



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2020, 4(4): 3591-3611.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.580](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.580)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Destinasyon Markalaşmasında Logo ve Amblemler: Ardahan Kent Örneği

Dr. Binali KILIÇ, T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı, İstanbul, e-posta: kilicbinali@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8345-6617>

Öz

Kentler, insanlar için eşsiz ve biricik yerleşim yerleridir. Bu anlamda insanlar için her kentin farklı bir kimliği ve önemi vardır. Kentlerin bu kimlikleri öncelikle logo ve amblemlerde anlam bulurlar. Amblem ve logo tasarımları bir kentin görünen ilk yüzüdürler. Logo ve amblemlerin; destinasyonların bilinirliğini arttırmada, kimlik kazandırmada, tanıtımında, eşsizliğini, benzersizliğini ve seçkinliğini vurgulamada önemli roller üstlendiği bilinen bir gerçektir. Bu çalışmanın amacı, Türkiye'nin en önemli serhat kentlerinden birisi olan Ardahan kentinin destinasyon markası olma sürecinde logoların ve amblemlerin önemini ortaya koymaktır. Bu çerçevede, marka kimliğini yansıtan öz değerlerin Ardahan kenti destinasyonunda logo ve amblemlerin kullanılma durumunu araştırmaktır. Bu amaçla, Ardahan kentine ait 9 adet destinasyon yönetim örgütü olan kamu kurumu niteliğinde kurumların logoları incelenmiştir. Araştırma bulgularında; kurumların öz değerlere sahiplenme konusunda istekli oldukları gözlenmiştir. Ancak logoların anlaşılabilirliği, sadeliği ve akılda kalıcılığı gibi konularda yeterli olmadığı söylenebilir. Bu nedenle, destinasyon yönetim örgütlerinin logo tasarımlarında profesyoneller ile işbirliği yapmaları önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Ardahan Kenti, Destinasyon Markalaşması, Kentsel Logo ve Amblemler

Makale Gönderme Tarihi: 05.06.2020

Makale Kabul Tarihi: 09.10.2020

Önerilen Atıf:

Kılıç, B. (2020). Destinasyon Markalaşmasında Logo ve Amblemler: Ardahan Kent Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4): 3591-3611.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



RESEARCH PAPER

Logos and Emblems in Destination Branding: A Sample of Ardahan

Dr. Binali KILIÇ, Republic of Turkey Ministry of Finance and Treasury, İstanbul, e-mail: kilicbinali@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8345-6617>

Abstract

Cities are unique and unexcelled places for people. Every city has different identity and value in this sense. The identity of the cities becomes meaningful with their logos and emblems. Logo and emblem designs are the first exposed faces of the cities. It is a known fact that logos and emblems enhance the recognition of the destinations, create their identity and highlight the publicity, uniqueness, specialness and excellence of the cities. The aim of this research is to exhibit the importance of the logos and emblems during the becoming of Ardahan which is one of the most important border cities of Turkey as a destination brand. Within this framework the other aim of this research is to analyze the usability of logos and emblems in Ardahan destination in core values reflecting brand identity. For this purpose, logos of 9 destination managing organizations having the characteristics of public corporation in Ardahan have been analyzed. Research findings showed that; organizations are eager to protect the core values. Nevertheless, it can be said that understandability, simplicity and memorability of logos are insufficient. As a consequence, it is recommended for the destination managing organizations to work with professionals in their logo designing process.

Keywords: Ardahan, Destination Branding, Urban Logos and Emblems.

Received: 05.06.2020

Accepted: 09.10.2020

Suggested Citation:

Kılıç, B. (2020). Logos and Emblems in Destination Branding: A Sample of Ardahan, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(4): 3591-3611.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.