

## Motiften Logoya: Persepolis Motiflerinin Çağdaş İran Logo Tasarımında Yeniden Yorumlanması\*

*From Motif to Logo: Reinterpreting Persepolis Motifs in Contemporary Iranian Logo Design*

### ÖZET

Araştırma, Persepolis kökenli motiflerin çağdaş İran logo tasarımında nasıl yeniden yorumlandığını ve tarihsel görsel unsurların günümüz görsel kimlik sistemlerine aktarım sürecinde geçirdiği biçimsel ve anlamsal dönüşümleri incelemeyi amaçlamaktadır. Persepolis, İran kültürel belleğinin en önemli simgesel kaynaklarından biri olup, bünyesinde barındırdığı insan, hayvan, bitki ve mitolojik figürlerle günümüz tasarımcıları için önemli bir görsel referans alanı oluşturmaktadır. Araştırmanın kuramsal çerçevesi Jan Assmann'ın kültürel bellek kuramı ile Charles Sanders Peirce'in göstergebilim yaklaşımına dayanmaktadır. Assmann'ın kuramı motiflerin kültürel sürekliliğini ve kolektif kimlikle ilişkisini açıklarken, Peirce'in ikon, indeks ve sembol kategorileri motiflerin görsel dönüşüm süreçlerinin analiz edilmesinde kullanılmıştır. Araştırma nitel yöntem doğrultusunda yürütülmüş; veri toplama sürecinde literatür taraması, doküman incelemesi ve görsel analiz tekniklerinden yararlanılmıştır. Çalışma kapsamında ulaşım, bankacılık ve spor alanlarını temsil eden ve Persepolis kökenli motiflerden yararlanan üç logo örneği amaçlı örneklem yöntemiyle seçilmiştir. Elde edilen bulgular, Persepolis motiflerinin çağdaş logo tasarımında doğrudan tarihsel temsillerden giderek uzaklaşarak daha sade, soyut ve işlevsel görsel yapılara dönüştüğünü göstermektedir. Bununla birlikte motiflerin tarihsel ve kültürel çağrışımlarını koruyarak ulusal kimlik, kültürel aidiyet ve kurumsal temsil üretiminde etkin rol üstlendikleri belirlenmiştir. Araştırma, kültürel mirasın çağdaş görsel iletişimde yeniden üretilme biçimlerine ilişkin literatüre katkı sunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Persepolis, logo tasarımı, görsel kimlik, kültürel bellek, göstergebilim.

### ABSTRACT

This study aims to examine how Persepolis-derived motifs have been reinterpreted in contemporary Iranian logo design and to analyze the formal and semantic transformations these historical visual elements undergo during their transfer into modern visual identity systems. As one of the most significant symbolic sources of Iranian cultural memory, Persepolis constitutes an important visual reference through its human, animal, vegetal, and mythological motifs. The theoretical framework of the research is based on Jan Assmann's theory of cultural memory and Charles Sanders Peirce's semiotic approach. While Assmann's theory is employed to explain the cultural continuity of motifs and their relationship with collective identity, Peirce's categories of icon, index, and symbol are utilized to analyze their visual transformation processes. The study adopts a qualitative research design and employs literature review, document analysis, and visual analysis as data collection methods. Three logo examples representing the fields of transportation, banking, and sports, all incorporating Persepolis-derived motifs, were selected through purposive sampling. The findings indicate that Persepolis motifs have gradually evolved from direct historical representations into more simplified, abstract, and functional visual forms in contemporary logo design. At the same time, these motifs continue to preserve their historical and cultural associations, playing an active role in the construction of national identity, cultural belonging, and corporate representation. The study contributes to the literature by providing insights into the ways cultural heritage is reinterpreted and reproduced within contemporary visual communication practices.

**Keywords:** Persepolis, logo design, visual identity, cultural memory, semiotics.

### GİRİŞ

Logo, görsel kimliğin en önemli unsurlarından biri olup, tanımlama işlevinin yanı sıra toplumların değerlerini, anlatılarını ve kültürel hafızalarını temsil etmede de etkili bir rol üstlenmektedir. Logo, başka bir şeye göndermede bulunan görsel ya da yazılı unsurlar olarak tanımlanmakta; bu gönderme kimi zaman doğrudan, kimi zaman ise soyut bir biçimde gerçekleşmektedir (Sepehr, 2014, s. 76). Her ne kadar logo başlangıçta daha çok kişi, kurum ve

Nastaran Aksoy<sup>1</sup>  
Gonca Türk<sup>2</sup>

### How to Cite This Article

Aksoy, N. & Türk, G. (2026).  
Motiften Logoya: Persepolis  
Motiflerinin Çağdaş İran Logo  
Tasarımında Yeniden  
Yorumlanması. *International  
Social Sciences Studies Journal*,  
(e-ISSN:2587-1587) 12(6), 1045-  
1060. DOI:  
<https://doi.org/10.5281/zenodo.21069962>

Arrival: 07 May 2026  
Published: 30 June 2026

Social Sciences Studies Journal is  
licensed under a Creative  
Commons Attribution-  
NonCommercial 4.0 International  
License.

\* Bu makale Nastaran Aksoy'un "Persepolis'teki Desen ve Sembollerin Görsel Kimlik Tasarımı Markalaşma ve Modern Kültürel İletişimdeki Kullanımı" adlı Yüksek Lisans tezinden üretilmiştir.

<sup>1</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Grafik Tasarımı Ana Sanat Dalı, Yüksek Lisans Programı, İstanbul, Türkiye. ORCID: 0009-0000-9660-9934

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Arel Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, İstanbul, Türkiye. ORCID: 0000-0002-2218-5742

kuruluşları tanımlayan bir işaret olarak kullanılmış olsa da zamanla yalnızca bir tanımlama aracı olmanın ötesine geçerek kültürel ve tarihsel kimliğin ifade edildiği bir iletişim aracına dönüşmüştür. Bu dönüşümle birlikte görsel kimlik kavramı da logo tasarımıyla eş zamanlı olarak daha fazla önem kazanmıştır.

Grafik tasarımcılar, farklılaşma sağlamak, kültürel kimliği görünür kılmak ve geçmiş ile bugün arasında bağ kurmak amacıyla kültürel mirastan beslenen unsurlardan yararlanmışlardır. Tarihsel kökenlere sahip motifler, taşıdıkları simgesel ve anlamsal potansiyel sayesinde, özellikle logo tasarımı alanında olmak üzere sanatsal üretimin önemli ilham kaynaklarından biri hâline gelmiştir. Bu unsurların logolarda kullanılması, görsel göstergelerin, kültürel değerlerin, inançların ve toplumsal anlatıların temsil edilmesini de mümkün kılmaktadır.

Son yıllarda İran grafik tasarımında tarihî ve kültürel unsurların yeniden temsil edilmesi konusu araştırmacıların dikkatini çekmiştir. Bu çalışmaların bir bölümü İran görsel kimliğinin oluşumunu ve kaynaklarını incelemektedir. Nitekim Kolahkaj, Khazaei ve Javani, göstergebilimsel bir yaklaşımla İran görsel kimliğini, İran kültürünün maddi ve manevi unsurlarının grafik eserlerde yeniden üretilmesi ve temsil edilmesinin bir sonucu olarak değerlendirmiş; göstergelerin kültürel değerlerin ve kimliğin aktarımındaki rolüne vurgu yapmışlardır.

Söz konusu araştırmaların büyük bölümü İran görsel kimliği kavramına veya grafik tasarımda geleneksel unsurların kullanımına odaklandığı, belirli bir tarihsel motif grubunun logo tasarımındaki dönüşüm sürecini incelemediği düşünülmektedir. Özellikle Persepolis motiflerinin tarihsel bağlamlarından çağdaş logoların gösterge sistemine nasıl aktarıldığı ve bu süreçte geçirdikleri biçimsel ve anlamsal dönüşümler sistematik bir biçimde ele alınmamıştır.

İran'ın kültürel ve görsel mirası içerisinde Persepolis kabartmaları ve motifleri özel bir konuma sahiptir. İnsan, hayvan, bitki ve karma figürlerden oluşan bu motifler, Ahemeniş döneminin düşünsel, siyasal ve kültürel yapısını yansıtmakta; iki bin beş yüz yılı aşkın bir süredir İran'ın tarihsel hafızasının ve görsel kimliğinin bir parçası olarak varlığını sürdürmektedir. İran'da modernleşme sürecinin şekillenmeye başladığı Pehlevi döneminden günümüze kadar grafik tasarımcılar bu zengin görsel mirastan yararlanarak işaret ve logo üretmişlerdir. Ancak bu yararlanma süreci her zaman doğrudan kopyalama biçiminde gerçekleşmemiş; çoğu zaman sadeleştirme, soyutlama, yeniden birleştirme ve görsel yeniden üretim yöntemleriyle sürdürülmüştür.

Motiflerin yeniden temsil edilme biçimleri, çağdaş İran'ın toplumsal, siyasal ve kültürel dönüşümleriyle doğrudan ilişkilidir. Her dönemde kültürel mirasın algılanışı ve ulusal kimliğin temsilindeki işlevi, dönemin koşulları ve iletişimsel ihtiyaçları doğrultusunda değişime uğramıştır. Bu nedenle Persepolis motifleri, çağdaş logolarda kültürel söylemler ve yeni iletişim gereksinimleri doğrultusunda yeniden tanımlanan dinamik göstergeler olarak gözlemlenmektedir. Dolayısıyla bu logoların incelenmesi anlam üretimi, kimliğin yeniden inşası ve kültürel hafızanın sürekliliğinin araştırılmasına da olanak sağlamaktadır.

Kuramsal açıdan bu araştırma, Jan Assmann'ın kültürel hafıza kavramı ile Charles Sanders Peirce'nin göstergebilim yaklaşımına dayanmaktadır. Assmann'a göre toplumlar, kurucu geçmişlerinin belirli unsurlarını semboller, imgeler ve kültürel temsiller aracılığıyla kolektif hafızalarında yeniden üretmekte ve yeniden yorumlamaktadırlar (Assmann, 1995, s. 127). Bu bağlamda Persepolis motifleri, farklı tarihsel dönemlerde kültürel ve siyasal koşullara bağlı olarak yeni görsel biçimler içerisinde yeniden üretilen İran kültürel hafızasının unsurları olarak değerlendirilebilir.

Peirce'nin göstergebilim kuramı, bu motiflerin tarihsel bağlamlarından çağdaş görsel kimlik sistemlerine aktarılma biçimlerinin analiz edilmesine imkân vermektedir. Peirce göstergeleri ikon (icon), indeks (index) ve sembol (symbol) olmak üzere üç temel kategori altında sınıflandırmaktadır (Peirce, 1991, s. 58). Bu sınıflandırma, mevcut araştırmada Persepolis motiflerinin doğrudan ve ikonik temsilden sembolik soyutlamaya uzanan dönüşüm sürecini izlemek amacıyla kullanılmaktadır. Görsel başkalaşım, Persepolis motiflerinin çağdaş görsel kimlik içerisinde geçirdikleri değişim, yeniden üretim ve yeniden yorumlanma süreci olarak tanımlanmaktadır. Kültürel hafıza ile bağını korurken her dönemin estetik ve iletişimsel gereksinimlerine göre yeniden şekillenmektedir.

Araştırmanın temel varsayımı, Persepolis motiflerinin tarihsel bağlamlarından çağdaş logolara aktarım sürecinde doğrudan ve tarihselci temsillerden daha soyut ve çağdaş iletişim ihtiyaçlarına uygun biçimlere yöneldiğidir. Bu doğrultuda çalışma, Persepolis motiflerinin çağdaş İran logo tasarımında nasıl bir görsel başkalaşım süreci geçirdiği ve bu dönüşümün hangi kültürel, estetik ve tarihsel etkenlerin etkisi altında şekillendiği sorusuna cevap aramaktadır. Bu çerçevede araştırma öncelikle Pehlevi döneminden 1400'lü yıllara kadar İran logolarında Persepolis motiflerinin temsil biçimlerini belirlemeyi ve sınıflandırmayı amaçlamaktadır. Ardından bu temsillerin doğrudan betimlemeden görsel soyutlamaya uzanan dönüşüm süreci göstergebilimsel bir yaklaşımla analiz edilmekte; son aşamada ise bu süreç çağdaş İran'ın kültürel ve ulusal kimlik dönüşümleri bağlamında yorumlanmaktadır.

## ARAŞTIRMA LİTERATÜRÜ

Bu araştırmanın konusu ile ilişkili olarak gerçekleştirilen çalışmalar; İran görsel kimliği, tarihî mirasın grafik tasarımıdaki yansımaları ve görsel dilin dönüşümü olmak üzere üç başlık altında sınıflandırılabilir.

İlk grup çalışmalar, İran görsel kimliği kavramı ve bu kimliğin grafik tasarım ürünlerinde nasıl şekillendiği üzerine yoğunlaşmaktadır. Khazaei (2005), “Bugünün İşaretleri, Dünün Motifleri” başlıklı çalışmada İran’a ait tarihsel motiflerin çağdaş işaret ve amblemlerdeki kullanımını incelemiş ve günümüz işaretlerinin önemli bir bölümünün geçmişten gelen görsel ve kültürel kalıplardan beslendiğini ortaya koymuştur. Araştırmacı ayrıca, çağdaş grafik tasarımda görülen bazı tarihsel görsel yapıların sürekliliğini, İran görsel kimliğinin devamlılığının bir göstergesi olarak değerlendirmektedir. Benzer şekilde Kolahkaj, Khazaei ve Javani (2016), “Grafik Tasarım Perspektifinden İran Görsel Kimliğinin Mahiyeti” başlıklı çalışmalarında göstergebilimsel bir yaklaşımla İran görsel kimliğini, İran kültürünün maddi ve manevi unsurlarının yeniden temsil edilmesi ve yeniden üretilmesinin bir sonucu olarak tanımlamışlardır. Araştırmacılara göre görsel göstergeler, kültürel değerlerin aktarılması, kolektif hafızanın korunması ve İran görsel kültürünün sürekliliğinin sağlanmasında önemli bir işlev üstlenmektedir.

İkinci grup çalışmalar, tarihsel unsurların ve kültürel mirasın amblem ve görsel kimlik tasarımında kullanımına odaklanmaktadır. Bu kapsamda Hossemi ve Emami (2015), “Sasani Dönemi Mirasının Amblem Tasarımında Kullanımı (Tahran Üniversitesi Amblemi Örneği)” başlıklı çalışmalarında Tahran Üniversitesi ambleminin görsel kökenlerini ve simgesel anlam katmanlarını incelemişlerdir. Araştırma sonuçları, İran’ın kadim sanatlarından alınan görsel unsurların tarihsel sembolik anlamlarını kısmen koruyarak çağdaş iletişim ihtiyaçlarına uygun yeni biçimlerde yeniden üretildiğini göstermektedir. Bu çalışma, çağdaş bir amblem ile İran’ın tarihsel görsel mirası arasındaki ilişkiyi sistematik biçimde inceleyen araştırmalardan biri olarak dikkat çekmektedir. Aynı bağlamda Torabi ve Sudagar (2015), Çoğa Zenbil tarihî alanındaki çevresel grafik tasarım uygulamalarının kimlik oluşturma işlevini ele aldıkları çalışmalarında, tarihsel miras ve yerel kültürden beslenen görsel unsurların aidiyet duygusunu güçlendirdiğini, tarihsel sürekliliği desteklediğini ve ulusal kimliğin görünür kılınmasına katkı sağladığını ortaya koymuşlardır. Araştırmacılar ayrıca, görsel unsurların en güçlü kimlik işlevlerini ancak mekânın tarihsel ve kültürel geçmişiyle anlamlı bir ilişki kurabildikleri ölçüde yerine getirebildiklerini vurgulamışlardır. Bu çalışmalar, tarihsel unsurların çağdaş tasarımdaki kullanımının yalnızca biçimsel bir aktarım olmadığını, aynı zamanda kültürel hafızanın yeniden üretilmesine ve geçmiş ile bugün arasında bağ kurulmasına da hizmet ettiğini göstermektedir.

Üçüncü grup araştırmalar ise İran’da görsel dilin dönüşümü ve grafik formların başkalaşımı üzerine odaklanmaktadır. Bu kapsamda Saqizadeh ve Saffari (2017), İran kültürel afişlerinde kullanılan tipografik unsurlar üzerine gerçekleştirdikleri karşılaştırmalı çalışmada, grafik tasarımın iki farklı döneminde görsel öğelerin geçirdiği dönüşümü incelemişlerdir. Araştırma sonuçları, görsel yapıların zaman içerisinde basit ve doğrudan biçimlerden daha karmaşık, kimlik odaklı ve soyut kompozisyonlara doğru evrildiğini göstermektedir. Her ne kadar bu çalışma afiş tasarımı ve tipografi alanına odaklanmış olsa da, görsel dildeki dönüşümü ve kültürel değişimlerin grafik yapılar üzerindeki etkisini incelemesi bakımından mevcut araştırmayla kavramsal düzeyde benzerlik göstermektedir.

Literatürün genel değerlendirmesi, araştırmacıların İran görsel kimliği, grafik tasarımda tarihsel unsurların temsili, kültürel mirasın amblem tasarımındaki kullanımı ve görsel unsurların kültürel kimliğin yeniden üretimindeki rolü gibi konuları farklı açılardan ele aldıklarını göstermektedir. Bununla birlikte, Persepolis motiflerinin çağdaş İran logo tasarımındaki görsel başkalaşım sürecini doğrudan inceleyen bir araştırmaya rastlanmamıştır. Ayrıca bu motiflerin doğrudan ve ikonik temsillerden soyut ve sembolik biçimlere dönüşüm süreci ile çağdaş kültürel kimlik bağlamında yeniden anlamlandırılmaları da bağımsız bir araştırma konusu olarak yeterince ele alınmamıştır. Bunun yanı sıra, önceki çalışmaların büyük bölümü ya genel görsel kimlik kavramlarına odaklanmış ya da tekil örnekleri incelemekle sınırlı kalmıştır; ortak bir görsel kökene dayanan farklı logoların karşılaştırmalı olarak incelendiği çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu nedenle mevcut araştırma, kültürel hafıza kavramı ve Peirce’ın göstergebilim yaklaşımından yararlanarak söz konusu araştırma boşluğunu doldurmayı amaçlamaktadır.

### Jan Assmann’ın Kültürel Bellek Kuramı

Kültürel bellek, kültürel çalışmalar ve kolektif kimlik araştırmaları alanında önemli bir kuramsal çerçeve sunan kavramlardan biridir. Bu yaklaşım, Alman Mısırbilimci ve kültür kuramcısı Jan Assmann tarafından geliştirilmiş ve özellikle Das kulturelle Gedächtnis (1992) adlı eserinde sistematik biçimde ortaya konmuştur. Assmann, Maurice Halbwachs’ın kolektif bellek kuramından hareketle bu yaklaşımı genişletmiş ve kolektif belleği iki temel düzeyde ele almıştır: iletişimsel bellek ve kültürel bellek.

İletişimsel bellek, aynı dönemde yaşamış bireylerin ortak deneyimlerine dayanan ve gündelik iletişim aracılığıyla kuşaktan kuşağa aktarılan hatıraları kapsamaktadır. Bu bellek türünün zaman ufku genellikle üç ya da dört kuşakla,

yani yaklaşık seksen ila yüz yıllık bir dönemle sınırlıdır. Buna karşılık kültürel bellek, çok daha uzak ve çoğu zaman tarihsel gerçekliğin ötesine geçerek mitik bir nitelik kazanan geçmişe yönelir. Bu geçmiş, semboller, metinler, ritüeller, anıtlar ve çeşitli kültürel temsil biçimleri aracılığıyla korunur ve sonraki kuşaklara aktarılır. Bu nedenle kültürel belleğin etkisi yüzyıllar hatta binyıllar boyunca devam edebilmektedir (Assmann, 1995, s. 126).

Assmann'a göre kültürel bellek, zaman içinde "kurucu geçmiş" ya da "mutlak geçmiş" olarak adlandırılabilir bir referans alanı oluşturur. Bu geçmiş, kronolojik tarihin sınırlarını aşarak mitlerin ve kimlik kurucu anlatıların alanına dâhil olur. Dolayısıyla kültürel belleğin temel işlevi, geçmişi tarihsel doğruluğuyla yeniden üretmekten ziyade, bir topluluğun kendisini nasıl tanımladığını belirleyen anlam çerçevelerini oluşturmaktır. Başka bir ifadeyle, kültürel bellek topluluklara "kim oldukları" ve "nereden geldikleri" sorularına yönelik ortak cevaplar sunar (Assmann, 2011, s. 37). Bu bağlamda bellekte korunan unsurlar, geçmiş olayların eksiksiz kayıtları değil; güncel kimlik ihtiyaçları doğrultusunda seçilmiş, yeniden yorumlanmış ve normatif bir çerçeveye yerleştirilmiş temsillerdir.

Kuramın temel kavramlarından biri de "kanon" ya da kültürel metindir. Assmann, her kültürün belirli metinleri, imgeleri ve sembolik biçimleri kendi temel mirası olarak seçtiğini ileri sürmektedir. Bu kültürel içerikler eğitim, din, sanat ve benzeri kurumsal yapılar aracılığıyla sürekli yeniden üretilir ve dolaşıma sokulur. Böylece kültürel bellek yalnızca bilgi aktarımını değil, aynı zamanda toplumsal kimliğin yeniden kurulmasını ve sürdürülmesini sağlayan bir mekanizma hâline gelir (Assmann, 1995, s. 130).

Assmann'ın özellikle vurguladığı bir diğer husus, kültürel belleğin belirli taşıyıcılara ihtiyaç duymasıdır. İletişimsel bellek toplumun geniş kesimleri arasında dağılmış durumda bulunurken, kültürel belleğin korunması ve aktarılması uzmanlaşmış aktörler aracılığıyla gerçekleşir. Tarih boyunca bu rolü rahipler, din bilginleri, sanatçılar, mimarlar ve çeşitli kültürel uzmanlar üstlenmiştir. Günümüzde ise tasarımcılar ve görsel iletişim uzmanları da kültürel belleğin önemli taşıyıcıları arasında yer almaktadır. Bu aktörler geçmişe ait semboller, imgeleri ve görsel kodları yeniden yorumlayarak çağdaş kültürel bağlamlara taşımakta ve böylece kültürel belleğin sürekliliğine katkıda bulunmaktadırlar (Assmann, 2011, s. 39).

Bu perspektiften bakıldığında grafik tasarımcı, kültürel belleğin aktif bir aracıdır. Tasarımcı, geçmişten devralınan görsel mirası özgün bağlamından çıkararak günümüzün iletişim ortamlarında yeniden biçimlendirmekte ve ona yeni anlam katmanları kazandırmaktadır. Böylece kültürel bellek, geçmişe ait sabit bir depo olmaktan çıkarak sürekli yeniden üretilen ve güncellenen dinamik bir süreç hâline gelmektedir.

### Assmann Kuramının Persepolis Motifleriyle İlişkisi

Persepolis, İran tarihinin en önemli kültürel miras alanlarından biri olarak, İran toplumunun kültürel belleğinde merkezi bir konuma sahiptir. Bu anıtsal yapının duvarlarında yer alan motifler; Ölümsüzlük Ordusu askerleri, delegasyon sahneleri ve mitolojik anlamlar taşıyan birleşik yaratık tasvirleri gibi unsurlarla, tarihsel bağlamlarının ötesine geçerek İran kültürel belleğinin temel simgeleri hâline gelmiştir.

Jan Assmann'ın kültürel bellek kuramı çerçevesinde değerlendirildiğinde, bu motiflerin çağdaş logo tasarımlarında yeniden yorumlanması, kültürel belleğin güncel bağlamlarda yeniden etkinleştirilmesi süreci olarak okunabilir. Assmann'ın ifade ettiği üzere kültürel bellek, geçmişe ait sembollerin değişen toplumsal ihtiyaçlar doğrultusunda yeniden yorumlanmasını da içerir (Assmann, 1995, s. 130). Bu açıdan, Persepolis kökenli motiflerin çağdaş görsel kimlik tasarımlarında kullanılması, kültürel bellekte yer alan sembollerin arşivsel konumlarından çıkarılarak yeniden işlevsel ve görünür hâle getirilmesini ifade etmektedir.

Bu süreç, Assmann'ın "kanon" kavramıyla da ilişkilendirilebilir. Persepolis'e ait görsel unsurlar, İran kültürünün kurucu ve referans niteliğindeki semboller arasında yer almakta; bu nedenle farklı dönemlerde yeniden üretilerek kolektif kimliğin sürekliliğini sağlamaktadır. Logo tasarımında kullanılan Grifon, Faravahar ya da kanatlı figürler gibi motifler, yalnızca tarihsel bir geçmişe gönderme yapmakla kalmamakta, aynı zamanda günümüz toplumuna kültürel aidiyet ve tarihsel devamlılık duygusu da aktarmaktadır.

Dolayısıyla Persepolis motiflerinin çağdaş tasarım pratiklerinde yeniden üretilmesi, kültürel belleğin durağan bir depo olmadığını; aksine sürekli olarak yeniden okunan, yorumlanan ve güncellenen dinamik bir yapı olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda grafik tasarımcı, Assmann'ın tanımladığı kültürel bellek taşıyıcılarından biri olarak, geçmişe ait görsel mirası çağdaş iletişim ortamlarına aktararak kültürel belleğin yeniden üretimine aktif biçimde katkıda bulunmaktadır.

### Charles Sanders Peirce'in Göstergibilimsel Kuramı

Amerikalı filozof ve mantıkçı Charles Sanders Peirce (1839–1914), modern göstergibilimin kurucu isimlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Peirce'in göstergibilim kuramı, yaşamı boyunca farklı metinlerde geliştirilmiş,

ölümünden sonra ise *Collected Papers of Charles Sanders Peirce* başlığı altında derlenerek yayımlanmıştır (Peirce, 1931–1958). Peirce, göstergeyi açıklarken kendisinden önceki birçok düşünürden farklı olarak ikili değil, üçlü bir model önermiştir. Bu modele göre her gösterge üç temel unsurdan oluşmaktadır:

- Gösteren/Başvurulan biçim: Gösterge işlevi gören unsur; bir sözcük, görüntü, sembol ya da biçim olabilir.
- Nesne Gösterenin gönderimde bulunduğu gerçeklik, kavram ya da olgu.
- Yorumlayıcı: Gösterenin alımlayıcı zihninde oluşturduğu anlam ya da kavramsal karşılık (Peirce, 1958, s. 228).

Peirce'in yaklaşımında gösterge, yalnızca bir biçim ile onun gönderimde bulunduğu nesne arasındaki ilişki olarak değerlendirilmez. Anlam, bu üç unsur arasındaki dinamik etkileşim sonucunda ortaya çıkar. Bu nedenle Peirce, anlam üretim sürecini göstergeleşme kavramıyla açıklamaktadır. Semiosis, bir göstergenin yorumlanmasıyla yeni anlamların oluştuğu ve bu anlamların başka göstergeler aracılığıyla yeniden üretildiği sürekli bir süreçtir. Dolayısıyla anlam, göstergenin içinde sabit olarak bulunan bir özellik değil; yorumlama sürecinde sürekli yeniden kurulan dinamik bir ilişkidir (Peirce, CP 5.484).

Peirce'in göstergebilim kuramının önemli yönlerinden biri de göstergeleri nesnelere kurdukları ilişkiye göre sınıflandırmasıdır. Buna göre göstergeler üç temel kategoriye ayrılmaktadır: ikon, indeks ve sembol. İkon, temsil ettiği nesneyle benzerlik ilişkisine dayanan göstergedir; indeks, nesnesiyle fiziksel ya da nedensel bir bağ kurar; sembol ise anlamını toplumsal uzlaş, kültürel öğrenme ve gelenek aracılığıyla kazanır (Peirce, 1958, s. 249). Bu sınıflandırma, özellikle tarihsel süreç içerisinde dönüşüme uğrayan görsel motiflerin analizinde önemli bir kuramsal araç sunmaktadır.

Bu bağlamda Peirce'in kuramı, görsel kültür ürünlerinin zaman içerisinde geçirdiği anlam değişimlerini incelemek açısından oldukça işlevseldir. Bir görsel unsurun başlangıçta belirli bir nesneye doğrudan gönderimde bulunan ikonik bir gösterge iken, zamanla kültürel bellekte yer edinerek sembolik anlamlar kazanması, Peirce'in göstergeleşme anlayışıyla açıklanabilmektedir. Bu nedenle kuram, tarihsel kökeni bulunan motiflerin çağdaş tasarım ve marka kimliği uygulamalarında yeniden yorumlanma süreçlerini analiz etmek için güçlü bir kuramsal çerçeve sunmaktadır.

### Göstergeleşme Süreci ve Görsel Dönüşüm

Peirce'e göre göstergeler yeni yorumlayıcıların ortaya çıkmasına olanak tanıyan dinamik bir anlam üretim süreci içinde varlık kazanır. Bir göstergenin yorumlanması sonucunda ortaya çıkan anlam, yeni bir göstergeye dönüşebilir ve bu süreç sürekli devam ederek sonsuz bir anlamlandırma zinciri oluşturur. Peirce bu durumu "sınırsız göstergeleşme" kavramıyla açıklamaktadır (Peirce, 1958, s. 303). Bu yaklaşım, anlamın sabit ve değişmez olmadığını; kültürel, tarihsel ve toplumsal bağlamlara bağlı olarak sürekli yeniden üretildiğini göstermektedir.

Sınırsız göstergeleşme kavramı, Persepolis kökenli motiflerin çağdaş logo tasarımlarında geçirdiği görsel dönüşümü açıklamak açısından önemli bir kuramsal çerçeve sunmaktadır. Bu perspektiften bakıldığında, tarihsel bir motifin günümüz tasarımında yeniden kullanılması yeni bir yorumlama eylemidir. Her yeni tasarım, geçmişten devralınan görsel unsurun farklı bir bağlamda yeniden anlamlandırılmasını sağlar. Böylece ortaya çıkan logo, onun çağdaş koşullar altında yeniden üretilmiş bir yorumlayıcısı hâline gelir. Bu süreçte her yeni kullanım, kültürel belleğe yeni anlam katmanları ekleyerek motifin göstergebilimsel yaşamını sürdürmesine katkıda bulunur.

Bu bağlamda Persepolis motiflerinin tarihsel rölyeflerden çağdaş kurumsal logolara uzanan dönüşümü, ikonik göstergeden sembolik göstergeye doğru ilerleyen bir göstergebilimsel süreklilik olarak değerlendirilebilir. Başlangıçta belirli bir tarihsel varlığı veya olguyu temsil eden motifler, zaman içerisinde özgün bağlamlarından kısmen uzaklaşarak daha geniş kültürel anlamlar üstlenmişlerdir. Motifler, kültürel bellekteki tarihsel kökenlerini korurken, her dönemin estetik anlayışına, iletişim biçimlerine ve toplumsal ihtiyaçlarına uyarlanarak yeniden üretilir.

Dolayısıyla görsel dönüşüm süreci, geçmişe ait sembollerin yeni kültürel bağlamlarda yeniden yorumlanması olarak anlaşılmalıdır. Peirce'in göstergeleşme kuramı, dönüşümün sürekli devam eden bir anlam üretim mekanizması olduğunu ifade etmektedir. Bu nedenle Persepolis motiflerinin çağdaş logo tasarımındaki varlığı, tarihsel mirasın sürekli olarak yeniden anlamlandırılması ve güncel kültürel söylemler içinde yaşatılması şeklinde değerlendirilebilir.

### MOTİF KAVRAMI

Motif, sanat ve tasarım çalışmalarında bağımsız olarak tanınabilen, tekrar edilebilen ve farklı bağlamlara aktarılabilen en küçük anlamlı görsel birim olarak tanımlanmaktadır (Gombrich, 1979, s. 67). Motif kavramı, Türkçede sıklıkla kullanılan "desen" veya "figür" kavramlarından farklıdır. Bir desen ya da görsel kompozisyon

belirli bir esere ait tekil bir biçimi ifade ederken, motif belirli bir anlam yükünü taşıyan ve farklı dönemlerde, farklı eserlerde yeniden üretilerek süreklilik kazanan görsel unsurunu ifade etmektedir. Bu nedenle motifler kültürel anlamların ve sembolik değerlerin taşıyıcılarıdır.

Sanat tarihi açısından değerlendirildiğinde motifler, ortaya çıktıkları özgün bağlamın ötesine geçerek farklı dönemlerde ve kültürel çevrelerde yeniden yorumlanabilmektedir. Bu süreç içerisinde biçimsel değişikliklere uğrasalar da temel görsel karakterlerini ve sembolik çağrışımlarını büyük ölçüde korurlar. Böylece motifler, kültürel belleğin kuşaklar boyunca aktarılmasını sağlayan görsel araçlar hâline gelirler.

Bu çalışmada Persepolis motifleri, Ahemeniş döneminden günümüze ulaşan mimari kabartmalar, taş rölyefler ve dekoratif yüzeylerde yer alan görsel unsurlar olarak ele alınmaktadır. Ölümsüzler Ordusu askerleri, Grifon, kanatlı figürler, lotus bezemeleri ve diğer sembolik tasvirler, tarihsel süreç içerisinde farklı dönemlerde yeniden tanımlanarak kültürel kimliği temsil eden görsel birimlere dönüşmüştür. Bu nedenle söz konusu unsurlar, belirli bir tarihsel döneme ait görüntüler olmanın ötesinde, farklı bağlamlarda yeniden üretilen ve anlamlandırılabilen motifler olarak değerlendirilmektedir.

Bu çalışmada motif kavramı, Persepolis kökenli görsel unsurların tarihsel süreklilik içerisinde geçirdiği biçimsel ve anlamsal dönüşümleri incelemek amacıyla kullanılmaktadır. Böylece motifler kültürel belleğin taşıyıcıları ve çağdaş görsel iletişim ortamlarında yeniden yorumlanan sembolik yapılar olarak ele alınmaktadır.

## GÖRSEL KİMLİK

Görsel kimlik, bir kurumun, kuruluşun veya markanın kendisini hedef kitleye görsel araçlar aracılığıyla ifade etmesini sağlayan tasarım sistemidir. Bu sistem; logo, tipografi, renk, sembol ve diğer grafik unsurların belirli bir bütünlük içinde kullanılmasını kapsar ve kurumun görsel temsilini oluşturur (Wheeler, 2017, s. 6).

Görsel kimliğin temel amacı, kuruma ayırt edilebilir bir görünüm kazandırmak ve hedef kitlenin zihninde tanınabilir bir kimlik oluşturmaktır. Bu bağlamda görsel kimlik, kurumun değerlerini ve kişiliğini görsel iletişim yoluyla aktaran stratejik bir araç olarak işlev görmektedir (Olins, 2008, s. 31).

Mollerup'a göre logo ve ticari marka, kurumun görsel olarak tanınmasını sağlayan temel göstergeler arasında yer almakta ve kurumsal temsilin çok görünür unsurlarını oluşturmaktadır (Mollerup, 1997, s. 14). Ancak görsel kimlik farklı tasarım bileşenlerinin bir araya gelmesiyle oluşan bütüncül bir iletişim sistemidir (Wheeler, 2017, s. 8).

Araştırmada görsel kimlik kavramı özellikle logo tasarımı bağlamında ele alınmaktadır. Çünkü logo, kurumun ya da markanın kimliğini yoğunlaştırılmış biçimde temsil eden ve kültürel anlamları görünür kılan temel görsel göstergedir. Bu bağlamda Persepolis kökenli motiflerin çağdaş logolardaki kullanımını, kültürel aidiyet ve tarihsel süreklilik üreten bir görsel kimlik stratejisi olarak değerlendirilmektedir.

## Peirce ve Assmann Kuramlarının Birlikte Kullanımı

Assmann ve Peirce'in kuramları farklı disiplinlerden doğmuş olsa da, bu çalışmada birbirini tamamlayan iki kuramsal çerçeve olarak ele alınmaktadır. Assmann'ın kültürel bellek kuramı, Persepolis motiflerinin neden yüzyıllar boyunca kültürel dolaşım içerisinde varlığını koruyabildiğini açıklarken; Peirce'in göstergebilim kuramı, bu motiflerin tarihsel bağlamlarından çağdaş logo tasarımlarına nasıl aktarıldığını ve bu süreçte hangi anlamsal dönüşümlerden geçtiğini açıklamaya olanak sağlamaktadır.

Bu bağlamda Assmann'ın yaklaşımı, motiflerin kültürel bellekteki sürekliliğine ve kolektif kimlik üretimindeki işlevlerine odaklanmaktadır. Persepolis'e ait görsel unsurların günümüzde hâlâ kullanılabilmesi, onların kültürel bellekte korunmuş ve kanonik bir statü kazanmış olmalarıyla ilişkilidir. Peirce'in yaklaşımı ise aynı motiflerin farklı tarihsel ve kültürel bağlamlarda yeniden yorumlanarak yeni anlamlar üretmesini açıklamaktadır. Böylece motiflerin yalnızca korunmadığı, aynı zamanda sürekli olarak yeniden anlamlandırıldığı ortaya konulmaktadır.

Bu nedenle çalışmada Assmann kuramı motiflerin neden varlığını sürdürdüğünü, Peirce kuramı ise bu motiflerin nasıl dönüştüğünü ve aktarıldığını açıklamak için kullanılmaktadır. İki yaklaşımın birlikte kullanılması, Persepolis motiflerinin tarihsel kökenlerinden çağdaş görsel kimlik tasarımlarına uzanan dönüşüm sürecinin hem kültürel hem de göstergebilimsel boyutlarının bütüncül biçimde analiz edilmesine olanak sağlamaktadır.

**Tablo 1:** Araştırmanın kuramsal çerçevesinde kullanılan kuramların işlevleri ve analiz düzeyleri

Kuram	Araştırmadaki İşlevi	Analiz Düzeyi
Assmann	Kültürel bellek, kolektif kimlik ve kanon kavramları aracılığıyla motiflerin kültürel sürekliliğini açıklamak	Motiflerin neden varlığını sürdürdüğü
Peirce	Göstergeleşme süreci ile ikon, indeks ve sembol kategorileri üzerinden motiflerin dönüşümünü açıklamak	Motiflerin nasıl aktarıldığı ve dönüştüğü
Assmann ve Peirce	Kültürel yeniden yorumlama ile göstergebilimsel dönüşümü birlikte açıklamak	Görsel ve anlamsal dönüşüm süreci

**Kaynak:** Yazarlar tarafından üretilmiştir

## ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırma, yaklaşımı bakımından nitel bir çalışma olup yöntem açısından betimsel ve analitik araştırma niteliği taşımaktadır. Çalışmada, Persepolis kökenli motiflerin çağdaş İran görsel kimliğinde geçirdiği biçimsel ve anlamsal dönüşümler, Charles Sanders Peirce'in göstergebilim kuramı ile Jan Assmann'ın kültürel bellek kuramı çerçevesinde incelenmiştir. Araştırmanın temel amacı, motiflerin tarihsel kökenlerinden günümüz logo tasarımlarına uzanan dönüşüm sürecini ve bu süreçte meydana gelen görsel ve anlamsal değişimleri analiz etmektir.

Verilerin toplanmasında iki temel yöntemden yararlanılmıştır. İlk olarak, araştırmanın kuramsal altyapısını oluşturmak amacıyla kültürel bellek, göstergebilim, görsel kimlik ve Persepolis ikonografisine ilişkin ulusal ve uluslararası literatür taranmıştır. İkinci olarak, araştırma kapsamında belirlenen logo örnekleri doğrudan görsel incelemeye tabi tutulmuş ve biçimsel özellikleri açısından analiz edilmiştir.

Veri analiz sürecinde, seçilen logolarda yer alan Persepolis kökenli motiflerin hangi görsel unsurlardan türetildiği, tarihsel örneklerle ne ölçüde benzerlik taşıdığı ve çağdaş tasarım bağlamında nasıl yeniden yorumlandığı değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda Assmann'ın kültürel bellek kuramı motiflerin kültürel sürekliliğini ve kolektif kimlikle ilişkisini açıklamak için kullanılırken, Peirce'in göstergebilimsel yaklaşımı motiflerin ikon, indeks ve sembol kategorileri içerisindeki dönüşümünü incelemek amacıyla kullanılmıştır.

Araştırma, tarihsel motiflerin çağdaş görsel kimlik tasarımlarında nasıl yeniden üretildiğini anlamaya yönelik nitel bir yorumlama sürecine dayanmaktadır. Bu nedenle çalışma, istatistiksel genellemelerden ziyade örneklerin derinlemesine incelenmesine ve görsel göstergelerin kültürel bağlamları içerisinde yorumlanmasına odaklanmaktadır.

### Analiz Aracı

Bu çalışmada kullanılan temel analiz aracı, Charles Sanders Peirce'in göstergebilim kuramına dayanan ve ikon indeks ve sembol kategorileri üzerine yapılandırılmış göstergebilimsel analiz çerçevesidir. Bu çerçeve, Persepolis kökenli motiflerin çağdaş logo tasarımlarında geçirdiği görsel ve anlamsal dönüşümlerin sistematik biçimde incelenmesine fırsat sağlamaktadır. Araştırma kapsamında seçilen her logo örneği üç farklı analiz düzeyinde değerlendirilmiştir.

İlk aşamada gerçekleştirilen ikonik analiz, Persepolis motiflerinin logolardaki doğrudan görsel temsiline odaklanmaktadır. Bu aşamada motifin tarihsel örneğinde yer alan biçimsel özelliklerin ne ölçüde korunduğu, hangi unsurların sadeleştirildiği, dönüştürüldüğü veya tamamen ortadan kaldırıldığı incelenmektedir. Böylece tarihsel motif ile çağdaş logo arasındaki biçimsel benzerlik ve farklılıklar ortaya konulmaktadır.

İkinci aşamada yapılan indeksal analiz, logo ile Persepolis'in tarihsel ve kültürel bağlamı arasındaki çağrışımsal ilişkiyi değerlendirmektedir. Bu düzeyde, logonun hangi görsel veya kavramsal unsurlar aracılığıyla izleyiciyi Persepolis'e ve onun temsil ettiği kültürel mirasa yönlendirdiği incelenmektedir. Analizin temel amacı, logonun kültürel belleğe hangi göstergeler aracılığıyla bağlandığını tespit etmektir.

Üçüncü aşamayı oluşturan sembolik analiz ise motifin yeni kullanım bağlamında kazandığı anlamlara odaklanmaktadır. Bu kapsamda, Persepolis kökenli görsel unsurun bankacılık, ulaşım, spor veya ticaret gibi farklı kurumsal alanlarda hangi kimliksel ve ideolojik anlamları üstlendiği değerlendirilmektedir. Ayrıca motifin taşıdığı tarihsel anlamlarla güncel kurumsal kimlik arasında kurulan ilişki incelenerek, sembolik dönüşümün niteliği analiz edilmektedir.

Üç aşamalı analiz modeli sayesinde, Persepolis motiflerinin kültürel bellek içerisindeki sürekliliği ve çağdaş görsel kimlik sistemlerinde kazandığı yeni anlamlar da bütüncül bir yaklaşımla değerlendirilmektedir.

### Araştırma Evreni ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini, tasarımlarında Persepolis kökenli motiflerden yararlanan çağdaş İran logoları oluşturmaktadır. Ancak söz konusu logoların sayısının oldukça fazla olması ve araştırmanın derinlemesine nitel

analiz yaklaşımına dayanması nedeniyle, örneklem seçiminde amaçlı örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Bu doğrultuda, farklı kullanım alanlarını temsil edecek şekilde üç logo örneği seçilmiştir.

Örneklerin belirlenmesinde temel ölçüt, Persepolis motiflerinin farklı kurumsal bağlamlarda nasıl yeniden yorumlandığını ortaya koyabilecek bir çeşitlilik sağlamaktır. Bu amaçla ulaşım, bankacılık ve spor alanlarını temsil eden logolar araştırma kapsamına dâhil edilmiştir.

**Tablo 2:** Araştırma kapsamında incelenen örnekler ve seçim gerekçeleri

Örnek	Faaliyet Alanı	Seçim Gerekçesi
Örnek 1	Ulaşım	Kamusal ve ulusal işlevi temsil etmesi
Örnek 2	Bankacılık	Ekonomik ve finansal kimliği temsil etmesi
Örnek 3	Spor	Rekabetçi kimlik ile ulusal aidiyet söylemini temsil etmesi

**Kaynak:** Yazarlar tarafından üretilmiştir

Örneklemin bu şekilde oluşturulması, aynı tarihsel ve kültürel kaynaktan beslenen motiflerin farklı sektörlerde nasıl dönüştürüldüğünü karşılaştırmalı olarak inceleme olanağı sağlamaktadır. Böylece Persepolis kökenli görsel unsurların farklı kurumsal kimlikler içerisinde hangi anlamları üstlendiği ve nasıl yeniden yorumlandığı bütüncül bir perspektifle değerlendirilebilmektedir.

### Analiz Süreci

Araştırma kapsamında seçilen her logo örneği üç aşamalı bir analiz sürecine tabi tutulmaktadır. Bu süreç, Persepolis kökenli motiflerin çağdaş logo tasarımlarındaki biçimsel dönüşümünü, göstergebilimsel anlam üretimini ve kültürel bellekle ilişkisini bütüncül biçimde değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

İlk aşama, motifin tanımlanmasıdır. Bu aşamada logoda yer alan temel görsel unsurlar belirlenmekte ve Persepolis'te belgelenmiş motiflerle karşılaştırılmaktadır. Böylece logonun hangi tarihsel görsel kaynağa dayandığı ve özgün motifle ne tür biçimsel benzerlikler taşıdığı ortaya konulmaktadır.

İkinci aşama, görsel ve göstergebilimsel dönüşümün analizidir. Bu aşamada motifin özgün tarihsel bağlamından çağdaş logo formuna aktarılırken geçirdiği biçimsel, yapısal ve anlamsal değişimler incelenmektedir. Söz konusu dönüşüm, Peirce'in ikon, indeks ve sembol üçlemesi doğrultusunda değerlendirilmekte; motifin doğrudan benzerlik ilişkisi, tarihsel-kültürel çağrışım gücü ve yeni bağlamda kazandığı sembolik anlamlar analiz edilmektedir.

Üçüncü aşama ise kültürel yorumlamadır. Bu aşamada, göstergebilimsel analiz sonucunda elde edilen bulgular Jan Assmann'ın kültürel bellek kuramı çerçevesinde yorumlanmaktadır. Amaç, görsel dönüşüm ile kültürel kimliğin yeniden üretimi arasındaki ilişkiyi analiz etmektir. Böylece Persepolis motiflerinin çağdaş logo tasarımlarında kültürel belleği güncel bağlamlarda yeniden etkinleştiren kimliksel göstergeler olarak işlev gördüğü değerlendirilmektedir.

### Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma, bulguların değerlendirilmesi ve yorumlanması sürecinde dikkate alınması gereken bazı sınırlılıklara sahiptir. İlk olarak, araştırma örnekleme yalnızca üç logo ile sınırlandırılmıştır. Bu nedenle elde edilen bulgular, Persepolis motiflerinden yararlanılan tüm çağdaş İran logolarına genellenebilir nitelikte olmayıp, seçilen örnekler üzerinden gerçekleştirilen derinlemesine nitel analizlerin sonuçlarını yansıtmaktadır.

İkinci olarak, örneklerin ulaşım, bankacılık ve spor olmak üzere farklı faaliyet alanlarından seçilmiş olması, Persepolis motiflerinin çeşitli kurumsal bağlamlarda nasıl yeniden yorumlandığını karşılaştırmalı olarak inceleme olanağı sağlamaktadır. Bununla birlikte bu tercih, aynı sektör içerisinde yer alan farklı logo örneklerinin karşılaştırılmasına dayalı sektör içi analizlerin gerçekleştirilmesini sınırlandırmaktadır.

Üçüncü olarak, araştırma kapsamında yapılan incelemeler, logoların kamuya açık ve nihai hâlleri üzerinden yürütülmüştür. Logo tasarım süreçlerine ilişkin eskizler, tasarım raporları, kurumsal yönlendirmeler veya tasarımcı görüşmeleri gibi birincil verilere ulaşılamadığı için, tasarımcıların niyetleri ve karar alma süreçleri doğrudan değerlendirilememiştir. Bu nedenle araştırmada ulaşılan sonuçlar, logoların görsel özellikleri üzerinden gerçekleştirilen göstergebilimsel okumalar ve kültürel yorumlara dayanmaktadır.

Çalışmada, Persepolis kökenli motiflerin çağdaş görsel kimlik tasarımlarındaki kullanımına odaklandığından, aynı motiflerin mimarlık, endüstriyel tasarım, ambalaj tasarımı veya diğer görsel kültür alanlarındaki yeniden üretim biçimleri araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır. Bu nedenle gelecekte yapılacak çalışmaların farklı tasarım disiplinlerini de kapsayacak biçimde genişletilmesi, konuya ilişkin daha kapsamlı sonuçlara ulaşılmasına katkı sağlayabilir.

## ANALİZ

### Örnek 1: HOMA (İran Ulusal Havayolları) Logosu

#### Motifin Kökeni ve Tanıtımı

İran Ulusal Havayolları'nın kurumsal kimliğini temsil eden HOMA logosu, kökenini Persepolis'te yer alan birleşik mitolojik yaratık tasvirlerinden almaktadır. Logonun temelini oluşturan figür, aslan gövdesi ile kartal başının birleşiminden oluşan Grifon motifidir. Ahemeniş dönemi sanatında ve özellikle Persepolis mimarisinde sıklıkla karşılaşılan bu motif, güç, otorite, koruyuculuk ve hükümdarlık gibi kavramlarla ilişkilendirilmiştir. Grifon figürleri, Persepolis'teki saray kompleksinde ve özellikle Apadana Sarayı'nın sütun başlıklarında kullanılan önemli sembolik unsurlar arasında yer almaktadır. Bu nedenle söz konusu motif, Ahemeniş siyasi ideolojisini ve kutsal meşruiyet anlayışını yansıtan bir görsel gösterge niteliği taşımaktadır.



Şekil 1: İran Hava Yolları logosu

Kaynak: <https://1000logos.net/iran-air-logo>

#### İkonik Düzeyde Analiz

Logo ile tarihsel motif karşılaştırıldığında, özgün figürün temel görsel özelliklerinin büyük ölçüde korunduğu görülmektedir. Kartal başı, güçlü gaga formu ve kanat yapısı logoda açık biçimde varlığını sürdürmektedir. Bununla birlikte özgün motifte yer alan aslan gövdesi büyük ölçüde sadeleştirilmiş ve figür, uçuş hâlindeki bir kuşu çağrıştıracak biçimde yeniden tasarlanmıştır. Persepolis'teki Grifon tasvirlerinde kanatlar daha çok dikey ve anıtsal bir görünüm sergilerken, HOMA logosunda kanatlar yatay ekseninde açılarak hareket ve dinamizm duygusu yaratmaktadır. Ayrıca detaylı anatomik unsurların büyük bölümü kaldırılmış, motif modern grafik tasarım ilkelerine uygun olarak yalınlaştırılmıştır.

Peirce'in göstergebilimsel sınıflandırması açısından değerlendirildiğinde, logo ile tarihsel kaynak arasında güçlü bir görsel benzerlik ilişkisi bulunduğundan, bu kullanım öncelikle ikonik gösterge niteliği taşımaktadır. Logo, özgün Persepolis motifinin temel biçimsel karakterini koruyarak onu çağdaş bir tasarım diline uyarlamaktadır.

#### İndeksal Düzeyde Analiz

İndeksal düzeyde değerlendirildiğinde HOMA logosu, yalnızca biçimsel bir benzerlik sunmakla kalmamakta; aynı zamanda İran'ın tarihsel ve kültürel mirasına yönelik güçlü çağrışımlar üretmektedir. Özellikle İran kültürüne aşina olan izleyiciler açısından logo, Ahemeniş uygarlığının ihtişamını, devlet geleneğini ve tarihsel sürekliliği hatırlatan bir işlev üstlenmektedir. Bu ilişki doğrudan ifade edilmese bile, motif ile Persepolis arasında kurulan kültürel bağlantı logoyu tarihsel belleğe bağlayan bir indeks görevi görmektedir.

Buna ek olarak "Homa" adı da İran kültüründe uğur, mutluluk ve yücelik ile ilişkilendirilen efsanevi kuşa gönderme yapmaktadır. Böylece görsel ve sözel göstergeler birlikte çalışarak logonun kültürel çağrışım gücünü artırmaktadır. Bu durum, logonun kültürel belleği harekete geçiren çok katmanlı bir anlam yapısı oluşturduğunu göstermektedir.

#### Sembolik Düzeyde Analiz

Kurumsal bağlam içerisinde değerlendirildiğinde Grifon motifi, tarihsel anlamlarının ötesine geçerek yeni sembolik işlevler kazanmıştır. Bir ulusal havayolu şirketinin logosunda kullanılan bu figür; uçuş, hız, güvenilirlik, güç ve ulusal temsil gibi kavramları simgelemektedir. Uluslararası izleyiciler açısından logo, kuş benzeri formu sayesinde hava ulaşımını çağrıştırmakla; İranlı izleyiciler için buna ek olarak tarihsel miras, ulusal gurur ve kültürel süreklilik anlamları da taşımaktadır.

Bu çok katmanlı anlam yapısı, Peirce'in göstergebilim kuramında tanımlanan göstergeleşme sürecinin başarılı bir örneğini oluşturmaktadır. Başlangıçta belirli bir tarihsel varlığı temsil eden Grifon motifi, çağdaş kurumsal

bağlamda yeni anlamlarla yüklenerek güçlü bir sembole dönüşmüştür. Böylece Persepolis kökenli bir motif, ulusal havacılık kimliğinin temel görsel göstergelerinden biri hâline gelmiş ve tarihsel mirasın çağdaş görsel kimlik içerisinde yeniden üretildiğini göstermiştir.

### Assmann Kuramı Çerçevesinde Yorum

Jan Assmann'ın kültürel bellek kuramı açısından değerlendirildiğinde, Ahemeniş dönemine ait Grifon motifinin İran Ulusal Havayolları'nın logosunda kullanılması, kültürel belleğin yeniden etkinleştirilmesine yönelik bilinçli bir kimlik inşası stratejisi olarak yorumlanabilir. Persepolis'e ait bu görsel unsur, tarihsel bağlamından kopararak çağdaş bir kurumsal kimlik içerisinde yeniden işlevlendirilmiş ve böylece geçmiş ile günümüz arasında sembolik bir bağ kurulmuştur.

Assmann'ın ifade ettiği üzere kültürel bellek, geçmişe ait belirli sembollerin, imgelerin ve anlatıların sürekli olarak yeniden üretilmesi yoluyla varlığını sürdürmektedir. HOMA logosunda kullanılan Grifon motifi de bu anlamda İran kültürünün kanonik görsel unsurlarından biri olarak yeniden dolaşıma sokulmuş ve çağdaş görsel iletişim sistemine aktarılmıştır. Böylece motif, Persepolis'in mimari bağlamındaki özgün işlevini aşarak ulusal temsil, tarihsel süreklilik ve kültürel aidiyet gibi yeni anlamlar üstlenmiştir.

Bu bağlamda HOMA logosu, Assmann'ın tanımladığı kültürel belleğin yeniden üretimi sürecine örnek teşkil etmektedir. Persepolis'te yer alan bir mimari motif, çağdaş görsel kimlik sistemine aktarılmış; böylece İran'ın köklü tarihine ilişkin kolektif hafıza, hem ulusal hem de uluslararası düzeyde görünür kılınmıştır. Logo, güncel ihtiyaçlar doğrultusunda yeniden yorumlanmasını sağlayan bir kültürel bellek taşıyıcısı olarak işlev görmektedir.

### Örnek 2: Persepolis Futbol Kulübü Logosu (Spor Alanı)

#### Motifin Kökeni ve Tanıtımı

Persepolis Futbol Kulübü'nün logosu, merkezde yer alan bir kupa figürünün iki yanında simetrik olarak konumlandırılmış iki Grifon motifinden oluşmaktadır. Logoda kullanılan bu figürler, kökenlerini Persepolis'te yer alan Ahemeniş dönemi sütun başlıkları ve kabartmalarında görülen Grifon tasvirlerinden almaktadır. Kulübün adı da Persepolis'in Yunanca adından türetilmiş olup, logonun tarihsel referansını daha da güçlendirmektedir. Böylece kulübün hem adı hem de görsel kimliği, İran'ın antik kültürel mirasıyla doğrudan ilişki kurmaktadır.



Şekil 2: Perspolis Futbol kulüp logosu

Kaynak: <https://fc-perspolis.com>

#### İkonik Düzeyde Analiz

Logo, biçimsel açıdan incelendiğinde Persepolis'teki Grifon motiflerinin temel karakteristik özelliklerini korumaktadır. Özellikle kartal başı, kanatlar ve güçlü gövde yapısı stilize edilmiş biçimde logoda varlığını sürdürmektedir. Bununla birlikte tarihsel örneklerde görülen ayrıntılı anatomik ve dekoratif özellikler büyük ölçüde sadeleştirilmiş, figürler modern logo tasarımının gerektirdiği yalın ve kolay algılanabilir bir forma dönüştürülmüştür.

Logoda yer alan iki Grifon'un merkezî eksen etrafında simetrik olarak yerleştirilmesi, Ahemeniş sanatında sıklıkla görülen simetrik kompozisyon anlayışını çağrıştırmaktadır. Bu nedenle logo, tarihsel motifle kurduğu doğrudan görsel benzerlik sayesinde Peirce'in sınıflandırmasında öncelikle ikonik gösterge niteliği taşımaktadır.

#### İndeksal Düzeyde Analiz

İndeksal düzeyde değerlendirildiğinde, logodaki iki Grifon figürü yalnızca tarihsel bir motife benzemekle kalmamakta; aynı zamanda İran'ın antik kültürel mirasına ilişkin çeşitli çağrışımları da harekete geçirmektedir. Ahemeniş sanatında koruyuculuk, güç ve otorite ile ilişkilendirilen bu figürler, futbol kulübü bağlamında rekabet gücü, mücadele ruhu ve üstünlük gibi anlamlarla ilişkilendirilmektedir.

Bu çağrışımların etkili olabilmesi için izleyicinin Persepolis sanatını ayrıntılı biçimde bilmesi gerekli değildir. İranlı izleyiciler, tarihsel kaynağın farkında olmasalar dahi, logonun görsel yapısı aracılığıyla güç, kararlılık ve aidiyet gibi anlamları algılayabilmektedir. Bu nedenle logo, kültürel belleğe dolaylı biçimde bağlanan indeksal bir işlev üstlenmektedir.

### Sembolik Düzeyde Analiz

Futbol bağlamında kullanıldığında Grifon motifi tarihsel kökeninin ötesine geçerek yeni sembolik anlamlar kazanmaktadır. Günümüzde bu figür, kulübün sportif başarılarını, tarihsel sürekliliğini ve taraftar topluluğunun ortak kimliğini temsil eden güçlü bir sembole dönüşmüştür. Logonun sürekli kullanımı ve taraftar kültürü içerisindeki yaygın dolaşımı sonucunda, motif zamanla özgün tarihsel bağlamından kısmen bağımsızlaşmıştır.

Bu nedenle birçok taraftar, logodaki figürlerin Persepolis sanatına dayandığını ayrıntılı olarak bilmeden de onları doğrudan kulübün simgesi olarak algılamaktadır. Peirce'in kuramı açısından değerlendirildiğinde bu durum, göstergenin tarihsel referansının ötesinde yeni ve toplumsal olarak kabul edilmiş anlamlar kazanarak sembolik bir nitelik edinmesinin örneğidir.

### Assmann ve Peirce Kuramları Çerçevesinde Yorum

Persepolis logosu, Assmann'ın kültürel bellek kuramı ile Peirce'in göstergeleşme anlayışının kesiştiği başarılı örneklerden biri olarak değerlendirilebilir. Assmann'ın perspektifinden bakıldığında logo, Ahemeniş dönemine ait bir motifin çağdaş kültürel dolaşım içerisinde yeniden üretilmesini ve kolektif belleğin güncellenmesini sağlamaktadır. Böylece antik İran'a ait görsel miras, modern spor kültürü içerisinde yaşamaya devam etmektedir.

Peirce'in göstergebilim kuramı açısından ise Grifon motifi, sürekli yeni yorumlayıcılar üreten dinamik bir gösterge olarak işlev görmektedir. Tarihsel bağlamda güç ve koruyuculuğu temsil eden motif, günümüzde taraftarlık, sportif başarı, rekabet ve kolektif aidiyet gibi yeni anlamlarla yüklenmektedir. Persepolis logosu, kültürel belleğin korunması ile göstergebilimsel dönüşümün aynı anda gerçekleştiği çok katmanlı bir görsel kimlik örneği ortaya koymaktadır.

### Örnek 3: Parsian Bankası Logosu (Bankacılık Alanı)

#### Motifin Kökeni ve Tanıtımı

Parsian Bankası'nın logosu, Persepolis'te en sık karşılaşılan bezeme unsurlarından biri olan lotus (nilüfer) motifinden esinlenmiştir. Lotus çiçeği, Ahemeniş dönemi sanatında ve özellikle Persepolis kabartmalarında sıklıkla yer almakta; Ölümsüzler Ordusu askerlerinin ellerinde ve çeşitli mimari bezemelerde tekrar eden bir motif olarak görülmektedir. Antik İran kültüründe lotus; saflık, yenilenme, bereket ve süreklilik gibi kavramlarla ilişkilendirilmiştir. Logonun çıkış noktasını, Persepolis kabartmalarında yer alan ve elinde lotus çiçeği taşıyan muhafız figürleri oluşturmaktadır.



Şekil 3: Parsian Bankası logosu

Kaynak: <https://tarhpik.com/assets/parsian-bank>

### İkonik Düzeyde Analiz

İncelenen üç örnek arasında Parsian Bankası logosu, özgün Persepolis motifinden biçimsel olarak en fazla uzaklaşan örnektir. Tarihsel kaynaktan açık biçimde tanımlanabilen lotus çiçeği, logoda yüksek düzeyde soyutlanmış ve modern grafik tasarım anlayışına uygun biçimde yeniden düzenlenmiştir. Motif, aynı anda bir çiçeği, yükselen bir formu ve çerçeve niteliği taşıyan geometrik bir yapıyı çağrıştıracak şekilde tasarlanmıştır.

Bununla birlikte yukarı yönelen yaprak düzeni, merkezî simetri ve çiçeğin genel organizasyonu korunmuştur. Bu nedenle logo, yoğun stilizasyona rağmen özgün lotus motifinin temel görsel karakterini tamamen kaybetmemiştir. Peirce'in sınıflandırması açısından değerlendirildiğinde, tarihsel motif ile logo arasındaki benzerlik daha dolaylı olmakla birlikte, ikonik ilişkinin izleri hâlen görülebilmektedir.

### İndeksal Düzeyde Analiz

İndeksal düzeyde değerlendirildiğinde, Parsian Bankası logosunun Persepolis ile kurduğu ilişki HOMA ve Persepolis Spor Kulübü logolarına kıyasla daha örtük bir nitelik taşımaktadır. Ortalama bir izleyici, logonun Ahemeniş dönemine ait lotus motifinden türetildiğini doğrudan fark etmeyebilir. Ancak logonun yukarı yönelen bitkisel formu; büyüme, gelişim, süreklilik ve güven gibi çağrışımlar üretmektedir.

Bu çağrışımlar, tarihsel kökenlerinden bağımsız olarak bir finans kuruluşunun temsil etmek istediği temel değerlerle örtüşmektedir. Dolayısıyla motif, Persepolis'e doğrudan gönderme yapmaktan çok, tarihsel kaynağından türeyen anlam potansiyelini güncel kurumsal bağlam içerisinde yeniden üretmektedir.

### Sembolik Düzeyde Analiz

Bankacılık bağlamında kullanıldığında lotus motifi, tarihsel anlamlarının ötesinde yeni sembolik işlevler kazanmaktadır. Logoda motif; finansal istikrar, ekonomik büyüme, güvenilirlik ve kurumsal saygınlık gibi kavramları temsil eden bir sembole dönüşmüştür. Özellikle logoda tercih edilen altın ve siyah renklerin birlikte kullanımı, güç, prestij ve finansal güven duygusunu desteklemektedir.

Bu örnek, Persepolis kökenli bir motifin yeni kullanım alanına aktarıldığında özgün anlamlarından kısmen uzaklaşarak yeni ve toplumsal olarak kabul edilmiş anlamlar kazandığını göstermektedir. Bu nedenle logo, Peirce'in sembol kategorisinin en belirgin örneklerinden biri olarak değerlendirilebilir. Motif artık bankanın kurumsal kimliğini ve finansal değerlerini temsil etmektedir.

### Assmann Kuramı Çerçevesinde Yorum

Jan Assmann'ın kültürel bellek kuramı açısından değerlendirildiğinde, Parsian Bankası logosu kültürel mirasın seçici biçimde yeniden yorumlanmasının dikkat çekici bir örneğini sunmaktadır. Persepolis'te yer alan çok sayıda motif arasından özellikle lotusun tercih edilmiş olması tesadüf değildir. Lotusun tarihsel olarak taşıdığı saflık, yenilenme, süreklilik ve bereket anlamları, bir finans kurumunun kurumsal kimliğiyle yüksek düzeyde uyum göstermektedir.

Bu durum, Assmann'ın kültürel belleğin güncel ihtiyaçlar doğrultusunda yeniden üretilmesi yönündeki yaklaşımını desteklemektedir. Tarihsel bir motif, özgün bağlamından alınarak çağdaş bir kurumsal kimlik sistemine aktarılmış ve yeni iletişim işlevler kazanmıştır. Böylece kültürel bellek yalnızca geçmişi koruyan bir yapı olmaktan çıkmış; günümüz kurumlarının kimlik inşasına katkıda bulunan dinamik bir kaynak hâline gelmiştir.

Üç örnek birlikte değerlendirildiğinde, Persepolis motiflerinin çağdaş logo tasarımlarında farklı düzeylerde yeniden yorumlandığı görülmektedir. HOMA logosu tarihsel motife daha yakın bir biçimsel ilişki kurarken, Persepolis Spor Kulübü logosu tarihsel ve taraftarlık temelli sembolik anlamları birlikte taşımaktadır. Parsian Bankası logosu ise daha yüksek düzeyde soyutlama içermekte ve tarihsel motifin kurumsal kimlik ihtiyaçlarına göre yeniden biçimlendirildiğini göstermektedir. Bu durum, zaman içerisinde logo tasarım anlayışlarının daha sade, soyut ve kavramsal bir yönelim gösterdiğine işaret etmektedir.

Bu doğrultuda Tablo 3'te incelenen üç logo; ikonik, indeksal ve sembolik düzeyler ile tasarımlarındaki soyutlama dereceleri açısından karşılaştırmalı olarak değerlendirilmektedir.

**Tablo 3:** İncelenen logoların göstergebilimsel özellikler açısından karşılaştırılması

Ölçüt	HOMA Havayolları	Persepolis Spor Kulübü	Parsian Bankası
Tasarım Dönemi	II. Pehlevi Dönemi	II. Pehlevi Dönemi	2000'li Yıllar
Kaynak Motif	Grifon	Grifon	Lotus Çiçeği
İkonik Düzey	Yüksek	Orta	Düşük
İndeksal Düzey	Güçlü	Güçlü	Orta
Sembolik İşlev	Ulusal ve havacılık kimliği	Kolektif ve rekabetçi kimlik	Finansal güven ve kurumsal itibar
Soyutlama Düzeyi	Orta	Orta	Yüksek

**Kaynak:** Yazarlar tarafından üretilmiştir

Tablo incelendiğinde, Persepolis kökenli motiflerin çağdaş görsel kimlik tasarımlarında farklı dönüşüm süreçlerinden geçtiği görülmektedir. HOMA logosu, özgün tarihsel motife en yakın örnek olarak yüksek düzeyde ikonik ilişki kurarken; Parsian Bankası logosu, yoğun soyutlama nedeniyle tarihsel kaynağından biçimsel olarak en fazla uzaklaşan örneği oluşturmaktadır. Persepolis Spor Kulübü logosu ise bu iki uç arasında yer almakta ve hem tarihsel referanslarını korumakta hem de güçlü bir kolektif kimlik sembolü olarak işlev görmektedir.

Örnekler birlikte değerlendirildiğinde, motiflerin tarihsel kökenleri korunmakla birlikte kullanım bağlamına bağlı olarak yeni anlamlar kazandıkları görülmektedir. Ulaşım alanında ulusal temsil ve güven, spor alanında taraftarlık ve rekabet, bankacılık alanında ise finansal istikrar ve kurumsal güvenilirlik ön plana çıkmaktadır. Bu durum, Persepolis motiflerinin kültürel bellekteki sürekliliğini korurken farklı kurumsal kimlikler içerisinde yeniden yorumlandığını göstermektedir.

## BULGULAR

Araştırma kapsamında incelenen üç logo örneği, Persepolis kökenli motiflerin çağdaş İran görsel kimliğinde geçirdiği dönüşümün doğrusal olmayan ancak süreklilik gösteren bir yapı sergilediğini ortaya koymaktadır. Bulgular, söz konusu motiflerin logo tasarımına aktarım sürecinde Peirce'in göstergebilim kuramında tanımlanan ikonik göstergeden sembolik göstergeye doğru ilerleyen bir dönüşüm çizgisi izlediğini göstermektedir. Bu süreçte tarihsel motifler, özgün biçimsel özelliklerini farklı düzeylerde korurken, yeni kullanım bağlamlarına bağlı olarak yeni anlam katmanları da kazanmıştır.

Gerçekleştirilen analizler sonucunda HOMA logosunun tarihsel motifle güçlü görsel benzerliği koruyan örnek olduğu belirlenmiştir. Bu nedenle HOMA, incelenen örnekler arasında en yüksek ikonik düzeyi temsil etmektedir. Persepolis Spor Kulübü logosu ise tarihsel referanslarını korumakla birlikte, taraftar kültürü ve sportif kimlik bağlamında yeni sembolik anlamlar kazanmış olup dönüşüm sürecinin ara aşamasında yer almaktadır. Parsian Bankası logosu ise yüksek düzeyde soyutlama içermesi nedeniyle tarihsel kaynağından biçimsel olarak en fazla uzaklaşan örnek olarak öne çıkmaktadır. Bu durum, üç logonun birlikte değerlendirildiğinde, Persepolis motiflerinin ikondan sembole doğru ilerleyen bir göstergebilimsel süreklilik içerisinde yeniden üretildiğini göstermektedir.

Elde edilen bir diğer önemli bulgu, logo tasarımlarının üretildiği dönem ile motiflerin soyutlanma düzeyi arasında dikkat çekici bir ilişki bulunmasıdır. Karşılaştırmalı analiz sonucunda, tasarım tarihi Ahameniş dönemine daha yakın olan ve II. Pehlevi döneminde tasarlanan HOMA ve Persepolis logolarının tarihsel motiflere daha yakın kaldığı görülmektedir. Buna karşılık 2000'li yıllarda tasarlanan Parsian Bankası logosu, çağdaş kurumsal tasarım anlayışına uygun biçimde daha yüksek düzeyde soyutlama içermektedir. Bu durum, zaman içerisinde grafik tasarım anlayışında gözlenen sadeleşme ve kavramsallaşma eğiliminin Persepolis kökenli motiflerin yeniden yorumlanma biçimlerine de yansıdığını göstermektedir.

Bulgular ayrıca, motiflerin kullanım bağlamı ile kazandıkları sembolik anlamlar arasında güçlü bir ilişki bulunduğunu ortaya koymaktadır. Ulaşım sektöründe kullanılan HOMA logosu ulusal temsil ve havacılık kimliğiyle ilişkilendirilirken, Persepolis Spor Kulübü logosu kolektif aidiyet, rekabet ve sportif başarı kavramlarını ön plana çıkarmaktadır. Parsian Bankası logosunda ise tarihsel motif, finansal güven, kurumsal istikrar ve ekonomik büyüme gibi anlamlarla yeniden tanımlanmaktadır. Bu durum, kültürel bellekte yer alan aynı görsel kaynağın farklı kurumsal ihtiyaçlar doğrultusunda yeniden yorumlanabildiğini göstermektedir.

Araştırma bulguları, Persepolis motiflerinin çağdaş İran görsel kimliğinde kültürel belleğin güncel ihtiyaçlar doğrultusunda yeniden üretildiği dinamik göstergeler olarak işlev gördüğünü ortaya koymaktadır. Motiflerin biçimsel dönüşümü ile kültürel anlamlarının yeniden inşası arasındaki ilişki, Assmann'ın kültürel bellek kuramı ile Peirce'in göstergebilim kuramının birlikte kullanılmasının araştırma problemini açıklamada işlevsel bir kuramsal çerçeve sunduğunu göstermektedir.

**Tablo 4:** Persepolis kökenli motiflerin çağdaş İran görsel kimliğinde dönüşüm eğilimleri

Dönem	Kimlik Politikası	Görsel Yaklaşım
I. ve II. Pehlevi Dönemi	Antik İran merkezli milliyetçilik ve tarihsel meşruiyet söylemi	Doğrudan temsil ve tarihsel motiflerin görünür kullanımı
1980–1990'lı Yıllar	Devrim sonrası kimliğin yeniden tanımlanması	Sadeleştirme, seçici kullanım ve tarihsel referansların dolaylılaştırılması
2000–2020'li Yıllar	Melez kimlik anlayışı ve küreselleşmenin etkileri	Soyutlama, geometrikleştirme ve çağdaş tasarım diline uyarlama

**Kaynak:** Yazarlar tarafından üretilmiştir

Tablo 4'te görüldüğü üzere, Persepolis kökenli motiflerin çağdaş İran görsel kimliğindeki kullanımı yalnızca tasarımsal tercihlerle açıklanabilecek bir olgu değildir. Motiflerin yeniden yorumlanma biçimi, her dönemin egemen kimlik politikaları ve kültürel söylemleriyle yakından ilişkilidir. II. Pehlevi döneminde tarihsel mirasın ulusal kimliğin temel referansı olarak görülmesi, Persepolis motiflerinin logolarda daha doğrudan ve tanınabilir biçimde kullanılmasına yol açmıştır. Devrim sonrasında ise tarihsel referanslar tamamen terk edilmemiş, ancak daha dolaylı ve sadeleştirilmiş biçimlerde yeniden yorumlanmıştır. 2000'li yıllardan itibaren küresel tasarım eğilimlerinin etkisiyle birlikte tarihsel motifler giderek daha soyut, geometrik ve evrensel bir görsel dile dönüştürülmüştür.

Bu dönüşüm, araştırmada incelenen üç örnekle de uyumludur. HOMA logosu tarihsel motife en yakın örneği temsil ederken, Persepolis Spor Kulübü logosu geçiş aşamasını, Parsian Bankası logosu ise yüksek düzeyde soyutlanmış çağdaş yaklaşımı temsil etmektedir. Böylece Persepolis motiflerinin çağdaş görsel kimlikteki varlığı korunurken, onların ifade biçimleri dönemselsel kültürel ve tasarımsal koşullara bağlı olarak değişim göstermektedir.

Araştırma kapsamında incelenen örneklerde, tasarım sürecine ilişkin birincil verilere ulaşılmadığı için tasarımcıların niyetleri doğrudan değerlendirilememiştir. Bununla birlikte gerçekleştirilen göstergebilimsel analizler, her bir kurumun kullandığı Persepolis kökenli motif ile kurumsal kimlik arasında anlamlı bir uyum bulunduğunu ortaya koymaktadır. İncelenen örneklerde tercih edilen motiflerin, temsil ettikleri kurumların faaliyet alanları ve kimlik söylemleriyle örtüşen anlam katmanları taşıdığı görülmektedir.

**Tablo 5:** Kurumsal kimlik ile seçilen motif arasındaki anlamsal ilişki

Kurum	Seçilen Motif	Baskın Anlamsal Çağrışımlar
HOMA Havayolları	Grifon	Güç, hareket, yücelik, ulusal temsil
Persepolis Spor Kulübü	Simetrik Grifon	Güç, koruyuculuk, mücadele ve rekabet
Parsian Bankası	Lotus Çiçeği	Süreklilik, büyüme, istikrar ve güven

**Kaynak:** Yazarlar tarafından üretilmiştir

Elde edilen bulgular, kültürel belleğin görsel kimlik tasarımında rastlantısal biçimde kullanılmadığını, aksine kurumsal ihtiyaçlar doğrultusunda seçici bir yeniden yorumlama sürecinden geçtiğini göstermektedir. Persepolis'te yer alan çok sayıdaki motif arasından belirli örneklerin öne çıkarılması, Assmann'ın kültürel belleğin geçmiş olduğu gibi koruyan bir yapıdan ziyade, güncel kimlik ihtiyaçları doğrultusunda yeniden üreten dinamik bir sistem olduğu yönündeki yaklaşımıyla uyumludur. Bu açıdan bakıldığında, logolarda kullanılan motifler yalnızca tarihsel bir mirasın temsili değil, aynı zamanda güncel kurumsal kimliklerin inşasında işlev gören kültürel kaynaklar olarak değerlendirilebilir.

Araştırmanın genel bulguları, Persepolis motiflerinin çağdaş İran logo tasarımında üç katmanlı bir dönüşüm sürecinden geçtiğini ortaya koymaktadır:

### Birinci Katman: Biçimsel Dönüşüm

Motifler tarihsel örneklerinden hareketle sadeleştirilmekte, stilize edilmekte ve farklı düzeylerde soyutlanmaktadır. Bu süreç, Peirce'in kuramında ikonik göstergeden sembolik göstergeye doğru ilerleyen dönüşümle açıklanabilmektedir.

### İkinci Katman: Anlamsal Dönüşüm

Motifler, tarihsel bağlamlarındaki özgün anlamlarını tamamen kaybetmeden, içinde yer aldıkları kurumsal bağlama uygun yeni anlamlar kazanmaktadır. Böylece aynı motif farklı sektörlerde farklı kimlik söylemlerinin taşıyıcısı hâline gelebilmektedir.

### Üçüncü Katman: Kültürel Dönüşüm

Persepolis kökenli görsel unsurlar, çağdaş logo tasarımları aracılığıyla kültürel belleğin günümüzde yeniden üretilmesine katkıda bulunmaktadır. Bu durum, Assmann'ın kültürel belleğin sürekliliğine ilişkin yaklaşımını desteklemektedir.

Persepolis motiflerinin çağdaş logolardaki kullanımını kültürel belleğin yeniden yorumlanması, yeni kimlik bağlarına uyarlanması ve güncel görsel iletişim sistemleri içerisinde yeniden anlamlandırılması süreci olarak değerlendirilebilir. Bu nedenle araştırmada incelenen örnekler, tarihsel bir motifin görsel göstergeden kurumsal sembole dönüşümünü ortaya koyan anlamlı örnekler sunmaktadır.

## SONUÇ

Bu araştırma, Persepolis kökenli motiflerin çağdaş İran logo tasarımlarındaki dönüşüm sürecini Jan Assmann'ın kültürel bellek kuramı ile Charles Sanders Peirce'in göstergebilim kuramı çerçevesinde incelemeyi amaçlamıştır. Araştırma bulguları, Persepolis motiflerinin çağdaş görsel kimlik tasarımlarında ne yalnızca geçmişin birebir yeniden üretimi ne de tarihsel kökenlerinden tamamen kopmuş yeni görsel biçimler olarak değerlendirilebileceğini göstermektedir. Aksine bu süreç, tarihsel süreklilik ile yeniden yorumlamanın bir arada bulunduğu dinamik bir dönüşüm olarak ortaya çıkmaktadır. Motifler, kültürel bellekteki yerlerini korurken, farklı kurumsal bağlamlarda yeni anlamlar kazanmakta ve güncel iletişim ihtiyaçlarına göre yeniden şekillenmektedir.

Araştırma kapsamında incelenen HOMA Havayolları, Persepolis Spor Kulübü ve Parsian Bankası logoları, Persepolis motiflerinin çağdaş görsel kimlik içerisinde üç temel dönüşüm geçirdiğini ortaya koymuştur. İlk olarak, motifler taş kabartma ve mimari bezeme niteliğindeki tarihsel biçimlerinden ayrılarak çizgisel, sadeleştirilmiş ve grafik tasarım ilkelerine uygun görsel formlara dönüşmektedir. İkinci olarak, motiflerin anlam dünyasında dönüşüm gerçekleşmektedir. Ahameniş döneminde hükümdarlık, koruyuculuk veya kutsallık gibi anlamlarla ilişkilendirilen görsel unsurlar; günümüzde ulusal temsil, kurumsal güven, sportif aidiyet veya ekonomik istikrar gibi yeni anlamlarla yeniden tanımlanmaktadır. Üçüncü olarak ise motiflerin işlevi değişmektedir. Mimari ve törensel bağlamlarda kullanılan bu görsel unsurlar, çağdaş dönemde kurumsal iletişim ve görsel kimlik sistemlerinin temel bileşenleri hâline gelmiştir.

Dönüşüm süreci, Peirce'in göstergebilim kuramı çerçevesinde ikondan sembole doğru ilerleyen bir göstergeleşme süreci olarak yorumlanabilir. İncelenen örnekler, tarihsel motiflerin özgün biçimleriyle kurdukları ilişkinin zaman içerisinde zayıfladığını, buna karşılık sembolik ve kurumsal anlamlarının güçlendiğini göstermektedir. Özellikle Parsian Bankası logosu, yüksek düzeyde soyutlama içermesi nedeniyle bu dönüşümün en belirgin örneğini oluşturmaktadır.

Araştırmanın önemli bulgularından biri de kültürel belleğin seçici bir yeniden üretim süreci olarak işlediğini ortaya koymasındır. İncelenen örneklerde Persepolis'te yer alan çok sayıda motif arasından, kurumların kimlik söylemleriyle uyumlu olan belirli motiflerin tercih edildiği görülmektedir. Grifon motifinin güç, koruyuculuk ve temsil; lotus motifinin ise süreklilik, büyüme ve güven çağrışımları taşıması, bu seçimin rastlantısal olmadığını göstermektedir. Bu durum, Assmann'ın kültürel belleğin geçmişi olduğu gibi koruyan bir yapıdan ziyade, güncel kimlik ihtiyaçları doğrultusunda yeniden üreten bir sistem olduğu yönündeki yaklaşımını desteklemektedir.

Araştırmanın kuramsal katkısı iki başlık altında değerlendirilebilir. İlk olarak çalışma, Assmann'ın kültürel bellek kuramı ile Peirce'in göstergebilim kuramının birlikte kullanımının, tarihsel motiflerin çağdaş görsel kimliklerdeki dönüşümünü açıklamada işlevsel ve tamamlayıcı bir çerçeve sunduğunu göstermektedir. Assmann, motiflerin neden yüzyıllar boyunca varlığını koruduğunu açıklarken; Peirce, bu motiflerin yeni bağlamlarda nasıl anlam kazandığını ve dönüştüğünü vurgulamaktadır. İkinci olarak çalışma, grafik tasarımcıyı kültürel belleğin güncel taşıyıcısı olarak konumlandırmaktadır. Bu bağlamda tasarımcı, geçmişe ait görsel mirası çağdaş iletişim ortamlarına aktararak kültürel sürekliliğin yeniden üretilmesinde etkin bir rol üstlenmektedir.

Sonuç olarak Persepolis motiflerinin çağdaş İran logo tasarımındaki varlığı, tarihsel mirasın korunmasından öte, onun yeniden yorumlanması ve güncel kimlik bağlamlarında yeniden anlamlandırılması süreci olarak değerlendirilmelidir. Bu süreç, kültürel belleğin sürekliliğini sağlarken aynı zamanda geçmiş ile bugün arasında görsel ve anlamsal bir köprü kurmaktadır.

## Araştırma Önerileri

Bu araştırmanın bulguları doğrultusunda gelecekte gerçekleştirilecek çalışmalar için çeşitli araştırma alanları önerilebilir. Öncelikle örneklem genişletilerek farklı sektörlerden daha fazla logo örneğinin incelenmesi, bu çalışmada ortaya konulan dönüşüm modelinin sınanmasına ve geliştirilmesine katkı sağlayabilir. Ayrıca yalnızca logolarla sınırlı kalmayıp kurumsal kimlik sistemlerinin diğer bileşenlerinin de değerlendirilmesi, Persepolis motiflerinin çağdaş görsel kültürdeki kullanımına ilişkin daha kapsamlı sonuçlar sunabilir.

Bir diğer araştırma alanı ise karşılaştırmalı kültürel çalışmalar olabilir. İran örneğinde gözlemlenen kültürel bellek ve görsel kimlik ilişkisi; Mısır, Yunanistan, Türkiye veya Hindistan gibi güçlü tarihsel mirasa sahip ülkelerdeki

uygulamalarla karşılaştırılarak incelenebilir. Böylece antik uygarlıklara ait görsel mirasın çağdaş kimlik tasarımlarında nasıl yeniden üretildiğine ilişkin daha geniş bir kuramsal çerçeve geliştirilebilir.

#### KAYNAKÇA

Aabo, T., & Eriksen, N. B. (2018). Corporate risk and the humpback of CEO narcissism. *Review of Behavioral Finance*. 10, 252-273.

Aabo, T., Als, M., Thomsen, L., & Wulff, J. N. (2020). Watch me go big: CEO narcissism and corporate acquisitions. *Review of Behavioral Finance*.

Agnihotri, A., & Bhattacharya, S. (2019). CEO narcissism and internationalization by Indian firms. *Management International Review*, 59(6), 889-918.

Assmann, J. (1995). Collective memory and cultural identity. *New German Critique*. No. 65. 125–133.

Assmann, J. (2011). *Cultural Memory and Early Civilization: Writing, Remembrance, and Political Imagination*. Cambridge University Press.

Gombrich, Ernst H. (1979). *The Sense of Order: A Study in the Psychology of Decorative Art*. London: Phaidon Press.

logos, 1. (2025, 09 19). 1000logos. 04 02, 2026 tarihinde 1000logos.net: <https://1000logos.net/iran-air-logo/> adresinden alındı

Mollerup, P. (1997). *Marks of excellence: The history and taxonomy of trademarks*. Phaidon Press.

Olins, W. (2008). *The brand handbook*. Thames & Hudson.

Peirce, C. S. (1931–1958). *Collected papers of Charles Sanders Peirce* (Vols. 1–8, C. Hartshorne, P. Weiss, & A. W. Burks, Eds.). Harvard University Press.

Peirce, C.S. (1991). Peirce on Signs: Writings on Semiotic. Ed. James Hoopes. Chapel Hill: University of North Carolina Press.

Persepolis Kulübü. (t.y.). Resmî web sitesi. Erişim tarihi: 23/05/2026, <https://fc-perspolis.com>

Sepehr, M. (2014). *The footnote for signs*. Hermes

Tarhpik. (t.y.). Parsian Bank logo. Erişim tarihi: 01/06/2026, <https://tarhpik.com/assets/parsian-bank>

Wheeler, A. (2017). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team* (5th ed.). John Wiley & Sons.