsanlar Üzerindeki Etkisi, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul

Yaşın, C. (2006). Siyasal Kampanya Yönetiminde Bütüncül Yaklaşım. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15: 631-650.

Yazmacı, A. (2012). Tipografi ve Renk, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Güzel Sanatlar Anasanat Dalı Grafik Tasarım Programı, İstanbul.

Yerkan, M., (2010). Türkiye'deki Üniversitelerin Amblemleri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Türk Sanatı Anabilim Dalı, İstanbul.

Yıldız, C. (1996). Kurumsal kimlik tasarımının, gerekleri, süreçleri ve kuruma kazandırdıkları. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Yılmaz, Ü., (1991), Renk Psikolojisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 81s.

ÖZGEÇMİŞ

Ad Soyad: Mustafa Eren ELMALI	
Eğitim Bilgileri	
Lisans	
Üniversite	Sakarya Üniversitesi
Fakülte	İşletme Fakültesi
Bölümü	İnsan Kaynakları Yönetimi
Makale ve Bildiriler	
1. Çağrı Merkezi Çalışanlarının Sözlü Şiddete Maruz Kalması: Cinsiyet Üzerinden Bir Okuma. Ankara II: Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Kongresi Özet Kitabı. S:317. Mart 2020.	