

Perspica — Marka Kılavuzu

İşaretin hikâyesi, yapısı ve kullanım kuralları

Bu kılavuz iki soruya cevap verir: *bu işaret neden böyle ve nerede nasıl kullanılır*. Birincisi olmadan ikincisi bir kural listesine dönüşür; kuralın sebebini bilmeyen ilk sıkıştığında onu bozar.

1. Ad nereden geliyor

Perspica, Latince *perspicere* fiilinden gelir: içinden bakmak, seçmek, ayırt etmek. Aynı kökten *perspicax* — keskin görüşlü — ve İngilizcedeki *perspicacious* türer.

Bu bir süs değil, ürünün ne yaptığının tarifidir. Perspica kalite kaydı tutan bir arşiv değildir; **görünmeyeni görünür kılan** bir sistemdir. Kalitesizliğin faturası muhasebeye bir hesap kalemi olarak durmaz — hurda, yeniden işleme, gecikme, şikâyet ayrı ayrı yerlerde birikir ve toplamını kimse görmez. Ürünün ilk işi o toplamı göstermektir.

Marka vaadi tek cümlede: Kaybınızı gösteririm.

2. İşaret iki kez değişti

Marka kararının sebebi yazılmazsa ilk itirazda geri alınır. Bu yüzden ikisi de burada duruyor.

Önce onay işareti vardı. Bırakıldı, çünkü "kutuyu işaretledik, belge alındı" diyordu. Ürünün kendi tanıtım metni ise bunun tersini söylüyor: "ISO belgeniz bu işin doğal sonucu olur — amacı değil." Logo, markanın söylediğinin tersini söylüyordu. Ayrıca bu kategorinin en yıpranmış klişesiydi: kalite yazılımlarının logolarında onay işareti, kalkan ve dişli üçlüsünün dışına çıkan azdır. Herkesin kullandığı işaret hiç kimseyi işaretlemez.

Sonra açık gövdeli bir "P" denendi. Adın kökünü (*perspicere*) biçimde tekrar ediyordu ve fikir olarak doğruydum. İki sebeple bırakıldı: gövdesi açık olduğu için harf **tereddütlü okunuyordu**, ve daha önemlisi bir harf **ne iş yapıldığını anlatmaz**. Kartvizite bakan kalite yöneticisi "P" görür, ne sattığınızı görmez.

3. İşaret: mercek ve yükselen çubuklar



Perspica

Şimdiki işaret vadin kendisidir: **kaybınızı gösteririm**.

Büyükteç bakmayı söyler. Herkesin tanıdığı bir nesnedir; açıklama istemez. Kimsenin tanımadığı bir markada logonun ilk işi ne iş yapıldığını anlatmaktır — soyut bir sembol bunu yapmaz, harf de yapmaz.

Çubuklar neye bakıldığını söyler. Mercek tek başına "arıyoruz" der; içindeki yükselen çubuklar "rakamlarınıza bakıyoruz" der. Ürünün yaptığı iş tam olarak budur: hürdanın, yeniden işlemenin, gecikmenin ve şikâyetin toplamını görünür kılmak.

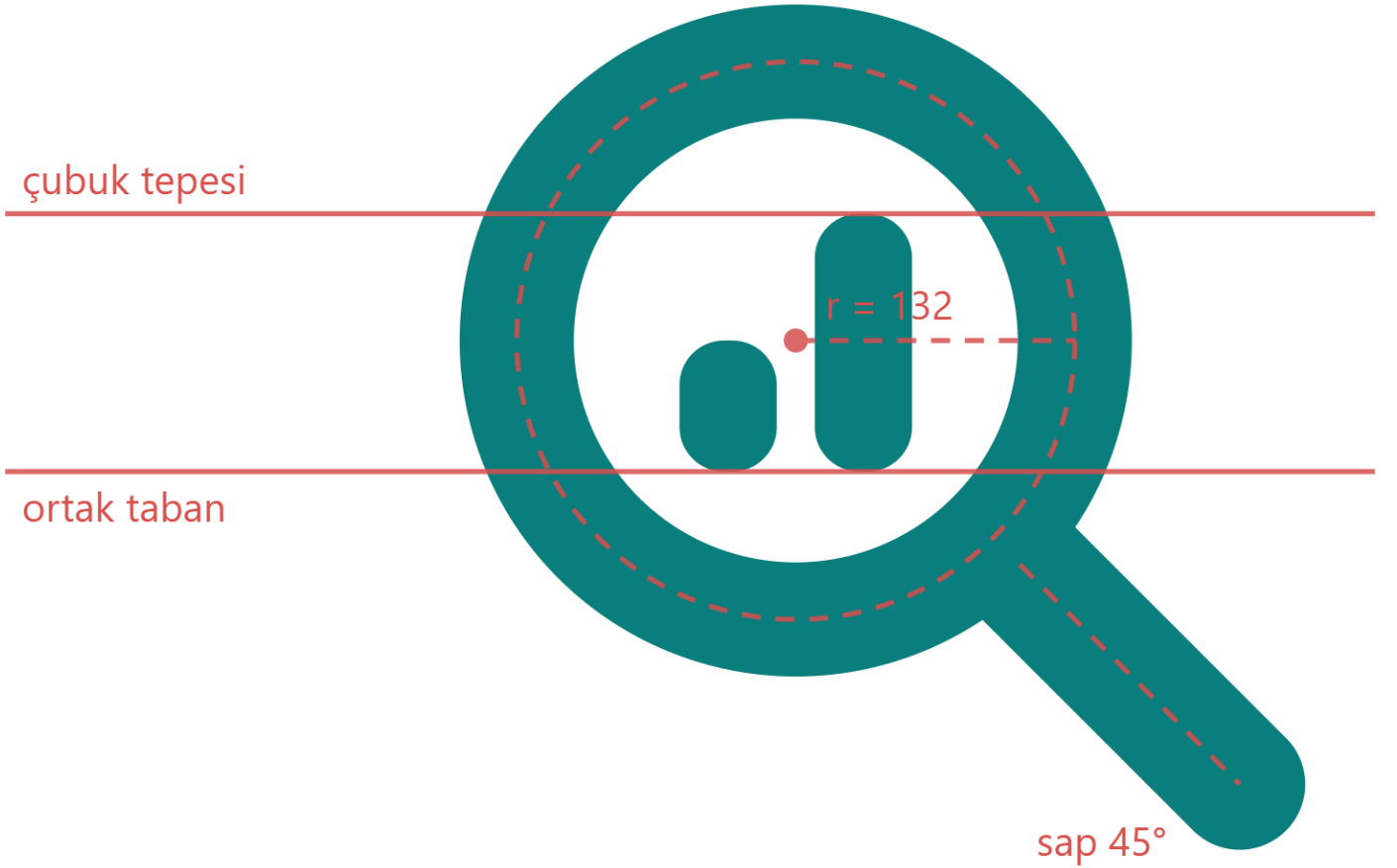
İki çubuk, üç değil. Üç ince çubuk 16 pikselde birbirine giriyordu; denendi ve ölçüldü. "Yükseliyor" anlamı için iki çubuk yeter, iki kalın çubuk en küçük boyutta bile ayrı durur. Buradaki sadelik estetik tercih değil, okunaklılıktır.

Kabul edilen bedel: adı öğretmez. Bir harf adı akılda bırakır, mercek bırakmaz. Bilerek kabul edildi, çünkü logo neredeyse her yerde kelimeyle birlikte kullanılıyor — ad zaten yanında duruyor. Yalnız sekme simgesinde ve uygulama ikonunda işaret tek başına çıkar; orada da ürünü kullanan kişi adı zaten biliyordur.

Kutusuz. İşaretin yuvarlak kare çerçevesi yoktur. Çerçeve hiçbir anlam taşımaz ve aynı piksel alanında işareti küçültür. Kare yalnız uygulama ikonunda kalır, çünkü işletim sistemleri orada bir kutu bekler.

4. Yapı

İşaret 512 × 512 birimlik bir alanda kurulur. Bütün ölçüler bu alana göredir; herhangi bir boyuta orantılı büyütülür.



Parça	Ölçü
Mercek halkası	merkez (206, 206), yarıçap 132, kalınlık 54
Sap	(312, 312) → (416, 416), kalınlık 62, yuvarlak uç, 45°
Kısa çubuk	x = 151, y = 206, 46 × 62, köşe 21
Uzun çubuk	x = 215, y = 146, 46 × 122, köşe 21
Sınır kutusu	47 → 447 (iki ekseninde de) — işaret kare oturur

İki çubuğun **tabanı ortaktır**; yükseklikleri farklıdır. Yükselme duygusunu taban hizası taşır — tabanlar kayarsa çubuklar "iki ayrı nesne" gibi okunur.

⚠ **Geometri elle yeniden çizilmez.** İşaret yedi ayrı yerde tekrarlanıyor (uygulama simgesi, PNG üreten betik, tanıtım sayfasında iki inline kopya, arayüz bileşeni, favicon kopyası, marka paketi üreticisi). Teknik olarak birleştirilemiyorlar; bu yüzden bir test hepsinin aynı yolu çizdiğini doğrular. Biri değişirse hepsi değişmelidir.

5. Renk

Rol	Değer	Nerede
Marka turkuazı	#0D7D7D	Açık zeminde işaret ve kelime
Açık turkuaz	#2DA8A8	Koyu zeminde işaret ve kelime
Lacivert	#0E1B2A	Uygulama ikonunun zemini, koyu yüzeyler

İki turkuaz aynı ailedendir; koyu zeminde koyu turkuaz okunmadığı için açık olanı kullanılır. Bu bir "ikinci renk" değil, aynı rengin zemine göre ayarıdır.

Tek renk kullanımı: siyah ya da beyaz. İşaret tek kalınlıkta olduğu için tek renkte de bozulmaz. Faks, kaşe, nakış, gravür ve tek renkli baskı bu dosyalarla yapılır.

6. Kullanım kuralları

Boşluk. İşaretin dört yanında, işaret yüksekliğinin **en az dörtte biri** kadar boş alan bırakılır. Bu alana başka bir öge girmez.

En küçük boyut. İşaret ekranda **16 piksel**, baskıda **6 mm** altına inmez. Kelimeli kilit ekranda **90 piksel**, baskıda **25 mm** altına inmez — altında kelime okunmaz, kilidi bölüp yalnız işaret kullanılır.

Kilit. İşaret ile kelime arasındaki boşluk, işaret genişliğinin yaklaşık **%38'idir**. Kilit yeniden kurulmaz; hazır dosya kullanılır.

Yapılmayacaklar

- İşaretin oranı değiştirilmez, eğilmez, gölge veya kontur eklenmez.
- Çubuk sayısı **değiştirilmez** ve tabanları kaydırılmaz; üçüncü bir çubuk eklemek küçük boyutta işareti okunmaz yapar.
- Mercek ile sap **ayrılmaz**; sap tek başına ya da mercek sapsız kullanılmaz.
- Marka renkleri dışında renk verilmez; işaret desenli ya da fotoğraf zemine doğrudan konmaz (gerekirse tek renk beyaz sürüm kullanılır).
- Kelime yeniden dizilmez; "PERSPICA" büyük harfle ya da farklı bir yazı tipiyle yazılmaz.
- İşaret, müşterinin kendi logosunun yerine kullanılmaz. Uygulamada müşterinin logosu için ayrı bir alan vardır; ikisi karıştırılmaz.

7. Dosyalar

Marka paketi `Perspica-Marka-Paketi.zip` içinde gelir.

Klasör	İçerik
<code>01-Isaret</code>	Yalnız işaret — marka rengi, koyu zemin, tek renk siyah, tek renk beyaz
<code>02-Kilit</code>	İşaret + kelime, aynı dört sürüm
<code>03-Uygulama-Ikonu</code>	Yuvarlak kareli sürüm (PWA, favicon, mağaza)
<code>04-PNG</code>	Saydam zeminli raster sürümler (256 / 512 / 1024 piksel)
<code>05-Kilavuz</code>	Yapı diyagramı — bu kılavuzun 4. bölümündeki görsel

Her vektör dosya iki biçimde verilir:

- **SVG** — ekran, web, arayüz. Kaynak biçimdir; sonsuz büyütülür.
- **PDF** — baskı ve tedarikçi. Matbaa, tabelacı ve promosyon firmasının istediği biçim budur; her programda açılır.

⚠ **AI ve EPS neden yok:** AI, Adobe Illustrator'ın kendi biçimidir ve yalnız o programla güvenilir üretilir. EPS ise PDF'in yerini bıraktığı eski bir biçimdir. Bugün matbaaların tamamı PDF kabul eder. Bir tedarikçi ısrarla EPS isterse PDF'ten dönüştürülebilir; dosyayı görmeden üretip "çalışıyor" demektense bu yol düşüştür.

⚠ **Kilit dosyalarındaki kelime hakkında:** "Perspica" kelimesi SVG'de **canlı yazı** olarak durur; o yazı tipi kurulu olmayan bir makinede farklı görünebilir. PDF sürümlerinde yazı tipi dosyanın içine gömüldür, bu yüzden **baskıya PDF verilir**. Marka için ayrı bir yazı tipi satın alınırsa kelimenin eğrilere çevrilmesi (outline) gerekir; bu, yazı tipi araçları olan bir tasarımcının işidir.

8. Değişirse ne olur

Bu kılavuzdaki her sayı bir karardır, tercih değil. İşaret değişecekse:

1. Geometri **tek yerde** değişir, sonra yedi kopyaya birlikte yayılır (bkz. bölüm 4).
2. Marka paketi yeniden üretilir: `node scripts/marka-paketi.mjs`
3. Uygulama ikonlarının PNG'leri yeniden üretilir: `node scripts/simge-uret.mjs`
4. Vitrin ekran görüntüsü tazelenir: `node scripts/urun-ekrani-cek.mjs`
5. Bu kılavuz ve kullanım kılavuzu yeniden üretilir: `node scripts/belge-hatti.mjs`

Adımlardan biri atlanırsa marka bölünür — kullanıcı telefonuna kurduğu uygulamayı sekmede tanıyamaz hâle gelir. Sıra önemlidir.