DESTİNASYON MARKA KİMLİĞİ OLUŞTURULMASINDA SEMBOLLER: ERZİNCAN LOGOLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Necibe ŞEN*
Yener SİLAHŞÖR**

Öz

Destinasyon pazarlaması oldukça geniş kapsamlı bir kavramdır ve bünyesinde birçok alt başlık barındırır. Bunlardan bir tanesi destinasyon markalamadır. Destinasyonlar marka haline gelmek için isim, sembol, logo, kişilik gibi kimlik elemanlarına ihtiyaç duyar. Bu elemanların oluşturulması için bölgeyi diğer destinasyonlardan ayıran kimlik unsurları tespiti gerekmektedir. Bu çalışmada kent marka kimliği oluşturmak için gerekli olan sembol değeri taşıyan unsurlar ele alınmıştır. Araştırmada günümüzde Erzincan ilinde belediye, valilik ve çeşitli kurumlar tarafından kullanılan dokuz logodaki semboller incelenmiştir. Araştırma verileri 29 turizm sektör temsilcisine yöneltilen yapılandırılmış anket sorularından elde edilmiştir. Bu doğrultuda logolarda kullanılan sembollerin tespiti, destinasyonu temsil edip etmediği, logonun geliştirilmesine yönelik öneriler, sembollerin destinasyonun turistik özelliklerini taşıyıp taşımadığı değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, Erzincan ili logolarında geçmişten günümüze gelen kültürel, doğal ve ekonomik değerler ön plana çıkmıştır. İlçelerin logoları görsel anlamda açıklayıcı sembollerden oluştuğu görülmüştür. Logoların geliştirilmesine yönelik sonuçlar sunulmuş, özellikle Kemaliye ilçe logosunun değişmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Destinasyon Markalama, Kent Kimliği, Erzincan Logoları, Sembol

SYMBOLS IN CREATING DESTINATION BRAND IDENTITY: EVALUATION OF ERZINCAN LOGO

Abstract

Destination marketing is a comprehensive concept and includes many subtitles. One of them is destination branding. Destinations need identity elements such as name, symbol, logo, and personality to become a brand. Identification elements that distinguish the region from other destinations should be determined for the creation of these elements. In this study, the elements that have the symbol value to create a brand identity in the city are discussed. In the research, the symbols in nine logos used by the municipality, governorship and various institutions in Erzincan were examined. The research data were obtained from structured questionnaires directed to tourism sector representatives. Accordingly, the determination of the symbols used in the logos, whether they represent the

* İletişim Kurulacak Yazar: Dr. Öğr. Üyesi, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu, Seyahat Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, 0000-0002-4230-3961, necibe_emin@hotmail.com

** Öğr. Gör., Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, 0000-0001-9819-8075

destination, suggestions for the development of the logo, whether the symbols have the touristic features of the destination were evaluated. As a result, the cultural, natural and economic values that come from the past come to the fore in the logos of Erzincan. It is seen that the logos of the districts consist of symbols that are visually explanatory. The results for the development of the logos were presented and it was emphasized that the district logo of Kemaliye should be changed.

Keywords: Destination Branding, City Identity, Logos of Erzincan, Symbol

GİRİŞ

Destinasyon, Fransızca ve İngilizce dillerinden dilimize geçmiştir ve anlam olarak "varılacak yer" olarak tercüme edilmektedir. Turizm literatüründe sıkça kullanılan destinasyon, turistik anlamda ziyaret edilebilecek her yer için kullanılmaktadır. Bu yerler köy, belde, şehir olabileceği gibi bölge veya ülke dahi olabilmektedir. Destinasyonların turizme açılmasıyla destinasyon pazarlamasının ve destinasyon markası yaratmanın önemi artmıştır. Destinasyonlar kendilerine özgü değerleri ve özellikleri öne çıkartarak markalaşma yoluna gitmektedir. Markalaşma tek bir kurum veya kuruluş ile gerçekleşmesi mümkün olmayan, tüm paydaşların katılımını gerektiren (Yüksek, 2014) ve dikkatli yönetilmesi gereken bir süreçtir. Amaç şehir ile özdeş bir imajın oluşmasıdır.

Ürün markalaşmasında olduğu gibi destinasyonların markası için isim, logo, slogan işaret gibi bileşenler gerekmektedir. Her marka kentin bir kimliğe ihtiyacı vardır. Marka kent kimliği; şehrin farklılık arz eden özelliklerini ifade etmektedir. Bu farklılık arz eden özelliklerin bileşimi markanın ne kadar güçlü olduğunu ortaya koymaktadır. Şehre yönelik bir marka yönetim stratejisi belirlemek için marka kimliği öğelerinin tespiti gerekmektedir. Bu araştırmada marka oluşturmada görsel kimliği oluşturan logo ve sembol üzerinde durulmuştur. Şehre ait yerel yönetimlerin kullandığı logolar incelenmiş sembol niteliğindeki unsurlar değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme Erzincan turizm sektörü temsilcileri tarafından gerçekleştirilmiştir.
Bu çalışmanın yapılması şehrin markalaşma sürecinde dikkate alması gereken kimlik unsurlarının belirlenmesi için önem arz etmektedir. Kullanılan sembollerin şehri temsil ettiği veya etmediği çalışma sonrasında değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlar şehrin markalaşma sürecinde kullanılacak unsurları belirlemeye yardımcı olacaktır.

DESTİNASYON MARKALAMA

Destinasyon pazarlaması gün geçtikçe daha rekabetçi bir hal almaktadır. Ülkesel, bölgesel veya daha mikro bazda destinasyonlar belirlenmeli, markalaşması için ürün farklılaştırmaya dikkat ederek kimlik belirleme çalışmaları yapılmalıdır. Marka destinasyonlar çok sayıda turist çekmekte ve bölge ekonomisine kayda değer miktarlarda döviz girdisi sağlamakta, şehrin bilinirliğini arttırmakta, ekonomik gelişim sağlamakta ve şehrin yaşam kalitesini arttırmaktadır (Uca, 2019). Yavuz'a (2009) göre destinasyon markalamasının amacı, destinasyonu ziyaret eden veya ziyaret etmesi beklenen ziyaretçiler ile destinasyon arasında

duygusal bir bağın kurulmasını sağlamaktır. Kent markalaşmasında başarılı olmak için gereken koşullar aşağıdaki gibidir (Gündoğdu, 2008);

- Kentin fiziksel ve tarihsel kapasitesi gibi değerleriyle uyumu,
- Net belirlenmiş bir hedef kitleye yönelmesi,
- Kentin kalkınmasını desteklemesi – çünkü ancak böylece geniş katılım desteğine ulaşabilir-
- Çekici, inanılır ve farklılaştırıcı bir imaj tasarlanması,
- Görsel semboller belirlenmesi,
- Çekici bir kavram, çarpıcı bir slogan ve logo belirlenmesi tüketici zihninde muhakkak yer alması gereken noktalardır.

Destinasyon Marka Kimliği

Markaların temelinde kendilerini diğer markalardan ayıran farklılıklar bulunmaktadır. Bu farklılıklar markanın kimliğini oluşturmaktadır. Güçlü marka oluşturmak etkin marka kimliği tasarımı ve yürütülmesi ile mümkündür (Baş, 2015). Ürünler gibi destinasyonların da kimlikleri vardır. Destinasyon marka kimliğini genel anlamıyla kurum kimliği gibi destinasyonu diğer yerlerden farklılaştıran bir özellikler bütünü olarak açıklamak mümkündür (Yavuz, 2009).

Markalaşma sürecindeki destinasyonların turistler tarafından tercih edilmesini sağlayan çeşitli unsurlar bulunmaktadır. Bunlar: çekicilikler, ulaşılabilirlik, konaklama imkanları, aktiviteler ve destek hizmetleri şeklinde sayılabilir. Bu unsurlar arasından destinasyon çekiciliklerinin üzerinde durulmalıdır ve bunlarla ilgili envanter oluşturulmalıdır. Böylelikle tanıtım yapılacak ürünlerin listesi elde edilmiş olacaktır. Yavuz'a (2009) göre destinasyonların marka kimliğinin en önemli öğeleri kentsel mimari ile ilişkili kimlik elemanlarıdır. Bundan dolayıdır ki, kentler ziyaretçi çekmek için ikonik yapıları ön plana çıkarmaktadır. Ancak unutulmamalıdır ki, her destinasyonun farklı özellikleri vardır ve farklı kimlik unsurları da ön plana çıkartılabilir. Bu durum araştırmacılar ve planlamacıların o bölge için farklı planlama stratejisi geliştirmesi gerektiğini gösterir (Kerimoğlu & Çıracı, 2005).

Semboller markanın görsel kimliğini oluşturmada yardımcıdır. Başlıca görsel kimlik elementleri isim, logo, amblem ve slogandır. Aaker (2009) marka kimliğini; ürün olarak marka, kurum olarak marka, kişi olarak marka ve sembol olarak marka olmak üzere dört başlıkta incelemiştir. Bu araştırmada sembol olarak marka maddesi üzerinde durulacaktır.

Sembol

Sembol markayı anlatan bir işarettir. Sadece resimden oluşan marka (Apple'ın elması) olduğu gibi kelime markaları (Beko), harf markaları (C&A), kombine edilmiş markalarla (Adidas, Nike) karşılaşmak mümkündür (Okay, 2013). Her markanın onu tanımlayacak sembole ihtiyacı bulunmaktadır. Bu sembol dizayn, renklendirme veya harfler olabilmektedir (Baş, 2015). Lacoste'un timsahı, Mercedes'in yıldızı, Paris'in Eyfel Kulesi, Sidney Opera Binası, New York Özgürlük Heykeli vb. örnek verilebilir. Bu semboller insanlar üzerinde en büyük etkiyi yaratacak görsel araçlardır. Çünkü merak uyandırmakta ve görülmek

ve/veya deneyimlenmek istenen ürünlere ait somut işaretlerdir. Ürün ile tüketici arasında duygusal bir iletişim oluşturmaktadır.

Logo (logo işareti) bir işletme adını temsil etmek için kullanılan (seçkin) ticari tasarım veya işaret stilidir. Örneği Koç Holding'in logosu koç başıdır (Baş, 2015). Logoyu oluşturan öğeler işletmeyi/kurumu çağrıştıran unsurlardan oluşur. Dolayısıyla işletmelerin hatırlanmasını kolaylaştırmaktadır. Logo ve Amblem kavramları genellikle karıştırılmaktadır. Amblem; bir markaya çizgiler ile yapılmış, soyut ya da nesnel görüntülerle ya da harflerle oluşturulmuş simgelerdir. Logo ise; amblemden farklı olarak ayırt edici özelliklerin yanında firmanın ismini de yansıtır (Baş, 2015). Kısaca logo; amblem ve firma isminin tasarımla bir araya gelmiş halidir denilebilir.

Amblem ve logo oluşturmak için firmaya ait niteleyici semboller kullanmak gerekir. Aynı durum destinasyonlar için de geçerlidir. Destinasyonları anlatan ve kent kimliği öğesi olarak nitelendirilen tarihi, coğrafi, sosyal, ekonomik, beşerî, mimari öğeler sembol olarak kullanılabilmektedir. Belediye, valilik gibi yerel yönetimler sembollerden faydalanarak logo oluşturmaktadır. Logo kullanımı yerel halk ve ziyaretçilere yönelik olumlu imaj oluşturmak ve markalaşma çabaları için yapılmaktadır. Bunun yanında kendilerini tanımlayan bir işaret ile daha kolay iletişim kurulduğu için logo kullanımı çok yaygındır. Aaker'e (2009) göre, sembolleri hatırlamak isimleri hatırlamaktan daha kolaydır. Aaker'in söylemine göre semboller, uzun yıllar kullanılmaya devam edecekmiş gibi görünmektedir. Ancak şehirlerin mevcut logoları onları ne kadar anlattığı ve tanıttığı tartışmaya açık bir konudur.

Emin (2012) çalışmasında, marka oluşturma sürecinde sembol yapıların olumlu etkisini ortaya koymuştur. Ziyaretçiler, kentlerdeki çekicilikleri özellikle sembolleri ziyaret etmek istemektedir. Turist çekmek istenen şehirlerin tanıtımında bu sembollerin belirlenerek kullanılması etkili olmaktadır. Çalışmada dört büyük şehrin sembol yapıları belirlenmiştir. Ankara'nın sembol yapısı Anıtkabir'dir. İzmir'in Saat Kulesi en önemli sembol yapısı olmakla birlikte Meryem Ana Evi ikinci önemli yapı olarak dikkat çekmektedir. Antalya'nın sembol yapısı Aspendos Tiyatrosu olarak belirlenmiştir. İstanbul'un sembollerinin başında Ayasofya Müzesi ve Topkapı Sarayı gelmektedir. Bu yapılar sembol niteliğindedir ve yerel halk tarafından bilinmektedir. Ancak yabancı ziyaretçiler bu sembolleri bilmeyebilir dolayısıyla şehirlerin uluslararası tanıtımında bu sembollere öncelikli olarak yer verilmesi gerekmektedir.

Üzerinde durulması gereken diğer bir konu tanıtımlar sonrasında şehre taşıma kapasitesinin üzerinde ziyaretçi gelmesidir. Bunun bir problem haline dönüştüğü dünyaca ünlü şehirler bulunmaktadır. Los Angeles, Paris, Londra, New York, Amsterdam vb. bunları çoğaltmak mümkün. Los Angeles'ta turistlerin özel mülklerin bahçelerine girmesi şikâyet konusu olurken bu durumu engellemek ve turistlerin trafikte fotoğraf çekmesini kontrol altına almak için memur görevlendirerek çözüm aramaktadır. Londra şehir merkezine giriş koşullarını sınırlandırmaktadır. New York yoksulluk, suç, evsizlik, ırkçılık vb. olumsuz imajları (Altenhofen, 2009) I Love New York logosu ile aşmaya çalışmıştır ancak ne kadar etkili olduğu tartışılmaktadır. Paris ve Eyfel kulesinin etrafı kalabalık ve çöpler yüzünden eleştirilmektedir. Bu durumlar turistin en

yoğun olduğu şehirlerde yaşanmaktadır. Dolayısıyla markalaşmanın getireceği negatif etkileri kontrol altına alacak stratejiler geliştirmek yeni markalanan destinasyonlar için öncelik olmalıdır.

Erzincan'ın Sembol ve Logoları

Erzincan ili, Doğu Anadolu bölgesinin kendine has özelliklerini barındıran kıymetli bir şehir olmanın yanında Anadolu'nun en eski kültür merkezlerinden biridir. Tunç çağından başlayarak Hurriler, Hayaşalılar, Hitit, Urartu, Med, Pers, Hellen, Roma dönemlerinde yerleşim yeri olarak kullanılmıştır. İpek Yolu üzerinde bulunmasından dolayı her dönem önemini korumuştur. 1071 Malazgirt Savaşı ve zaferi sonrasında Türklerin Anadolu'ya gelişiyle birlikte Beylikler ve Osmanlı hakimiyetlerini yaşamıştır. Bu dönemlere ait kalıntılar şehrin merkez ve ilçelerinde ziyaretçileri çekmektedir. 2018 itibariyle 236.034 kişilik nüfusa sahiptir. Tarih boyunca depremler yaşadığından dolayı şehir merkezinde tarihi yapılar sınırlıdır. Etrafının dağlarla çevrili olması ve verimli bir ovaya sahip olmasından dolayı tarım ve hayvancılık gelişmiştir.

Aşağıda Erzincan yerel yönetimlerine ait logolar bulunmaktadır. Bu logolarda bulunan semboller ve anlamları açıklanmıştır. Bu şekilde şehrin hangi sembollerle tanıtıldığı değerlendirilmiştir.

Resim 1: Erzincan Valiliği ve Belediye Logoları



Erzincan Valiliği ve Belediyesi logoları aynı amblemden türetilmiştir. Logo ilk olarak 1986 yılında valilik ve belediye temsilcilerinin de içinde olduğu şehrin önde gelen temsilcilerinden oluşan geniş bir komisyon tarafından tasarlanmıştır. Türkiye Cumhuriyeti Erzincan Valiliği logosu gri bir çember ile çevrelenmiştir. Çemberin merkezinde beyaz zemin üzerinde turkuaz ve kırmızı renkleri kullanılarak oluşturulan amblem konumlanmıştır. Amblemde çift başlı kartal

motifi Anadolu Selçukluları dönemine ait sanat eserlerinde görülmekle birlikte Divriği Ulucami (Yapılış tarihi 1228/9) kapısında bulunan kabartmadan stilize edilmiştir (Şahin, 2006). Amblemde dikkat çeken diğer öğeler koç başlarıdır. Akkoyunluları anlatan bu kısım ile Anadolu'nun Türkleşmesi ve İslamlaşmasına atıf yapılmaktadır. Kartalın göğüs bölümünde yer alan bakır, kandil, kubbe, kılıç ve minare motifleri kentin ekonomisini, tarihini ve kültürünü sembolize etmektedir (Tarlakazan & Tıngır, 2018). İslam inancının belirtilmesi amacı ile kandilin ışıklık yerine kubbe, minare ve üst kısma hilal yerleştirilmiştir. Kandil, kılıç ve her iki kanat üzerindeki motif bir bütün olarak XV. yüzyıl başlarına aittir. Bugün mevcut olan tarihte mezar kitabelerine bağlı bir taş kabartmasından alınmıştır. Kandilin fitil kısmındaki üçlü filiz çiçek Erzincan bakır işlemeciliğinde kullanılmaktadır. Kılıçlar, Türklüğe ve İslam'a karşı yapılan saldırılara karşı mücadelenin bir sembolüdür. Kandilin iki yanındaki kılıçlar tarihi taş kabartmalara oyularak çizilmiştir. Kartal'ın kuyruk kısmındaki bir üzüm salkımı yer alır. Erzincan'ın Üzümlü ilçesinde yetişen ve ekonomik değere sahip olan "Cimin Üzümü" sembolize edilmiştir. Valilik logosunda taraklı palmet kuyrukta yer alan yedi beyaz renkli çubuk, Anadolu'nun Türkler tarafından fethedilişinden sonra Erzincan'da hüküm süren devlet, beylik ve emirlikleri temsil etmektedir. Bunlar; Anadolu Selçukluları / Mengücekler, Ertenalılar / Moğol-İlhanlılar, Erzincan Emirliği, Akkoyunlular / Karakoyunlular, Safaviler, Osmanlılar, Türkiye Cumhuriyeti'dir. Erzincan Belediyesi logosunda belediye yazısı sembolün yanında yer almıştır. Kuyrukta yer alan çizgiler dokuz tanedir ve Erzincan, Çayırlı, İliç, Kemah, Kemaliye, Otlukbeli, Refahiye, Tercan ve Üzümlü'yü temsil etmektedir (Şahin, 2006).

Resim 2: Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi logosu



Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi ambleminin ifade ettiği anlamlar aşağıda sıralanmıştır (Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, 2019). Amblemin en üst kısmında Selçuklu motifi çift başlı kartal yer almaktadır. Akkoyunlu motifi koçbaşı figürü ve Fırat'ı (Karasu) simgeleyen su damlasına yer verilmiştir. Sağ ve sol köşelerde bal peteği ve genel itibari ile bir üzüm salkımı stilize edilmiştir. Amblem, çift başlı kartal kısmı aşağı gelecek şekilde çevrildiğinde yukarı gelen en üst kısmın yuvarlak ve uzantısı Göktürk Alfabesindeki "B" harfini vermektedir. Aynı zamanda bu simge "ebtamga" yani "ev", "yurt" anlamına gelmektedir. Amblem içerisinde altıgen yapıdan dairesel yapıya geçen motifler Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi'nin yöresellikten dünyaya açılan vizyonla hareket eden bir üniversite olduğunu ifade etmektedir. Amblemde kullanılan renklerde ise devlete ait akademik bir kuruluş olan üniversitenin bilimsel

niteliğini yansıtabilmek ve üniversal etki için ultra marin mavi, ayrıca amblemin konturunda ise altın yaldız kullanılmıştır.

Resim 3'te Erzincan'ın ilçelerine ait logolara yer verilmiştir. Tercan Belediyesinin logosunda Saltuklu prensesi Mamahatun tarafından yaptırılan Mamahatun Kervansarayı ve kendisine ait türbe yer almaktadır. Anadolu'da yaşamış önemli kadın hükümdarlardan biridir. Arkasında doğan bir güneş bulunmaktadır. Logonun geri kalan kısmında Tercan barajını görselleştirilmiştir. İliç belediyesi logosunda, Fırat'ın önemli bir kolu olan Karasu nehri ve etrafında genel iliç görüntüsü verilmiştir. Görüntü içerisinde nehre paralel tren rayları, koyunlar, bal peteği, altın ve güneş bulunmaktadır. Kemah Belediyesi logosunda öne çıkan Mengücek Beyliğine ait Melikgazi Türbesi ve yanından geçen Karasu Irmağı ile köprü ön plana çıkmaktadır. Refahiye Belediyesinin logosunda kırmızı hilal içerisinde Refahiye Ormanlarını temsil eden üç ağaç dikkat çekmektedir. Bu ağaçların içerisinde Akbulut Kayak Merkezi ve festivali de yapılan bal sembolleri bulunmaktadır.

Resim 3: İlçelere ait logolar











Otlukbeli Kaymakamlığı logosunda, ilçede yer alan kızıl su travertenlerinden bir kare yanında koç heykelleri ve Otlukbeli savaşını ifade eden sembollere yer vermiştir. Kemaliye Belediyesi logosu karmaşık olmakla birlikte minare, halı ve kadın saçı ve halk kültürüne ait sembollere yer verilmiştir. Üzümlü Belediyesi logosunda üzüm salkımı ve minare dikkat çekmektedir.

YÖNTEM

Bu araştırmanın amacı, Erzincan ili logolarında bulunan sembollerin destinasyon marka kimliği öğesi olarak değerlendirilmesidir. Öncelikle Erzincan Valiliği ve Belediye logolarının aynı olmasından dolayı Erzincan ili logosu olarak ele alınmıştır. Bunun yanında Erzincan ilçe belediyelerine ait logolar toplanmıştır. Bir il logosu ve sekiz ilçe logosu ile birlikte toplamda dokuz logo araştırma kapsamına alınmıştır. Araştırmaya veri toplamak amacıyla yapılandırılmış anket formu kullanılmıştır. Uzman görüşü alınarak her bir logo için 5 sorudan oluşan açık ve kapalı uçlu toplamda 45 (9 logo x 5 soru) soru oluşturulmuştur. Bunların yanında temsilcilere ait demografik özelliklere yönelik 5 soruya yer verilmiştir. Erzincan ili turizm sektör temsilcilerinden oluşan toplam 29 kişilik gruba bu sorular yöneltilmiş, görüşleri alınmıştır. Temsilciler yargısal (amaçlı/kasti) örnekleme yöntemi (Ural & Kılıç, 2011) ile belirlenmiştir. Temsilciler Erzincan'ı bilen kişilerdir. Dolayısıyla logolarda bulunan sembollerin neyi ifade ettiğini ve il veya ilçeyi ne oranda temsil ettiğini açıklayabilmeleri beklenmiştir. Temsilciler, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, turizm akademisyenleri, seyahat acenta yöneticileri, otel işletmesi yöneticileri, restoran yöneticileri ve diğer yetkililerden oluşmaktadır.

Semboller ilin marka kimliği unsurlarını belirlemede, imaj oluşturmada, konumlandırma ve hedef kitle belirlenmesinde dikkate alınarak fayda sağlayacaktır. Bu araştırma Erzincan ili logoları ile sınırlandırılmıştır. Bunun yanında araştırmanın en büyük kısıtlılığını veri toplanan kitlenin sektör temsilcileri olmasıdır. Dolayısıyla soru formunu doldurmayı kabul eden sektör temsilcileri araştırmaya dahil edilmiştir. Temsilcilerin logolarda bulunan sembolleri algılayabilmesi için o destinasyona gitmiş olması veya bilgi sahibi olması gerektiğinden çalışmada veri toplamak amacıyla turizm akademisyeni, seyahat acenta yetkilisi, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü temsilcisi gibi görevlilere yer verilmiştir. Dolayısıyla bu temsilcilerin bu destinasyonları bildikleri var sayılmıştır.

BULGULAR

Araştırmaya katılan turizm sektör temsilcilerinin (turizm akademisyeni, seyahat acentası yöneticisi, il kültür ve turizm müdürlüğü yetkilisi vb.) demografik özellikleri; cinsiyet, yaş, eğitim durumu, çalıştığı kurum ve meslek/görevi soruları aracılığı ile öğrenilmiştir.

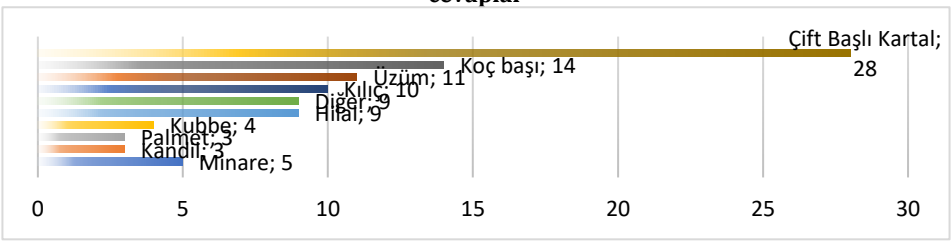
Tablo 1: Sektör Temsilcilerine İlişkin Demografik Veriler

Demografik Bilgiler	***f (Kişi Sayısı)***	**Yüzde (%)**
Cinsiyet		
Kadın	10	34,5
Erkek	19	65,5
Toplam	*29*	*100*
Yaş		
30 ve altı	3	10,4
31-45	22	75,8
46-65	4	13,8
Toplam	*29*	*100*
Eğitim Durumu		
Lise	6	20,7
Önlisans	1	3,45
Lisans	*10*	*34,5*
Yüksek Lisans	*5*	*17,25*
Doktora	*7*	*24,1*
Toplam	*29*	*100*
Kurum/İşletme		
Üniversite	13	44,8
İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	4	13,8
Otel	2	6,9
Seyahat Acentesi	4	13,8
Restoran/cafe	4	13,8
Diğer	*2*	6,9
Toplam	*29*	*100*
Meslek/Görevi		
Akademisyen	13	44,8
İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Temsilcisi	4	13,8
Otel Yöneticisi	2	6,9
Seyahat Acentesi Yöneticisi	4	13,8
Restoran/Cafe Yöneticisi	4	13,8
Diğer	*2*	6,9
Toplam	*29*	*100*

Araştırmaya katılan sektör temsilcilerinin 10'u kadın, 19'u ise erkektir. Temsilcilerin %10,4'lük kısmını oluşturan 3 kişi 30 ve altı; %75,8'lik kısmını oluşturan 22 kişi 31-45; %13,8'lik kısmını oluşturan 4 kişi 46-65 yaş aralığındadır. Araştırmaya katılan temsilcilerin %20,7'lik kısmını oluşturan 6 kişi lise; %3,45'lik kısmını oluşturan 1 kişi önlisans; %34,5'lik kısmını oluşturan 10 kişi lisans; %17,25'lik kısmını oluşturan 5 kişi yüksek lisans; %24,1'lik kısmını oluşturan 7 kişi doktora eğitimine sahiptir. Sektör temsilcilerinin %44,8'lik kısmını oluşturan 13 kişi Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesinde akademisyen; %13,8'lik kısmını oluşturan 4 kişi İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü temsilcisi; %13,8'lik kısmını oluşturan 4 kişi seyahat acentası yöneticisi; %13,8'lik kısmını oluşturan 4 kişi restoran/cafe yöneticisi, %6,9'luk kısmını oluşturan 2 kişi otel yöneticisi, %6,9'luk kısmını oluşturan 2 kişi diğer kurumlarda görev yapmaktadır.

Araştırmanın ikinci kısmında sektör temsilcilerine valilik/belediye ve ilçe belediyelerinin renkli logoları gösterilmiştir. Her logo için 5 adet soru yöneltilmiştir. Birinci soru "Erzincan logosunda dikkat çeken semboller nelerdir?" şeklindedir. Bu soru açık uçlu bir soru olup temsilcilerin logoyu gördüklerinde ilk dikkatlerini çeken sembolleri yazmaları istenmiştir. İkinci soru "Erzincan logosunda (Valilik ve Belediye) hangi sembolleri görüyorsunuz? sorusu yöneltilmiştir. Bu sorunun ilk sorudan farkı logodaki tüm sembollerin temsilcilere şıklarda sunulmuş olmasıdır. Şıklarda verilen semboller arasından tespit ettiklerini işaretlemeleri beklenmiştir. Bu soruda birden fazla şık işaretlenebilmiştir. Üçüncü soru "Erzincan logosundaki semboller destinasyonun özelliklerini temsil ediyor mu? şeklindedir. Bu soruya "Evet", "Hayır" ve "Kısmen" şıkları verilmiştir. Dördüncü soru "Erzincan logosunun geliştirilmesi için önerileriniz nelerdir? şeklinde açık uçlu bir sorudur. Beşinci soru "Erzincan logosunda semboller destinasyonun turistik özelliklerini içeriyor mu? şeklindedir. Soruya "Evet", "Hayır" ve "Kısmen" seçenekleri yer almaktadır. Bu sorunun amacı logolarda turistik değerlerin var olup olmadığının değerlendirilmesidir. Erzincan valiliği ve belediyesi tarafından kullanılan bu ortak logo sorularından sonra her bir ilçe için bu beş soru tekrarlanmıştır. Erzincan Refahiye, Kemaliye, Çayırlı, Üzümlü, Otlukbeli, İliç, Kemah, Tercan olmak üzere sekiz ilçeye ayrılmaktadır.

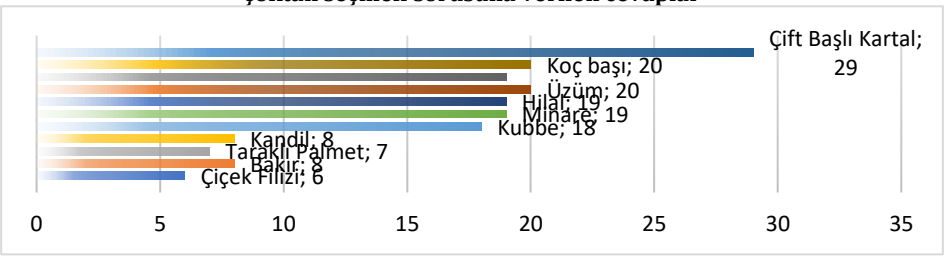
Şekil 1: "Erzincan logosunda dikkat çeken semboller nelerdir?" sorusuna verilen cevaplar



Şekil 1'de "Erzincan logosunda dikkat çeken semboller nelerdir?" sorusuna verilen cevaplar yer almaktadır. Soru açık uçlu bir sorudur. Temsilcilerin logoda

gördüğü sembolleri yazmaları istenmiştir. Temsilcilerin 28'i logoda çift başlı kartalın yer aldığını belirtmiştir. 14 Temsilci koçbaşı görmüştür, 11 temsilci üzüm, 10 temsilci kılıç görmüştür. 9 temsilci diğer öğeler (Selçuklu motifleri, geleneksel motifler, bitki motifleri) görmüştür. 9 temsilci hilal görmüştür. 4 temsilci kubbe, 5 temsilci minare gördüğünü belirtmiştir. 3'er temsilci de kandil ve palmet gördüğünü belirtmiştir.

Şekil 2: "Erzincan logosunda (Valilik/ Belediye) hangi sembolleri görüyorsunuz?" çoktan seçmeli sorusuna verilen cevaplar



Şekil 2'de Erzincan logosunda (Valilik/ Belediye) hangi sembolleri görüyorsunuz?" sorusuna verilen cevaplar yer almaktadır. Bu sorunun özelliği cevapların seçeneklerde verilmiş olmasıdır. Temsilcilerden seçeneklerde verilmiş olan sembolleri logoda görerek daha fazla sembol işaretlemiştir. Şekil 2'te görüldüğü üzere Şekil 1 ile benzer şekilde çift başlı kartal herkes (29 temsilci) tarafından görülen fark edilen en belirgin semboldür. Koç başları 20, kılıç 19, üzüm 20, hilal 19, minare 19 kişi tarafından fark edilmiştir. Kubbe 18 kişi tarafından fark edilmiştir. 8 kişi kandil ve bakır görürken 7 kişi taraklı palmeti fark etmiştir. Çiçek filizini 6 kişi fark edebilmiştir.

"Erzincan logosundaki semboller destinasyonun özelliklerini temsil ediyor mu?" sorusuna 13 temsilci (%45) "Evet", 4 temsilci (%14) "Hayır" ve 12 temsilci (%41) "Kısmen" şeklinde cevaplandırmıştır. "Erzincan logosunun geliştirilmesi yönündeki önerileriniz nelerdir?" şeklindeki açık uçlu soruya temsilcilerin verdiği cevaplar Tablo 2'te verilmiştir.

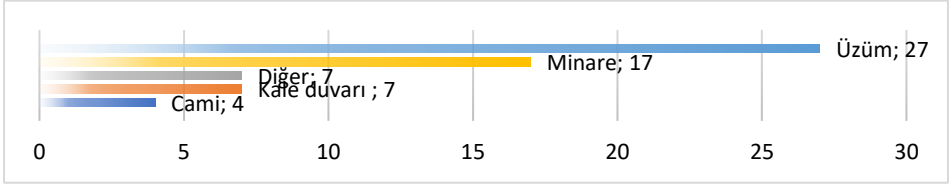
Tablo 2: "Erzincan logosunun geliştirilmesi yönündeki önerileriniz nelerdir?" sorusunun cevapları

Temsilci Kodu	Cevaplar
1T (1. temsilci)	Renkleri değişebilir.
2T	Yeterli
3T	Erzincan'ın tarihi, kültürel ve ekonomik özelliklerini temsil ediyor. Turistik özelliklere yer verilebilir.
5T	Sadeleştirilebilir
8T	Çift başlı kartalın arka tarafına Ergan dağı eklenebilir
9T	Daha sade olabilir ama bu hali de iyi
11T	Ergan dağı da logo içinde yer bulabilir.
12T	Daha modern bir tasarım olabilir
13T	Bakır, üzüm ve tulum peyniri simgeleri eklenip daha belirgin hale getirilmesi
14T	Tulum peyniri ve leblebi gibi yöresel gıdalar, kayak merkezi vb. olmalı
15T	Çift başlı kartal, dağ, şelale, üzüm, bakır, ekşisu, altintepe, erzincan ovası, güneş, leblebi, tulum peyniri, terzibaba, urartu tarihi
16T	Bakırın ve tulum peynirinin sembolleri olması
18T	Çift başlı kartal birçok şehrin ve kurumun simgesidir.
19T	Mat renkler renklendirilebilir.
20T	Ergan dağı ve Erzincan şelalesini de gösteren objeler eklenebilir.
21T	Üzerindeki sembolleri belirten renkler biraz daha sembollerin gerçek renklerine benzetilebilir.
22T	Logoyu yeterli buluyorum.
23T	Ekşisu ile ilgili bir görsel eklenebilir.
24T	Renk değişimi yapılabilir, çok resmî bir duruşu var global tarzda turizm sembolize eden daha yumuşak ve doğayı temsil edecek bir logo olabilir, ya da turizm için ayrı bir logo olabilir
25T	Belirtilen simgelerin çoğu anlaşılır değil. Çiçek filizi, taraklı palmet çok net değil. Renklerin değişimi ile belirgin hale gelebilir.
26T	Dağ ile ilgili bir sembol olmalı.
27T	Erzincan'a yakışır daha güzel semboller kullanılabilir
28T	Renk tonu

Erzincan logosunda semboller destinasyonun turistik özelliklerini içeriyor mu? sorusuna 8 kişi (%36) "Evet", 7 kişi (%32) "Hayır" ve 7 kişi (%32) "Kısmen" şeklinde yanıtlamıştır.

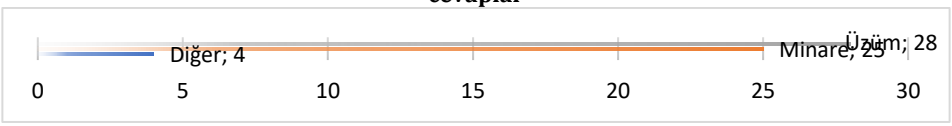
Sektör temsilcilerine Üzümlü ilçesine ait logo gösterilmiştir. Bu logo için "Üzümlü logosunda dikkat çeken semboller nelerdir? açık uçlu sorusuna verilen yanıtlar aşağıda Şekil 3'te verilmiştir.

Şekil 3: "Üzümlü ilçesi logosunda dikkat çeken semboller nelerdir? sorusuna verilen cevaplar



Şekil 3'te yer aldığı üzere üzüm 27 temsilci tarafından görülmüştür. Minare 17 temsilci tarafından, diğer öğeler 7 temsilci tarafından görülmüştür. 7 temsilci kale duvarını görmüş ve 4 temsilci cami sembolü gördüğünü belirtmiştir.

Şekil 4: "Üzümlü ilçesi logosunda hangi sembolleri görüyorsunuz?" sorusuna verilen cevaplar



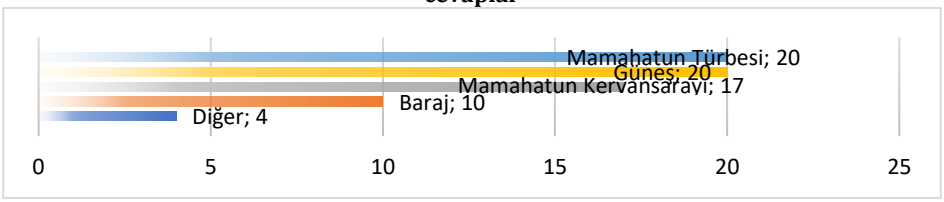
Şekil 4'te görüldüğü üzere 28 temsilci üzüm sembolü fark etmiştir. Üzüm Üzümlü ilçesinin en belirgin sembolüdür. Minare 25 temsilci tarafından fark edilmiştir. Diğer öğeler 4 temsilci tarafından fark edilmiştir. "Üzümlü logosundaki semboller destinasyonu temsil ediyor mu? sorusuna 16 temsilci (%55) "Evet, 1 temsilci (%3) "Hayır", 12 temsilci (%41) "Kısmen" cevabı vermiştir.

Tablo 3: Üzümlü ilçesi logosunun geliştirilmesi yönündeki önerileriniz nelerdir?" sorusunun cevapları

Temsilci Kodu	Cevaplar
2T	Yeterli
5T	Sadeleştirilebilir.
7T	Renkleri göz yorucu, değiştirilebilir
9T	Sadelik anlamında iyi ama sadece üzüm olsa yeterli siyah iri birkaç üzüm tanesi
11T	Daha profesyonel olabilir.
12T	Cami minaresi kalksa yerine üzümlüyü temsil eden başka bir figür eklense daha iyi olur
13T	Yeterli
14T	Kale surlarına benzeyen şey ve siyah tık işareti çıkartılmalı
15T	Dağ, Altıntepe, üzüm.
17T	Renkler Morgan olabilir (uzum rengi)
19T	Üzüm resmi ön plana çıkartılabilir, diğer üretilen yöresel ürünler eklenebilir.
20T	Bağ ve sebze bahçeleriyle ilgili logo eklenebilir
21T	Altın tepe kalesi de logoda işlenebilir.
22T	Tasarım olarak daha estetik bir görünüm sağlanmalı ve Altıntepe Urartu Kalesi Logoda yer almalı.
24T	Doğa sembolü eklenebilir
25T	Kale simgesi anımsatılmış üzüm bağları resmedilse ve renk olarak kırmızı değil de farklı renk olsa daha iyi olur
26T	Güzel bir logo fakat kırmızı ve yeşil tonları değişmeli. Daha içten renkler kullanılabilir.
27T	Bence kendine özgü olan meyvesinin sembolü güzel olmuş
29T	Sadece üzüm ve şehrin içinden geçen dere

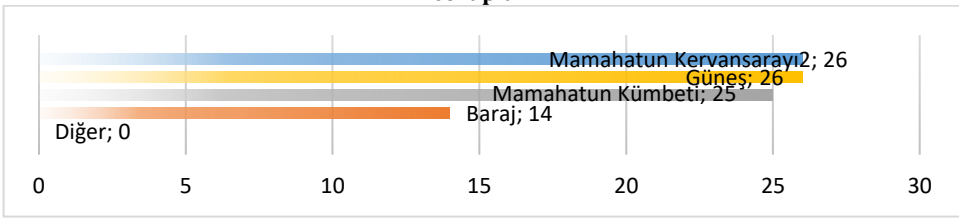
Üzümlü logosunda semboller destinasyonun turistik özelliklerini içeriyor mu? sorusuna temsilcilerden 11'si (%38) "Evet", 5'i (%17) "Hayır" ve 13'ü (%45) "Kısmen" şeklinde cevaplandırmıştır.

Şekil 5: "Tercan ilçesi logosunda dikkat çeken semboller nelerdir?" sorusuna verilen cevaplar



Şekil 5'te "Tercan logosunda dikkat çeken semboller nelerdir?" sorusuna verilen cevaplar yer almaktadır. Soru açık uçlu bir sorudur. Temsilcilerin logoda gördüğü sembolleri yazmaları istenmiştir. Temsilcilerden 20'si Mama Hatun Türbesi ve güneş gördüğünü belirtmiştir. 17 'si Mama Hatun Kervansarayı'nı görmüştür. 10'u baraj ve 4'ü diğer öğeleri görmüştür.

Şekil 6: "Tercan ilçesi logosunda hangi sembolleri görüyorsunuz?" sorusuna verilen cevaplar



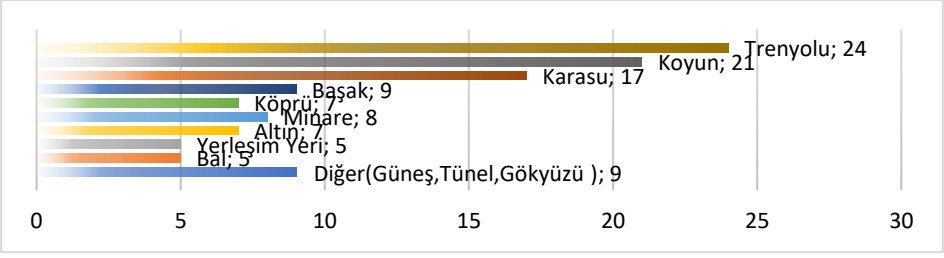
Şekil 6'da görüldüğü üzere 26 temsilci Mama Hatun Kervansarayı sembolünü fark etmiştir. Güneş 26 ve Mama Hatun Kümbeti 25 temsilci tarafından fark edilen ilçeye ait önemli sembollerdir. Baraj 14 temsilci tarafından fark edilmiştir. "Tercan logosundaki semboller destinasyonu temsil ediyor mu? sorusuna 21'i (%72) "Evet, 1'i (%3) "Hayır" ve 7'si (%24) "Kısmen" cevabı vermiştir.

Tablo 4: Tercan ilçesi logosunun geliştirilmesi yönündeki önerileriniz nelerdir?" sorusunun cevapları

Temsilci Kodu	Cevaplar
2T	Yeterli
3T	Abrenk kilisesi eklenebilir.
5T	Sadeleştirilebilir.
9T	Biraz daha çalışmalarını öneririm.
11T	Daha profesyonel olabilir
12T	Çok güzel
13T	Yeterli
14T	Siyah çizgilerden oluşan yolu anlamlı görünmüyor.
15T	Mamahatun, tarih ve yol güzergahı
17T	Yenilenebilir. Daha teknik bir logo olabilir.
19T	Logonun rengi çok mat , baraj rengi mavi ile gösterilebilir.
20T	Pancar tarımının ve hayvancılığın yapıldığı en büyük ilçelerden olduğundan logosu eklenebilir
21T	Barajın daha belirgin olması için 1923 rakamının üzerinden başlayarak barajın yarısına kadar su ile doldurulmuş gibi mavi renge boyanabilir.
22T	Logoyu yeterli buluyorum.
24T	Renk değişimi çok iyi olur.
25T	Baraj simgesi değişebilir
26T	Renkler daha canlı olabilir
27T	Kendine özgü bi sembol uygun olmuş
28T	Renk değişebilir
29T	Renk değişebilir

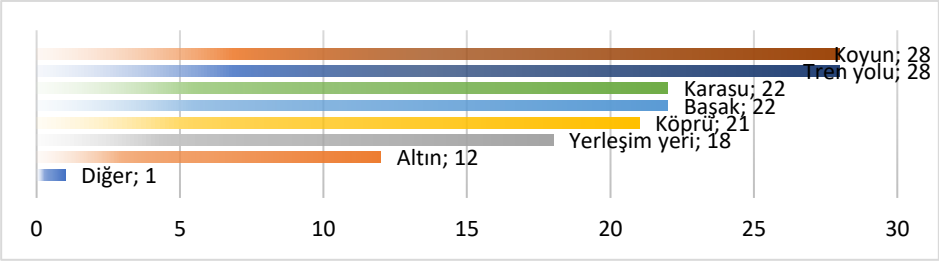
Tercan logosunda semboller destinasyonun turistik özelliklerini içeriyor mu? sorusuna 20 temsilci (%69) "Evet", 3'ü (%10) "Hayır" ve 6'sı (%21) "Kısmen" şeklinde cevaplandırmıştır.

Şekil 7: "İliç ilçesi logosunda dikkat çeken semboller nelerdir?" sorusuna verilen cevaplar



Şekil 7'de "İliç logosunda dikkat çeken semboller nelerdir?" açık uçlu sorusuna verilen cevaplar yer almaktadır. Temsilcilerin logoda gördüğü sembolleri yazmaları istenmiştir. Temsilcilerden 24'ü tren yolu (Doğu Ekspresi), 21'i koyun ve 17'si Karasu nehri sembolü gördüğünü belirtmiştir. 9'u başak, 7'si köprü ve altın, 8'i minare görmüştür. 5'i yerleşim yeri, bal ve 9'u diğer sembolleri görmüştür.

Şekil 8: "İliç ilçesi logosunda hangi sembolleri görüyorsunuz?" sorusuna verilen cevaplar



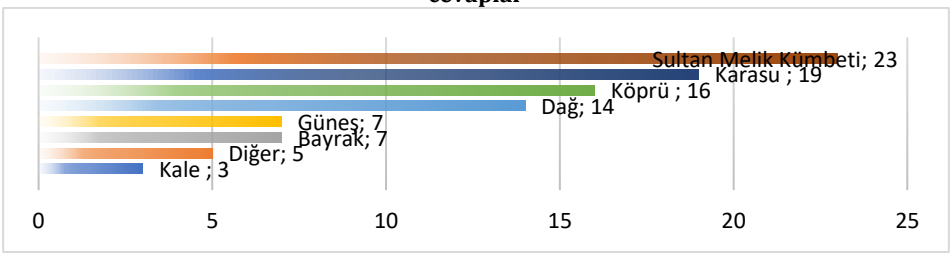
Şekil 8'de görüldüğü üzere 28 temsilci koyun ve tren yolu sembollerini fark etmiştir. Karasu nehri 22, başak sembolü 22, köprü 21 temsilci tarafından fark edilen ilçeye ait sembollerdir. Yerleşim yeri 18 temsilci tarafından fark edilmiştir. Altın madeni olan ilçede altın sembolü 12 temsilci tarafından görülmüştür. "İliç logosundaki semboller destinasyonun özelliklerini temsil ediyor mu? sorusuna 15'i (%52) "Evet, 5 'i (%17) "Hayır" ve 9'u (%31) "Kısmen" cevabı vermiştir.

Tablo 5: İliç ilçesi logosunun geliştirilmesi yönündeki önerileriniz nelerdir?" sorusunun cevapları

Temsilci Kodu	Cevaplar
2T	Yeterli
3T	Baraj gölü yapıldı değerlendirilebilir.
5T	Sadeleştirilebilir.
9T	Biraz daha çağa ayak uydurulabilir.
11T	Daha profesyonel olabilir.
12T	Daha sade ve temel bir iki şey vurgulanmalı
13T	Altın belirtilmeli
14T	Yeşilin tonu göz yorucu
15T	Altın, Fırat Nehri, koyun
19T	Renksiz yerler uygun renkle doldurulabilir
20T	Altın madeni görseli öne çıkarılabilir
21T	Yeterli
22T	Logoyu beğeniyorum
24T	Sadeleştirme gerekir
25T	Yörenin tüm özellikleri konulmaya çalışılmış ama karmaşa ortaya çıkmış. Altın simgesi belli olmuyor
26T	Değişikliğe gerek yok. Gayet samimi
27T	Kendi yöresine ait bir sembol olmamış
28T	Çok iyi
29T	Sade anlaşılır olmalı

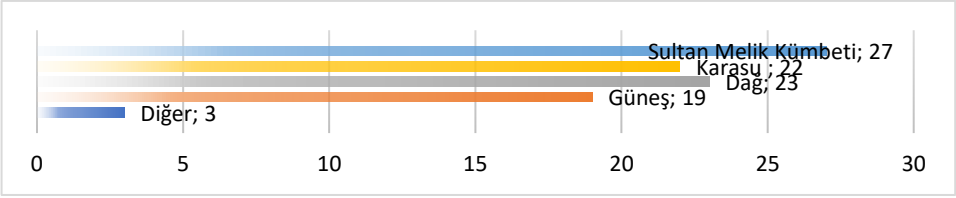
İliç logosundaki semboller destinasyonun turistik özelliklerini içeriyor mu? sorusuna temsilcilerden 16'sı (%55) "Evet", 5'i (%17) "Hayır" ve 8'i (%28) "Kısmen" şeklinde cevaplandırmıştır.

Şekil 9: "Kemah ilçesi logosunda dikkat çeken semboller nelerdir?" sorusuna verilen cevaplar



Şekil 9'da "Kemah logosunda dikkat çeken semboller nelerdir?" açık uçlu sorusuna verilen cevaplar yer almaktadır. Temsilcilerin logoda gördüğü sembolleri yazmaları istenmiştir. Temsilcilerden 23'ü Sultan Melik Kümbeti, 19'u Karasu, 16'sı Köprü, 14'ü dağ, 7'si Güneş ve Bayrak görmüştür. 3'ü kale sembolünü görürken 7 temsilci diğer sembolleri görmüştür.

Şekil 10: "Kemah ilçesi logosunda hangi sembolleri görüyorsunuz?" sorusuna verilen cevaplar



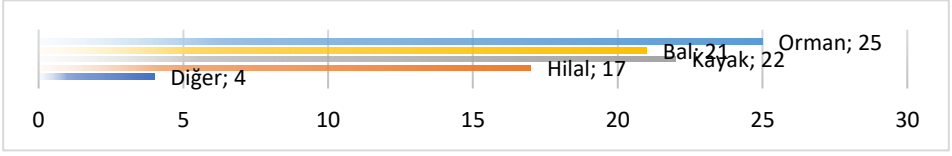
Şekil 10'da görüldüğü üzere 27 temsilci Sultan Melik Kümbeti sembolünü fark etmiştir. Temsilcilerin 22'si Karasu ve 23'ü dağ sembollerini, 19'u güneş sembolünü fark etmiştir. "Kemah logosundaki semboller destinasyonun özelliklerini temsil ediyor mu? sorusuna 17'si (%59) "Evet, 4'ü (%14) "Hayır" ve 8'i (%28) "Kısmen" cevabı vermiştir.

Tablo 6: Kemah ilçesi logosunun geliştirilmesi yönündeki önerileriniz nelerdir?" sorusunun cevapları

Temsilci Kodu	Cevaplar
1T	Kale de konulabilir
2T	Yeterli
3T	Gülabibey cami, soğuk sular eklenebilir
5T	Sadeleştirilebilir.
9T	Sanırım Mengücek Gazinin türbesini anlatmaya çalışılmış ama çadır gibi görünüyor, birde uygun olmayan bir renk verilmiş, kubbelere yani orada türbe ve kümbet olduğunu bilmesem direk kamp alanı mı var diye düşünürüm
11T	Daha profesyonel olabilir.
12T	Daha canlı renkler kullanılmalı ve kale eklenmeli
13T	Kemah kalesi
14T	Dağların rengi ve çizimi düzeltilmeli
15T	Kümbet, kale, peynir, Fırat, ceviz.
16T	Kemah kalesini ve ceviz simgesini eklemek
17T	Kale eklenebilir.
19T	Renklendirme yeniden yapılabilir.
20T	Kemah kalesinden ve Acemoğlu köprüsünden bir logo eklenebilir
21T	Yeterli
22T	Kemah Tuzu da logonun içerisinde yer alabilir.
24T	Güzel
25T	Kemah kalesi yok Acem köprüsü yok Sancak şehri olmasına rağmen herhangi bir simgesi yok
26T	Bence ideal
27T	İlçesini en güzel şekilde simgeleyen sembol bana göre
28T	Renk değiştirilebilir
29T	Kale olabilirdi

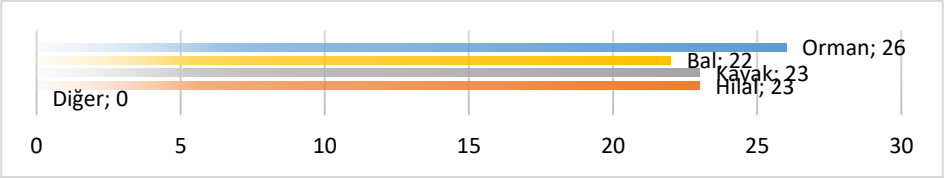
Kemah logosundaki semboller destinasyonun turistik özelliklerini içeriyor mu? sorusuna 14'ü (%48) "Evet", 8'i (%28) "Hayır" ve 7'si (%24) "Kısmen" şeklinde cevaplandırmıştır.

Şekil 11: "Refahiye ilçesi logosunda dikkat çeken semboller nelerdir?" sorusuna verilen cevaplar



Şekil 11'de "Refahiye ilçesi logosunda dikkat çeken semboller nelerdir?" açık uçlu sorusuna verilen cevaplar yer almaktadır. Temsilcilerin logoda gördüğü sembolleri yazmaları istenmiştir. Temsilcilerden 25'i orman/çam ağacı, 21'i bal, 22'si kayak, 17'si hilal, 4'ü diğer öğeleri görmüştür.

Şekil 12: "Refahiye ilçesi logosunda hangi sembolleri görüyorsunuz?" sorusuna verilen cevaplar



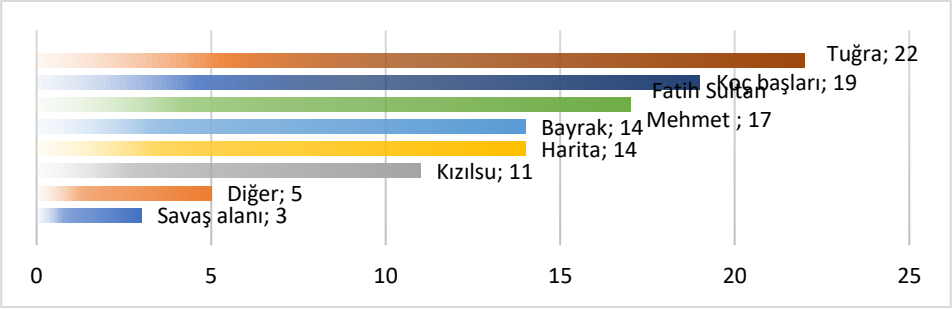
Şekil 12'de görüldüğü üzere 26 temsilci orman/çam ağacı sembolünü fark etmiştir. Temsilcilerin 23'ü kayak ve hilal, 22'si de bal sembollerini işaretlemiştir. "Refahiye logosundaki semboller destinasyonun özelliklerini temsil ediyor mu? sorusuna 19'i (%66) "Evet, 5'i (%17) "Hayır" ve 5 'i (%17) "Kısmen" cevabı vermiştir.

Tablo 7: "Refahiye ilçesi logosunun geliştirilmesi yönündeki önerileriniz nelerdir?" sorusunun cevapları

Temsilci Kodu	Cevaplar
2T	Yeterli
5T	Sadeleştirilebilir.
9T	Daha iyi olabilir.
11T	Daha profesyonel olabilir.
12T	Güzel
13T	Yeterli
14T	Kayak merkezi artık kapalı kayak sembolü çıkarılmalı. Hilalin anlamı ne çözemedim.
15T	Yayla, bal, dağ.
17T	Orman, Dumanlı yaylaları.
19T	Dağ resmi, kar eklenebilir vb.
20T	Ormanlarıyla meşhur ilçenin orman logosu daha belirgin bir şekilde öne çıkarılmalı
21T	Yeterli
22T	Profesyonel destek alınarak logo daha estetik hale getirilebilir.
24T	Semboller görünür hale gelmeli
25T	Ormanı simgeleyen çam ağaçları topluluk içinde olmalı. Bal simgesi çok anlaşılır değil
26T	İdeal
27T	Olması gerektiği gibi ormanlık bir ilçe olması sebebiyle sembolleri gayet iyiydi
28T	Renk
29T	Çok basit

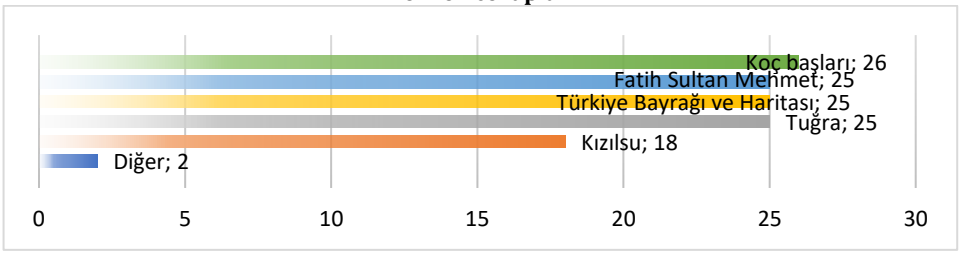
Refahiye logosundaki semboller destinasyonun turistik özelliklerini içeriyor mu? sorusuna temsilcilerin 16'sı (%55) "Evet", 6'sı (%21) "Hayır" ve 7'si (%24) "Kısmen" şeklinde cevaplandırmıştır.

Şekil 13: "Otlukbeli ilçesi logosunda dikkat çeken semboller nelerdir?" sorusuna verilen cevaplar



Şekil 13'te "Otlukbeli ilçesi logosunda dikkat çeken semboller nelerdir?" açık uçlu sorusuna verilen cevaplar yer almaktadır. Temsilcilerin logoda gördüğü sembolleri yazmaları istenmiştir. Temsilcilerden 22'si tuğra görmüştür, 19'u koç başları, 17'si Fatih Sultan Mehmet, 14'ü bayrak, harita, ve 11'i Kızılsu görmüştür. 5'i diğer sembolleri görürken 3'ü savaş alanı olarak kullanılan yeşillik alanı belirtmiştir.

Şekil 14: "Otlukbeli ilçesi logosunda hangi sembolleri görüyorsunuz?" sorusuna verilen cevaplar



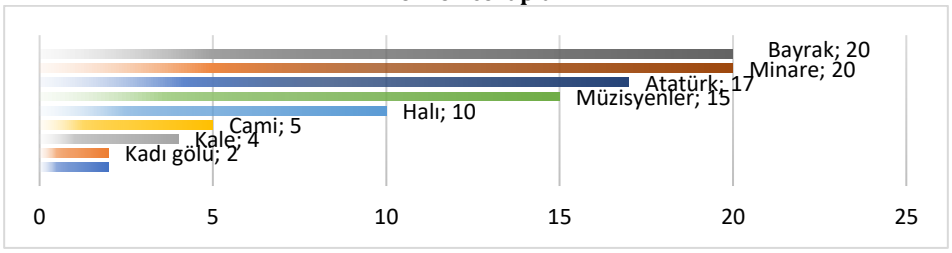
Şekil 14'te görüldüğü üzere 26 temsilci koç başları sembolünü fark etmiştir. Temsilcilerin 25'i Fatih Sultan Mehmet'i, Türkiye bayrağı ve haritası ile tuğra sembolünü görmüştür. Kızılsu 18 temsilci tarafından fark edilerek işaretlenmiştir. "Otlukbeli logosundaki semboller destinasyonun özelliklerini temsil ediyor mu? sorusuna temsilcilerin 22'si (%76) "Evet, 2'si (%7) "Hayır" ve 5'i (%17) "Kısmen" cevabı vermiştir.

Tablo 8: "Otlukbeli ilçesi logosunun geliştirilmesi yönündeki önerileriniz nelerdir?" sorusunun cevapları

Temsilci Kodu	Cevaplar
2T	Yeterli
5T	Sadeleştirilebilir.
9T	Daha sade olmalı
11T	Daha profesyonel olabilir.
12T	Çok güzel
13T	Yeterli
14T	Fatih Sultan Mehmet var zaten tuğra fazla olmuş. Ortadaki gölün daha güzel bir fotosu olabilir. Haritayı ilişkili bulamadım.
15T	Otlukbeli Savası, Kırmızı su, Karakoyunlular tarihi, destinasyon bilgisi.
19T	Belediye başkanlığı da belirtilebilir.
20T	Yeteri miktarda belirtilmiş
21T	Yeterli
22T	Yeşil alanın yerinde şehitlik anıtı kullanılabilir.
24T	Daha sade olmalı çok karışık
25T	Kızıl su çok anlaşılır değil... Koç heykelleri çok büyük yer almış... Daha sade şekilde değiştirilmeli
26T	Güzel
27T	İlçesine uygun sembol
28T	Renk değiştirilebilir

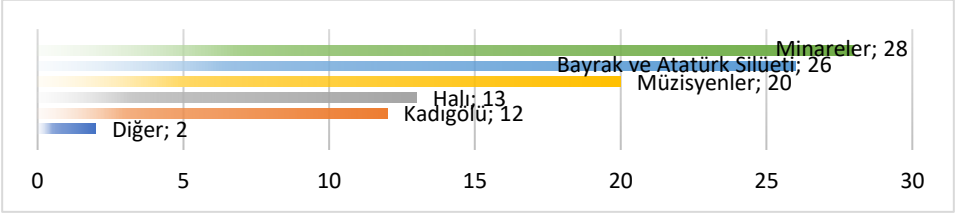
Otlukbeli logosundaki semboller destinasyonun turistik özelliklerini içeriyor mu? sorusuna 20 temsilci (%69) "Evet", 5'i (%17) "Hayır" ve 4'ü (%14) "Kısmen" şeklinde cevaplandırmıştır.

Şekil 15: "Kemaliye ilçesi logosunda dikkat çeken semboller nelerdir?" sorusuna verilen cevaplar



Şekil 15'te "Kemaliye ilçesi logosunda dikkat çeken semboller nelerdir?" açık uçlu sorusuna verilen cevaplar yer almaktadır. Temsilcilerin logoda gördüğü sembolleri yazmaları istenmiştir. Temsilcilerden 20'si bayrak ve minare, 17'si Atatürk silüeti, 15'i müzisyenler, 10'u halı, 5'i cami, 4'ü kale, 2'si Kadıgölü ve 2'si diğer sembolleri görmüştür.

Şekil 16: "Kemaliye ilçesi logosunda hangi sembolleri görüyorsunuz?" sorusuna verilen cevaplar



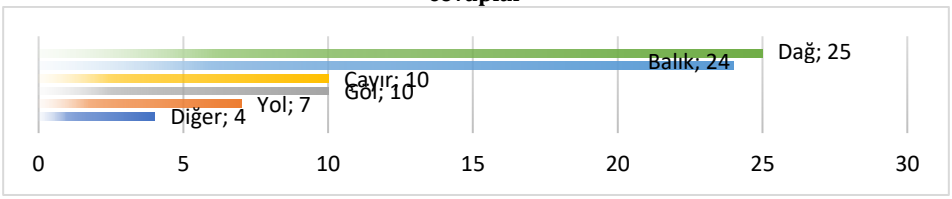
Şekil 16'da görüldüğü üzere 28 temsilci minareleri fark etmiştir. Temsilcilerin 26'sı bayrak ve Atatürk silueti görmüştür. 20'si müzisyenler sembolü görmüştür. Halı 13 temsilci tarafından görülmüştür. Kadıgölü 12 temsilci tarafından fark edilerek işaretlenmiştir. "Kemaliye logosundaki semboller destinasyonun özelliklerini temsil ediyor mu? sorusuna 7 temsilci (%24) "Evet, 13 temsilci (%45) "Hayır" ve 9 temsilci (%31) "Kısmen" cevabı vermiştir.

Tablo 9: "Kemaliye ilçesi logosunun geliştirilmesi yönündeki önerileriniz nelerdir?" sorusunun cevapları

Temsilci Kodu	Cevaplar
1T	Turistik alanında neredeyse hiçbir şey yok dünya listesinde ilk 3 te olan kanyon yok mesela tanıtım yetersiz müzisyen ne alaka anlayamadım.
2T	Yeterli
3T	Karanlık kanyon, taş yol, semender, macera turizmine yönelik semboller kullanılabilir.
5T	Sadeleştirilebilir.
6T	Kanyon ve su sporları eklenmeli
9T	Karanlık kanyon var, doğa sporları var, cami Kemaliye'yi temsil etmez, kapı tokmağını konulabilir, mimari özellikle ön plana çıkan geleneksel evleri konulabilir, dut konulabilir hepsini temsil edebilecek tek bir ürün konulabilir, Erzincan üniversitesinin logosundaki profesyonelliği yakalaması gerekir. Mevcut logo ilkokul çocuğuna çizdirilmiş gibi görünüyor. Böyle bir resim logo yapılmamalı, zurnanın Kemaliye kültürüyle bir alakası olduğunu sanmıyorum, Eski ermeni yerleşimi olduğu için cami minaresi Kemaliye'yi temsil etmez, çeşme konulabilir daha iyidir Kemaliye'de camiden çok çeşme var.
11T	Daha profesyonel olabilir.
12T	Geliştirilmeli çok basit gözüküyor
13T	Kemaliye evleri, karasu nehri, Kemaliye manzarası, karanlık kanyon ve taşyol eklenmeli
14T	Turistik yerler olmalı
15T	Fırat, müzik, kanyon, tas yolu, ocak köyü, Doğa sporları.
16T	Tarihi evleri ve kanyon
17T	Kanyon ve kapı tokmakları
19T	Logoda köme, kapı tokmakları kullanılabilir.
20T	Doğa güzelliğini, tarihi evlerini ve kanyonu yansıtan objeler eksik
21T	Kanyon, taşyol ve Kemaliye evleri logoya eklenebilir.
22T	Logoda iki minare arasında Kemaliye evleri kullanılabilir.
24T	Tamamen değişmeli doğa figürü kullanılmalı
25T	Kemaliye evleri yok, Dünyanın en önemli kanyonlarından birine sahibiz değinilmemiş, bir sürü doğa sporları yapılıyor hiçbiri yok.
26T	Erzincan'ın en güzel ilçesi Erzincan'ın en kötü logosunu kullanıyor. Tamamen değiştirilmesi lazım. Erzincan evleri ve doğa sporları görselde dikkat çekmeli
27T	İlçesine uygun semboller
28T	Çok iyi
29T	Türkiye'nin en güzel kanyonu olan bir ilçede bu semboller hiç uygun değil

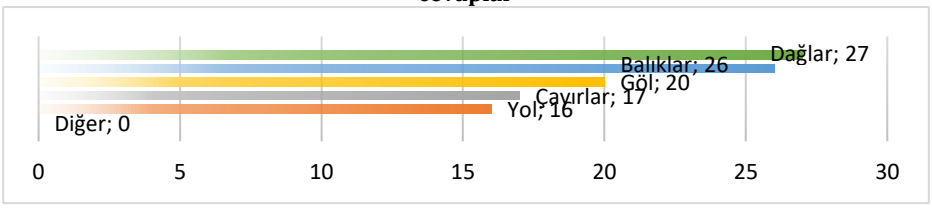
Kemaliye logosundaki semboller destinasyonun turistik özelliklerini içeriyor mu? sorusuna 6 temsilci (%21) "Evet", 15 temsilci (%52) "Hayır" ve 8 temsilci (%28) "Kısmen" şeklinde cevaplandırmıştır.

Şekil 17: "Çayırlı ilçesi logosunda dikkat çeken semboller nelerdir?" sorusuna verilen cevaplar



Şekil 17'de "Çayırlı ilçesi logosunda dikkat çeken semboller nelerdir?" açık uçlu sorusuna verilen cevaplar yer almaktadır. Temsilcilerin logoda gördüğü sembolleri yazmaları istenmiştir. Temsilcilerden 25'i dağ görmüştür, 24'ü balık, 10'u çayır ve göl, 7'si yol, 4'ü diğer sembolleri görmüştür.

Şekil 18: "Çayırlı ilçesi logosunda hangi sembolleri görüyorsunuz?" sorusuna verilen cevaplar



Şekil 18'de görüldüğü üzere 27 temsilci dağları fark etmiştir. Temsilcilerin 26'sı balıkları görmüştür. 20'si göl sembolünü görmüştür. Çayırlar 17 temsilci tarafından görülmüştür. Yol 16 temsilci tarafından fark edilerek işaretlenmiştir. "Çayırlı logosundaki semboller destinasyonun özelliklerini temsil ediyor mu? sorusuna 13 temsilci (%45) "Evet, 9 temsilci (%31) "Hayır" ve 7 temsilci (%24) "Kısmen" cevabı vermiştir.

Tablo 10: "Çayırlı ilçesi logosunun geliştirilmesi yönündeki önerileriniz nelerdir?" sorusunun cevapları

Temsilci Kodu	Cevaplar
2T	Yeterli
5T	Sadeleştirilebilir.
11T	Daha profesyonel olabilir.
12T	Karışık
13T	Yeterli
14T	Yeşillik alan yenilenmeli, üzerindeki siyahlıklar çimen gibi değil anlaşılmıyor
15T	Balık, dağ, tarih.
19T	Boş kısımlar renklendirilebilir
20T	Yörenin önemli geçim kaynaklarından şeker pancar logosu eklenebilir
21T	Yeterli
22T	Logo daha profesyonelce tasarlanmalı.
24T	Tamamen değişmeli doğa figürlü kullanılmalı
25T	Çayırlar daha farklı çizilebilirdi, balıklar balina gibi duruyor
26T	Tamamen değişmesi gerekiyor. Çok basit bir çizim
27T	İlçesine uygun semboller
29T	Profesyonel değil. Çocuk çizmiş gibi.

Çayırlı logosundaki semboller destinasyonun turistik özelliklerini içeriyor mu? sorusuna 12 kişi (%41) "Evet", 10 kişi (%34) "Hayır" ve 7 kişi (%24) "Kısmen" şeklinde cevaplandırmıştır.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu araştırmada turizm sektöründen temsilcilere yöneltilen sorularla Erzincan ili kamu kurumlarının kullandığı logolar değerlendirilmiştir. Birçok medeniyet ve toplumda karşılaştığımız ve Türkler (Göksu, 2016) tarafından da kullanılan Erzincan logosunda yer alan çift başlı kartal sembolü tüm temsilciler tarafından fark edilen önemli bir sembol konumundadır. Temsilcilere logolardaki sembolleri bulmaları için yöneltilen açık uçlu sorularda neredeyse tüm semboller görülmüştür. Ancak sembolleri tespit eden temsilci sayısı daha azdır. Benzer sorunun çoktan seçmeli olarak yöneltilmesi ile daha çok temsilci tüm sembolleri logoda fark etme imkânı bulmuştur. Bu durum iki farklı şekilde açıklanabilir. Öncelikle, logoya ilk bakıldığında gözlenen büyük olan ve öneme sahip semboller not edilmiştir. Az bilinen semboller ilk soruda fark edilmemiş, ikinci sorularda ise fark edilerek işaretlenmiştir. İkincisi, logolarda yer alan semboller o il veya ilçe ile özdeş görülmemiş olabilir. Erzincan logosunda öne çıkan diğer semboller beylikler dönemlerini temsilen koç başları, bunun yanında kılıç, hilal sembolleri, ekonomik özellikleri temsilen üzüm, minare, kubbe gibi dini ve mimari semboller olmuştur.

İl logosu ağırlıklı olarak din, tarih ve özelliklede sanat tarihi açısından özenli tasarımsal birleşim oluşturmaktadır. Anlamları açısından bakıldığında yücelik, güç, kudret, ihtişam, estetik ve geçmişe saygı hissi uyandırmaktadır. Şahin (2006) amblemi yücelik, hürriyet, güç, ihtişam, güzellik, güven, azim, gurur ve sevinç kelimeleri ile ifade etmiştir. Sektör temsilcileri bu sembollerin destinasyonun özelliklerini temsil ettiği ancak yeterli olmadığı yönünde görüş belirtmiştir. Erzincan logosunun geliştirilmesi için birçok öneri olmakla birlikte özetle modern öğeler eklenebilir, çift başlı kartal tek başına Erzincan'ı temsil etmemektedir, sade ve anlaşılır olmalı, şehirdeki turistik özellikler dikkate alınarak logo revize edilebilir. Erzincan logosu ve Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi logolarının ilk bakışta net anlaşılmayan ancak araştırıldığında derin anlamlar ifade ettiği tespit edilmiştir. Erzincan Belediyesi 2012 yılında şehrin merkezinde bulunan Saat Kulesi'ni kendisine yeni sembol olarak seçmiştir ancak bir süre sonra şehri tek başına temsil etmediği düşüncesiyle eski logonun kullanılmaya devam edildiği görülmüştür.

Üzümlü ilçesinin coğrafi işarete sahip cimin üzümü (Arslaner & Salık, 2018) ilçenin en önemli sembolüdür. Logoda minare sembolü de bulunmaktadır. Temsilcilerden bazıları minare ve cami sembollerinin ilçeyi temsil etmediğini düşünmektedir. Genel olarak logonun destinasyonu temsil ettiği görüşündedir. Altıntepe Kalesi sembol olarak eklenebilir, logo daha profesyonel hazırlanabilir. Sonuçlara göre, Logo destinasyonun turistik özelliklerini kısmen içermektedir.

Tercan ilçesinin logosunda yer aldığı üzere en önemli sembolleri Mama Hatun Külliyesinin içerisinde bulunan kervansaray ve kümbet yapılarıdır. Kadın hükümdara ait olmaları dikkat çekmektedir. Güneş ve baraj diğer kullanılan sembollerdir. Temsilcilerin büyük çoğunluğuna göre logo destinasyonu temsil

etmektedir. Abrenk kilisesi ve ekonomik ürünler eklenebilir şeklinde öneriler bulunmaktadır. Logo destinasyonun turistik özelliklerini temsil etmesi açısından dikkat çekicidir.

İliç ilçesinin en belirgin sembolleri meşhur Doğu Ekspresi'nin geçtiği tren yolu ve koyun sembolleridir. Karasu nehri, başak, köprü, yerleşim yeri ve altın diğer önemli sembollerdir. Bu sembollerin destinasyonu temsil ettiği görüşü yaygındır. Logoda yeni yapılan baraj ve altın madeni sembolleri kullanılabilir ve sadeleştirilebilir. Logonun destinasyonun turistik özelliklerini içerdiği düşünülmektedir.

Kemah ilçesinin en belirgin sembolü Sultan Melik Kümbetidir. Karasu nehri, köprü diğer sembollerde olduğu gibi burada da yerini almıştır. Temsilcilere göre semboller destinasyonun özelliklerini büyük oranda temsil etmektedir ancak geliştirilebilir. Gülabibey Camii, Kemah Kalesi, Acemoğlu Köprüsü vb. semboller değerlendirilebilir. Logonun, destinasyonun turistik değerlerini belli bir oranda içerdiği görülmektedir.

Refahiye ilçesinin sembolleri oldukça güçlü ve çoğunluk tarafından bilinen sembollerdir. Orman, bal, kayak ve hilal göze çarpmaktadır. Semboller destinasyonun özelliklerini büyük oranda temsil etmektedir. Profesyonel destek ile güncelleme yapılabilir şeklinde öneriler sunulmuştur. Bu araştırma yapılırken İlçe logo yarışması düzenlemiştir. Yeni logonun eksikleri tamamlayan modern bir logonun olacağı açıktır. Mevcut logodaki semboller destinasyonun turistik özelliklerini büyük oranda içermektedir ancak eklemeler yapılabilir şeklinde sonuçlar ortaya çıkmıştır.

Otlukbeli ilçesinin sembolleri koç başları, Otlukbeli Savaşı'ndan dolayı Fatih Sultan Mehmet, Türkiye bayrağı ve haritası ile tuğra sembolleridir. Turistik bir çekim merkezi olarak Kızılsu dikkat çekmektedir. Temsilciler arasında sembollerin destinasyonun özelliklerini büyük oranda temsil ettiği sonucu hakimdir. Logo geliştirilebilir. Destinasyonun turistik özelliklerini önemli ölçüde kapsadığı görüşü çoğunluktadır.

Kemaliye ilçesinin sembolleri arasında minareler, bayrak ve Atatürk silueti ile müzisyenler yer almaktadır. Ancak ilçe logosunun destinasyon özelliklerini temsil etmediği yaygın bir görüştür. Logoda Karanlık kanyon, kapı tokmakları, kültürel öğeler, macera ve spor turizmine yönelik semboller, tarihi evler, taş yol vb. birçok öğenin değerlendirilerek logoda yer alması gerektiği yönünde öneriler sunulmuştur. Logoda destinasyona ait turistik özelliklerin yer almadığı yönünde çoğunluk bir görüş hakimdir. Karanlık kanyonu ve doğa sporları merkezi olarak dünyada sayılı yerlerden birisi olan Kemaliye'nin logosunda turistik sembollere yer verilmelidir. Mevcut logodaki sembollerin artık destinasyonu temsil etmediği için logo revize edilmelidir.

Çayırlı ilçesi logosunda dağlar, balıklar, çayır ve göl gibi semboller ön plana çıkmıştır. Çeşitli görüşler olmakla birlikte sade bir logo olduğu düşünülmektedir. Logo daha profesyonelce tasarlanabilir. Destinasyonun özelliklerini belli bir oranda temsil etmektedir. Destinasyonun turistik özelliklerini de belli bir oranda temsil etmektedir.

Erzincan logoları incelendiğinde genel olarak söylenebilir ki geçmişten günümüze gelen kültürel, doğal ve ekonomik değerler ön plana çıkmıştır. İlçelerin logoları görsel anlamda açıklayıcı sembollerden oluştuğu görülmüştür. Kemaliye ilçesi dünyaca ünlü kanyonu, taş yolu ile tanınmaktadır. Bunun yanında uluslararası organizasyonlara ev sahipliği yapan doğa sporları merkezidir. Bu anlamda bu logo Kemaliye'yi tanımlamakta yetersiz kaldığı düşünülmektedir. Öncelikli olarak değiştirilmesi önerilmektedir.

Gelişmekte olan bir destinasyon olarak Erzincan gelişmiş şehirlerin yaşadığı taşıma kapasitesi sorununu dikkate alarak proaktif bir yaklaşımla turizm alanında gelişme gösterebilmesi için alt yapı, ulaşım, trafik, konaklama imkanları, çekiciliklerin belirlenmesi, eğlence olanakları, tur rotaları vb. kısaca marka kimliği elemanlarını doğru seçmek zorundadır. Bu çalışma bundan sonra yapılacak çalışmalarda kaynak niteliği taşıyacaktır. Turizm sektörü paydaşlarının da destinasyonla özdeşleşmiş noktalara yönelik farkındalıklarının artacağı düşünülmektedir. Sonuç olarak kurumların öneriler doğrultusunda logolarını revize etmeleri önerilmektedir. Bundan sonraki araştırmalarda veri toplanılan kitle değiştirilebilir, yerel halka, şehri ziyaret eden yerli veya yabancı turistlere bu sorular yöneltilebilir. Çıkacak sonuçlar daha geniş bir kitleye dayandırılarak yorumlanıp literatüre katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Aaker, D. A. (2009). *Güçlü Markalar Yaratmak.* İstanbul: Mediacat.

Altenhofen, B. J. (2009). Solace in Symbols: Discovering Cultural Meanings in Symbolic Propaganda. *The Across the Generations: Legacies of Hope and Meaning Conference* (s. 156-163). New York City: Instıtute of General Semantics, Fordham University.

Arslaner, A., & Salık, M. (2018). Potansiyel Bir Coğrafi İşaret: Saruç. *Erzincan Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 11*(1), 74-84.

Baş, M. (2015). *Marka Yönetimi.* Ankara: Detay Yayıncılık.

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi. (2019, 09 01). *Üniversite Amblemi*. Erzincan Binali YIldırım Üniversitesi: https://ebyu.edu.tr/tr/universitemiz hakkinda/11031-2/ adresinden alındı

Göksu, E. (2016, Güz). Çift Başlı Kartal ve Selçuklular. *USAD*(5), 117-141.

Gündoğdu, G. (2008). Turizmde Marka Olmak. *3. Belek Turizm Paneli: Turizmde Marka Olmak.* Belek, Antalya: Desen Ofset A.Ş.

Kerimoğlu , E., & Çıracı, H. (2005). *Urban Tourism: An Analysis of Visitors to İstanbul.* İstanbul: İstanbul Technical University, Faculty of Architecture, Urban and Regional Planning Department.

Okay, A. (2013). *Kurum Kimliği.* İstanbul: Derin Yayınları.

Şahin, T. E. (2006). *Erzincan Amblemi.* Erzincan: Erzincan Belediyesi Kültür Yayınları.

Tarlakazan, B. E., & Tıngır, M. (2018). Selçuklu İzleri Taşıyan Kimi Belediye Amblemlerindeki Sembollerin Tarih, Kültür ve Tasarım Açısından İncelenmesi. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, XI*(I), 111-128.

Uca, S. (2019). *Şehir Turizmi.* Ankara: Detay Yayıncılık.

Ural, A., & Kılıç, İ. (2011). *Bilimsel Araştırma Süreci ve Spss ile Veri Analizi.* Ankara: Detay Yayıncılık.

Yüksek, G. (2014). *Turizm Destinasyonları.* Ankara: Detay Yayıncılık.

Yavuz, M. C. (2009). *Kent Markalaması Adana Marka Kimliğinin Geliştirilmesi.* Adana: Adana Ticaret Odası.