

“YILDÖNÜMÜ AMBLEM TASARIMLARI”

Yrd. Doç. Çağlar OKUR*

ÖZET

Kurumsal yıldönümleri; çoğunlukla ticari ya da ticari olmayan markalar tarafından kurumsal kimliğin değerini arttırmaya, çalışanlarla, müşterilerle ilişkileri güçlendirmeye ve yatırımcı güveni oluşturmaya yardımcı olan bir tanıtım etkinliği olarak kullanılmaktadır. Kurumsal yıldönümlerini anlamlı hale getiren şey ise, devamlılığın yaratmış olduğu manevi önemdir. Bu manevi öneme kimlik kazandırmak, bunu tanıtmak ve kutlanan yılı vurgulamak amacıyla oluşturulan simgeler de “yıldönümü amblemleri” olarak tanımlanabilir. Bu amblemlerin tasarımları ve özgün olmaları dikkat çekicilik ve akılda kalıcılık açısından önemlidir. Dolayısıyla yıldönümünü ifade eden rakamların içeriği ifade edecek şekilde yorumlanarak kavramsal simgelere dönüştürülmeleri, yaratıcı ve özgün sonuçlara ulaşılmasını sağlayabilir. Bu makalede yıldönümü amblem tasarımlarındaki yaklaşımlar ve örnekleri incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Amblem Tasarımı, Grafik Tasarım, Halkla İlişkiler, Yıldönümü, Yıldönümü Amblem Tasarımları.

*Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Bölümü, Eskişehir / TÜRKİYE
cokur@anadolu.edu.tr

“ ANNIVERSARY EMBLEM DESIGNS ”

Assist. Prof. Çağlar OKUR*

ABSTRACT

Corporate anniversaries are mostly used as a promotional event to increase the value of corporate identity of firms, business enterprises or their brands. They are also used to create investment trust or strengthen the relations between, employees and customers. What makes corporate anniversaries meaningful is the importance of their moral value of continuity. Signs that are designed to identify these moral values and indicate the anniversaries can be defined as “anniversary emblems.” The design and uniqueness of these emblems are important in the means of being remarkable and memorable. Thus creative and unique results can be achieved by converting the numbers of anniversaries into expressive signs. This article focuses on existing design approaches and examples of anniversary emblem designs.

Keywords: : *Emblem Design, Graphic Design, Public Relations, Anniversary, Anniversary Emblem Designs.*

* *Anadolu University, Faculty of Fine Arts, Department of Graphic Arts, Eskisehir / TURKEY
cokur@anadolu.edu.tr*

GİRİŞ

Günümüz rekabet ortamında kurumların, işletmelerin ya da markaların başarılı olabilmeleri, rakiplerinin bir adım önüne geçebilmeleri için halkla ilişkiler araçlarını etkin bir şekilde kullanmaları gerekmektedir. Bu sayede kurumların, işletmelerin ya da markaların imajlarını güçlendirmeleri, kendilerini etkin bir şekilde tanıtmaları mümkün olmaktadır. Bu amaca yönelik halkla ilişkiler araçlarından birisi de yıldönümü kutlamalarıdır.

Yıldönümü kutlamaları, bir kuruluşun ilk kez çalışmaya başladığı veya bu günün yıldönümlerinde yapılan kutlama etkinlikleridir “(Dignen), 2004”. Yıldönümü kutlamaları; çoğunlukla ticari ya da ticari olmayan markalar tarafından kurumsal kimliğin değerini arttırmaya, kurulduğu günden bu yana, hedeflerine bir adım daha yaklaştığını vurgulamaya, çalışanlarla, müşterilerle ilişkileri güçlendirmeye ve yatırımcı güveni oluşturmaya yardımcı olan bir tanıtım etkinliği olarak kullanılmaktadır. Ayrıca geçmiş başarılarla ya da olaylara minnet sunma; hadiseleri anma, anımsatma ve kutlama amacı da taşıyabilir. Yıldönümlerini anlamlı hale getiren hadiselerin kendisi olduğu kadar, devamlılığın yaratmış olduğu manevi önemdir.

Yıldönümü kutlamaları, halkla ilişkilerde bir kurumsal kimliği tanıma ve tanıtmaya yöntemi olarak kullanılmaktadır. Kurumsal kimliğin bir kurumun görünen yüzü ve kendini ifade etme şekli olduğu düşünüldüğünde, bu tür kutlamalar oldukça önemlidir. Bir kurumsal kimliğin en bilindik ifadesi ise amblemdir. Kurumların, işletmelerin ya da markaların imzası olan amblemle oluşturulan imaj, tüketicinin ya da kullanıcının aklına kazınır. Amblem kimi kurumlar için öylesine önemlidir ki, örneğin Şangay Çin’deki HSBC bankası, sırf ambleminin görünebilmesi için önünde bulunan arsayı 450 milyon sterlin ödeyerek satın almıştır.

Amblem; ürün ya da hizmet üreten kuruluşlara kimlik kazandıran, sözcük özelliği göstermeyen soyut ya da nesnel görüntülerle, harflerle ya da rakamlarla oluşturulan simgeler olarak tanımlanır “(Becer), 2000”. Bu tanımdan yola çıkarak yıldönümü amblemlerini “kurumların, işletmelerin ya da markaların zaman içinde geliştirip sahip oldukları manevi öneme kimlik kazandırmak, onu tanıtmak ve kutlanan yılı belirtmek amacıyla tasarlanan simgeler” olarak tanımlayabiliriz.

Yıldönümü amblemleri halkla ilişkiler çalışmalarında etkin bir tanıtım yöntemidir. Doğru olarak tasarlandığında kurumsal kimliği destekleyerek ona yeni bir boyut kazandırır. Markalar için, tüketiciye o ürünün kalitesinin uzun yıllar boyunca denenip kullanıldığını dolayısıyla almaya değer olduğunu hissettirir. Tanınan bir amblem, ürünün garantisi haline dönüşür “(Becer), 2000”. Dolayısıyla amblem tasarımı önem arz etmektedir. Bu makalede, içerik araştırması yöntemi kullanılarak, yıldönümü amblem tasarımlarında kullanılan temel yaklaşımlar ve örnekler anlatılmaya çalışılacaktır.

TEMEL YAKLAŞIMLAR

Yıldönümü amblem tasarımlarında üç temel yaklaşımın var olduğundan söz edilebilir. Birinci yaklaşım, kurumsal amblemin yanına ya da altına, yılı ifade eden sayıyı ve “yıl” ya da “yılı” kelimesini yazmaktır. Örneğin “Anadolu Üniversitesi’ nin 50. Yılı”nı kutlamak amacıyla tasarlanan amblem tasarımında olduğu gibi (Görsel-1). Uygulanması oldukça basit olan bu yöntem iletişim açısından kolay anlaşılır, renk ve ton olarak Anadolu Üniversitesi kurumsal amblemi ile uyumlu olmasına karşın yaratıcılık açısından zayıftır.



Görsel 1: “Anadolu Üniversitesi 50. Yıl amblemi”
http://ftp.anadolu.edu.tr/Pictures/Au_Logolar/

Bu tür yaklaşıma bir başka örnek olarak “Sinpaş Grubunun 35. Yıl amblemi” verilebilir (Görsel-2). Yine kurumsal amblemin yanına eklenen “35. Yıl” ifadesi ile grubun kaçınıcı yılını kutladığı net bir biçimde belirtilmiştir. Her ne kadar renk ve ton kullanımı olarak kurumsal amblem ile bir bütünlük elde edilmeye çalışılmış ve “35. Yıl” ifadesinde farklı bir yazı karakteri kullanılmış olsa da, yıldönümü amblemi olarak sıradan bir örnektir. Bu tür yaklaşımların özgün olmaktan öte bir başka sorunu ise, yılı ifade eden sayının önüne hangi kurumsal amblemi koyarsanız onun için de aynı işlevi görecektir olmasıdır. Yani aidiyet hissi yaratmamaktadır.



Görsel 2: “Sinpaş Grubu 35. Yıl amblemi”
http://www.basimbulteni.com/sirket_logos/sinpas_35yil_logo.jpg

Birinci yaklaşıma verilebilecek bir başka örnek de, Birleşik Krallığın uluslararası eğitim ve kültürel ilişkilerinden sorumlu bir organizasyonu olan “British Council” için yapılan “80. Yıl” amblemidir (Görsel-3). Kurumsal amblemi rahatsız etmeden yanına eklenen “80 Years Of Cultural Relations (80 Yıllık Kültürel İlişkiler)” ifadesi ile yıldönümü amblemi tamamlanmıştır. Ancak ne var ki risk almadan yapılmış olan bu tarz tasarımlar alelade ve sıkıcı bir görünüme sahiptir.



Görsel 3: “British Council 80. Yıl amblemi”
<http://brand.britishcouncil.org/downloads/logos/80th-anniversary-logo/>

Bu tür yaklaşımlar kurumsal yıldönümü amblemlerinde oldukça yaygın olarak kullanılmaktadır. Elbette renk, ton, biçim uyumu ve denge yıldönümü amblemlerinde tutarlılık ve bütünlük yaratma açısından önemlidir. Ancak daha da önemlisi özgünlüktür. Çünkü özgün olan yaratıcı olandır. Dikkat çekici ve akılda kalıcıdır.

Yıldönümü amblem tasarımlarında varolan ikinci yaklaşımda ise, yılı ifade eden sayının rakamlarını ve kurumsal amblemi bir bütün oluşturacak şekilde bir arada kullanmaktır. Ünlü Grafik Tasarımcı Massimo Vignelli tarafından tasarlanan “Abdi İbrahim İlaç Firmasının 100. Yıl amblemi” bu yaklaşıma örnek olarak gösterilebilir (Görsel-4). Abdi İbrahim İlaç Firmasının kurumsal amblemi “100” sayısını oluşturan “0” rakamlarından birisinin yerine kullanılmıştır. Bütünlük hissini kuvvetlendirmek için form olarak amblemin yapısına uygun bir yazı karakteri seçilmiş, böylece basit, dinamik, modern görümlü ve en önemlisi akılda kalıcı bir yıldönümü amblemi ortaya çıkmıştır.



Görsel 4: Massimo Vignelli, “Abdi İbrahim 100. Yıl amblemi”
<http://www.abdiibrahim.com.tr/en/press-room/press-kit.aspx>

Benzer bir yaklaşımı “Apple” firmasının “30. Yıl” ambleminde görebiliriz (Görsel-5). Apple firmasının dünyaca tanınan kurumsal amblemi “0” rakamı yerine kullanılmış ve başına benzer bir formda ve renklerde “3” rakamı eklenerek “30” sayısı oluşturulmaya çalışılmıştır. Bu yıldönümü ambleminde dikkat çekici olan sadeliğine rağmen etkili olmayı yakalamış olmasıdır. Öyle ki “yıl” ya da “ yılı” gibi ifadelere ihtiyaç duyulmamıştır. Ambleme bakıldığında zihnimizde “Apple, 30. Yıl” ifadesi hemen canlanabilmektedir. Tabi bunda Apple firmasının güçlü kurumsal kimliğinin dünya çapında tanınmasının büyük payı vardır. Günümüz piyasa koşullarında tanınmak ve hatırlanmak gerekli olduğu kadar zordur da. Güçlü kurumsal kimlik bir firmanın veya ürünün bu kalabalık piyasa koşullarında öne çıkmasını sağlar (Wheeler), 2012”.



Görsel 5: “Apple 30. Yıl amblemi”
<http://www.apple.com/30-years/>

Konunun başına dönecek olursak; yıldönümü amblemleri kurumlar, işletmeler ve markalar için bir tanıtma ve tanınma aracı olarak kullanılmaktadır. Öyle ki, bazı durumlarda yıldönümü amblemi tek başına kelimelerin yerine geçerek izleyici ile konuşmaya başlar. Örnekteki telekomünikasyon firmasının 20. yıldönümünü ilan etmek amacıyla hazırlanan amblemde firmanın ismi görünmese de kurumsal amblem, renkler ve karakterler yardımıyla amblem kendini ifade etmektedir (Görsel-6).



Görsel 6: “Turkcell 20. Yıl amblemi”
http://medya.turkcell.com.tr/turkcell-20-yasinda-bulten_6067.html

Renk, ton, biçim uyumunun ve dengesinin yıldönümü amblemlerinde tutarlılık ve bütünlük yaratma açısından önemli olduğunu vurgulamıştık. Buna güzel bir örnek olarak “T.C. Ziraat Bankasının 150. Yıl amblemi” gösterilebilir. “150. yıl” ifadesini oluşturan rakamlar ve harfler, kurum amblemiyle biçim, renk ve ton olarak uyum yaratacak bir şekilde tasarlanmış, bir bütünlük yaratılmıştır. “150. Yıl” ifadesinin T.C. Ziraat Bankasının kurumsal amblemini çağrıştıracak şekilde tasarlanması izleyicinin zihninde bir bütünlük olgusunun yaratılmasını sağlamıştır (Görsel-7).



Görsel 7: “T.C. Ziraat Bankası 150. Yıl amblemi”
<http://www.ziraatliyiz.biz/wp-content/uploads/2013/11/10.jpg>

Rakamların içinde kurumsal amblemi kullanmak ya da rakamları kurumsal amblemi çağrıştıracak biçimde tekrar tasarlamaktansa, yılı ifade eden rakamlar harflerin yerine de kullanılabilir. Buna güzel bir örnek olarak “ICOGRADA” (Uluslararası Grafik Tasarım Birlikleri Konseyi) için Christopher Scott tarafından tasarlanan “50. Yıl” ilanı gösterilebilir (Görsel-8). Oldukça minimal bir çözüm önerisi ile “50” sayısı, “C” ve “O” harflerinin yerine kullanılarak hem harf hem de rakamın aynı anda ifade edilmesi söz konusu olmuştur. Ünlü Minimalist Mimar Ludwig Mies van der Rohe’ nun dediği gibi, “Less is more! (Az çoktur!)” Bazen az eleman kullanarak daha çok kavram ifade edilebilir.



Görsel 8: Christopher Scott, “ICOGRADA 50. Yıl ilanı”
<https://christopherscottdesigner.com/2013/04/18/i50grada-by-christopher-scott/>

Yıldönümü amblem tasarımlarında karşımıza çıkan üçüncü yaklaşım ise daha kavramsaldır. Bu tarz yaklaşımlarda çıkış noktası önemlidir ve rakamlar, yeni bir anlam ifade edecek şekilde özgün simgesel işaretlere dönüştürülmektedir. ICOGRADA' nın 50. yıldönümü için Fabrica Tasarım Okulundan Omar Vulpinari tarafından tasarlanan kurumsal yıldönümü ambleminde çıkış noktası olarak dünyanın küresel açılımından yararlanılmıştır (Görsel-9). Soyutlanmış olan “5” ve “0” rakamları birlikteliği ifade etmesi için iç içe geçmiş bir biçimde kullanılmıştır. Amblemin iki farklı kullanım şekli vardır. Birincisi kurumsal olandır ve siyah zemin üzerine beyaz amblem şeklindedir. İkincisi ise amblemin dış hatları sabit kalmak şartıyla içine farklı tasarımlar yerleştirilerek üyeler tarafından kişiselleştirilebilmesidir. Örnekte, sol tarafta amblemin kurumsal önerisi, sağ altta ise ICOGRADA üyesi tasarımcıların işlerinin nasıl uygulanabileceğini gösteren kişiselleştirilmiş amblemler görülmektedir.



Görsel 9: Omar Vulpinari, “ICOGRADA 50. yıl amblemi”
<http://www.micropovoleri.com/>



Sakarya İzci Grubu tarafından düzenlenen ve “Türk İzciliğinin 100. Yılı” için düzenlenen amblem yarışmasında birinciliği elde eden tasarımda ise, 100 sayısı izci selamı ile bütünleştirilerek kullanılmıştır (Görsel-10). Böylece rakamlar simgesel bir işarete dönüştürülerek yeni bir anlam elde edilmeye çalışılmıştır.

Görsel 10: Çağlar Okur, “Türk İzciliği’ nin 100. Yıl amblemi”
Türk İzciliği’ nin 100. Yılı amblem tasarım yarışması birincisi, 2011

Kavramsal yaklaşıma bir başka örnek olarak, “Türkiye, Polonya Diplomatik İlişkilerinin 600. Yılı” kutlama etkinliklerinde kullanılmak üzere düzenlenen amblem tasarım yarışmasında birinciliğe layık görülen tasarım verilebilir (Görsel-11). Studio Imagina’ nın tasarladığı amblem tasarımında 600 sayısı sonsuzluk sembolünü (∞) çağrıştıracak biçimde yorumlanmış ve ortaya bu çalışma çıkmıştır. “Eski dostlar, yeni liderler” sloganı ile birlikte kullanılan amblem tasarımı, izleyicide, devamlılık, sonsuzluk, devinim, birliktelik, bütünlük gibi alt kavramları çağrıştırmaktadır.



Görsel 11: Studio Imagina, “Türkiye-Polonya Diplomatik İlişkileri 600. Yılı” amblem tasarımı.
<http://www.polonyarehberi.com/diplomatik-iliskilerin-600-yildonumu-kutlamalarinin-ortak-logosu-hazirlandi/>

Genellikle kurumsal yıldönümlerinde, var olmanın sonsuza kadar devamlılığı dilenir. Bu yüzden sonsuzluk sembolü (∞) yıldönümü amblemlerinde oldukça sık kullanılmaktadır. Bu yaklaşım oldukça alışılmış olsa da farklı ve özgün yorumlar da vardır (Görsel-12). “Norveç Ebe-ler Birliği (Den Norske Jordmorforening)’ nin 100. Yıl amblemi”nde sonsuzluk sembolü (∞), yaratıcı bir çözümleme ile hem 100 sayısının “0”ları yerine hem de 1908 ve 2008 sayılarındaki “8” rakamları yerine kullanılmıştır.



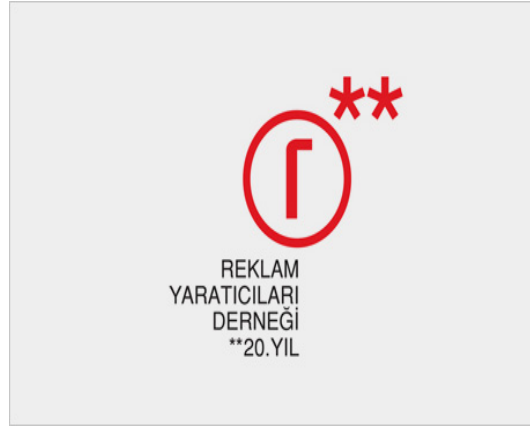
Görsel-12: Norveç Ebeler Birliği’ in 100. yıl amblemi

Fakir firması tarafından firmanın 80. yılı için düzenlenen “Fakir Elektrikli Ev Aletleri 80. Yıl Amblem Tasarımı Yarışması”nda birincilik alan çalışmada ise sonsuzluk sembolü (∞) daha da soyutlaştırılarak kullanılmıştır (Görsel-13). 80 sayısı, devinim, dinamizm, hareketlilik gibi kavramları çağrıştıran bir simgeye dönüştürülmüştür. Artık amblem, rakam ve imge sınırının ince çizgisi üzerinde gidip gelmektedir.



Görsel 13: Erdem Özil, "Fakir 80. yıl amblemi"
<http://www.tasarimyarismalari.com/fakirelektrikli-ev-aletleri-80-yil-logo-tasarimi-yarismasi-sonuclandi/>

Peki hiç rakamları öne çıkarmadan yani onları geri planda kullanarak bir yıldönümü amblemi tasarlanabilir mi? "Reklam Yaratıcıları Derneği (RYD)nin 20. Yılı"nı vurgulamak amacıyla sektördeki profesyonel tasarımcıların katıldığı amblem tasarım yarışmasında birinci olarak seçilen çalışma bu soruyu güzel bir örnekle cevaplamaktadır (Görsel-14). Amblemin çıkış noktası olarak tescilli marka "®" sembolü kullanılmış, ayrıca çift yıldız ** dipnot sembolü yerine kullanılarak 20. Yıl kavramına gönderme yapılmıştır.



Görsel 14: Mete Özkar, "RYD 20. Yıl amblemi"
<http://www.grafikhaber.net/yarisma-haberleri/ryd-20-yil-logo-yarismasi-sonuclandi.html>

Kavramsal yaklaşımlara verilebilecek son örnekte ise "İsviçre CERN Bilim Merkezinin 60. Yıldönümü amblemi"nde "6" ve "0" rakamlarının eğimleri nazikçe birleşerek hızlandırıcı modülünün yapısı yansıtılmaya çalışmıştır. Ayrıca rakamların üst üste binmesi, CERN' in temel değeri olan farklı ülkelerin, mesleklerin ve insanların işbirliğini yansıtmaktadır. Amblemdaki hafif eğim ve perspektif, CERN' in coğrafi planını, dinamizmini ve ileri görüşünü yansıtmak amacıyla kullanılmıştır.



Görsel 15: CERN 60. Yıl amblemi
<http://home.web.cern.ch/cern-people/updates/2013/11/60-years-sleek-and-stylish>

SONUÇ

Yıldönümü amblem tasarımlarında önemli olan çıkış noktasıdır. Çıkış noktası kimi zaman kurum ambleminin kendisi, yıldönümünü ifade eden rakamlar ya da onların formu, bir sembol, işaret, mimari yapı gibi pek çok konu olabilir. Önemli olan çıkış noktasından alınan fikri izleyiciye anlaşılır ve yaratıcı bir görsel dille aktarabilmektir. Çünkü her ne yapıyor olursak olalım eğer izleyici tarafından anlaşılmıyorsa bu bir boşa harcanmış bir çabadır “(Vignelli), 2010”.

Sonuç olarak bu makalede, yıldönümü amblemlerinin yıldönümü kutlama etkinlikleri kapsamında bir halkla ilişkiler aracı olarak kullanıldığından ve tasarımlarında üç temel yaklaşımın varolduğundan bahsedilmiştir. Yıldönümü amblemleri, kurumların, işletmelerin, ticari olsun ya da olmasın çeşitli markaların uzun ömürlülüğünü, köklülüğünü simgeleyen, onların kurulduğu günü anmak için tasarlanan görsel işaretlerdir. Yıldönümü amblemlerinin neyi ifade ettikleri, izleyici ile açık ve net bir iletişim kurmaları, dikkat çekici ve özgün olmaları oldukça önemlidir. Yıldönümü amblemlerinin 1 yıl boyunca çeşitli etkinliklerde ve medya ortamlarında kullanıldığı düşünüldüğünde bu önem daha da artmaktadır. Günümüz zorlu piyasa koşullarında kurumların, işletmelerin ya da markaların rakiplerinden öne çıkabilmeleri için fark yaratmaları gereklidir. Dolayısıyla yıldönümünü ifade eden rakamların üstüne, yanına veya altına kurum ya da marka amblemini yerleştirerek bir yıldönümü amblemi oluşturmak artık oldukça basit ve sıradan bir uygulamadır. Kurum amblemini, denge, uyum ve estetik kaygıları güderek yıldönümünü ifade eden rakamlarla bütünleştirmek, dahası rakamları içeriği ifade edecek şekilde tekrar yorumlamak, onları birer simgeye dönüştürmek daha yaratıcı ve özgün sonuçlara ulaşılmasını sağlayabilir. Çoğu zaman “yıl, yılı” gibi eklere bile ihtiyaç duyulmamalı, ünlü Minimalist Mimar Ludwig Mies van der Rohe’ nun dediği gibi, “Less is more! (Az çoktur!)” düşüncesinden yola çıkarak az görsel elemanla daha çok kavram ifade edebilmenin yolları denenmelidir. Bu yüzden tasarımcı, tasarlayacağı yıldönümü ambleminin kavramsal altyapısından formuna kadar bütün detaylar üzerinde kontrol sahibi olmalıdır. Bunları gerçekleştirilebilir için de yıldönümü amblemi tasarlanacak olan kurum, marka veya olay hakkında görsel ve yazınsal olarak mümkün olduğunca iyi araştırma yapılmalıdır.

KAYNAKÇA

Kitaplar

BECER, Emre (1997). *İletişim ve Grafik Tasarım Dost Yayınları: Ankara.*

DIGNEN, Sheila (2004). *Longman Business English Dictionary Longman: England*

LESLEY, Philip (1983). *Lesley's Public Relations Handbook Prentice Hall , INC.: USA.*

ÖZODAŞIK, Mustafa (2013). *Halkla İlişkiler ve İletişim Anadolu Üniversitesi Yayınlar: Eskişehir.*

UÇAR, Tevfik Fikret (2004). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım İnkilap Yayınevi: İstanbul.*

VIGNELLI, Massimo (2010). *The Vignelli Canon (Çev.Çağlar Okur), Lars Müller: Baden, İsviçre.*

WHEELER, Alina (2012). *Designing Brand Identity (Çev.Çağlar Okur), John Wiley & Sons: Kanada.*

Kaynak İnternet Siteleri

Anadolu Üniversitesi 50. yıldönümü amblemi

http://ftp.anadolu.edu.tr/Pictures/Au_Logolar/

(erişim tarihi: 15 Ekim 2014)

Sinpaş Grubu 35. Yıl amblemi http://www.basimbulteni.com/sirket_logos/sinpas_35yil_logo.jpg

(erişim tarihi: 15 Ekim 2014)

British Council 80. yıl amblemi <http://brand.britishcouncil.org/downloads/logos/80th-anniversary-logo/>

(erişim tarihi: 15 Ekim 2014)

Massimo Vignelli, "Abdi İbrahim 100. Yıl amblemi" <http://www.abdiibrahim.com.tr/en/press-room/press-kit.aspx>

(erişim tarihi: 15 Ekim 2014)

Apple 30. Yıl amblemi

<http://www.apple.com/30-years/>

(erişim tarihi: 15 Ekim 2014)

Turkcell 20. Yıl amblemi

http://medya.turkcell.com.tr/turkcell-20-yasinda-bulten_6067.html

(erişim tarihi: 15 Ekim 2014)

T.C. Ziraat Bankası 150. Yıl amblemi

<http://www.ziraatliyiz.biz/wp-content/uploads/2013/11/10.jpg>

(erişim tarihi: 15 Ekim 2014)

Christopher Scott ICOGRADA 50. Yıl ilanı

<https://christopherscottdesigner.com/2013/04/18/i50grada-by-christopher-scott/>

(erişim tarihi: 15 Ekim 2014)

Omar Vulpinari, "ICOGRADA 50. yıl amblemi"

<http://www.mi-~chelapovoleri.com/>

(erişim tarihi: 15 Ekim 2014)

Studio İmagina, "Türkiye-Polonya Diplomatik İlişkileri 600. Yılı" amblem tasarımı.

<http://www.polonyarehberi.com/diplomatik-iliskilerin-600-yildonumu-kutlamalarinin-ortak-logosu-hazirlandi/>

(erişim tarihi: 15 Ekim 2014)

Den Norske Jordmorforening' in 100. yıl amblemi

(erişim tarihi: 15 Ekim 2014)

Erdem Özil, "Fakir 80. yıl amblemi"

<http://www.tasarimyarismalari.com/fakirelektrikli-ev-aletleri-80-yil-logo-tasarimi-yarismasi-sonuclandi/>

(erişim tarihi: 15 Ekim 2014)

Mete Özkar, "RYD 20. Yıl amblemi"

<http://www.grafikhaber.net/yarisma-haberleri/ryd-20-yil-logo-yarismasi-sonuclandi.html>

(erişim tarihi: 15 Ekim 2014)

CERN 60. Yıl amblemi

<http://home.web.cern.ch/cern-people/updates/2013/11/60-years-sleek-and-stylish>

(erişim tarihi: 15 Ekim 2014)

Studio İmagina, "Eski Dostlar, Yeni Liderler: 600 yıllık Türkiye-Polonya Diplomatik İlişkileri" yıldönümü amblemi

<http://www.polonyarehberi.com/diplomatik-iliskilerin-600-yildonumu-kutlamalarinin-ortak-logosu-hazirlandi/>

(erişim tarihi: 15 Ekim 2014)

<http://notoku.com/dis-halkla-iliskiler-ortam-ve-araclari/>

(erişim tarihi: 15 Ekim 2014)

<http://www.thavan.org.in/uploads/IJRMST01/3.pdf>

(erişim tarihi: 15 Ekim 2014)