Premium e-Journal of Social Sciences

Uluslararası Hakemli Dergi

2022 KASIM

Cilt / 6
Sayı / 24

ISSN: 2687-5640

PREMIUM E-JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

2687-5640

Vol / Cilt: 6
Issue / Sayı: 24

TABLE OF CONTENTS / İÇİNDEKİLER

Ömer GÜNGÖR
KOZMETİKTE ESANSİYEL YAĞLAR
ESSENTIAL OILS IN COSMETICS
s. 409-413

Hakan YILMAZ, Bilal KARA, Medine KODAL, Abdulkadir DALAK & Umut GÜL
İLKOKUL ÖĞRENCİLERİNDE SU KULLANIM BİLİNCİ OLUŞTURMAK ÜZERE TASARLANMIŞ BİR CİHAZ: AKILLI MUSLUK
A DEVICE DESIGNED TO CREATE WATER USE AWARENESS IN PRIMARY SCHOOL STUDENTS: SMART TAP
s. 414-421

Songül KILINÇ ŞAHİN & Kadir BAYSAL
GASTRONOMİ ŞEHRİ GAZİANTEP'İN SOKAK LEZZETLERİNDEN ÖRNEKLER
SAMPLES OF STREET FOODS OF GASTRONOMY CITY GAZIANTEP
s. 422-431

محمد حياني
أثر الإيمان بالقضاء والقدر في بناء التفاؤل ونبذ التشاؤم
THE INFLUENCE OF BELIEVING IN FATE AND DESTINY IN BUILDING OPTIMISM AND REJECTING PESSIMISM
s. 432-444

Mert EREKMEKÇİ
KÜRESELLEŞMENİN GÖLGESİNDE YENİ SİYASET BİÇİMLERİ: KİMLİK SİYASETİNİN GELİŞİMİ
NEW FORMS OF POLITICS IN THE SHADOW OF GLOBALIZATION: THE DEVELOPMENT OF IDENTITY POLITICS
s. 445-456

Erdem ÇAĞLA
SOFYA METRO LOGOSU İLE METRO İSTANBUL LOGOSUNUN İNTİHAL KAPSAMINDA İRDELENMESİ
INVESTIGATION OF THE SOFIA METRO LOGO AND THE METRO ISTANBUL LOGO WITHIN THE SCOPE OF PLAGIARISM
s. 457-467

PREMIUM E-JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

2687-5640

Yıl / Year	: 2022	Makale Geliş / Received	:	29.03.2022	
Cilt / Volume	: 6	Yayınlama / Published	:	30.11.2022	
Sayı / Issue	: 24	Article Type/Makale Türü	:	Araştırma Makalesi / Research Article	
ss / pp	: 457-467			http://dx.doi.org/10.37242/pejoss.4273	

Dr. Öğr. Üyesi Erdem ÇAĞLA
https://orcid.org/0000-0003-4806-8103
İstanbul Gelişim Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü

SOFYA METRO LOGOSU İLE METRO İSTANBUL LOGOSUNUN İNTİHAL KAPSAMINDA İRDELENMESİ

INVESTIGATION OF THE SOFIA METRO LOGO AND THE METRO ISTANBUL LOGO WITHIN THE SCOPE OF PLAGIARISM

ÖZET

Bilgi, iletişim ve teknoloji çağını yaşadığımız günümüzde internet sayesinde iletişimin sınırları ortadan kalkmış dünyanın her yerindeki bilgi ve belgeye erişmek oldukça kolay hale gelmiştir. Grafik tasarım ve reklamcılık sektörü dijital devrim olarak ifade edilen bu gelişmelerden etkilenmiştir. Bu etkilenmenin neticesinde grafik tasarım son 30 yıldır bilgisayar destekli olarak yapılmakta aynı zamanda internetin sunduğu imkanlardan da faydalanılmaktadır. Grafik tasarımcılar neredeyse mesleğini icra ettiği her dakikada bilgisayar ve interneti kullanır hale gelmiştir. Tasarım süreci başlamadan önce tasarımı yapılacak konuyla ilgili internet üzerinden ön araştırma yapılabilmekte, bilgi edinilebilmektedir. Bununla birlikte aynı sektör veya hizmet alanında faaliyet gösteren diğer şirket, kurum ve kuruluşların tarihçesi, görsel kimliği ve kullandıkları tasarım detaylarına birkaç saniye içinde erişilebilmektedir. Bu gelişmeler özgün eser üretmek isteyen ve diğer tasarımlardan farklılaşmak isteyen tasarımcılar için faydalı olduğu kadar kopyalama, taklit ve intihal gerçekleştirilmesinin de önünü açmaktadır. Bu çalışmamızda 2016 yılında yapılan Metro İstanbul logosu ile Bulgaristan'ın Sofya kentindeki metro logosunun taklidi olup olmadığı, intihal durumunun mevcut olup olmadığı incelenmiştir.
Anahtar Kelimeler: Sofya Metrosu, İstanbul Metrosu, Logo Tasarımı, İntihal.

ABSTRACT

Nowadays, when we are living in the age of information, communication, and technology, thanks to the Internet, the boundaries of communication have disappeared, and it has become quite easy to access information and documents all over the world. The graphic design and advertising sectors have been affected by these developments, which are referred to as the digital revolution. As a result of this effect, graphic design has been carried out computer-aided for the last 30 years. Graphic designers have become using computers and the Internet almost every minute that they perform their profession. Before the design process starts, preliminary research can be done on the subject to be designed via the Internet and information can be obtained. However, the history, visual identity, and design details of other companies, institutions, and organizations operating in the same sector or service area can be accessed within a few seconds. These developments are very useful for designers who want to produce original works and want to differentiate themselves from other designs, as well as pave the way for copying, imitation, and plagiarism to be realized. In this study, it was examined whether the Metro Istanbul logo made in 2016 is an imitation of the metro logo in Sofia, Bulgaria and whether there is a plagiarism situation.
Keywords: Sofia Metro, Istanbul Metro, Logo Design, Plagiarism.

1. GİRİŞ

> "*Grafik Tasarım; bir kaynaktan, karşı tarafa iletilmek istenilen bir mesajın, yapılan araştırmalar sonrasında geliştirilen yaratıcı bir konsept çerçevesinde, anlamlı, zekice göndermeler ve tasarım ilkelerine uygun biçimde bir araya getirilen görseller aracılığı aktarılmasıdır. En yalın tanımıyla grafik tasarım; bir mesaj verme sanatıdır*." (Ertan ve Sansarcı, 2017:132).

> "*Serbest piyasa ekonomisinin her geçen gün biraz daha şiddetlendirdiği rekabet ortamında; tanıtım ve reklam süreçlerinin bir sonucu olan grafik tasarım ürünleri, organizasyonlar için en temel ihtiyaçların başında gelmektedir. Bir tasarım ne kadar çekici olursa olsun, verilmesi istenen mesajı iletemiyorsa hiçbir değer taşımaz*." (Kınık, 2015:305).

Globalleşen dünyamızda yaşanan ekonomik ve sosyokültürel değişimler teknolojinin çok hızlı ve yaygın bir şekilde yükselmesini sağlamış grafik tasarım ürünlerine olan talebin diğer alanlarda olduğu gibi artmasını sağlamıştır. Logo, grafik tasarım ürünlerinin başında gelmektedir. Tüm grafik tasarım elemanlarında olduğu gibi logo tasarımı da yaratıcı fikirden beslenmeli, hedef kitleye vermek istediği mesajı başarılı şekilde iletmelidir. Yaratıcılıktan anlaşılması gereken özgün, tek, yegane, biricik olma özelliğidir. Bu özellikler gözetilerek tasarımın meydana getirilmesidir. Şimdiki intihaller yüksek lisans-doktora-mezuniyet tezleri, makaleler, araştırma metinleri ve kitaplarda olduğu gibi grafik tasarım çalışmalarında da yapılmaktadır. Yazılı eserlerde yapılan intihal yazarın zihninin bireyselliğinden ortaya çıkan metinlerin kopyalanarak kendine mâl etme olarak tanımlanmaktadır. Grafik tasarım alanında intihal ise tıpkı bir yazarın fikir ve emeğinin kopyalanmasında olduğu gibi grafikerin tasarımı üretirken yaratıcılık gücüyle yaptığı çizim ve bilinçli seçimlerin sonucunda ortaya çıkan görselin kopyalanması, kendininmiş gibi gösterilmesidir.

İstanbul gibi son derece köklü geçmişe sahip, nüfusu 20 milyona yaklaşan bir dünya metropolünde raylı sistem metro hizmetini görsel olarak temsil edecek logo tasarımında intihal olduğu iddiası tasarımı onaylayan kurum yöneticilerinin verdiği kararların tasarım etiği ve ilkeleri ile bağdaşmadığı endişesinin oluşmasına sebep olmaktadır.

2. LOGO TASARIMI

> "*Logo, bir kurumun kimliğini en etkili biçimde yansıtabilen grafik tasarım materyalidir. Bu nedenle kurumun performansı, başarısı ve bunlarla ilişkili olarak sektördeki varlığının sürekliliği konularında logo tasarımının başarısı ve niteliği büyük önem taşımaktadır. Tüketici, söz konusu ürünü, hizmeti ya da kurumu, logo tasarımı ile fark edecek, tanıyacak ve tercih edecek olduğundan, logo tasarımı, hedef kitle ile görsel iletişimin ilk olarak kurulmasını sağlayan grafik tasarım materyalidir. Kişiler arası iletişimde ilk intiba ne denli önemli ise görsel iletişim kategorisinde hedef kitle ile söz konusu kurumun logosunun görülmesi sonucunda kurulacak olan iletişim de bu denli önem taşımaktadır. Hedef kitlenin ilk izlenimleri, düşünceleri ve görüşleri; ürün, hizmet ya da kurumun logo tasarımı ile iletişime geçtiği zaman oluşacaktır*." (Ertan ve Sansarcı, 2017:156).

> "*Logo anlamı konuşma ve mantık olan Latince "Logos" kelimesinden gelmektedir. Logo, okur-yazar bir topluluğa hitap ettiği için amblem ve diğer sembollerden daha sonra ortaya çıkmıştır. İki yada daha çok tipografik karakterin bir araya gelmesi ile oluşturulan ve bir mal, kuruluş ya da hizmeti tanıtan marka veya amblem özelliği taşıyan sembollerdir. Her logo dizaynı tipografik bir tecrübedir. Var olan veya yeni tipografik karakterlerden faydalanılan hem sözel, hem de görsel mesajlar veren logolar içerdikleri sembol düzeni ile evrensel bir iletişim diline dönüşürler*." (Becer, 2002: 195).

Logo tüketici ile doğrudan ilk iletişimi kuran görsel iletişim aracıdır. Kurum hakkında tüketici nezdinde oluşacak ilk izlenim de aslında logonun görülmesiyle gerçekleşmektedir. Logo, ürünü, hizmeti ya da kurumu diğerlerinden ayıran bir tasarımdır. Tüketici, logo sayesinde şirketi, hizmeti veya kurumu rakiplerden ayırabilecek veya birbirleriyle karıştırabilecektir. Bir logoda taklit, kopya veya intihale rastlanması durumunda logoyu kullanan kurumun ya da şirketin itibarı hedef kitle nezdinde zedelenmektedir. Sektörel ve hukuki anlamda çok sayıda eleştirilerin yapılmasına neden olmaktadır. Bu yüzden özellikle köklü kuruluşlar görsel tasarımcılardan veya reklamcılık faaliyetlerini gerçekleştiren ajanslardan logo tasarımı hizmeti alırken titiz davranmalı ortaya çıkan logonun onaylanması ve kullanılması aşamasında hassasiyet göstermelidirler.

3. İNTİHAL ve ESİNLENME

İnternet üzerinden yapılan intihaller, yine internet üzerinden tespit edilebilmektedir. Yine bu çerçevede sanat yarışmaları ve sanatsal çalışmalara olan talep, bu alandaki çalışmaların artmasına yol açmıştır. Hızla yaygınlaşan teknolojik gelişmeler ve rekabet, sıklıkla esinlenme, intihal ve etik sorunları beraberinde getirmiştir. Günümüzde intihal araştırma, tez, makale vb. yazılı alanlarda olduğu gibi sanat alanında da karşımıza çıkmaktadır. Yaygınlaşan internetle birlikte sanatsal alanda da intihal yapmak normal bir eylem gibi gösterilemeye çalışılarak, bu durumun aslında intihal değil esinlenme olduğu öne sürülmektedir. Dünyanın her yerinde özgün eserler yerine esinlenme adı altında başkasından aşırılmış eserler ve bunları kabullenen sanatçılar kendini göstermeye başlamıştır. Buna bağlı olarak eserlerinde intihal yaptığı ortaya çıkan kişiler, para cezası, verilen ödülün kuruma geri iadesi gibi maddi ve manevi çeşitli yaptırımlarla karşılaşmaktadır (Sezer, 2019).

İntihal Türk Dil Kurumu (TDK) tarafından "aşırma" olarak, aşırma ise "Başkalarının yazılarından bölümler, dizeler alıp kendisininmiş gibi gösterme veya başkalarının konularını benimseyip değişik bir biçimde anlatma, intihal." olarak tanımlanmaktadır (TDK, t.y.). Öte yandan intihal; başka bir kimseye ait olan bilgi, fikir ve görüşlerin, gerekli hiçbir atıf yapılmadan sanki kendisi tarafından ortaya çıkarıldığı ve yazıldığı intibaını vermek, fikir ve bilgi aşırılması başka bir deyişle intihal anlamına gelir (URL1). İntihal-aşırma-(plagiarism) başkalarının fikirlerini, verilerini ve yazılarını sahiplerine atıf yapmadan, kendisininmiş gibi kullanmaktır. İntihal çeşitli şekillerde karşımıza çıkabilir. Tüm yazının tamamen kopyalanması, yazının genel içeriği aynı kalarak bazı kelime ve cümlelerde değişiklik yapılması, hatalı kaynak gösterilmesi gibi çeşitli şekillerde intihalin söz konusu olması muhtemeldir (URL2).

Bir eseri kısmen veya tamamen, doğrudan veya dolaylı yansıtan her alıntı intihal olarak tanımlanmaktadır.

> "*İntihal; aşırma, başkalarının yazılarından bölümler, şiirlerinden dizeler alıp kendininmiş gibi gösterme, başkalarının konularını benimseyip değişik biçimde anlatma, bir yazıda başka bir yazıdan konu ya da biçim alma, başkalarının yapıtlarını kaynak göstermeden kullanma, hırsızlık, mevcut bir kaynaktaki fikri veya ürünü yeni ve orijinal gibi gösterme yani intihal, bir çeşit hile, dolandırıcılık ve/veya sahtekarlık olarak düşünülebilir. Başkalarının yapıtlarını çalma ve daha sonra bununla ilgili yalan söyleme eylemlerini içerir*." (Kınık, 2015:308).

Tekinalp ise intihali "Sahibinin adını hiç zikretmeden bir, eseri kısmen veya tamamen, doğrudan veya dolaylı yansıtan her alıntı." olarak tanımlamaktadır (Tekinalp, 2005:12 aktaran Kınık, 2015:308).

Esinlenme ise kısaca ilham almaktır. Esinlenmek sureti ile eser yaratmak mümkündür (URL3).

> "*Eserin bağımsız bir fikrî çalışma ürünü olması, kendisinden önce yaratılan diğer eserlerden istifade edilemeyeceği anlamına gelmez. Ancak bu istifade başkasının eserini gaspa veya intihale sebebiyet verecek ölçüde olmamalıdır. Fikrî hukuk şahsın kendisinden hiçbir şey katmadan veya az çok bir zihnî çaba göstermeden başkasının eserine sahip çıkılmasını yasaklar. Yoksa tabiidir ki önceden açıklanarak toplumun kültürüne mal olmuş eserlerden, fikir ve idelerden istifade edilecektir. Önemli olan bu istifadenin yanı sıra, eser sahibine atfedilebilecek "Az çok bağımsız bir fikrî emeğin " bulunup bulunmamasıdır*." (Erel, 1998: 34, Aktaran Eliri, 2009:25).

> "*Bir eser ne kadar özgün olursa olsun, az ya da çok daha önceki eserlerden faydalanılmak suretiyle meydana getirilir. Ancak her eserin kendinden önceki eserlere bağlılık derecesi birbirinden farklıdır. Bu bağlılık esinlenme derecesinde kalmışsa sonraki eser müstakil, yani orijinal bir eser kabul edilir. Bir eser başka bir esere nispetle müstakil bir mahiyet arz etmiyorsa o zaman ya işlenme eser ya da intihal söz konusudur. Müstakil eser, şekil ve içerik itibariyle bir bütünlük teşkil eden, kendine has özellikleri bulunan fikri üründür*." (Suluk, 2004:61).

Sanatın gelişmesi ve sanat eserlerinin çeşitlenmesi şüphesiz yeni sanatçıların kendilerinden önce eser üretmiş sanatçılardan esinlenmesiyle gerçekleşmektedir. Burada esinlenmenin sınırlarını iyi bilmekte fayda vardır. Sanatçı veya tasarımcı ürettiği esere kendisinden biçemsel bir üslup katıp diğer eserlerden ayrılma çabası içine girip farklılaşmaya çalışmışsa esinlenme söz konusudur.

Esinlenilmiş çalışmalarda kendinden öncekini andırma durumu olabilir. Bazı çalışmalardaki benzerlik esinlenme kapsamında kalırken bazılarında ise esinlenmenin ötesine geçen yani intihal ve iltibas

mevzubahistir. Görsel eserlerin esinlenme sınırları içinde mi olduğu yoksa aşırma (intihal) mi olduğunu tespit edebilecek bir yazılım bulunmamaktadır. İlgili değerlendirme sanat eğitimi almış tecrübeli kişilerce objektif kriterlere göre olaya özgü olarak yapılmaktadır.

4. SOFYA METRO LOGOSU İLE METRO İSTANBUL LOGOSUNUN KIYASLANMASI, GRAFİK TASARIMDA İNTİHAL İNCELEMESİ

İstanbullular 2016 yılının mayıs ayında belediye tarafından herhangi bir resmi açıklama yapılmadan yıllardır kullanılan metro logosunun aşağıdaki şekilde değiştirildiğini görmüşlerdir. Bu durum grafik tasarım, görsel sanatlar ve reklamcılık camiası tarafından tepkiyle karşılanmış konuyla ilgili kamuoyuna haberler yansımıştır.



Resim 1: 2016 Yılında Yaptırılan Metro İstanbul Logosu, **Kaynak:** URL4

Grafik tasarımcılık mesleği yüksek dikkat, yaratıcılık ve görsel hafıza gerektirmektedir. Yukarıda yer alan "Metro İstanbul" ibareli logo İBB'nin Metro İstanbul Anonim Şirketi tarafından kullanılmaya başlandıktan sonra Türk grafik tasarımcılar logonun Sofya Metro logosundan alındığını ortaya çıkarmışlar ve sosyal medya üzerinde duruma tepki göstermişlerdir.



Resim 2: Metro İstanbul Logosuna Sosyal Medya Üzerinden Gösterilen Tepki, **Kaynak:** URL5, URL6

Grafik Tasarımcı Murat Gökçe kişisel web sitesinden konuyu şu ifadelerle eleştirmiştir (URL7):

> *"Son yıllarda tasarım trendi haline gelen 'flat design' akımı özellikle büyük şirketlerin logo tasarımlarını etkilemeye devam ediyor. En son gözüme çarpan yenilenme İstanbul metrosunda oldu. Bu tür güncellemelerden sonra genelde bir önceki haliyle kıyaslanmalar olur ve aradaki fark tatmin eder veya etmez. Bu yeni tasarımda da önceki haline nazaran flat çizgiler tatminkar edici görünüyor. Daha yenilikçi bir tasarıma bürünmeye çalışan İstanbul metrosu belki gerçekten sade ve güzel bir logo. Fakat bu tasarımı yapanların ve yaptıranların daha geniş bir bakış açısıyla yaklaşmaları beklenir. En azından yarım saat ayırıp kısa bir research yapılsaydı aynı logonun çok küçük farklarla Bulgaristan'da Sofia metrosunun kullandığı net bir şekilde görülebilirdi. Belki bu konuda asıl tartışılması gereken bu logoyu kopyalayan değil, onay verenler olmalı. Çünkü yıllarca bir şehrin belediye başkanlığını yapan kişinin Bulgaristan'a resmi ziyaretlere vb. durumlar için gidip görmüş olması çok büyük bir ihtimal.*
>
> *Yukarıdaki görselde her iki logonun kullanıcı nezdinde bir birinin aynısı olduğu çok aşikar. Aradaki renk farkı ve aşağı tarafı gösteren alttaki okun bitiş açıları ne yazık ki işi kurtaracak nitelikte değil. Sofia Metrosu'nun logosu İstanbul Metrosu'nun logosu ile aynı diyebilmek*

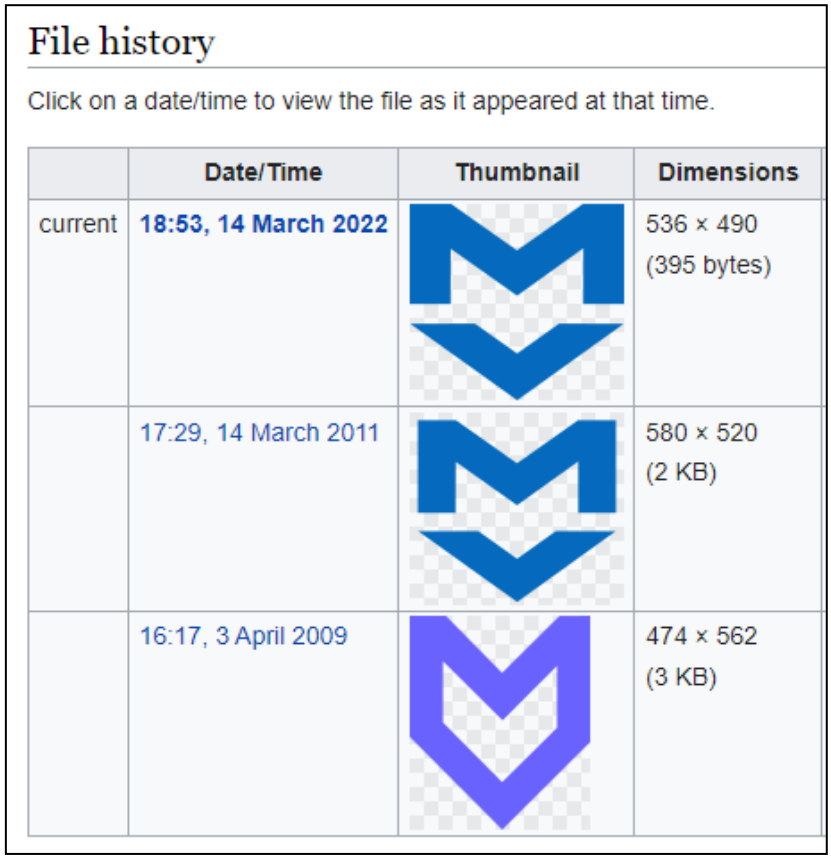
yetmiyor, neredeyse tıpatıp aynı dememek elde değil. Yine bir başka şirket EstampaVision ise şu logoya sahip olduğunu internette kısa bir araştırma ile gördüm:

Kısa bir araştırma sonucunda anlıyoruz ki bir işe başlamadan önce kafayı biraz kaldırmak gerekiyor. Kimler neler yapmış diye bir merakta olmak yada logo kullanıma başladıktan sonra meraklıların araştırmaları sonucundaki çıkacak eleştirilere aldırış etmeden boşvermek!"

ABC gazetesinden Ali Rıza Özkan da konuyu köşesine taşıyan yazarlardan biri olmuş, 30 Ağustos 2018 tarihinde söz konusu logo değişimiyle ilgili "İstanbul metrosunun logosu kaç para?" konulu haber yayınlamıştır. Haberde Faruk Çağla'nın tasarladığı özgün metro logosunun değiştirilmesinin tepki topladığı belirtilmiş yeni yaptırılan logo Bulgaristan Sofya metro logosunun kopyası olduğu için kamu kaynaklarının verimli kullanılmadığı noktasında eleştirilerin geldiğini ifade etmiştir (URL8).

Her ne kadar 2016 yılında yeni logonun tasarlanması görsel sanatlar dünyası tarafından tepkiyle karşılansa ve Sofya Metro logosunun eski olduğu bilinse de kıyaslamaya geçmeden evvel Sofya Metro logosunun hangi tarihten beri kullanıldığının incelenmesinde yarar vardır.

Wikimedia'da yer alan bilgilere göre 2009 yılında "M" harfi ile altında yer alan okun birleşik olduğu logonun kullanıldığı, 2011 yılından itibaren ise logoda bazı küçük revizyonlar yapıldığı, "M" harfi ve okun genişletildiği, ok ile "M" harfinin arasının açıldığı ve logonun mora yakın olan renginin maviyle değiştirildiği, bu haliyle günümüzde kullanılmaya devam ettiği anlaşılmaktadır.



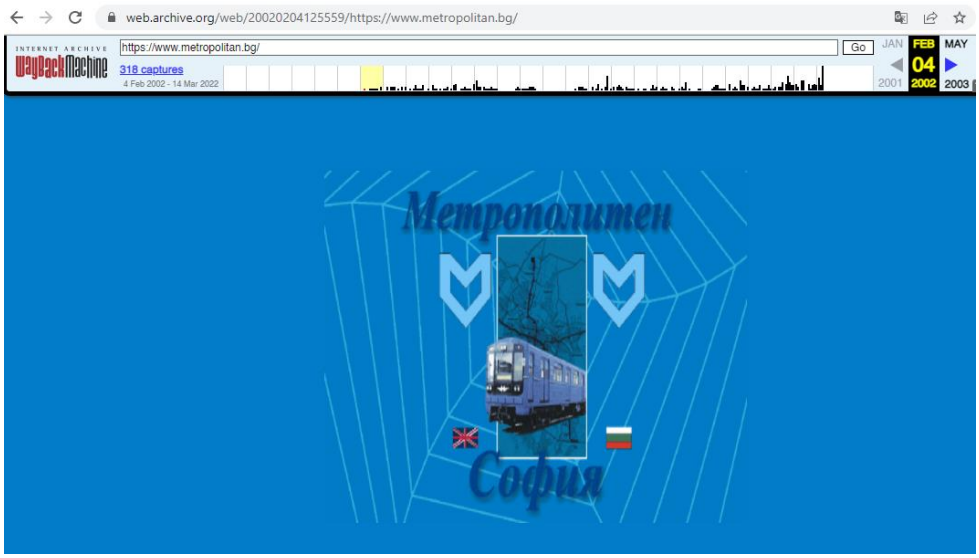
File history

Click on a date/time to view the file as it appeared at that time.

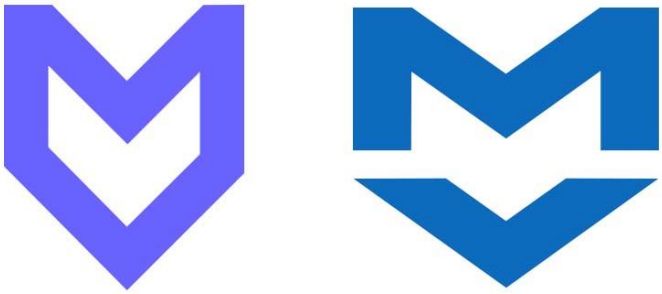
	Date/Time	Thumbnail	Dimensions
current	18:53, 14 March 2022		536 × 490 (395 bytes)
	17:29, 14 March 2011		580 × 520 (2 KB)
	16:17, 3 April 2009		474 × 562 (3 KB)

Resim 3: Wikimedia Sofya Metro Logosu Geçmişi, **Kaynak:** URL9

Sofya Metrosu ilk olarak 28 Ocak 1998 tarihinde hizmete girmiştir (URL10). O dönemde hangi logonun kullanıldığını internet arşiv kayıtlarından araştırdığımızda "M" harfi ve ok figürünün birleşik olduğu Resim 3'te altta görülen logonun kullanıldığı aşağıdaki görselden anlaşılmaktadır.



Resim 4: Sofya Metrosu Web Sitesinin 2002 Yılına Ait Görüntüsü, **Kaynak:** URL11

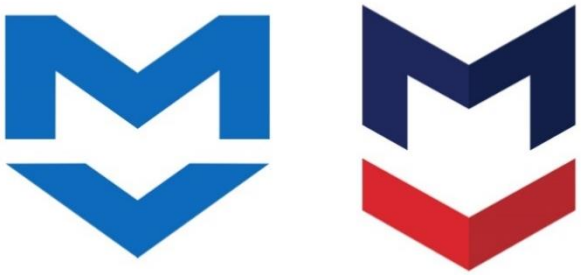


Resim 5: Sofya Metrosu'nun Eski ve Yeni Logosu, **Kaynak:** Erdem Çağla arşivi.



Resim 6: Sofya Metrosu'nun Eski ve Yeni Logosunun Kesişim Noktaları, **Kaynak:** Erdem Çağla arşivi.

Sofya Metrosu'nun 2000'li yılların başından 2011 yılına kadar geçen sürede kullandığı logosu ile 2011 yılında revize edilmiş yukarıda görülen logolarını incelediğimizde tasarımdaki ana fikrin ve özgünlük unsurunun değişmediği görülmektedir. Sadece yeni logoda beyaz zeminde pozitif şekilde yer alan M harfinin genişletildiği ve ok ile bağlantısının kesildiği izlenmiştir. M harfi ve aşağıyı gösteren ok fikri logoda muhafaza edilmiş yalnızca tasarım modernize edilmiştir. "Tasarım incelenirken tek tek parçalarına bakılmaz, tasarımın genel görünümünü incelenir. Ayırt edici niteliğin değerlendirilmesinde, tasarımcının tasarımı geliştirmede sahip olduğu seçenek özgürlüğünün derecesi dikkate alınır. Ayırt ediciliğin tespitinde temel kıstas genel izlenimden farklılık kıstasıdır. Yani kıyaslanan tasarımlar arasında genel izlenimde farklılık varsa tasarımın ayırt edici nitelikte olduğu kabul edilebilecektir. O halde bir tasarımın ayırt edici nitelik taşıyıp taşımadığı onun başka bir tasarım ile karşılaştırılması ile elde edilir" (Erdil, 2018:156). Dolayısıyla Sofya Metrosu'nun eski ve yeni logosu genel görünüm itibariyle aynı olarak algılanmaktadır sadece küçük tasarım dokunuşlarıyla daha çağdaş hale getirilmiştir.



Resim 7: Sofya Metro Logosu ve Metro İstanbul Logosu, **Kaynak:** Erdem Çağla arşivi.



Resim 8: Sofya Metro Logosu ve Metro İstanbul Logosunun Kesişim Noktaları, **Kaynak:** Erdem Çağla arşivi.

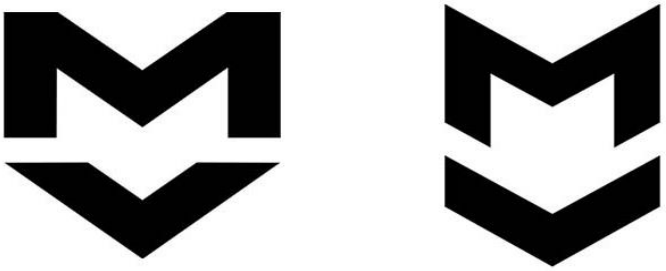
Sofya Metro logosunu oluşturan ana fikir pozitif alanda konumlanmış majüskül "M" harfi ve altında harfe uygun şekilde yerleştirilmiş aşağı gösteren ok figürüdür. 2016 yılında yapılan Metro İstanbul logosunu görsel olarak değerlendirdiğimizde Sofya Metro logosundaki ana fikrin birebir olarak alındığı görülmektedir.

Sofya Metro logosundaki bütün görsel unsurlar mavi renkten oluşmaktayken Metro İstanbul logosundaki M harfinin lacivert, okun ise kırmızı olduğu izlenmektedir. Öte yandan Metro İstanbul'daki M harfi ve devamındaki ok figürü Sofya'dan daha geniştir. Ek olarak Sofya logosunda M'nin ayakları oka paralel şekilde düz kesilmişken Metro İstanbul'da M'nin ayakları ve devamındaki ok verev kesilmiştir. Böylelikle M harfinin ayakları keskin şekilde bitmektedir. M harfinin başlangıç kısmı Sofya'da köşeliyken Metro İstanbul'da sivri şekilde tasarlanmıştır. Tasarımın uygulanmasındaki tüm farklılıklar tasarımın ana fikrini değiştirmeyen küçük detaylar olarak karşımıza çıkmaktadır. Zira her iki logo arasında bilgilenmiş kullanıcı üzerinde yarattığı genel izlenimde belirgin farklılıklar bulunmamakta dolayısıyla benzer olarak algılanmaktadır.

Tasarımcının tasarımı gerçekleştirirken sonsuz seçenek özgürlüğüne sahip olduğunu dikkate alarak yapılan incelemede esinlenmenin ötesinde bir kullanım söz konusu olup Metro İstanbul logosu Sofya Metro logosundan gerek görsel olarak gerekse fikir olarak birebir şekilde intihal edilmiştir.

Metro İstanbul logosunu tasarlayan ya da kopya eden grafik tasarımcının Sofya Metro logosundan farklılaşmak yerine yaptığı logoyu benzetmeye çalıştığını söylemek mümkündür.

Her iki logo renk detaylarından arındırılıp sadece leke olarak yüzeyde bırakıldığında benzerliğin daha belirgin olduğu aşağıdaki görselden anlaşılmaktadır.



Resim 9: Sofya Metro Logosu ve Metro İstanbul Logosunun Renk Detayından Arındırılmış Hali, **Kaynak:** Erdem Çağla arşivi.

Aşağıda yer alan görsellerde Sofya Metro logosunun mavi tonu intihalin gerçekleştiği Metro İstanbul logosuna tarafımızdan uygulanmış, Metro İstanbul Logosunun renkleri ise Sofya Metro Logosuna uygulanmıştır. Böylelikle benzerlik daha net şekilde anlaşılmaktadır.



Resim 10: Sofya Metro Logosu ve Metro İstanbul Logosunda Renklerin Değiştirilmiş Hali,
Kaynak: Erdem Çağla arşivi.

Mustafa KINIK tasarım alanında yapılan intihalleri şu şekilde sınıflamıştır;

a) Başkasının fikir, tasarım veya çalışmasını bire bir alarak kendisininmiş gibi göstermek, reklam verene teslim etmek ya da yayınlamak.

b) Basılı yada sayısal bir kaynaktan çalışmanın büyük bir bölümünü hiç değişiklik yapmadan kopyalamak.

c) Birden fazla kaynaktan kopyalanan çalışmalarla biraz oynayarak birbirleriyle uyumlu olmasını sağlamak, ancak orijinal kurgunun çoğunu aynen kullanmak.

d) Kaynağın içeriğini koruyarak görünümünü biraz değiştirmek.

e) Orijinal tasarım ortaya koyabilmek için çalışmak yerine çalışmanın çoğunu başka kaynaklardan alarak yorumlamak ve bunları birbirine uydurmaya çalışmak.

f) Özgün bir çalışma yapmak yerine önceden yapılan kendi çalışmalarımızdan aynen almak (Kınık, 2015:309).

Sofya Metro logosundan intihal gerçekleştirilerek tasarlanan ya da aşırılan Metro İstanbul logosu Kınık'ın yukarıdaki sınıflandırmasından "a" ve "d" maddesine dahil olmaktadır.

Metro logosu tasarımı yaparken mecburen "M" harfi kullanılması gerektiği bu sebeple tasarımcının kısıtlı bir alanı olduğu, bütün "M" logolarının birbirine benzemesinin normal olduğu görüşünü savunanlar da mevcuttur. Bu konuda Bloomberg CityLab'de yayınlanmış "M harfi tasarlamanın 77 yolu" başlıklı yazı açıklayıcı olacaktır. İlgili yazıda M harfinin yalnızca 4 çizgiden oluşmasına rağmen seçilen 77 "M" logosunun da birbirinden farklı olduğu ifade edilmektedir. Gerçekten de dünyanın çeşitli şehirlerindeki grafik tasarımcılar "M" logolarını taslarken bir başka şehre ait metro logosuna benzememek, onlardan ayrılmak için grafik sanatının bütün inceliklerini konuşturmuşlardır.



Resim 11: 77 Adet Farklı M Logosu, **Kaynak:** URL12

Dünyanın farklı bölgelerindeki farklı kişilerin akıllarına aynı fikirlerin geldiği durumlarla da karşılaşılmaktadır.

> "*Farklı kişilerin farklı ya da aynı zamanlarda, aynı düşünceyle ve hemen hemen aynı konulu fikirsel ve sanatsal bir eser meydana getirmeleri, fikir örtüşmesi olarak tanımlanabilir. Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere; fikir örtüşmesi, yasalar uyarınca suç teşkil etmemektedir. Fikir örtüşmesinin edebiyat eserleri içinde yer alan şiir kapsamındaki durumuna "tevârüd" denilmektedir*." (Yetik, 2005:375, Aktaran; Ceritoğlu,2008:86).

Metro İstanbul logosunda kullanılan "M" harfi ve ok kombinasyonu dünyanın ücra bir köşesinde ulaşım hizmetinden farklı bir iş koluna ait logodan alınmamıştır. Sınır komşumuz olan ülkenin Metro logosundan aşırılmıştır. Dolayısıyla makale konumuz olan intihalde, fikir örtüşmesinden, tesadüften ve esinlenmeden hiçbir şekilde bahsedilemez, bile bile intihal gerçekleştirildiği son derece açıktır.

5. SONUÇ

Grafik tasarımcıların oluşturdukları veya tasarladıkları grafik tasarım ürünleri hukukumuzda birden çok şekilde koruma altına alınabilmektedir. Örneğin grafik tasarımcının elinden çıkan özgün bir logo tasarımı 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu m.4/6 kapsamında hem grafik eser olarak hem de 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu kapsamında marka ve tasarım tescili olarak korunabilmektedir. Bir tasarımın eser olarak korunması FSEK kapsamında aranan hususiyet ve estetik değer taşıma vasıflarının yerine gelmesiyle mümkündür. Marka olarak tescil edilmesi içinse rakiplerinden farklılaşma, ayrışma şartı mevcuttur. Tasarım korumasından yararlanmak için yenilik şartı bulunmaktadır.

Makale konumuz olan ve 2016 yılında hangi ajansın ne kadar ücret karşılığında tasarladığını bilmediğimiz Metro İstanbul logosu aşırma olduğundan eser olarak korunması mümkün değildir. Sofya metro logosundan farklılaşmaya çalışmamakta aksine intihal yaparak benzemeye çalışmaktadır. Bu durum bir takım etik ve hukuk sorunlarını beraberinde getirmektedir.

Cahit Suluk da intihal oluşturan çalışmaların hukuki yaptırımlar doğuracağını ifade etmektedir "Taklit veya intihal biçiminde meydana getirilen çalışmalar, sübjektif şart kabul edilen sahibinin hususiyetini taşımadığı için eser olarak korunmayacak, aksine birtakım hukuki ve cezai yaptırımlar ile karşılaşacaktır." (Suluk, 2004:61).

Makalemiz içinde yaptığımız değerlendirmelere göre Metro İstanbul logosu kendisinden yaklaşık 20 yıl önce yapılan Sofya Metro logosundan aşırılmıştır. Bu durum İstanbul kentinin görsel kimliğini olumsuz etkileyeceği kadar İstanbul'un marka değerine ciddi zararlar verecektir. Örneğin; Sofya ve İstanbul arasında seyahat eden kişilerin veya turistlerin Metro İstanbul logosunun Sofya Metro logosuyla aynı olduğunu görüp ülkemizde özgün grafik eser tasarlayacak tasarımcı yetişmediğini, logo tasarımına, görsel sanatlara gereken ilginin, önemin ve değerin verilmediği izlenimine kapılması muhtemeldir. Bu durum başta İstanbul, devamında ülkemiz için prestij kaybına sebebiyet verecektir.

İntihal aynı zamanda suç kapsamındadır. İntihal eylemi 5846 S. FSEK yasasının m.71 kapsamında ceza davalarına konu olmaktadır. Makale konumuz olan intihale dönecek olursak Sofya Metro'sunun grafik eser niteliğindeki logo tasarımı Metro İstanbul A.Ş. adlı İstanbul Büyükşehir Belediyesi'ne bağlı şirket logosu üzerinde 2016 yılından beri her gün milyonlarca insanın göreceği şekilde istasyonlarda, dijital ve basılı medyada kullanılmaya devam etmektedir.

Logoyu grafik eser koruması altında değerlendirirsek Sofya Belediyesi İstanbul Büyükşehir Belediyesi'ne karşı telif hakkı ihlalinden kaynaklanan maddi – manevi tazminat davası açabileceği gibi esere tecavüzün engellenmesini (men) ve ref'ini (kaldırılmasını) mahkeme yoluyla isteyebilir. Bu durumda binlerce tabela ve yönlendirme levhası, kurumsal evrak değişeceğinden belediyeye tazminat haricinde maddi bir yük de getirmektedir. Logonun kopya ve aşırma olduğuyla ilgili kamuoyunda haberler çıkmasına rağmen kullanılmaya devam etmesi gerçekleşmesi olası zararın artmasına sebep olabilecektir.

Öte yandan kopya olan Metro İstanbul logosu, adı bilinmeyen bir ajans tarafından yapılmış ve belediyeye fatura edilmiştir. Bu durumda kopya ve intihal teşkil eden logo karşılığında belediyeden ücret alındığı gerçeği ortaya çıkmaktadır. Bu bir varsayım olmayıp tarafımızdan CİMER kanalıyla 07.09.2018 tarihinde 1801657685 başvuru numarasıyla belediyeden konuyla ilgili şu ifadelerle resmi kanaldan bilgi istenmiştir.

> *"Sayın Yetkili, 21 Mayıs 2016 tarihinde İstanbul Ulaşım AŞ.'nin ünvanının "Metro İstanbul AŞ." olarak değiştirilmesi nedeniyle yaptırılan ve o tarihten beri basın-yayın ve reklamlarda aktif olarak kullanılan ekteki logonun hangi kişi/kurum veya şirkete ne kadar ücret karşılığında yaptırıldığı hususunun 4982 sayılı Bilgi Edinme Hakkı Kanunu kapsamında tarafıma bildirilmesini saygılarımla talep ederim."*

Gelen cevap ise şu şekildedir:

> "*Bilgi Edinme Hakkı Kanunu'nun 23. maddesi uyarınca, kanunlarda ticari sır olarak nitelenen bilgi veya belgeler ile kurum ve kuruluşlar tarafından gerçek veya tüzel kişilerden gizli kalması kaydıyla sağlanan ticari ve mali bilgiler, bu kanun kapsamı dışındadır. Konu ile ilgili gerekli açıklamalar web adresimizden yayınlanmaktadır. İlginize teşekkür eder, iyi günler dileriz*."

Belediyenin bu yanıtıyla kamuya mâl olmuş her gün milyonlarca insanın gördüğü aktif olarak tüm mecralarda kullanılan bir logonun tasarımcısını ve ödenen ücret bilgisini kamuya paylaşmadığı görülmektedir.

İntihal içeren bir logo tasarımı aynı zamanda kusurlu bir hizmettir. Taklit, kopya, intihal logo tasarımı Türk Ticaret Kanunu kapsamında ayıplı mal statüsündedir. Ayıplı bir mal/hizmete ücret ödenmesi de kamu zararı yaratmaktadır.

İstanbul Büyükşehir Belediyesi gibi köklü bir tarihe sahip kuruma bağlı olarak Metro hizmeti veren, her gün milyonlarca insanın ulaşımını sağladığı Metro İstanbul şirketini temsil edecek yeni bir logo tasarımı yaparken görsel iletişim kurallarına göre daha makul ve tutarlı kararlar verilmesi beklenirken intihal barındıran logo tasarlatılması, durum ortaya çıktıktan sonra da kullanılmaya devam edilmesi grafik tasarıma gereken önem ve değerin verilmediğini göstermektedir.

Ülkemizde özellikle logo ve amblem tasarımı alanında uzmanlaşmış çok sayıda grafik tasarımcı ve akademisyenin var olduğu düşünüldüğünde kurumun logo tasarımı konusunda verdiği onay ve kullanıma devam etme kararı ülkemiz grafik tasarım camiası mensuplarının yok sayıldığı anlamına gelmektedir.

Her gün milyonlarca insan tarafından görülecek, bu kadar geniş hedef kitleye hitap edecek yüksek önem düzeyine sahip bir logo için özgün tasarım yapılması gerekirken kopya tasarımın onaylanıp kullanılması kurumun büyüklüğüyle aynı zamanda profesyonelliğiyle bağdaşmayan bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Makalemiz içinde yaptığımız araştırma, inceleme ve değerlendirmeler neticesinde 2016 yılında yapılan İstanbulluların hemen her gün gördüğü Metro İstanbul logosunun 2002 yılından beri kullanılan Bulgaristan Sofya Metro logosundan aşırma (intihal) olduğu, grafik tasarım ilkeleri ve etikle bağdaşmayan bu davranışın hukuk nezdinde yaptırımları olabileceği, anılan sebeplerle kopya olan Metro İstanbul logosunun kullanımına son verilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır.

KAYNAKÇA

Becer, E. (2002). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitabevi.

Ceritoğlu, F. (2008), *Fikir ve Sanat Eserleri Hukukunda İntihal ve Esinlenme*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.

Eliri, İ. (2009). *Güzel Sanat Eserlerinde Fikri Mülkiyet Hakları Ve Uygulamaları.* Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya

Ertan, G. ve Sansarcı E. (2017). *Görsel Sanatlarda Anlam ve Algı*. İstanbul: Alternatif Yayıncılık

Erdil, E. (2018). *Fikri Mülkiyet Hukuku Pratik Çalışmaları,* İstanbul:Vedat Kitapçılık

Kınık, M. (2015). *Grafik tasarımda intihal ve etik, Uluslararası Beşeri Bilimler ve Eğitim Dergisi*, 1:2, 304-322

Sezer, N. (2019) *Etik, İntihal Ve Esinlenme Bağlamında Mükerrem Baki İncelemesi,* Uluslararası Bilim, Teknoloji ve Sosyal Bilimlerde Güncel Gelişmeler Sempozyumu, 20-22 Aralık 2019, Ankara

Suluk, C. (2004). *Telif Hakları ve Korsanlıkla Mücadele*. İstanbul: Hayat.

Türk Dil Kurumu [TDK] (t.y.). "*intihal, aşırma*", https://sozluk.gov.tr/, 20.03.2021

URL1 https://huseyin-uysal.com/intihal-nedir-nasil-tespit-edilir, Erişim: 15.12.2021

URL2 https://oruntashukuk.com/intihal-sucu/, Erişim: 15.12.2021

URL3 Yunus Çelikbiz, 2019, https://www.campaigntr.com/intihal-iltibas-ve-esinlenme-kavramlari/, Erişim: 15.12.2021

URL 4 https://tr.wikipedia.org/wiki/Dosya:Metro_istanbul_logo.png, Erişim: 15.12.2021

URL 5 https://www.facebook.com/grafikerlerorg, Erişim: 08.12.2021

URL 6 https://twitter.com/alphanmanas/status/1031908447481196544, Erişim: 16.12.2021

URL 7 Murat Gökçe, 2016, https://www.muratgokce.net/istanbul-metrosunun-yeni-logosu/, Erişim: 15.12.2021

URL 8 https://abcgazetesi.com/yazarlar/ali-riza-ozkan/istanbul-metrosunun-logosu-kac-para-302031, , Erişim: 28.12.2021

URL 9 https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Sofia_Metro_Logo.svg#metadata, Erişim: 22.12.2021

URL 10 https://www.metrosofia.com/en/about , Erişim: 14.02.2022

URL 11 https://web.archive.org/web/20020204125559/https://www.metropolitan.bg/ , Erişim: 04.02.2022

URL 12 https://www.bloomberg.com/news/articles/2015-06-08/how-77-metro-agencies-design-the-letter-m-for-their-transit-logo, Erişim: 15.12.2021

PREMIUM E-JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

2687-5640

Vol / Cilt: 6
Issue / Sayı: 24

JENERİK / GENERIC PAGE

PREMIUM E-JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES (PEJOSS) uluslararası hakemli bir dergi olup ayda bir yayınlanmaktadır.

PEJOSS Dergisi, sosyal bilimlerin her alanından yazı yayınlayan bir dergidir. Bu çerçevede özgün bilimsel makaleler, çeviriler, çeviri-yazılar, röportajlar, kitap, makale, sempozyum, panel ve bilimsel etkinlik tanıtma çalışmaları ile nekroloji metinleri yayınlar. Ayrıca, sunulduğu yer, toplantı ve tarihin kaydedilmesi ile başka bir yerde yayınlanmamış olması şartıyla sempozyum bildirileri de yayınlanabilir. Ancak bu yayın etkinliğinden kaynaklanması muhtemel herhangi bir sorunun sorumluluğu yazara aittir. Yayınlanması için PEJOSS Dergisi'ne gönderilen yazıların basım ve yayın hakları dergiye devredilmiş olur. Bu yazılar dergi yönetiminden izin alınmaksızın bir başka yayın organında yayınlanamaz, çoğaltılamaz ve kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

PEJOSS Dergisi, yayınlamış olduğu metinleri çeşitli mecralarda yayınlayabilir. PEJOSS Dergisi'ne gönderilmiş yazılardan kaynaklanması muhtemel herhangi bir yasal, hukuksal, ekonomik ve etik sorumluluk, söz konusu yazı yayınlanmış olsa bile yazarlarına aittir. Dergi herhangi bir yükümlülük kabul etmez.

PEJOSS Dergisi'nin yayın dili Türkçe olmakla birlikte İngilizce, Almanca, Fransızca, Arapça, Farsça vb. dillerden gelen yazılar da değerlendirmeye tabi tutulur ve hakemler tarafından yayımlanması uygun görüldüğü takdirde yayınlanır.

DERGİ YÖNETİMİ / JOURNAL ADMINISTRATION

Doç. Dr. Vedat YILMAZ

Editor

DANIŞMA KURULU / ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Ali AZAD	United Arab Emirates University / UNITED ARAB EMIRATES
Prof. Dr. Emmy INDRAYANI	Gunadarma University / ENDONEZYA
Prof. Dr. Erdinç TUTAR	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Hasan Güner BERKANT	Yozgat Bozok Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. İsmail BAKAN	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Jayesh KUMAR	Indira Gandhi Institute of Development Research / INDIA
Prof. Dr. Marek GRUSZCZYNSKI	Warsaw School of Economics Warsaw /POLAND
Prof. Dr. Mbodja MOUGOUÉ	Wayne State University / USA
Prof. Dr. Mevlüt KARAKAYA	Gazi Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Milind SATHYE	University of Canberra / AUSTRALIA
Prof. Dr. Mohga BASSIM	Buckingham University / UNITED KINGDOM
Prof. Dr. Muhsin KAR	Yıldırım Beyazıt Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Murat TUNCER	Fırat Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Nor Asiah ABDULLAH	Multimedia University / MALAYSIA
Prof. Dr. Partha SARKAR	The University of Burdwan / INDIA
Prof. Dr. Recep KÖK	Dokuz Eylül Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Şafak KAYPAK	Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi / TÜRKİYE

YAYIN KURULU / PUBLICATION BOARD

Prof. Dr. Adnan ÇELİK	Selçuk Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. A. Menaf TURAN	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Ferit İZCİ	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Haluk DUMAN	Aksaray Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Jayesh KUMAR	Indira Gandhi Institute of Development Research / INDIA
Prof. Dr. Marek GRUSZCZYNSKI	Warsaw School of Economics Warsaw /POLAND
Prof. Dr. Mbodja MOUGOUÉ	Wayne State University / USA
Prof. Dr. Milind SATHYE	University of Canberra / AUSTRALIA
Prof. Dr. Mohga BASSIM	Buckingham University / UNITED KINGDOM
Prof. Dr. Muhsin KAR	Yıldırım Beyazıt Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Mustafa TASLIYAN	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Mücahit KAĞAN	Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Nor Asiah ABDULLAH	Multimedia University / MALAYSIA
Prof. Dr. Partha SARKAR	The University of Burdwan / INDIA
Prof. Dr. Tahir AKGEMCI	Selçuk Üniversitesi / TÜRKİYE
Doç. Dr. Abdullah AYDIN	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi / TÜRKİYE
Doç. Dr. Ahmet ŞİT	Malatya Turgut Özal Üniversitesi / TÜRKİYE
Doç. Dr. Aydoğan SOYGÜDEN	Erciyes Üniversitesi / TÜRKİYE
Doç. Dr. Ayten MEHDİYEVA	Azerbaycan Devlet Pedagoji Üniversitesi / AZERBAYCAN
Doç. Dr. Aziz BELLİ	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi / TÜRKİYE
Doç. Dr. Berat AKINCI	Alpaslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi / TÜRKİYE
Doç. Dr. Besa Havziu İSMAİLİ	Sate University of Tetova / MAKEDONYA
Doç. Dr. Deniz DEMİRARSLAN	Kocaeli Üniversitesi / TÜRKİYE
Doç. Dr. Emine ERATAY	Bolu Abant Izzet Baysal Üniversitesi / TÜRKİYE
Doç. Dr. Fethi KAYALAR	Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi / TÜRKİYE
Doç. Hüseyin Bülent AKDENİZ	Anadolu Üniversitesi / TÜRKİYE
Doç. Dr. Morsheda HASSAN	Grambling State University / USA
Doç. Dr. Muzaffer BİMAY	Batman Üniversitesi / TÜRKİYE
Doç. Dr. Oktay KIZILKAYA	Malatya Turgut Özal Üniversitesi / TÜRKİYE
Doç. Dr. Yıldız ATMACA	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi / TÜRKİYE
Doç. Dr. Yunus Emre TANSÜ	Gaziantep Üniversitesi / TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Abuzer KALYON	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi / TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Berna TURAK KAPLAN	Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi / TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Melda Medine SUNAY	Bursa Teknik Üniversitesi / TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Ülkü GEZER	Haliç Üniversitesi / TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Zerrin TAN	Trakya Üniversitesi / TÜRKİYE

İNDEKSLER / INDEXED & IN LISTED

Advanced Science Index, Index Copernicus, Directory of Research Journals Indexing (DRJI), Eurasian Scientific Journal Index (ESJI), General Impact Factor, RootIndexing, Worldcat, infoBase ındex