



T.C.
İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Grafik Tasarımı Ana Sanat Dalı Programı

KURUMSAL MEKANDA GÖRSEL OKUNAKLILIK

Yüksek Lisans
Berna YAN
Öğrenci No
135110103

Danışman : Yrd. Doç. Ülkü GEZER

İstanbul,2017



T.C.

İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Grafik Tasarımı Ana Sanat Dalı Programı

KURUMSAL MEKANDA GÖRSEL OKUNAKLILIK

Yüksek Lisans

Tezi Hazırlayan : **Berna YAN**

YEMİN METNİ

Yüksek lisans tezi/doktora tezi/dönem projesi olarak sunduğum "KURUMSAL MEKANDA GÖRSEL OKUNAKLILIK" başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmanın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

[Tarih ve İmza]

Berna YAN



ONAY

Tezimin/raporumun kağıt ve elektronik kopyalarının İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezim/Raporum sadece İstanbul Arel yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin/Raporumunyıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

[Tarih ve İmza]

Berna YAN

ÖZET
KURUMSAL MEKANDA GÖRSEL OKUNAKLILIK
Berna YAN
Yüksek Lisans Tezi, Grafik Tasarımı Anabilim Dalı
Danışman: Yrd. Doç. Ülkü GEZER
KASIM, 2017 – 147 sayfa

Sanayi devrimiyle başlayan köylerden kentlere göçle birlikte kentler hızla değişip büyümeye başlamıştır. Bu hızlı değişimle mekanların ihtiyaçları artmış; bu ihtiyaçları karşılamak için de; mekan ve zaman hissini güçlendirmek, ilişkileri iyileştirmek ve hayatı basitleştirmek gereksinimi doğmuş, bunun için de mekan grafiklerinden yardım alınması zorunlu hale gelmiştir.

Çalışmanın birinci bölümünde geçmişten günümüze kurumsal mekanların gelişimi ve kurumsal mekanın oluşturulmasında dikkat edilmesi gereken hususlar ele alınırken; ikinci bölümde görsel okunaklılığın gerekliliği ve çevre işaretlerinin önemine vurgu yapılmıştır. Ayrıca son yıllarda önemi git gide artan yaşlılar ve fiziksel engelliler için işaret sistemlerinden bahsedilmiştir.

Son bölümde, tez çalışmasındaki bilgiler ışığında oluşturulmuş 5 mekanın incelemesi bulunmaktadır. Randall Çocuk Hastanesi, Boston Çocuk Hastanesi, Osmanlı Bankası Müzesi, Sakıp Sabancı Müzesi, Dubai Uluslararası Havalimanı'nda yapılmış mekan grafikleri, yönlendirme, bilgilendirme ve sergileme tasarımları da sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: kurumsal mekan, görsel okunaklılık, bilgilendirme tasarımı, yönlendirme tasarımı, mekan grafiği, grafik tasarım, infografik, yer imleri,

ABSTRACT
CORPORATE VENUE VISUAL READABILITY
Berna YAN
Master Thesis, Department of Graphic Design
Supervisor: Yrd. Doç. Ulku GEZER
NOVEMBER, 2017 – 147 pages

The cities rapidly changed and started to grow due to migration from the villages to the cities with the industrial revolution. With this rapid change, the needs of the spaces have increased; assistance from location graphics have been sought to enhance the sense of space and time, improve relationships and simplify life in order to meet these needs.

In the first part of the study, the issues to be considered in the development of corporate spaces and formation of corporate spaces from past to present, while in the second part, emphasis was placed on the necessity of visual legibility and importance of environmental signs. In addition, in recent years, the mentoring systems for the elderly and physical handicaps have been discussed due to its progressive importance.

In the last part, there is a review of five spaces created in the light of the thesis study. Randall Children's Hospital, Boston Children's Hospital, Ottoman Bank Museum, Sakıp Sabancı Museum, Dubai International Airport space graphics, orientation, information and exhibition designs were presented.

Key Words: corporate space, visual legibility, information design, orientation design, space graphics, graphic design, infographic, bookmarks,

ÖNSÖZ

Kurumsal mekanların gereksinimleri olan mekan grafiklerini inceleyen bu tez, bu alanda yapılması gereken çalışmaların ayrıntılı özelliklerini ve kurallarını ortaya koymaktadır. Bu çalışmada bir mekanın içerisinde bulunan kişilerin günlük hayatlarında mekan içerisindeki etkili yönlendirme ve bilgilendirmeler ile daha rahat yön ve yol bulmalarının nasıl sağlanabileceği ele alınmıştır. Günümüzde zaman kavramı önem kazanmış ve insanların nerede olduğunu ve gideceği yere en kolay nasıl gideceğini anlatan yardımcı unsurlara duyulan incelenirken, aynı zamanda bilgilendirme – yönlendirme ve sergileme tasarımlarının mekanlarda en uygun nasıl olması gerektiği anlatılmaktadır. Tez kapsamında mekan grafiklerinin gerekliliği mekanın duyduğu gereksinimler, insanlar üzerinde etkisi ve mekanlarda engelli kullanıcılar için bulunması gerekenlerin neler olduğu üzerinde durulmuştur. Mekan – İnsan arasında mekan grafiklerinin nasıl bir iletişim köprüsü olduğunun işleyişi anlatılmıştır.

Bu tezin yazım süresince yoğun akademik çalışmalarını arasında sabırla ve itina ile bana yol gösteren ve her koşulda yardımcı olan tez danışmanım sevgili hocam Yrd. Doç. Ülkü Gezer'e eğitim hayatım boyunca verdiği destek ve ilgiden dolayı teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca yardımlarını ve desteklerini yıllarca esirgemeyen Prof. Dr. Güler Ertan hocama teşekkürü de bir borç bilirim. Dubai Uluslararası Havalimanından sağladığı fotoğraflar İçin Bülent Mutlu' ya, tez çalışmalarım süresinde hep yanımda olan aileme ve Bahçeşehir Tasarım Ofisi çalışma arkadaşlarıma yardımlarından dolayı sonsuz teşekkür ederim.

İSTANBUL, 2017

Berna YAN

İÇİNDEKİLER

KURUMSAL MEKANDA GÖRSEL OKUNAKLILIK

YEMİN METNİ	iii
ONAY	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vi
ÖNSÖZ	vii
İÇİNDEKİLER	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KURUMSAL MEKANIN TANIMI VE DUYDUĞU GEREKSİNİMLER

1.1. Tanımlar ve Konumlandırmalar	5
1.1.1. Kurumsal Mekan Nedir?	5
1.1.2. Kurumsal Mekanın Organizasyonu	5
1.1.3. Okunaklılık Nedir?	6
1.2. Kurumsal Mekanın Duyduğu Gereksinimler	7
1.2.1. Bilgilendirme Tasarımı	7
1.2.1.1. Bilgilendirme Tasarımının Tarihçesi	12
1.2.1.1.1. Yazılı Tarih Öncesi Semboller.....	15
1.2.1.1.2. 18. yüzyıl Öncesi Ve Sonrası Dünyada Bilgilendirme Tasarımı	16
1.2.1.1.3. Endüstriyel Gelişmelerin Bilgilendirme Tasarımına Etkisi....	18
1.2.1.1.4. Türkiye'de Bilgilendirme Tasarımı.....	18
1.2.1.2. Bilgilendirme Tasarımının İlkeleri.....	19
1.2.1.2.1. Yaklaşım.....	19
1.2.1.2.2. Konumlandırma.....	20
1.2.1.2.3. Tutumluluk.....	20
1.2.1.2.4. Nezaket.....	20

1.2.1.2.5. Performans.....	21
1.2.1.2.6. Sıradüzen.....	21
1.2.1.2.7. Karşıtlık	22
1.2.1.2.8. Tartım	23
1.2.1.2.9. Vurgu ve Odak Noktası	23
1.2.1.2.10. Süreklilik.....	24
1.2.1.2.11. Denge	25
1.2.1.2.12. Bütünlük	26
1.2.1.2.13. Bilgilendirme Tasarımı Ürünlerinin Özellikleri	27
1.2.1.3. Bilgilendirme Tasarımının Öğeleri.....	27
1.2.1.3.1. Izgara Sistemi.....	27
1.2.1.3.2. Yazı.....	29
1.2.1.3.3. Renk.....	35
1.2.1.3.4. Görüntüler.....	39
1.2.1.3.5. Hareket ve Ses.....	39
1.2.1.4. Bilgilendirme Tasarımının Uygulama Alanları.....	40
1.2.1.4.1. Doküman Tasarımı.....	40
1.2.1.4.2. Form Tasarımı.....	42
1.2.1.4.3. Kullanım Kılavuzu Tasarımı.....	44
1.2.1.4.4. Eğitim Dokümanları.....	45
1.2.1.4.5. Haritalar.....	46
1.2.1.4.6. Şema ve Çizelgeler.....	48
1.2.1.4.7. İnfografikler.....	49
1.2.1.4.7.1. İnfografiklerin Bireyleri Yönlendirmedeki Etkisi..	54
1.2.1.4.8. Mekan Grafiği (Çevresel Grafik Tasarım).....	56
1.2.1.4.8.1. Mekan Grafiğinin Mekana Kazandırdıkları.....	58
1.2.1.4.8.2. Mekan Grafiğinin Gelişmesine Etki Eden Faktörler	58
1.2.1.4.8.3. Mekan Grafiğine Duyulan İhtiyaç.....	60
1.2.1.4.8.4. Öncüler ve Yönlendiriciler.....	60
1.2.2. Yönlendirme ve İşaretleme Tasarımı.....	62
1.2.2.1. Yönlendirme ve İşaretlemenin Dili.....	67

1.2.2.2. Farklı Diller İçin Yönlendirmeler.....	67
1.2.2.3. Isotype.....	68
1.2.2.4. Oklar.....	70
1.2.2.5. Renklerin Yönlendirmedeki Rolü.....	72
1.2.2.6. Semboller.....	73
1.2.3. Sergileme Tasarımı.....	76
1.2.4. Yer İmleri.....	79
1.2.5. Piktogramlar.....	80
1.2.6. Hastane Yönlendirme ve İşaretleme Sistemleri.....	83
1.2.7. Müze, Fuar, Sinema, Tiyatro Yönlendirme ve İşaretleme Sistemleri.....	84
1.2.8. Uluslararası Bilgilendirme Tasarım Enstitüsü (International Institute for Information Desing, IIID)	85

İKİNCİ BÖLÜM

KURUMSAL MEKANDA GÖRSEL OKUNAKLILIK VE ÇOCUKLAR, YAŞLILAR VE FİZİKSEL ENGELLİLER İÇİN İŞARET SİSTEMLERİ

2.1. Kurumsal Mekanda Çocuklar, Yaşlılar ve Fiziksel Engelliler İçin Yönlendirme ve İşaretleme Sistemleri.....	86
2.1.1. İşaret ve Levhalar.....	87
2.1.2. Yaşlılar ve Fiziksel Engelliler için İşaret Sistemleri.....	88
2.1.3. İşaret Sistemleri için Tipografik Standartlar.....	90
2.1.4. Düşük Görüş Sahipleri İçin Var Olan Yazı Tipi.....	90
2.2. Görsel Okunaklılık.....	91
2.2.1. Görsel Okunaklılığın Gerekliliği.....	91
2.2.2. Görsel Okunaklılık Bileşenlerinden Çevre İşaretleri.....	92
2.2.2.1. Çevre İşareti Kavramının Tanımı.....	92
2.2.2.2. Çevre İşareti Seçiminde Etkili Olan Biçimsel Etkenler.....	93
2.2.2.3. Çevre İşareti Seçiminde Etkili Olan Diğer Etkenler.....	94
2.2.3. Mekansal Görsel Okunaklılık Kavramının Çözümlemesi.....	94

2.2.3.1. Mekanın Özellikleri.....	95
2.2.3.2. Gözlemcinin Özellikleri.....	95
2.2.3.3. Algılama - Zihinsel İmge.....	96
2.2.4. Görsel Okunaklılığın İnsanlar Üzerindeki Etkisi.....	96
2.2.5. Görsel Okunaklılığa Sosyoloji ve Psikolojinin Etkisi.....	97
2.2.6. Sosyo - Kültürel Değişikliklerin Görsel Okunaklılık Alanına Etkisi.....	98
2.2.7. Engelli Kullanıcılar İçin Okunaklılık.....	98
2.2.4.1. Dünya Genelinde Tasarım Yasaları ve Amerika Engelliler Kanunu....	99

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GÖRSEL OKUNAKLILIK AÇISINDAN ÇEŞİTLİ KURUMLARIN İNCELENMESİ

3.1. Randall Çocuk Hastanesi - Seattle.....	102
3.1.1. Mekan Grafiği ve İnsanlar Üzerindeki Etkisi.....	103
3.1.2. Mekan Grafikleriyle Mekanın Kazandıkları.....	105
3.2. Boston Çocuk Hastanesi - Boston.....	106
3.2.1. Mekan Grafiği ve İnsanlar Üzerindeki Etkisi.....	107
3.2.2. Mekan Grafikleriyle Mekanın Kazandıkları.....	111
3.3. Osmanlı Bankası Müzesi - İstanbul.....	111
3.3.1. Mekan Grafiği ve İnsanlar Üzerindeki Etkisi.....	112
3.3.2. Mekan Grafikleriyle Mekanın Kazandıkları.....	115
3.4. Sakıp Sabancı Müzesi - İstanbul.....	116
3.4.1. Mekan Grafiği ve İnsanlar Üzerindeki Etkisi.....	117
3.4.2. Mekan Grafikleriyle Mekanın Kazandıkları.....	121
3.5. Dubai Uluslararası Havalimanı	122
3.5.1. Mekan Grafiği ve İnsanlar Üzerindeki Etkisi.....	122
3.5.2. Mekan Grafikleriyle Mekanın Kazandıkları.....	123
SONUÇ.....	126
KAYNAKÇA.....	128
ÖZGEÇMİŞ.....	132

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1 : Çatalhöyük Kent Haritası.....	13
Şekil 2 : Kaşgarlı Mahmud'un Dünya Haritası.....	13
Şekil 3 : Piri Reis Birinci Dünya Haritası.....	14
Şekil 4 : Mağara Duvarına Çizilmiş Bir Resim Örneği.....	15
Şekil 5 : Florence Nightingale 1856' da yaptığı Ordudaki Ölüm Sebepleri Çizelgesi.....	16
Şekil 6 : Dmitri Mendeleev'in Oluşturduğu Periyodik Cetvel.....	17
Şekil 7 : El Lissitzky'nin Propaganda Afiş.....	22
Şekil 8 : Henri Matisse - Le Dance 1909 - 1910.....	23
Şekil 9 : Edvard Munch "Çılgılık" Tablosu.....	24
Şekil 10 : Leonardo da Vinci'nin Vitruvian Adamı (1492).....	25
Şekil 11 : Van Gogh' un Yıldızlı Gece Tablosu.....	26
Şekil 12 : Eli Horn'un Vancouver Uluslararası Çağdaş Asya Sanatı Merkezi İçin Hazırladığı Yıllık Raporu.....	28
Şekil 13 : Arial Font Ailesi.....	30
Şekil 14 : Büyük Harf Kullanımı Hakkında Bir Örnek.....	30
Şekil 15 : Küçük Harf Kullanımı Hakkında Bir Örnek.....	31
Şekil 16 : Hizalama İçin Örnek.....	33
Şekil 17 : Herb Lubalin'in Avant Garde Dergisi İçin Hazırladığı Kapak.....	34
Şekil 18 : İstanbul Cadde Ve Sokak Tabelaları Yönlendirme Ve İşaretleme.....	37
Şekil 19 : Renklerin Bölgelere Göre Ayrımı.....	37
Şekil 20 : İstanbul Cadde Ve Sokak Tabelalarında Kullanılan Renkler Ve Pantone Kodları.....	38
Şekil 21 : Form Tasarım Örneği.....	43
Şekil 22 : Kullanım Kılavuzu Örneği Renkli.....	44
Şekil 23 : Kullanım Kılavuzu Örneği Siyah - Beyaz.....	45
Şekil 24 : Henry Beck'in Londra Metro Haritası.....	47
Şekil 25 : Nolli'nin Roma Haritası.....	47
Şekil 26 : Akciğer Kanserini Anlatan İnfografik Çalışması.....	50
Şekil 27 : Migren Tedavisini Anlatan İnfografik Çalışması.....	51
Şekil 28 : Bina İçi Yönlendirme İnfografik Çalışması.....	52

Şekil 29 : Fuar Alanı Yerleşim Planını Anlatan İnfografik Çalışması.....	52
Şekil 30 : İnfografik Örneği.....	55
Şekil 31 : Henry Beck' in 1931 Yılında Hazırladığı Londra Metro Haritası.....	61
Şekil 32 : Massimo Vignelli' nin New York Metrosu İçin Hazırladığı Harita.....	61
Şekil 33 : The University of Texas M.D Anderson Cancer Centre Yönlendirme Sistemi.....	62
Şekil 34 : The University of Texas M.D Anderson Cancer Centre Yönlendirme Sistemi.....	63
Şekil 35 : The University of Texas M.D Anderson Cancer Centre Yönlendirme Sistemi.....	64
Şekil 36 : Nationwide Children's Hospital İç Mekan Tasarımı.....	65
Şekil 37 : Nationwide Children's Hospital İç Mekan Yönlendirme.....	65
Şekil 38 : Nationwide Children's Hospital İç Mekan Yönlendirme Ve İşaretleme Sistemi.....	66
Şekil 39 : Nationwide Children's Hospital İç Mekan Tasarımı.....	66
Şekil 40 : Pekin Olimpiyatları İçin Uluslararası Hazırlanan Semboller.....	67
Şekil 41 : Viyana Metodu İle Yapılan Isotype Çalışmaları.....	68
Şekil 42 : Viyana Metodu İle Yapılan Isotype Çalışmaları.....	69
Şekil 43 : Viyana Metodu İle Yapılan Isotype Çalışmaları.....	70
Şekil 44 : Paris Ok Sistemi İçin Örnek.....	71
Şekil 45 : İtalya Ok Sistemi İçin Örnek.....	71
Şekil 46 : İngiltere Ok Sistemi İçin Örnek.....	72
Şekil 47 : Renk Çemberi.....	73
Şekil 48 : AIGA' nın Oluşturdu Sembollerden Örnekler.....	74
Şekil 49 : Uluslararası Hastane Sembolleri.....	75
Şekil 50 : Hermitage Nossa Senhora da Conceição em Belém Two Times Sergisi Portekiz (Sergileme Tasarımı İçin Örnek).....	77
Şekil 51 : Hermitage Nossa Senhora da Conceição em Belém Two Times Sergisi Portekiz (Sergileme Tasarımı İçin Örnek).....	78
Şekil 52 : Hermitage Nossa Senhora da Conceição em Belém Two Times Sergisi Portekiz (Sergileme Tasarımı İçin Örnek).....	78
Şekil 53 : Lee Dağındaki Hollywood Yazısı.....	79
Şekil 54 : Manhattan 9. Cadde de Bulunan 9 Rakamı.....	80

Şekil 55 : T.C. Gıda Tarım Ve Hayvancılık Bakanlığı Kurumsal Olarak Kullandığı Piktogramlar.....	81
Şekil 56 : Olimpiyat Piktogramları.....	82
Şekil 57 : Randall Çocuk Hastanesi Logo.....	102
Şekil 58 : Randall Çocuk Hastanesi Dıştan Görüntüsü	102
Şekil 59 : Randall Çocuk Hastanesi; Çocuklara Göre Mekan Grafiği.....	103
Şekil 60 : Randall Çocuk Hastanesi; İç Mekan Grafikleriyle Örnekler.....	104
Şekil 61 : Randall Çocuk Hastanesi; İç Mekan Grafikleriyle Örnekler.....	104
Şekil 62 : Randall Çocuk Hastanesi; İç Mekan Grafikleriyle Örnekler.....	105
Şekil 63 : Randall Çocuk Hastanesi; Giriş Bölümü.....	106
Şekil 64 : Boston Çocuk Hastanesi; Logo.....	106
Şekil 65 : Boston Çocuk Hastanesi; Giriş Kısmı.....	107
Şekil 66 : Boston Çocuk Hastanesi Renkler ve Simgelerle Yapılan Yönlendirmeler.....	107
Şekil 67 : Boston Çocuk Hastanesi Lobi.....	108
Şekil 68 : Boston Çocuk Hastanesi Duvarlarında Bulunan Panolar.....	108
Şekil 69 : Boston Çocuk Hastanesi Yönlendirmeler.....	109
Şekil 70 : Boston Çocuk Hastanesi Yönlendirmeler.....	109
Şekil 71 : Boston Çocuk Hastanesi Bilgilendirme.....	110
Şekil 72 : Boston Çocuk Hastanesi Bilgilendirme.....	110
Şekil 73 : Osmanlı Bankası Müzesi Logo.....	111
Şekil 74 : Osmanlı Bankası Müzesi Binası.....	112
Şekil 75 : Osmanlı Bankası Müzesi Sergileme Tasarımı.....	113
Şekil 76 : Osmanlı Bankası Müzesi Sergileme Tasarımı.....	114
Şekil 77 : Osmanlı Bankası Müzesi Sergileme Tasarımı.....	114
Şekil 78 : Osmanlı Bankası Müzesinin Bulunduğu Binanın Yönlendirme Tasarımı.....	115
Şekil 79 : Osmanlı Bankası Müzesinin Bulunduğu Binanın Yönlendirme Tasarımı.....	115
Şekil 80 : Sakıp Sabancı Müzesi Logo.....	116
Şekil 81 : Sakıp Sabancı Müzesi Binası.....	117
Şekil 82 : Sakıp Sabancı Müzesi Yönlendirme Tasarımı.....	118
Şekil 83 : Sakıp Sabancı Müzesi Sergileme Tasarımı	118

Şekil 84 : Sakıp Sabancı Müzesi Sergileme Tasarımı	119
Şekil 85 : Sakıp Sabancı Müzesi Sergileme Tasarımı	120
Şekil 86 : Sakıp Sabancı Müzesi Süreli Sergi Sergileme Tasarımı.....	120
Şekil 87 : Sakıp Sabancı Müzesi Süreli Sergi Yönlendirme Tasarımı.....	121
Şekil 88 : Dubai Uluslararası Havalimanı Logo.....	122
Şekil 89 : Dubai Uluslararası Havalimanı Yönlendirme İçin Yapılan Dijital Ekranlar.....	123
Şekil 90 : Dubai Uluslararası Havalimanı Nirengi Noktası.....	124
Şekil 91 : Dubai Uluslararası Havalimanı Yönlendirme Tasarımı.....	124
Şekil 92 : Dubai Uluslararası Havalimanı Yönlendirme Tasarımı.....	125
Şekil 93 : Dubai Uluslararası Havalimanı Dijital Yönlendirme Tasarımı.....	125

GİRİŞ

Kurumsal mekanlar kentlerin yaşanan birer alan olmasını sağlayan önemli unsurlardır. Kurumsal mekanlar, kentte yaşayan insanlar için planlanmış onların kullanımına sunulmuş ve çevresiyle iletişim kurduğu, toplumsal yaşamını gerçekleştirdiği mekanlardır. Bu mekanlar, eğitim, sağlık, kültürel ve idari yapıların yer aldığı alanlardır. Mekanı bir bütün olarak düşünmek ve tanımak, hareket halinde olan insanların yaşamsal yetilerinden biridir, bu iş için bir çok işareten yararlanırlar, bunlar; renk, biçim, hareket ya da ışığın parlaması gibi görsel algılamalar olduğu kadar, koku, ses, dokunma, yerçekimi duygusu gibi sezinlemelerdir.

Mega kentlerde mekan ve zaman hissini güçlendirmek, ilişkileri iyileştirmek ve hayatı basitleştirmek için mekan grafiklerinden yardım alınmaktadır. Günümüzde gittikçe büyüyen, kalabalıklaşan ve çok kültürlülüğü beraberinde getiren kurumsal mekanları, organize edebilmek ve anlaşılır kılmak için, geniş kitlelerin anlayabileceği şekilde düzenlenmeleri ve bu düzenleme sayesinde kurumsal mekanların kendini daha iyi anlatabilmesi gerekmektedir. Günümüzde görsel verilerin artışı sebebiyle karmaşa olmaya başlamıştır. Bu durumda; bilginin tasarımı önem kazanmış ve bilgilendirme tasarımının kendine özgü bir disiplin olarak görsel iletişim tasarımı içindeki değeri artmıştır.

Bilgilendirme tasarımı disiplinler arası bir alandır ve matematik, mimari, grafik tasarım, sosyoloji, psikoloji, iletişim, göstergebilim ve bunlar gibi pek çok alandan beslenmektedir. Bilgilendirme tasarımı, hedeflenmiş kitlelerin gereksinim duyduğu "bilgi"nin bilgilendirmeye dönüştürme tasarımıdır. Bilgilendirme tasarımcısı, kitlenin bilgi gereksinimi ortaya çıkınca devreye girer ve ihtiyaç duyulan tüm aşamaları planlar ve hazırlıkları tamamlayarak sonuca ulaşır. Bilgilendirme tasarımının tarihi ilkçağ mağara duvarlarındaki resimlere kadar dayanmaktadır. Mağara duvarlarında başlayan bilgilendirme tasarımı 20. yüzyıla kadar çoğunlukla veri içeren haritalar ve istatistikler barındıran grafikleri içermektedir.

Sanayi Devriminin başlamasıyla birlikte tarım toplumundan fabrika toplumuna geçiş hızla artmış, köylerden kentlere göç başlamıştır. Kalabalıklaşan ve karmaşıklaşan kent yapılarının ulaşım biçimleri, eğlence biçimleri ve haber alma biçimleri etkilenmiştir. Bu denli kalabalık ortamları bir arada tutmak için belli standartlar gerekmektedir. Endüstriyel gelişmelerin en önemli katkılarından biri kentleri ya da ülkeleri standardize etmesidir. Endüstriyel gelişmelerin bu nedenlerden dolayı bilgilendirme tasarımına katkısı büyük olmuştur. Bilgilendirme tasarımının temelinde olduğu gibi çevresel grafik tasarımın da temellerinde; karmaşık ve düzensiz olan bilgiyi planlama ve anlaşılır biçime dönüştürme amacı bulunmaktadır. Mekanlara ruhunu kazandırmada, gerekse cazibeyi arttırma ve çekim merkezi oluşturmada yeni bir tasarım disiplini olarak öne çıkan çevresel grafik tasarım aynı zamanda grafikler aracılığı ile mekanda bilgilendirme ve yönlendirme yapmakta; bu sayede çağımız kentlerinin en büyük sorunlarından biri olan kalabalıklar içerisinde kaybolma ve yalnızlık endişelerinin de en aza indirgenmesini sağlamaktadır.

Metropoller ve mega kentlerin 1960'lardan sonra, hızla değişip büyümesi nedeniyle; bina içi veya bina dışı tüm mekanlar imajlarla çevrelenmeye başlamıştır. Eski dönemlerde insanlar yönlerini bulabilmek için nirengi noktaları belirler ve onların üzerinden yönlerini bulur; yön tariflerini onlara göre yaparlardı. Günümüzde ise bu durum değişmiş, zaman kavramı önem kazanmış ve insanların nerede olduğunu ve gideceği yere en kolay nasıl gideceğini anlatan yardımcı unsurlara her zamankinden fazla ihtiyaç duyulur hale gelmiştir. Mekan Grafikleri sayesinde etkili ve hızlı bir görsel iletişim sağlanırken, kullanıcıların mekanı tüm yönleri ile deneyimlemesine olanak tanınır. Grafikler sayesinde mekânın anlaşılabilirliği artar. Mekana ilişkin gereken bilgileri edinen kullanıcının mekân içerisinde geçireceği süre boyunca yaşamı kolaylaşır, zamandan kazanır, iş verimi artar.

Yönlendirme ve işaretleme tasarımı, açık ya da kapalı alanlarda insanları gidecekleri noktaları bulmalarını sağlayan bir tasarım alanıdır. Yönlendirme tasarımı; insanları gidecekleri yere doğru yönlendirme amaçlı görsel tasarımlardan oluşmaktadır. İşaretleme tasarımı ise; insanların yönlendirme ile vardıkları noktayı gösteren görsel işaretlerdir.

Yönlendirme ve İşaretleme sistemleri tasarlarken izlenecek temel hedefler; farklı kültürlerden gelen insanlarla iletişimde bulunabilecek uygun ve okunaklı görüntüler oluşturmak, üçüncü boyutu kullanmak ve iyi işleyen, gerektiğinde zaman testine dayanıklı olabilen, sade estetiğe sahip özgün bir sistem yaratmaktır. Yönlendirme ve işaretleme sistemleri uygulandığı yerin kimliğini yansıtabilmelidir. Yönlendirme ve işaretleme tasarımlarının yoğun olarak kullanıldığı yerler hastaneler, kültürel mekanlar, müzeler, okullar, kamu binaları vb. alanlardır. Bunların arasında en fazla yönlendirme ve işaretleme sistemlerine ihtiyaç duyan yerler hastanelerdir.

Hastanelerin dışında diğer mekanlar ise inşaatları tamamlandıktan sonra fazla değişiklik görmeden yıllarca aynı kalabilirler. Ancak hastaneler sürekli gelişen teknolojik ilerlemelerden dolayı değişime açık alanlar olarak yönlendirme ve işaretleme sistemlerinin de iyi tasarlanmasını gerekli kılmaktadır. Hastanelerde yapılacak olan yönlendirme ve işaretleme tasarımlarında dikkat edilmesi gereken en önemli husus, hasta yakınları ve çalışanları dikkate alınarak, insan faktörünün göz ardı edilmediği sıcak ortamlar olarak tasarlanmalıdırlar.

BİRİNCİ BÖLÜM

KURUMSAL MEKANIN TANIMI VE DUYDUĞU GEREKSİNİMLER

Avrupa da 16. yüzyılda başlayan nüfus artışı kentlere göçü artırmış bu sayede hazır iş gücü oluşmuştur. Bu durum; 18. yüzyılda Sanayi Devrimi'nin diğer adıyla endüstri devriminin doğmasına yol açmıştır. Sanayi devriminde tarımsal toplumdaki sanayi toplumuna geçilmesi insanların köylerden kent yapılarına göç etmelerine neden oldu. Bu küresel süreçlerin etkisiyle de ekonomide yaşanan değişimler; insanların çalışma ve vakit geçirme alanlarını değiştirmeye başlamış kurum dediğimiz yapıları oluşturmuştur. Kurum dediğimiz alanlar ortak bir amaç çerçevesinde, ortak bir çalışma düzenine sahiptir ve bu alanlarda bütün bir günümüzü geçirebileceğimiz gibi belli bir nedenden dolayı da günümüzü geçirebiliriz.

21. yüzyılda karşımıza bu mekanlar alışveriş merkezleri, okullar, hastaneler, marketler, restoranlar v.b. olarak çıkmaktadır. Bu mekanların içindeyken yabancılaşma çekmemeleri için kendini bireye tanıtmaları ve belli başlı ipuçları vermesi gerekir. Bireylerin içeride gezinirken gidecekleri yerleri rahatlıkla bulabilmeleri ve kendilerini bu mekanın içinde yalnız hissetmemeleri gerekir. Kurumsal mekan dediğimiz bu alanın; bireye kapıdan girer girmez kendini anlatması, nasıl yardımcı olabileceğini sorması, bireyi yapmak istediği veya gitmek istediği yer için yönlendirmeye başlaması gerekir.

Günümüzde iletişim kanallarının yoğun kullanılması alıcıların bilgi gereksinimini artırmış, gereken bilgiye ulaşmasını zorlaştırmıştır. Bu iletişim kanalları kendine baktırmak, dinletmek ve tepki verdirmek istemektedir. Tüm bunlardan da uzak durmak imkansız olurken, öte yandan gerçekten gereksinim duyulan bilgi ise, anlaşılır tasarlanmadığı için gözden kaçırılmaya başlanmıştır. Bu noktada bireyin gereksinim duyduğu bilgiye daha hızlı ve daha verimli şekilde ulaşması için ham verileri bireyin algılayabileceği hale dönüştürmek gerekir. Kurumsal mekanın bu bilgileri doğru ve anlaşılır bir şekilde bireye sunması kolaylık ve zaman kazandıracaktır.

1.1 Tanımlar ve Konumlandırmalar

1.1.1 Kurumsal Mekan Nedir?

Kurumsal mekanlar kentlerin yaşanan birer alan olmasını sağlayan önemli unsurlardır. Kurumsal mekanın tanımını yapabilmek için öncelikli olarak "mekan"ın tanımını yapmamız doğru olacaktır. Mekan kelimesinin, tarih boyunca çeşitli gruplar ve felsefeciler tarafından farklı tanımlamaları yapılmıştır. İlk zamanlardan bu yana insan, mekanı yaşamakla kalmamış aynı zamanda kendi yaşantısına göre düzenlemiştir. Mekan ile insan arasında sürekli bir etkileşim söz konusudur.

Sözcük anlamı olarak mekan, "bir kimsenin bir şeyin bulunduğu, bir eylemin geçtiği ya da gerçekleştiği yer" olarak tanımlanmaktadır. Mekan sınırları belli bir amaca yönelik birçok bağlantısı olan boşluktur ve kültürel içerik barındıran bütünsel anlam taşıyan "yer" halini alır. Mekan çok boyutludur ve yaşamdan ayrı düşünülemez.

Kurumsal mekanlar, kentte yaşayan insanlar için planlanmış kullanımına sunulmuş ve iletişim kurduğu toplumsal yaşamını gerçekleştirdiği mekanlardır. Kurumsal mekanlar, eğitim, sağlık, kültürel, idari yapıların yer aldığı alanlardır.

1.1.2. Kurumsal Mekanın Organizasyonu

Mekanın algılanması, görsel algılama ile gerçekleşir ve mekanı algılamada en önemli rolü görme duyusu üstlenir. N. Schulz, mekanın tanımlanmasının Gestalt'ın yakınlık ve devamlılık ilkelerine dayandığını savunmaktadır. Buna Göre;

Mekansal Organizasyon:

- Merkez / yer (yakınlık)
- Yön / izlenen yol (devamlılık)
- Alan / bölge (kapalılık)

Kapalılık hissi ile mekan sınırlanır, yakınlık hissi ile çevre ile ilişkilendirilir. Devamlılık ise mekanda bir bütünlük sağlar, insan böyle mekanlarda kendini güvende hisseder. Mekanların ölçekleri önemlidir, insani ölçekteki mekanlarda ilişkilendirme daha kolaydır. Ters durumda insan, kendini o mekana ait hissedemez. İnsanların kendilerini mutlu ve güvende hissedebilmeleri için içinde buldukları mekanı tanımlamaya ihtiyaçları vardır. Mekanı tanımlayamadığında da kaos ortaya çıkar ve toplumsal değerlerde kayıplar olur. Bu açıdan, kurumsal mekanların en önemli özelliği, tanımlanabilirlik olmalıdır. Kurumsal mekanlarda olması gereken bir diğer özellik de "kalite"dir ve mekanın kullanımını doğrudan etkileyen bir özelliktir.

Kurumsal mekanlarda gerçekleşecek aktivitelerin türleri, çevresel kalite ile doğrudan ilişkilidir. Eğer kullanıcılar yaratılan mekandan hoşnut kalmazsa, sadece zorunlu aktivitelerini gerçekleştirecek ve bulunduğu mekana yabancılaşacaktır. Böyle bir mekanda kullanıcı kendini mekanın bir bütünü olarak algılamaz ve giderek çevresinde olup bitenlere kayıtsızlaşmaya başlar. Bu anlamda, estetik, kalite, kullanıcı ihtiyaçlarına cevap veren bir mekan insanları o mekanı yaşamaya çağıracaktır.

1.1.3. Okunaklılık

Okunaklılık; yaşanan mekanları boyut, zaman ve karmaşıklık ölçütünde ele alırken özel bir önem taşır. Bunu anlayabilmek için mekanın salt kendi başına bir oluşum olarak görmeli, içinde yaşayanların onu nasıl algıladığına bakılmalıdır.

Mekanı bir bütün olarak düşünmek ve tanımak, hareket halinde olan insanların yaşamsal yetilerinden biridir, bu iş için bir çok işaretten yararlanırlar, bunlar; renk, biçim, hareket ya da ışığın parlaması gibi görsel algılamalar olduğu kadar koku, ses, dokunma, yerçekimi duygusu gibi sezinlemelerdir.

Okunaklılığı; basit, tutarlı, anlaşılabilir, algılanabilir gibi pek çok kavram tanımlayabilir. Okunaklılık; bir kişinin kaybolmadan çevresini keşfetmesini sağlayan bir özelliktir. Düzenli bir okunaklılık mekanın somut bir referans sistemi, bir aktiviteler veya bilgi düzenleyicisi olabilir.

1.2. Kurumsal Mekanın Duyduğu Gereksinimler

Eski çağlardan bu yana insanların önemli iletişim kaynaklarından biri olan görsel iletişim kullanım biçimleri, toplum düzeni, kültürel değerler ve gelişen teknolojiyle birlikte, tarih boyunca değişiklik göstermiştir. Bu değişim sürecinde toplum düzeni, tarım toplumu, sanayi toplumu ve sanayi sonrası toplumu, başka bir deyişle bilgi toplumu olmuştur. Bilgi toplumunda kullanılan iletişim kanalları bilginin üretimini ve paylaşımını zaman - mekan kısıtlamasından kurtarmıştır.

Gelişen teknoloji; bilgiye ulaşmayı, bilgi üretmeyi ve yayınlamayı kolaylaştırmıştır. Bu durum pek çok açıdan avantajlı gibi görünse de ortaya çıkan bu kadar bilgi, bilgi kirliliğine neden olabilir. Bu nedenle; kurumsal mekanların bu bilgi kirliliğinden arınmış bir şekilde insanları bilgilendirmesi, yönlendirmesi gerekir. Bunun için de kurumsal mekanların ihtiyaç duyduğu gereksinimler ortaya çıkmıştır. İşte "Bilgilendirme Tasarımı" tam da bu noktada devreye girmektedir. Adından da anlaşılacağı gibi, mevcut bilginin hedef alıcıya, doğru ve düzenli olarak, engellerle karşılaşmadan aktarılmasını sağlar. Özellikle yön bulma, bilgi alma ve mekanların anlaşılabilirliği için çözümlenmelere ihtiyaç vardır. Bu noktada yönlendirme tasarımı ve mekan tasarımı devreye girmektedir.

Mega kentlerde mekan ve zaman hissini güçlendirmek, ilişkileri iyileştirmek ve hayatı basitleştirmek için mekan grafiklerinden yardım alınmaktadır. Günümüzde gittikçe büyüyen, kalabalıklaşan ve çok kültürlülüğü beraberinde getiren kurumsal mekanları, organize edebilmek ve anlaşılır kılmak için; geniş kitlelerin anlayabileceği şekilde düzenlenmeleri ve bu düzenleme sayesinde kurumsal mekan kendini daha iyi anlatabilmesi gerekmektedir.

1.2.1. Bilgilendirme Tasarımı

Günümüzde görsel verilerin artışı sebebiyle karmaşa olmaya başlamıştır. Bu durumda; bilginin tasarımı önem kazanmış ve bilgilendirme tasarımının kendine özgü bir disiplin olarak görsel iletişim tasarımı içindeki değeri artmıştır.

Sözcük anlamı; bilginin ve bilgilendirme biçiminin tasarımı olan bilgilendirme tasarımı, karmaşık ve düzensiz olan bilgiyi planlı ve anlaşılabilir biçime dönüştürmektir. Buradan yola çıkarak bilgilendirme tasarımına; bilginin, insanlar tarafından etkin ve verimli olarak kullanılmasına olanak verecek şekilde hazırlama sanatı ve bilimdir diyebiliriz. Bilgilendirme tasarımının amacı; bir bilgiyi insan kitleleri tarafından anlaşılabilir şekilde kolaylaştırarak sunmaktır. Bilgilendirme amaçlı tasarımlarda; sosyo - kültürel olgular, eğitim düzeyi, davranış biçimleri, fiziksel engeller, dil, yaş, cinsiyet, inanç farkları v.s. unsurlara dikkat edilmelidir.

Bilgilendirme tasarımının temel hedefleri şöyledir:

- Anlaşılabilir, hızlı ve doğru bir şekilde düzeltilebilir ve kolayca etkin eyleme dönüştürülebilir olmak.
- Ekipmanla olabildiğince kolay, doğal ve keyif verici etkileşimler tasarlamak. Bu; etkileşimli ara yüz tasarımları ile birçok sorunun çözülmesini sağlamak.
- İnsanların rahatlık ve kolaylıkla üç boyutlu boşlukta yön / yol bulmalarını sağlamak. (özellikle kentsel alanlarda; fakat son gelişmelere bakıldığında sanal alan da bu kapsama dahil edilebilir.)

Kaliteli bir bilgilendirme tasarımı hayatı düzenlemesinin ve kolaylaştırmasının yanı sıra pek çok kazanımları sağlayabilmektedir. İyi tasarlanmış bir bilgilendirme tasarımı, verileri görselleştirerek hedeflenen kitleyi ikna etmek, yönlendirmek ve harekete geçirmek için güçlü bir araçtır. Karmaşık bir konuyu yalınlaştırıp, özetleyerek tarafsız bir ortam sağlayan bilgilendirme tasarımı verileri görsel olarak aydınlatır ve görsel bir biçime dönüştürerek başka türlü görünür olamayan örüntüleri ortaya çıkarmaya yardımcı olur.

Bilgilendirme tasarımı ve görsel iletişim tasarımı aynı amaç doğrultusunda hizmet vermektedir. Görsel iletişim tasarımının, dikkat çekme, iletişim kurma, mesaj

verme işlevlerinin dışında bilgilendirme işlevi de söz konusudur. Bu ortak; işlevlere sahip her görsel iletişim tasarımı ürününü, bilgilendirme tasarımı olarak adlandıramayız. Bilgilendirme tasarımı olarak adlandırılabilmesi için yoğun bilgi aktarımı özelliğine sahip olması gerekmektedir. Görsel iletişim tasarımı ürününün, bilgilendirme tasarımı olarak ele alınabilmesi için; yoğun verinin incelenmiş, yalınlaştırılmış olması gerekmektedir. Görsel iletişim tasarımı gibi bilgilendirme tasarımı da aynı ilkeler doğrultusunda yön göstericidir. Bir bilgilendirme tasarımının başarılı olabilmesi için, biçimsel olarak iyi bir tasarımdan daha fazlasına gereksinim duyar. Ayrıca bilgilendirme tasarımında hedef kitlenin önemli bir rolü olmaktadır. Bilgilendirme tasarımında; diğer görsel iletişim tasarımı ürünlerinde olduğu gibi hedef kitle önemli bir rol oynar.

Bilgilendirme tasarımı kişilerin kararlarını etkileyebilir ve bir değişim gücü yaratabilir. Küreselleşmeyle birlikte küçülen dünya birbirinden farklı kültürleri, anlayışları ve ihtiyaçları da birbirine yaklaştırmış; savaşlar ve ekonomik zorluklar da insanları göçe zorlamıştır. Göç nedeniyle de; insanlar coğrafya değiştirmiş, şehirler kalabalıklaşmıştır. Kalabalıklaşan şehirlerde gelişen teknoloji bazı kolaylıklar sunmasının yanında fazla veriye de maruz bırakmaktadır. Bu nedenle; bilgilendirme tasarımının iyi olabilmesi için onu hedef kitlesinin doğru algılaması ve anlayabilmesiyle ölçülendirme gerekir.

Bilgilendirme ürünü tasarlanırken hedef kullanıcıların amaçları, deneyimleri, tercihleri ve alışkanlıkları göz önünde bulundurulmalıdır. Tasarımın ilk aşamasında bilginin kimin için, ne için tasarlandığı, hangi soruna çözüm yolu aranacağı ve iletilmek istenen mesajın belirlenmesi, projenin gidiş hattını belirleyen önemli bir aşamadır (MarcLeod 2003).

Bilgilendirme tasarımı disiplinler arası bir alandır ve matematik, mimari, grafik tasarım, sosyoloji, psikoloji, iletişim, göstergebilim ve bunlar gibi pek çok alandan beslenmektedir. Birbirinden farklı bu disiplinler arasında yer alan ve bu farklı disiplinlerle işbirliği yapan bilgilendirme tasarımı, iletişim teknolojilerinin gelişimine kadar bir bütün olarak sayılmamıştır. İletişim ve ulaşım kanalları sayesinde de gözlemlenmesi sağlanmıştır.

Robert E. Horn' a göre bilgilendirme tasarımını diğer tasarım türlerinden ayıran değerler; iletişimsel amacın yerine getirilmesindeki "verimlilik" ve etkinliktir. İletişim kanallarının çok yoğun kullanılması bilgi gereksinimini artırırken bir yandan da bilgiye ulaşmamızı zorlaştırmıştır. İnsanları sürekli kendine baktırmaya, kendini dinletmeye ve kendine tepki verdirmeye çalışan iletişim kanalları insanları mesaj bombardımanına tutmaktadır. Bu kadar mesajın içinde gerçekten gereksinim duyulan bilgiyi gözden kaçırmadan algılamak zordur ve kimi zaman da pahalıya mal olabilir. Çevremizi saran bilgi çokluğu içerisinde bireylerin iletişim ihtiyaçlarını karşılayabilmesi için ulaştığı bilginin verimli ve etkin olması gerekir. Çünkü bazı bilgiler yanlış yorumlanabilir. Erik Spiekermann'ın dediği gibi; sağ kalmak ve ölmek arasındaki fark "çıkış" işaretini bulmak kadar basit olabilir" (Spiekermann, 2002).

"Bilgilendirme tasarımı, sözcükler, resimler, piktogramlar, haritalar, grafikler ve diyagramlar vb. yoluyla geleneksel ya da elektronik anlamda iletişimi sağlamak, insanlara karmaşık düzenlerde yönlerini bulmalarında yardımcı olmak için bilgiyi tasarlamaktır" (Passini, 2000). Bütün insanların bilgiye ulaşma, anlama ve öğrenme metotları yaşadıkları sosyal ve kültürel çevreye göre farklılık göstermektedir. Bu farklılıkları aşmak ve ortak bir dil oluşturmak amacıyla disiplinler arası ve uluslararası organizasyonların sağlanması için merkezi Viyana'da bulunan Uluslararası Bilgilendirme Tasarımı Enstitüsü (International Institute for Information Design – IIID) kurulmuştur. Uluslararası Bilgilendirme Tasarımı Enstitüsü (International Institute for Information Design – IIID)'ne göre bilgi, "insanların ulaşabileceği ve kullanabileceği veridir."

Tasarım ise; "problemi tanımlayarak, tasarımcının nitelikli yaratıcılığıyla ortaya konacak ürünün teknik özelliklerini ve tanımlarını içeren çizimler ya da planlamalar yapmaktır."

Yukarıda bahsedilen bu iki sözcüğün birleşiminden meydana gelen bilgilendirme tasarımını şöyle tanımlamaktadır: "Bilgilendirme tasarımı, kullanıcıların belirlenen gereksinimleri doğrultusunda, mesajın taşıyacağı içeriğin ve sunulacağı ortamın belirlenmesi, planlanması ve biçimlendirilmesidir.

"Erik Spekermann'a göre; bilgilendirmenin tasarımı şansa bırakılırsa ortaya çıkan sonuç "bilgilendirme kaygısı" olabilir. Bilginin tasarımı ilk başta, iletinin bir dilden diğerine ya da resmi ve teknik söylemden basit İngilizceye ya da karmaşık şemalardan basit sıralamalara çevrilmesini içerir. Herkese ulaşması gerektiğinden ötürü bilgilendirme tasarımı, başka şeylerde olduğu kadar süreçle ilgilidir" (Spekermann, 2002).

Günlük yaşantılarını çevrelerinden gelen verileri kullanarak sürdüren insanlar girdikleri her yeni çevrede yollarına devam edebilmek için verileri algılamaya ve yararlanmaya çalışır. Bilgiye dönüşen veri, başarılı bir bilgilendirme yöntemiyle insanların hizmetine sunulabilir.

Günümüzde bilgilendirme tasarımı pek çok iş dalı için verimlilik anlamına gelmektedir. İş yerlerindeki çalışma düzeninin kullanıcılar tarafından pratikleştirilmesi, hem çalışma verimini arttırmakta hem de gereksiz enerji kaybını azaltmaktadır. "Bilgilendirme tasarımı disiplinler arası bir yaklaşım kullanır ve görsel iletişim disiplini içerisinde çoklu bileşenli/karmaşık bilgilendirme dizilerinden oluşan işlevsel grafik tasarım üzerine odaklanır" (Schuller, 2007).

Bilgilendirme tasarımı ve grafik tasarım alanları arasındaki ilişkiyi incelemek gerekirse bu iki unsur öncelikle birbirlerinin alt dalları değildir. Ne bilgilendirme tasarımı grafik tasarımın içinde yer alır ne de grafik tasarım bilgilendirme tasarımın içinde yer alır. Kesişmeleri ve birlikte hareket etmelerinden sebep; grafik tasarımın temelinde yer alan "mesaj içeriğini belirlemek ve hedef kitleye göre görselleştirmek", bilgilendirme tasarımının da amaçlarından biri olmasıdır. Grafik tasarım çalışmaları bilgi taşıırken bazıları yoğun bir şekilde bilgi içerir; bu nedenle bilgilendirme tasarımı ürününe dönüşebilmesi de artan bilgi yoğunluğundan kaynaklanmaktadır. Genel olarak grafik tasarımın, bilgilendirme tasarımını görselleştiren bölüm olduğunu söyleyebiliriz. Bilgilendirme tasarımı ürünlerinin tasarım estetik prensiplerine uygunluğu ve iletişim prensiplerine uygunluğu dengede olmalıdır. Bir yazı karakteri sadece güzel görüldüğü için, okunabilirliği olmadığı halde bir bilgilendirme tasarımı ürününde kullanılamayacağı gibi, içeriği anlaşılabilir olarak düzenlenmiş bir ürün de tasarım estetik prensipleri göz ardı edilerek tasarlanmamalıdır.

Bilgilendirme tasarımcısı David Sless'in 2005 yılında dediği gibi; "Bilgilendirme Tasarımı gerek anlama gerekse uygulama yönünden zor bir süreçtir. Hedef kitlenin gereksinimlerini tam anlamıyla karşılayan bir proje dahi % 100 başarıyı garanti edemez. İnsanların nasıl davranacaklarına ya da bu davranışın nasıl değişeceğine yönelik bir çalışma yoktur, tahminler vardır. Bu tahminler ise bilgilendirme projesinde biraz daha belirsiz kalabilir. İnsanların duyu organlarıyla algıladıkları bilgiyi nasıl işledikleri (hazmettikleri) ya da anlayıp anlamadıkları kesin olarak bilinmemektedir. Çoğu zaman sonradan oluşan problemler de bu belirsizliklerden ileri gelir."

"Bilgilendirme tasarımının her şeyin ötesinde bilgiyi vurgulama ve anlama kıyaslama ya da düzenleme; gruplama ya da sınıflandırma, seçme ya da çıkartma anında ya da geç algılanmasına karar verme, ilgi çekici şekilde sunma konularında biçimlendirme yetkinliği vardır" (Mijksenaar,1997). Bilgilendirme tasarımı, aktarılmak istenen bilgi ve içinde bulunduğu bağlam hem içerik hem de görsel olarak iyi yorumlandığında, sadece karmaşık olan bilgiyi düzenleyerek anlaşılabilirlik, kullanılabilirlik ve dikkat çekme boyutunda daha etkili hale getirme işleviyle değil, aynı zamanda da ikna edici ve yönlendirici olmasıyla da güçlü bir araçtır.

Bilgilendirme tasarımı, hedeflenmiş kitlelerin gereksinim duyduğu "bilgi"nin bilgilendirmeye dönüştürme tasarımıdır. Bilgilendirme tasarımcısı, kitlenin bilgi gereksinimi ortaya çıkınca devreye girer ve ihtiyaç duyulan tüm aşamaları planlar ve hazırlıkları tamamlayarak sonuca ulaşır. Bu nedenle; amacı bilgiyi iletişim ve estetik prensipler çerçevesinde çözümlenerek, geniş hedef kitleler tarafından algılanması kolay, sade ve görsel bir forma dönüştürmek olan bilgilendirme tasarımına ihtiyaç vardır.

1.2.1.1. Bilgilendirme Tasarımının Tarihçesi

İnsanlar yazılı iletişimden önce dünyayı grafik olarak ifade etmişlerdir. Bu nedenle bilgilendirme tasarımının tarihi ilkçağ mağara duvarlarındaki resimlere kadar dayanmaktadır. Mağara duvarlarında başlayan bilgilendirme tasarımı 20. yüzyıla kadar çoğunlukla veri içeren haritalar ve istatistikler barındıran grafikleri

içermektedir. Bunların; en eski örneklerden biri M.Ö. 6200 yıllarına tarihi dayanan Çatalhöyük Kent Haritasıdır. Bilgilendirme tasarımı tarihi hakkında bazı kaynaklarda başlangıç olarak da kabul edilmektedir.

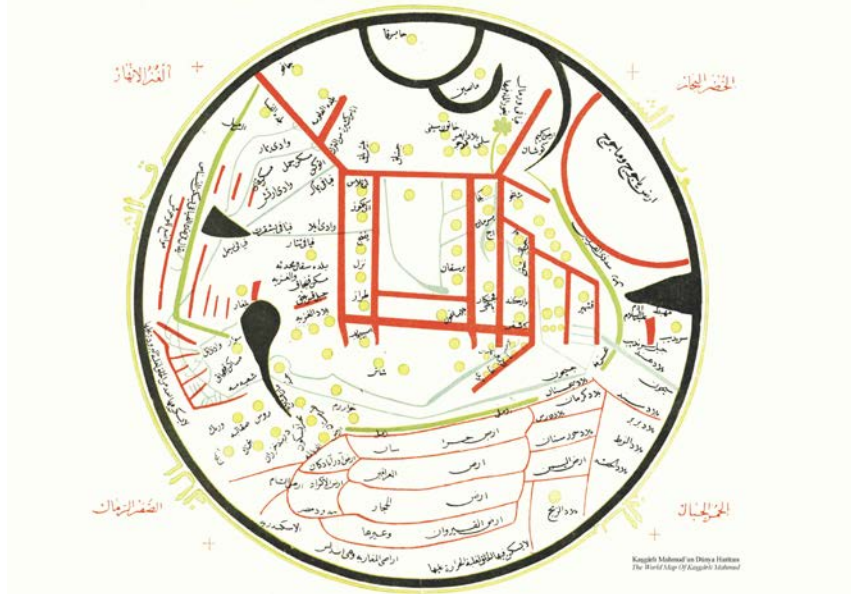


Çatalhöyük Haritasının Renkli Çizimi

Kaynak : http://s926.photobucket.com/user/cografyamnet/media/image004_zpse10b7e24.gif.html

Şekil 1. Çatalhöyük Kent Haritası

Kaşgarlı Mahmud 1072 - 1074 yılları arasında yazdığı Divan - ı Lügat - it Türk adlı eserinde ilk Türk Dünya Haritasını hazırlamıştır. İlk Türk Dünya Haritasında Türkler' in yaşadığı yerleri ve ilişkide olduğu ülkeleri bulunmaktadır. Bilgilendirme niteliği taşıyan haritada dağlar kırmızı, denizler yeşil, kumluk sahalar sarı, ırmaklar mavi renklerle gösterilmiştir.



Kaynak : http://www.irfanakar.com/turkish/Haritalar/Tarihi_Haritalar/kasgarli_mahmut_dunya_haritasi.jpg

Şekil 2. Kaşgarlı Mahmud'un Dünya Haritası

Osmanlı Amiralî Piri Reis'in 1513'de tamamladığı Avrupa ve Afrika'nın batı kıyılarını ve Güney Amerika'nın doğu kıyılarını gösteren Birinci Dünya Haritası bilgilendirici öğeler içermesi nedeniyle önemli bir yere sahiptir. Piri Reis Birinci Dünya Haritasını çizerken belli başlı notlarını seyir defterine not etmiştir. Bu notları düzenleyerek ve yabancı kaynaklardan da yararlanarak tarihi ve coğrafi bilgileri 1521 tarihinde tamamladığı Kitab-ı Bahriye adlı eserinde toparlamıştır.



Kaynak : [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/2/27/Piri Reis map of Europe and the Mediterranean Sea.jpg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/2/27/Piri_Reis_map_of_Europe_and_the_Mediterranean_Sea.jpg)

Şekil 3. Piri Reis Birinci Dünya Haritası

Bilgilendirme tasarımı olarak 17. yüzyıla kadar haritalar ve erken dönem grafikler görülmektedir. 18. yüzyıldan başlayarak günümüze kadar da yeni grafik formları ile karşılaşmaktayız. Sembollerin yazının icadından önce kullanılmaya başlanmış olması bilgilendirme tasarımının çıkış noktası olmuştur. Sembollerin yazılı iletişimin başlangıcını oluşturmasıyla havada asılı duran bilgiler, kayıt altına alınmaya başlamış ve insanlık tarihinin en önemli olaylarından birini oluşturmuştur. Bu nedenle tarihsel sürece neden – sonuç ilişkisiyle bakıldığında zaman her yeni

gelişmenin aslında bir öncekinin üzerine bir şeyler katmak olduğunu görmüş oluyoruz. Resimle anlatılmaya çalışılan nesnelere bütünü olan yazı, sembollerin bir araya getirilmesiyle oluşturulan ideogramlara, oradan da ses yapısını oluşturan alfabelere dönüşmektedir. Bu sayede sözler ilk defa tarihte kayıt altına alınmış " bilgi dağarcığı" haline dönüşmüş, bilgilendirme tasarımına yol göstermiştir.

1.2.1.1 Yazılı Tarih Öncesi Semboller

Yazıya geçilmeden önce iletişimin resimler sayesinde kurulduğuna inanan uzmanlar artan bilgi dağarcığı, kültürel ve ticari birikimler gibi önemli gelişmelerin alfabe gereksinimine yol açtığını belirtmektedirler. Bu duruma en iyi örnek olabilecek Mezopotamya'da alfabe gereksiniminin, ticaretin gelişmesine bağlandığı görülmektedir. İnsanlık tarihinin bir parçası olan mağara duvarlarındaki resimler en eski görsel öğeler ya da sanat eseri örnekleri olarak gösterilmektedir. Bunlar; yazılı tarih öncesinde insanların nasıl iletişim yolları kullandığını bizlere göstermektedir.



Kaynak : <http://egoistokur.com/wp-content/uploads/2014/01/Lascaux-Magarasi-Egoist-Okur.jpg>

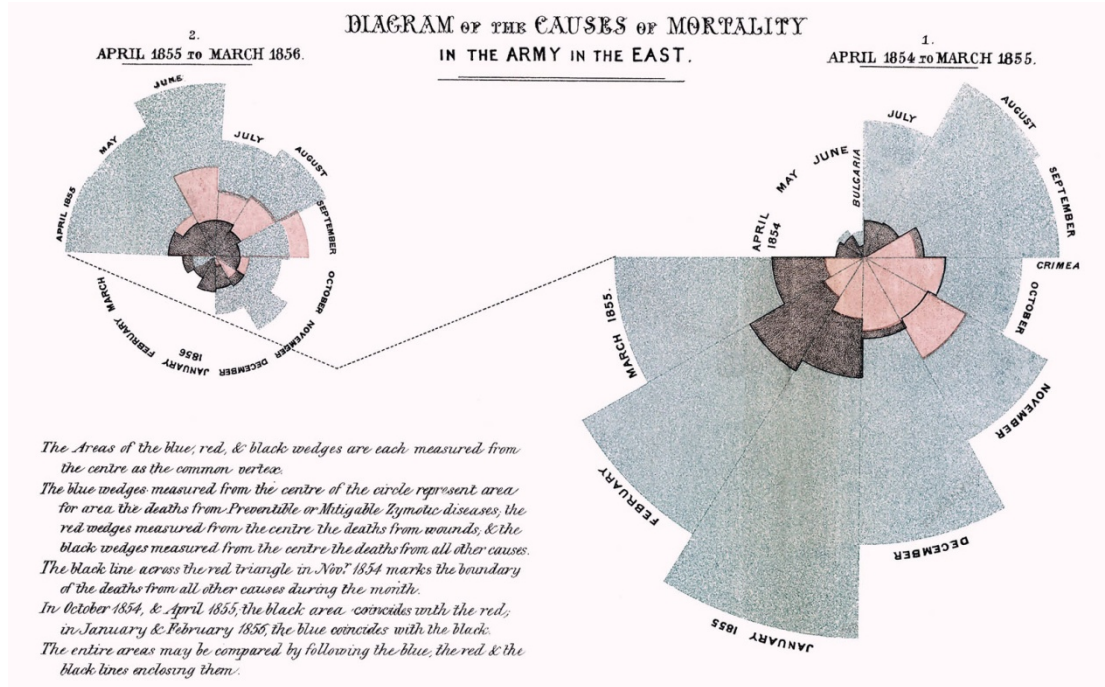
Şekil 4. Mağara Duvarına Çizilmiş Bir Resim Örneği

İlk olarak Mezopotamya'da karşımıza çıkan yazı, muhasebe kayıtlarının tutulabilmesi için kullanılmıştır. Günümüzdeki şekline kavuşabilmesi üç bin yılı bulmuştur. Sümer ve Akad dillerini takip eden Hititler gelişmiş resim yazıları kullanmalarına rağmen çivi yazısını benimsemişlerdir. Bu süreçler doğrultusunda tüm uygarlıklar fonetik özelliklere sahip yazı karakterleri kullanmaya başlamıştır.

Yunanlıların alfabelerine ilk sesli harfleri katmaları tüm uygarlıklara örnek olmuştur. Alfabe amaçlı kullanılan resim yazıları günümüzde karşımıza modern piktogramlar olarak çıkmaktadır.

1.2.1.1.2. 18. Yüzyıl Öncesi Ve Sonrası Dünyada Bilgilendirme Tasarımı

18. yüzyıl öncesinde veri haritalarını oluşturanlar tasarımcı ya da sanatçı olarak kabul edilmemekteydi. Arada bir yapılan çalışmalar kurumlar için yapılmaktaydı. Bu süreçte fark edilen şeylerden biri de var olan bilgiyi görselleştirmeye ihtiyaç duyulmasıydı. Bu bulgu sayesinde günümüze de tüm bu kişilerin bilgilendirme tasarımcısı olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz.



Kaynak : <https://andrepvieira.files.wordpress.com/2014/09/nightingale-mortality.jpg>

Şekil 5. Florence Nightingale 1856' da Yaptığı Ordudaki Ölüm Sebepleri Çizelgesi

19. yüzyıl bilgilendirme tasarımında önemli gelişmelerin olduğu bir dönemdir. Veri görselleştirme ve istatistik grafikleri hakkında yayınları bulunan Friendly (2007, s, 14)' e göre 1850 - 1900 tarihleri arası istatistiksel grafiklerin altın çağıdır. Bu dönemde tıbbı olan katkıları bilinen Florence Nightingale bilginin görsel sunumu konusunda önemli çalışmalar yapmıştır. Hemşirelik hizmeti döneminde, tıbbi bakım ve halk sağlığı konusundaki bilgilerin derlenmesinde, incelenmesinde ve rapor edilmesinde bilgilendirme tasarımını kullanmıştır. Florence Nightingale 1856' da yaptığı "Ordudaki Ölüm Sebepleri Çizelgesi'nde" mavi alanlar bulaşıcı hastalıklar, kırmızı alanlar yaralanma, siyah alanlar ise diğer nedenle ölen asker miktarlarını ifade etmiştir. Florence Nightingale'nin yaptığı bu çizelge 2007 yılında "The Economist" dergisi tarafından tarihteki en iyi üç bilgilendirme tasarımlarından biri seçilmiştir. Ayrıca Rus kimyager Dmitry Mendeleev'in 1869' da tasarladığı "Periyodik Tablo" bilim dünyası açısından çok önemli bir yer tutmaktadır. Sunuş şekli bakımından da bilgilendirme tasarımı örneğidir.

Alternative Periodic Tables

Dmitri Mendeleev, the original, periodic table (1869).

Reihen	Gruppe I. - R ² O	Gruppe II. - RO	Gruppe III. - R ² O ³	Gruppe IV. RH ⁴ RO ²	Gruppe V. RH ⁵ R ² O ⁵	Gruppe VI. RH ⁶ RO ³	Gruppe VII. RH ⁷ R ² O ⁷	Gruppe VIII. - RO ⁴
1	H = 1							
2	Li = 7	Be = 9,4	B = 11	C = 12	N = 14	O = 16	F = 19	
3	Na = 23	Mg = 24	Al = 27,3	Si = 28	P = 31	S = 32	Cl = 35,5	
4	K = 39	Ca = 40	- = 44	Ti = 48	V = 51	Cr = 52	Mn = 55	Fe = 56, Co=59 Ni=59, Cu=63
5	(Cu = 63)	Zn = 65	- = 68	- = 72	As = 75	Se = 78	Br = 80	
6	Rb = 85	Sr = 87	?Yt = 88	Zr = 90	Nb = 94	Mo = 96	- = 100	Ru=104, Rh=104 Pd=106, Ag=108
7	Ag = 108	Cd = 112	In = 113	Sn = 118	Sb = 122	Te = 125	J = 127	
8	Cs = 133	Ba = 137	?Di = 138	?Ce = 140	-	-	-	- - - -
9	(-)	-	-	-	-	-	-	-
10	-	-	?Er = 178	?La = 180	Ta = 182	W = 184	-	Os=195, Ir=197, Pt=198, Au=199
11	(Au = 199)	Hg = 200	Tl = 204	Pb = 207	Bi = 208	-	-	-
12	-	-	-	Th = 231	-	U = 240	-	- - - -

Kaynak : <http://justpdf.tech/dmitri/dmitri-mendeleev-and-the-periodic-table.html>

Şekil 6. Dmitri Mendeleev'in Oluşturduğu Periyodik Cetvel

1930'lara kadar bilgilendirme tasarımı tarihinde büyük gelişmeler olmuştur. 1900'ler veri görselleştirme alanında "modern karanlık çağ" olarak adlandırılmaktadır. 1920'li yıllar ise bilgilendirme tasarımının alt başlığı olan sergileme tasarımı alanı için önemli gelişmelerin olduğu bir yıldır. 19. yüzyıl'da endüstri devrimiyle birlikte başlayan dünya fuarları, sergileme tasarımının gelişimine büyük katkı sağlamıştır.

1.2.1.1.3. Endüstriyel Gelişmelerin Bilgilendirme Tasarımına Etkisi

Eski çağlarda mağara duvarları ile başlayan serüven 19. yüzyılın başlarında kendinden iyice söz ettirmeye başlamıştır. Özellikle 19.yüzyılın ortalarında yaşanan büyük gelişmeler ve İngiltere'de buharlı makinelerin icadıyla ticaret kavramı başka boyut kazanmıştır. İnsanlar; sanayi devrimi diye anılan bu zamana kadar kendilerine yeterken, kendilerine yaşayabilecek kadar kazanırken sanayi devrimi nedeniyle bu süreçte büyük bir değişim yaşamışlardır. Burjuva ve işçi sınıfını etkileyen sanayi devriminde endüstriyel gelişmeler ve çevresel kolları önemli rol oynamıştır. Buharlı makinenin üretimi, seri üretimi de kendiliğinden getirmiş aynı ürünün bir sürü evde olmasını sağlamıştır. Bu pazarlama ve reklamcılığın başlangıcı olmuştur. İngiltere başta olmak üzere; dünya üzerinde bulunan gelişmiş toplumlarda yaşanan sanayi devrimi, insanların yaşam tarzını değiştirmiştir.

Sanayi Devriminin başlamasıyla birlikte tarım toplumundan fabrika toplumuna geçiş hızla artmış, köylerden kentlere göç başlamıştır. Kalabalıklaşan ve karmaşıklaşan kent yapılarının ulaşım biçimleri, eğlence biçimlerini ve haber alma biçimlerini etkilemiştir. Bu denli kalabalık ortamları bir arada tutmak için belli standartlar gerekmektedir. Endüstriyel gelişmelerin en önemli katkılarından biri kentleri ya da ülkeleri standardize etmesidir. Endüstriyel gelişmelerin bu nedenlerden dolayı bilgilendirme tasarımına katkısı büyük olmuştur.

1.2.1.1.4. Türkiye'de Bilgilendirme Tasarımı

Türkiye için oldukça yeni bir alan olan bilgilendirme tasarımının ülkemiz için başlangıç tarihini söylemek güçtür. Bilgilendirme tasarımını; tüm dünyada olduğu

gibi Türkiye'deki büyüme ve yapılan kalkınma planlarına bağlayabiliriz. Otoyollar, havalimanları, müzeler gibi alanlarda uluslararası standartların getirilmesiyle ülkemizde bilgilendirme tasarımı alanında çalışmalar yapılmaya başlanmıştır, ancak yavaş ilerleme göstermektedir.

1.2.1.2. Bilgilendirme Tasarımının İlkeleri

Bilgilendirme tasarımı üzerine bir proje üretmek uzun çalışmalar gerektirmektedir. Bu çalışma sürecinde pek çok kişiye karmaşık gelen bilgilendirme tasarımının kurallarının olmadığı düşünülebilir. Ancak bilgilendirme tasarımının ilkeleri diğer görsel iletişim tasarımı ilkelerinden farklı değildir. Bilgilendirme amaçlı bütün tasarımlar; yaklaşım, konumlandırma, tutumluluk, nezaket, performans, sıradüzen, karşıtlık, tartım, vurgu ve odak noktası, süreklilik, denge ve bütünlük ilkelerine dayanarak tasarlanırlar.

Bilgiye şekil verme, anlaşılır ve kolay kullanılabilir yapma isteği tasarımın ilkelerini kendisine göre etkilemektedir. Bilgilendirme tasarımı sürecinde ilkelerden yararlanmak bilgilendirme tasarımının bilgiyi aktarma sürecini önemli derecede etkilemektedir. Bir bilgilendirme tasarımcısı; tasarımı yaparken çoğunlukla kendi deneyimlerinden yararlanarak hedef kitleyle empati kurmaya ve ortak akılda hareket etmeye çalışır. Bu nedenle bilgilendirme tasarımı ilkeleri üzerine konuşmakta yarar vardır.

1.2.1.2.1. Yaklaşım

"Var olan bilgilendirme karmaşasında yeni bir projeye başlarken çözülmeyi bekleyen sorunlar, ya çok bileşenli ya da tekil olacaktır. Tasarım, bilgiye gereksinim duyan kitleler adına yapıldığı için, ortaya çıkan ürün kamu yararına olacaktır" (Güler;2008).

Kamu yararına yapılan bilgilendirme tasarımlarında tarafsızlıktan bahsetmek imkansızdır. Bilgilendirme tasarımları kamu yararına işler yaparken kullanıcı olarak kendilerini de işin içine katarak çalışırlar.

1.2.1.2.2. Konumlandırma

Bir kullanıcı ile bir diğerk kullanıcı arasında yer alan mantık ilişkisi ve bu ikisinin gereksinim duyduğu bilgi, projenin konumlandırılışını belirler (Güler; 2008).

Her insanın yaşam deneyimleri birbirinden farklıdır. Bu nedenle her insanın almak istediği bilgi de farklılık gösterebilmektedir. Yapılan bir bilgilendirme tasarımına insanlar birbirinden farklı tepkiler verebilirler. Bu nedenle bilgilendirme tasarımcısı üç aşamalı gözden geçirme yöntemini tasarımlarına uygulamalıdır.

1. Kendi bulunduğu yeri anlamalı (konumunu, sınırlarını)
2. Bulunduğu konumdan görülebilenlere ve görülemeyenlere hazırlıklı olmalı
3. 1 ve 2. madde deki sorunlarının üstesinden gelmenin yollarını bulmaktadır.

Kolay bir alan olmayan bilgilendirme tasarımı; insanların günümüzde bilgi bombardımanı altında gereken ortak algıya ve bakışa ulaşmalarının beklenemeyeceğini bilerek yoluna devam etmektedir. Ancak tasarımcıların ve kullanıcıların unutmaması gereken önemli bir nokta bulunmaktadır; bu da algı farklılıklarının yapılacak olan çalışmanın ana faktörlerini belirleyemeyeceği ve değiştiremeyeceğidir. Bu iki madde tasarım sürecine dahil edilerek ortak düşünce noktası bulunması sağlanabilir.

1.2.1.2.3. Tutumluluk

Düzenli bir harcamayla yapılan tüm projeler başarıya doğrudan ulaşmaya hazırdır. "Bilgilendirme tasarımı sürecinde bütçeleme önemlidir. Ancak sanılanın aksine bir projeyi başarılı yapmak için çok para harcamak gerekmebilir. Düzenli harcamalarla tüm projeyi hayata geçirebilmek başarıya doğrudan katkıda bulunan bir öğedir" (Güler; 2008).

1.2.1.2.4. Nezaket

"Bilgilendirme tasarımı bir nezaket sanatıdır" demek yeridir. Kendini insanlara en doğru bilgiyi vermeye adadığı gibi onları kullanabilecekleri bilgi ortamıyla buluşturmaya amaç edinmiştir.

Bu süreç içerisinde de yaptığı tüm çalışmalar da birer nezaket göstergesidir. Bilgilendirme tasarımcısı da yaptığı tasarımı saygı duyma ve değer verme bazında yaparsa karmaşıklığın üstesinden gelerek asıl hedefi olan doğru bilgi verme amacına ulaşabilir.

1.2.1.2.5. Performans

Bilgilendirme tasarımcıları yaptıkları projelerin işe yararlığını anlayabilmek için pek çok araştırma, test ve uygulamalar yaparak her ürünün uygunluğunu önceden görmeye çalışırlar. Tasarımcılar geri dönüşü olmayan çalışmalar ortaya çıkarsa pahalıya mal olabileceğini bilirler. Bu nedenlerle yüksek performanslı tasarımlar çıkarmak en doğrusu olacaktır.

Tasarımcının performans kriteri doğrudan işlerliğe bağlıdır. Performans denince "hız", "çabukluk" gibi kavramlar akla gelmelidir. İyi bir tasarımın kriterleri arasında yer alan estetik duruş, verimlilik, kullanılabilirlik ve ekonomik öncelikler aynı zamanda birer performans kriteridir.

1.2.1.2.6. Sıradüzen (Hiyerarşi)

Sıradüzen (hiyerarşi) de görsel ve tipografik etkenlerin önem sırasına göre sıralanmasıyla ilgilidir. Bu ilke sayesinde, insanlar gelen bilginin sırasını ve birbirleri arasındaki yakınlıkları ve bağlantıları anlayabilmektedir. Öğelerin bilgilendirme tasarımına göre sıradüzende (hiyerarşi) yerleştirilmiş olmasının; kullanıcıların içeriği ayrıntılı olarak inceledikleri aşamada, bilgi aktarma amacına olumlu etkileri olacaktır.

İnsanlar görsel olarak en çok gözlerine çarpan ve kolay algılayabildikleri öğeden başlayarak bilgi takımları arasında gezinirler. Tasarımda sıradüzen boyutlandırma, renk kodları, karşıtlık, baskısal farklılıklar gibi uygulamalarla sağlanabilir. Karmaşık yapıdaki bir bilgilendirme tasarımı projesinin, içerikle bağlantılı olarak sıradüzen içinde yapılması, oldukça önemli olacaktır. Bu bağlamda düzenin, bilginin içeriğine göre yapılması önemlidir.

Sıradüzen (hiyerarşi), bilgileri önem derecelerine göre sıralarken benzer bilgilerin de sınıflandırılmasını sağlamaktadır. "Kullanıcılar, birbirleri ile hizalı ve yakın yerleştirilen bilgiler arasında bağlantı kurmaktadır. Sıralı düzen içerisinde tasarım öğelerinin yerleştirme biçimleri bilgiyi gruplara ayırmaya da yarayabilmektedir. Bilgiler takım haline getirilip sunulduğunda daha anlaşılır olmaktadır" (Uyan Dur, 2011).

1.2.1.2.7. Karşıtlık (Kontrastlık)

Diğer görsel iletişim tasarımı uygulamalarında olduğu gibi bilgilendirme tasarımında da karşıtlık; çekicilik ve hareket katan bir ilkedir. Karşıtlık (kontrastlık); sınıflandırmaya, sıralı düzen kurulmasına, odak noktası oluşturma ve çeşitlemeler sağlamaya da yardımcı olmaktadır. Karşıtlık renk, boyutlandırma, ağırlık, şekil, doku, konum veya yönelim farklılıklarıyla verilebilir.

Bir nesnenin referans çerçevesinin içerisinde fiziksel yerini anlatan konum ile de tasarımlarda karşıtlık etkisi yaratılabilmektedir (Uyan Dur; 2011). Formları algılama şeklimiz tasarımda şekillerle karşıtlık yapabileceğimizin göstergesidir. Konstrüktivizm akımının önemli isimlerinden El Lissitzky'nin 1917 Sovyet Devrimi'nin ardından tasarladığı propaganda afişi karşıtlık için en iyi örnektir.



Kaynak : <http://www.melishandevrim.com/2015/07/konstruktivizm-ve-rus-devrimi/>

Şekil 7. El Lissitzky'nin Propaganda Afişi

1.2.1.2.8. Tartım (Ritim)

Tartım'ın diğer bir adı da ritimdir. Bir ya da birden fazla birimin belirli bir dñzen ile tekrar etmesi sonucunda ortaya çıkmaktadır. Tasarımda tartım Şekil, renk, ağı ve doku olarak karŐıma çıkmaktadır. Evrenin yaratıldığı gñnden bu yana tartımla birçok alanda karşılaşmaktayız. Gezegenlerin dñnüşü, mevsimlerin dñnüşümleri, kalp atıŐları, soluk alıp verme gibi pek çok örnekle karŐılaŐabiliriz.

Tartım tasarımda hareket duygusunu sağlarken bir yandan da sürekliliği sağlayarak kullanıcıların tasarımın içinde dolaşmasını mümkün kılar. Tasarımda tartım ilkesinde tekrar eden öğelerin birbirinin aynısı olması görsel hazzın yakalanmasına sebep olur. Buna örnek olarak; Henri Matisse'nin "Dance" tablosunu örnek vermemiz yerinde olacaktır.



Kaynak : https://www.art-bronze-sculptures.com/images/product_images/popup_images/746_1.jpg

Şekil 8. Henri Matisse - Le Dance 1909 - 1910

1.2.1.2.9. Vurgu ve Odak Noktası

"Sıra dñzen ilkesinde de söz edilen iki aşamalı bilgisel sıradñzeni kavrama sürecinin sadece birkaç saniye süren ilk adımı, kullanıcıların temel mesajı aradıkları;

abuk kavrama aşamasıdır. Bu aşamada kullanıcıyı yakalayan tasarımda vurgunun en baskın olduğu alandır" (Uyan Dur; 2011).

Bir tasarımda odak noktası oluşturur. Dikkatleri tasarımın en önemli gördüğümüz kısmına çekmemizi sağlar. Ön plana çıkarmak istediğimiz öge ile ikinci planda kalması istenen öğeler arasında gerçekleştirilecek bir yön, boyut, biçim, doku, renk, ton ya da çizgi karşıtlığı ile vurgulama gerçekleştirilebilir. Yapılan tasarımda bazı özellikler vurgulanarak bazı özellikler de geri planda bırakılarak odak noktası oluşturulabilir. Tasarımda pek çok öğenin tek bir öğeyi göstermesi ilgi odağı olmasını sağlamaktadır. Tasarımda göz alıcı olan, odak noktasıdır. Boyut, yerleşim, şekil, renk veya çizgilerin kullanımı vurgulanacak kısmı tanımlı kılar.

Norveçli ressam Edvard Munch tarafından yapılan "Çığlık" veya orijinal ismiyle "Skrik" vurguya çok güzel bir örnektir.



Kaynak : <https://tr.wikipedia.org/wiki/%C3%87%C4%B1%C4%9F1%C4%B1k> (tablo)

Şekil 9. Edvard Munch "Çığlık" Tablosu

1.2.1.2.10. Süreklilik

İnsan gözü, tasarım içerisinde bir öğeden diğer öğelere sorunsuz ve kesintisiz geçişler yapabiliyorsa, bilgilendirme tasarımının süreklilik ilkesi gerçekleşmiş demektir.

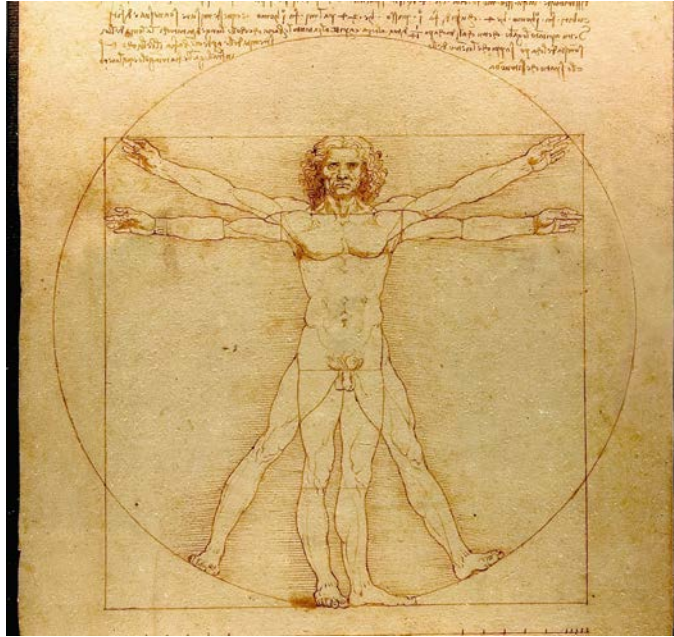
Süreklilik; tasarımdaki görsellerin ilişki içinde olduğunun ve tasarım ilkelerinin doğru kullanıldığıının göstergesidir. Ayrıca süreklilik ilkesi tek bir tasarım içinde sağlanabildiği gibi bir dizi oluşturan tasarımlarla da oluşturulabilmektedir. Bir tasarımda, bir bütünlük sağlayabilmek için süreklilik sağlayan öğeler kullanılmalıdır.

1.2.1.2.11. Denge

Denge ilkesi; bir tasarımda tüm öğelerin genel olarak iletişim içinde olmasıyla ortaya çıkmaktadır. Eğer bir tasarımda denge kurulmamışsa rahatsızlık hissi yaratmaktadır. Denge ilkesi kendi içinde dört maddeye ayrılarak tasarımlarda en iyi dengeyi kurmamızı sağlamaktadır.

• Bakışimli Denge (Simetrik Denge)

Bakışimli Denge; birbiriyle eşit iki parçadan meydana gelmektedir. Düzenli, kurallı, katı ve sınırlı bir etki bırakmaktadır. Bakışimli denge tasarımlarda ciddiyet, otorite, dürüstlük ve saygınlığı sembolize ettiği için genellikle resmi tasarımlarda tercih sebebi olmaktadır. Leonardo da Vinci'nin Vitruvian Adamı (1492) insan vücudundaki simetrisinin gösteriminde kullanılır.



Kaynak : https://tr.wikipedia.org/wiki/Simetri#/media/File:Da_Vinci_Vitruve_Luc_Viatour.jpg

Şekil 10. Leonardo da Vinci'nin Vitruvian Adamı (1492)

• Bakışsız Denge (Asimetrik Denge)

Birbirine benzemeyen ya da eşdeğer olmayan görsel öğeler arasında dinamik bir denge ya da düzen sağlamaktır. Bakışsız denge, tasarıma hareket enerji ve özgürlük katmaktadır (Uyan Dur; 2011).



Kaynak : <https://birdgei.files.wordpress.com/2011/03/van-gogh.jpg>

Şekil 11. Van Gogh' un Yıldızlı gece Tablosu Asimetrik Dengeye Örnektir.

• Yaklaşık Bakışlı Denge ve Işınsal Denge

Keskin ve şiddetli bakışlı dengenin yumuşatılmış halidir yaklaşık denge denir. Belli bir merkezden yayılan veya belli bir merkeze toplanan ve yönelen öğelerle meydana gelmektedir. Genellikle dairesel bir formu olan ışınsal dengeye sahip tasarımlarda ilgi merkezi bir noktaya odaklanmaktadır (Uyan Dur; 2011).

1.2.1.2.12. Bütünlük

Bir bilgilendirme tasarımı projesindeki görsel öğelerin bütünlük oluşturacak düzende tasarlanması, tasarıma tutarlılık ve tamamlanmışlık hissi katar. Tasarımda

farklı öğelerin birbiriyle iletişim içinde olması ve bahsettiğimiz bütün tasarım ilkelerinin yerinde kullanılması tasarıma bir bütünlük sağlamaktadır. Eğer bir tasarımda bütünlük sağlanamazsa dağınık, birbirinden kopuk ve uyumsuz tasarımlar ortaya çıkacaktır.

1.2.1.2.13. Bilgilendirme Tasarımı Ürünlerinin Özellikleri

Eski çağlarda bilgilendirme tasarımı veri haritaları, istatistiksel grafiklerle sınırlıydı. 20. yüzyıla geldiğimizde bu durum değişmiş grafik tasarım ürünleri her alanda kullanılmaya başlanmış, bilgilendirme tasarımı da bu çatı altında daha sık görülür hale gelmiştir. Grafik tasarımın temellerinde var olan "bilgilendirme", bütün grafik tasarım unsurlarında incelikle kullanılmıştır.

Grafik tasarımının asıl amacı, iletişim mesajı ve dikkat çekicilik gibi işlevlere sahipken bilgilendirme işlevini de yerine getirmektedir. Bir tasarım ürününün bilgilendirme tasarımı sayılabilmesi için öncelikli olarak yoğun bilgi aktarımını gerçekleştirmesi gerekmektedir.

Bilgilendirme tasarımı fazla kaynaktan gelen yoğun bilgiyi analiz eder, yalınlaştırır, görselleştirir ve izleyicinin algılayabileceği şekilde sunar. Bu durum bilgilendirme tasarımının çıkış noktasıdır.

1.2.1.3. Bilgilendirme Tasarımının Öğeleri

Bilgilendirme tasarımındaki tasarım öğelerinin kullanımına ilişkin bilgiler şu şekilde incelenebilir:

1.2.1.3.1. Izgara Sistemleri

Izgara sistemi; bilgilendirme tasarımında içeriği hem görsel hem de işlevsel olarak etkili sunum yapabilmek amacıyla kullanılır. Grafik tasarım ürünlerinde olduğu gibi bilgilendirme tasarımında da görsel ve tipografik öğeler tasarım içerisinde birbirleriyle etkileşim halindedir.

Tasarım içerisinde bulunan öğeler birbirlerinin algılanırlığını olumlu ya da olumsuz yönde etkilemektedir. Bu nedenle; tasarımcı tasarımı yaparken öğelerin birbirleriyle olan ilişkilerine dikkat ederek yerleştirmelidir.

"Bilgilendirme tasarımlarında görsel algılama diğer görsel iletişim tasarımı uygulamalarında olduğu gibi şu şekilde ilerlemektedir. Kullanıcılar öncelikle tasarımı bir zemin üzerinde görünen büyük şekiller ve renk alanları olarak algılamakta, daha sonra fotoğraf ve grafik gibi görüntülerden başlayarak belirli bilgileri tanımlamaya başlamaktadır. Son olarak da yazı öğelerini algılayıp, sözcük ve tümceleri seçmektedir. Bununla birlikte gözün alışık olduğu izleme sürecinin ekranda veya basılı her ortamda soldan sağa ve yukarıdan aşağıya olduğu da unutulmamalıdır"(Uyan Dur; 2011).



Kaynak : Banu Uyan Dur "Bilgilendirme tasarımında ilkeler, öğeler ve uygulama sorunları bilgilendirme tasarımı uygulaması" tezinden

Şekil 12. Eli Horn'un Vancouver Uluslararası Çağdaş Asya Sanatı Merkezi İçin Hazırladığı Yıllık Raporu

Vancouver Uluslararası Çağdaş Asya Sanatı Merkezi'nin 2006-2007 yıllık raporu tasarlanırken kullanılan ızgara sistemi, bu algılama sırası ve gözün okuma yönü dikkate alınarak kurgulanmıştır. Bütün bilgilendirme tasarımlarında ızgara sistemi kullanılmaktadır. Bu sayede, tasarım geometrik bir şemaya oturtularak belirli

bir düzen sağlanmaktadır. Izgara sistemi tasarım sürecinde görsel dengenin en iyi Şekilde olabilmesi için kullanılan yöntemdir. Tasarımın ayrılmaz parçası olan ızgara sistemi tasarım öğelerini düzenlemede bir dayanak, açıklık için bir araç görevi görmekle birlikte geometrik ayrımları, tipografik ve resimsel içerik için bir iskelet olmaktadır.

1.2.1.3.2. Yazı

Bilgilendirme tasarımında yazı bilgiyi direk olarak ilettiği için, en önemli öğedir. Tasarımda yazı, yapılan tasarımın geneliyle eş zamanlı olarak düŐünülüp, karar verilmesi gereken bir bilgilendirme tasarımı öğesidir. Bütün tasarım alanları için geçerli olan bazı tipografik bilgiler, bilgilendirme tasarımdaki yazı kullanımda da etkilidir. Bu durumda bilgilendirme tasarımında yazı kullanımını Şu Şekilde incelenebilir:

1- Yazı Karakterinin x- yüksekliği

Bir yazı karakteri ailesinde küçük harflerin ana gövde yüksekliğini tanımlayan "x- yüksekliği"nin okunaklılık üzerinde etkisi vardır. Uzun x- yüksekliği sergileyen yazı karakteri ailelerinin okunaklılığının daha iyi olduğu düŐünülür. Çünkü kısa x- yüksekliği olan yazı karakterlerinden daha büyük grnrlere. Ancak abartılmıŐ x- yükseklikleri harf biçimini bozacağından okunaklılığı olumsuz yönde etkileyebilir.

2- Harf Biemleri

Yazı karakterinin vurgu kalınlığı harf formunun optik ağırlığını tanımlar. Genel ve yaygın olarak kullanılan harf biçemleri olarak normal (roman), ince (light), yarı kalın (demi), kalın (bold), çok kalın (extra bold) gibi kalınlıklar bulunmaktadır.

Arial Regular
Arial Narrow
Arial Italic
Arial Bold
Arial Bold Italic
Arial Black

Kaynak : http://www.businesscardszone.com/wp-content/uploads/2013/04/Arial_Font_Family.jpg

Şekil 13. Arial Font Ailesi

3- Yazı Karakterinin Boyutu

Yazı boyutu seçimleri hakkında kanıtlanmış ve kabul görmüş kurallar bulunmamaktadır. Ancak en sağlıklı yaklaşım olarak bilgilendirme tasarımı projesinin çeşidine, boyutuna, tasarıma ve gereksinimlere göre karar verilmelidir.

4- Büyük ve Küçük Harfler

Okuyucusu tarafından bütün olarak algılanan sözcükler, sürekli büyük yazılırsa okuyucusuna okuma ve algılama zorluğu yaşatabilmektedir. Çünkü; büyük harfler, yazının görsel olarak durağan bir dikdörtgen alan şeklinde algılanmasına neden olmaktadır.

BÜYÜK HARFLER, YAZININ GÖRSEL OLARAK

DURAĞAN BİR DİKDÖRTGEN ALAN ŞEKLİNDE

ALGILANMASINA NEDEN OLMAKTADIR

Kaynak : Berna YAN

Şekil 14. Büyük Harf kullanımı Hakkında Bir Örnek

Küçük harflerle dizilen sözcükler daha dinamik alanlarda oluştuğu için okunması daha kolaydır.

İnsanlar tek tek harfleri okumaz harflerin çıkıntılarına göre tüm kelimeyi algılar

Kaynak : Berna YAN

Şekil 15. Küçük Harf Kullanımı Hakkında Bir Örnek

5- Yazı Karakteri Seçimi

Diğer görsel iletişim tasarım uygulamalarında olduğu gibi bilgilendirme tasarımı uygulamalarında da yazı seçimi; yayınlanacağı ortama ve hedef kitleye göre değişiklik göstermektedir. İstenilen doğru tasarımın ortaya çıkabilmesi için doğru ve estetik yazı karakterleriyle mümkün olmaktadır. Seçilen her yazı karakterinin bilgilendirme tasarımının içeriğine uygunluğu, tasarımı güçlendirmektedir.

6- Okunurluk (legibility) ve Okuturluk (readability)

Bir bilgilendirme tasarımında yazının, bilgi iletişimini rahat yapabilmesi için okunurluk ve okuturluk özelliklerini içinde barındırması gerekir.

Okunurluk kendi başına harflerin ve kelimelerin tanınmasına etki eden özellikleri ifade eder. Okuturluk ise; tipografik içeriğin büyük miktarlarda (paragraflar, sayfalar, sütunlar) olduğunda okunabilme hızını, kolaylığını ve açıklığını ifade etmektedir (Uyan Dur; 2011).

Okuturluk; bir yazı karakterinin okunaklılığıyla beraber tasarım ve düzen kararlarıyla da ilgilidir. Büyüklük, aralık, hizalama, sayfa sınırları, kağıt çeşidi vb. seçimler yazının okuturluk özelliklerini etkilemektedir (Uyan Dur; 2011).

Okunurluk ve okuturluk terimleri; çoğunlukla eş anlamlı kullanılır ancak okunurluk, belli bir yazı karakterinin doğasında olan x- yüksekliği, karakter şekli,

kapatılmış alan büyüklüğü, çizgi kontrastı ve yazı ağırlığı gibi fiziksel özellikleri yoluyla bir harf biçimini diğerinden ayırt edebilme yetisini ifade eder. Bir gövde metni parçasının okunurluğu, standart punto büyüklüğü kullanımı, hassas satır aralığı ve doğru hizalamasıyla güçlendirilir. Bilginin mutlak berraklığı, müdahale eden etmenlerin en az seviye de oluşuyla birleştiğinde okunur yazı oluşur. Okuturluk, bir yazı veya tasarım parçasının "anlama" yetisini etkileyen özellikleriyle ilgilidir.

7- Sütun Genişliği ve Satır Uzunluğu

Bilgilendirme tasarımı projelerinde bilgiye hızlı ulaşabilme açısından satır uzunlukları ve sütun genişliklerinin büyük etkisi vardır. Sütunlar dar olduğunda kelimeler çizgiyle ayrılarak alt satıra geçmeye başlamakta bu da okuyucuların göz gezdirme yolu üzerinde belirli miktarda içeriği toplayamamalarına neden olmaktadır.

Sütunlar çok geniş olduğunda ise, okuyucular yazının yeni satırının başlangıç noktasını bulmakta zorluk çekmektedir. Belirttiğimiz durumlar da okuma ve algılama hızı olumsuz yönde etkilenmektedir.

8- Boşluklama

Satır aralıkları ve harf aralıkları olarak iki başlık altında incelenmektedir.

a) Satır Aralıkları

Yazı satırları arasında oluşan boşluklara satır aralığı denir. Satır aralıkları tipografik okunabilirliği etkileyen bir etkidir. Satır aralığı bir tasarımda değişirse hiyerarşi kararlarında da değişim söz konusu olmaktadır. Satır aralığı metin bloğuna boşluk kazandırır ve karakterlerin "nefes almasına" izin verir, böylece bilgi kolay okunabilir.

Sayfa düzeni uygulamalarında en iyi okunabilirlik için varsayılan satır aralığı, yazı karakteri boyutunun % 120'sine göre ayarlanır. Yani; 10 puntoluk bir yazının , 12 puntoluk satır aralığı olmaktadır.

b) Harf Aralığı

– Karakter Aralığı: Karakter aralığını fazla yakınlaştırmak görsel gerilim alanları yaratır, fazla açmak ise harf çiftleri arasında ilginç boşluklar oluşturarak okumayı bozabilir (Uyan Dur; 2011).

– İzleme: Yazının tek bir harfinde, satırında veya paragrafındaki boşluğu ifade etmektedir. İzleme çok dar olduğunda, harfler bireysel karakterlerini kaybederek, çarpışmakta ve optik olarak karışarak kelimelerin ayırt edilmesi zorlaşabilir.

9- Hizalama

Soldan ve Sağdan bloklanan yazılar aynı uzunlukta oldukları için satır takibi zorlaşmakta ve kelimeler arasında beyaz boşlukta oluşmaktadır. Ortadan ve Sağdan bloklama ise yazıyı düzensiz görünmesine neden olmakta ve yazının takibini zorlaştırmaktadır. Yazının soldan bloklu olması ise; satır uzunluklarındaki değişikliklerden dolayı okunaklılığı kolaylaştırmaktadır.

- Soldan Blok
4 ayrı düzenleme vardır. Soldan blok, sağdan blok, ortadan blok ve her iki taraftan blok
- Sağdan Blok
4 ayrı düzenleme vardır. Soldan blok, sağdan blok, ortadan blok ve her iki taraftan blok
- Ortadan Blok
4 ayrı düzenleme vardır. Soldan blok, sağdan blok, ortadan blok ve her iki taraftan blok
- Her İki Taraftan Blok
4 ayrı düzenleme vardır. Soldan blok, sağdan blok, ortadan blok ve her iki taraftan blok

Kaynak: http://images.slideplayer.biz.tr/10/2868256/slides/slide_30.jpg

Şekil 16. Hizalama İçin Örnek

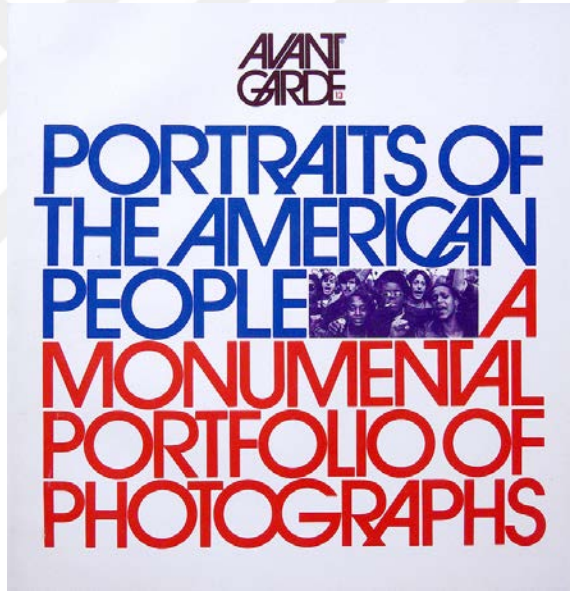
10- Yazı ve Arka Plan İlişkisi

Bilgilendirme tasarımlarında yazı - arka plan ilişkisinde renk ve doku seçimi

hem estetik olarak hem de okunabilirlik ve algılanabilirlik açısından önemlidir. Yazı ile arka plan arasında yeterli zıtlık sağlanmalı ve tasarımın genel olarak algılanabilirliği artırılmalıdır.

11- Yazı ve Görüntü İlişkisi

Bilgilendirme tasarımı uygulamalarında görsel ve yazı öğelerinin eşit olmamasına dikkat edilmelidir. Eğer tasarımda eşit kullanılırsa, aynı baskınlıkta olmaları nedeniyle tasarım etkisini yitirecektir. Ünlü grafik tasarımcı ve tipografi ustası Herb Lubalin'in Avant Garde dergisinin kapağı için yaptığı tasarımda ise yazı görüntüden oldukça baskın kullanılmıştır. Bununla birlikte, görüntü,tasarım içindeki konumu nedeniyle dikkat çekmeyi başarmıştır.



Kaynak: <http://www.designishistory.com/images/publications/avant.jpg>

Şekil 17. Herb Lubalin'in Avant Garde Dergisi İçin Hazırladığı Kapak

12- Yazıda Sıradüzen (Hiyerarşi)

Bilgilendirme tasarımında kullanılan yazılara uygulanan doğru sıralı düzen sayesinde bilgi takımları önem derecelerine göre sıralanabilmekte ve sınıflandırılabilir. Sınıflandırılabilirlik, okunabilirlik ve algılanabilirlik açısından önemlidir.

Yazıların bilgilendirme tasarımına doğru bir sıralı düzenle yerleştirilmiş olmasındaki esas amaç; bilgiyi doğru aktarabilmeye olumlu yönde etki etmektedir (Uyan Dur; 2011).

1.2.1.3.3. Renk

Bilgilendirme tasarımında renk önemli yere sahiptir. Kullanımına göre tasarımda görsel bütünlük, vurgu, sıradüzen (hiyerarşi) ve tartım (ritim) sağlayan bir öğedir. Bilgilendirme tasarımında renk, konunun içeriğine, renklerin psikolojik boyutuna, kültürel beklentilere ve ışıklandırmaya göre değişkenlik gösterebilir. Her rengin kendi içinde psikolojik anlamı ve özelliği bulunmaktadır. Renkleri sıcak renkler ve soğuk renkler olarak inceleyebiliriz.

a) Sıcak Renkler

Kırmızı: En sıcak ve dinamik renk olan kırmızı harekete geçirir, uyarır, tutkulu, heyecanlı, güçlü ve geniş bir renktir. Kritik unsurlara dikkat çekmek için bir vurgu olarak en yalın haliyle kullanılmalıdır. Güç veya tutkuyu simgeleyen tasarımları betimlemek için kullanılır.

Turuncu: Kırmızı kadar baskın olmayan turuncu renk, dengeli ve enerjik ve aynı zamanda sıcak ve davetkar bir renktir. Dostane ve davetkar bir izlenim vermek istenen tasarımlarda kullanılması uygun olacaktır.

Sarı: Sıcak renkler arasında en parlak ve enerji verici renktir. Mutlu, sıcak, uyarıcı ve geniş bir renktir. Mutluluk ve neşe algısını yansıtmak için uygundur. Açıktan koyuya; sarı renk, en yalın halinde çocuklarla ilgili tasarımlarda, koyu halinde ise antik çağ izlenimi vermek için kullanılır.

b) Soğuk Renkler

Yeşil: Soğuk ikincil renk olan yeşil sakinleştirici, dengeleyici ve yenileyici bir etkiye sahiptir. Tasarımlarda dengeyi ve uyumu yansıtmak için kullanılır. Koyu halinin kullanımında da istikrarı ve refahı yansıtmaktadır.

Mavi: Güvenirliliği, dürüstlüğü ve güvenliği temsil eder. Ayrıca sakinliği ve maneviyatı da betimlemektedir. Koyu mavi kurumsal iş dünyasına yönelik tasarımlar için mükemmel bir renktir. Açık mavi ise sakinliği ve dostluğu simgelemektedir.

Mor: Asaleti, serveti ve itibarı temsil ederken ayrıca yaratıcılık ve hayal gücünü de yansıtmaktadır. Koyu tonları zenginliği ve lüksü açık tonları baharı ve romantizmi simgelemektedir.

Bilgilendirme tasarımında kullanıcıların renk algısını fiziksel, çevresel ve kültürel etkiler etkilemektedir. Bu nedenle kullanıcıların renk algısını anlamak çok önemlidir.

Tasarımı yaparken belirli bir kullanıcı grubu veya küresel olarak geniş bir kullanıcı kitlesi için tasarım yaparken rengin kültürel kabulleri hakkında geniş incelemeler yapılması gereklidir. Bilgilendirme tasarımında içerikle - renk uyumlu olması, kullanıcıyı psikolojik olarak hazırlamakta ve algılamayı kolaylaştırarak yönlendirmeyi sağlamaktadır.

"Renk, insanların çevreleri hakkındaki izlenimlerini etkileyen en önemli öğelerdendir. Yönlendirme ve işaretleme dizgelerinde, renk, kullanıcıları yönlendirmek, dikkat çekmek ve mekanda yaratılmak istenen atmosfere katkıda bulunmak amacıyla kullanılan önemli bir öğedir. Mekanları tanımlamak ve yönlendirmek için renk kodları kullanan başarılı bir işaretleme ve yönlendirme dizgesi ile kullanıcılar bir bakışta kodları hatırlayarak yollarını kolayca bulabilmektedir. Renklerin rastgele ve uygunsuz kullanımı bu dizgelerin kullanımını karmaşıklaştıracağından, renk seçimlerinde ve uygulamalarında dikkatli ve titiz bir yaklaşım izlenmelidir" (Uyan Dur; 2011).

İstanbul Büyükşehir Belediyesi Grafik Tasarımcı Bülent Erkmen ve Mimar Aykut Köksal'dan İstanbul'un cadde ve sokak tabelalarını yeniden tasarlamalarını talep etmiştir. Bütün kent için kapsamlı yönlendirme tabelaları, bina ve sokak işaretlerini kapsayan proje kentin kendine özgü tipolojiye sahip olması hedeflenirken bölgelere göre de özelleştirilmiştir. Tasarımlarda 10 ayrı tonda renk kullanılmıştır.

CATALCA İLÇE BLD. RAL 6018 / PANTONE 388	SİLİVRİ İLÇE BLD. RAL 5018 / PANTONE 7474	BOYÜKÖZNEÇCE İLÇE BLD. RAL 8027 / PANTONE 7472	AVCILAR İLÇE BLD. RAL 4008 / PANTONE 272
KOÇÜKÖZNEÇCE İLÇE BLD. RAL 5015 / PANTONE 2885	BAKIRKÖY İLÇE BLD. RAL 2004 / PANTONE 188	BAHÇELİEVLER İLÇE BLD. RAL 4008 / PANTONE 2583	ÖZÜRKEN İLÇE BLD. RAL 6018 / PANTONE 388
BACILAR İLÇE BLD. RAL 6027 / PANTONE 7472	ESENLER İLÇE BLD. RAL 2004 / PANTONE 188	BAVRANPAŞA İLÇE BLD. RAL 5018 / PANTONE 7474	GAZİOSMANPAŞA İLÇE BLD. RAL 4005 / PANTONE 702
EYÜP İLÇE BLD. RAL 8001 / PANTONE 1385	ZEYTİNBURNU İLÇE BLD. RAL 4003 / PANTONE 874	FATİH İLÇE BLD. RAL 6027 / PANTONE 7472	EMİNOĞU İLÇE BLD. RAL 3014 / PANTONE 702
BEYOĞLU İLÇE BLD. RAL 4008 / PANTONE 2583	BEŞİRTAŞ İLÇE BLD. RAL 5015 / PANTONE 2885	SİSİLİ İLÇE BLD. RAL 2004 / PANTONE 188	KARİTHANE İLÇE BLD. RAL 6018 / PANTONE 388
SARİYER İLÇE BLD. RAL 4005 / PANTONE 272	BEYKÖZ İLÇE BLD. RAL 4003 / PANTONE 874	ÜSKÜDAR İLÇE BLD. RAL 8001 / PANTONE 1385	ÖMRANIYE İLÇE BLD. RAL 6018 / PANTONE 388
KADIKÖY İLÇE BLD. RAL 5018 / PANTONE 7474	HALIÇEPE İLÇE BLD. RAL 4003 / PANTONE 702	KARTAL İLÇE BLD. RAL 2004 / PANTONE 188	BÜLTANBEYLİ İLÇE BLD. RAL 8027 / PANTONE 7472
PENDİK İLÇE BLD. RAL 5015 / PANTONE 2885	ŞİLE İLÇE BLD. RAL 8001 / PANTONE 1385	TUZLA İLÇE BLD. RAL 4008 / PANTONE 2583	ADALAR İLÇE BLD. RAL 5018 / PANTONE 272

Kaynak: <http://flynxs.blogspot.com.tr/2007/09/sokaktan-tipografik-yansmalar.html>

Şekil 20. İstanbul Cadde Ve Sokak Tabelalarında Kullanılan Renkler Ve Pantone Kodları

Banu Uyan Dur'a göre; bilgilendirme tasarımında renk öğelerinin kullanımında dikkat edilmesi ve göz önünde bulundurulması gereken ilkeler şöyledir.

-Renk, bilgilendirme tasarımında, süsleyici bir öğe olarak değil, tamamlayıcı ve mesajı vurgulayıcı bir grafik tasarım elemanı kullanılmalıdır.

-Renk seçimlerinde kişisel tercihlerden çok, rengin tasarımdaki işlevsel özellikleri dikkate alınmalıdır.

-Kullanılan renklerin psikolojik etkileri ve içerdiği anlamlar, bilginin içeriğini yansıtabilmeli ve tasarımla bütünleşebilmelidir.

-Rengin etkili kullanımı, tasarımın başarısını arttırdığı gibi, gereğinden fazla kullanılması da karmaşık görsel bir yapı oluşturabilir. Özellikle renk kodlamalarında renk seçimleri dikkatle yapılmalıdır.

-Özellikle çevresel grafik tasarımlarda, rengin algılanması, mekânın aydınlatılmasında kullanılan ışığın niceliği ve niteliğine bağlı olarak değişmektedir.

Dış mekanda ise bu etkilere iklimsel koşullar ve gölge oyunları da eklenmektedir. Bu nedenle, rengin kullanımında bu tür değişkenler de göz önünde bulundurulmalıdır.

- Basılı olmayan bilgilendirme tasarımları için ekranlar arası renk ayarı farkları göz önünde bulundurulmalıdır. Kullanılan renkler farklı bilgisayarlarda ve tarayıcılarda test edilebilir.

- Renk seçimleri yapılırken, kullanıcılarının yetersizlikleri ve gereksinimleri dikkate alınmalıdır.

1.2.1.3.4. Görüntüler

Bilgilendirme tasarımı; görüntüler, fotoğraf, çizim, resimleme (illüstrasyon) grafik gibi görüntülerden ve video gibi hareketli görüntülerden oluşmaktadır. Görüntüler duygu ve hisleri izleyenine en iyi şekilde yansıtmaktadır. Bu nedenle; bilgiyi de etkin bir şekilde aktarır. Hareketli görüntüler, içerisinde taşıdığı bilgiyle binlerce kelimeye bedel olabilir. Bu nedenle tasarımcılara etkili görüntüler kullanarak bilgiyi ayrıştırmak düşmektedir.

Bilgilendirme tasarımında görüntü ve yazı birlikte kullanılmaktadır. Görüntüler, bilgi aktarımı sağlamanın yanında kullanıcının ilgisini çekmekte ve onu uyanık tutmaktadır. Bilgilendirme tasarımında; görüntüler fikir ve şekil açısından dikkatle seçilmiş olması gerekmektedir. Destekleyici ve içeriği anlaşılır olan görüntüler akılda kalıcı olmaktadır. Yanlış kullanılan görüntüler ise bilgi aktarımını olumsuz etkiledikleri gibi şekilsel olarak da tasarımı zayıflatmaktadır.

1.2.1.3.5. Hareket ve Ses

Yeni teknolojik gelişmeler çoklu ortam sistemlerinde hareket ve ses öğelerinin aktif bir şekilde kullanılmasına olanak sağlamaktadır. Tasarımda kullanılan ses ve hareket öğeleri tasarıma artı bir boyut kazandırmaktadır. Yapılan araştırmalara göre insanların bazıları duyarak bazıları da görerek bilgiyi almaktadır. Bu nedenle görüntüyü ve sesi birlikte kullanmak bilgiyi algılamayı kuvvetlendirir.

Bilgilendirme tasarımının diğer öğelerini ses, müzik, konuşma ve ses efektleri desteklemektedir. Ses öğesi içerikle, tasarımın biçimsel yapısıyla ve hareketle uyumlu olmalıdır.

"Hareketli bir tasarımda, ses, hareketi vurgulama, etkisini artırma amaçlı da kullanılmaktadır. Bu tür vurgular aktarılmak istenen bilginin ve mesajın pekişmesini sağlayarak, akılda kalıcılığı artırmaktadır. Bu durumda hareketle sesin uyumlu olmasına dikkat edilmelidir (Güler; 2008)."

1.2.1.4. Bilgilendirme Tasarımının Uygulama Alanları

Bilgilendirme tasarımı içeriği itibariyle yoğun bilgi barındırmaktadır. Günümüzde artan bilgi yoğunluğu nedeniyle yapılan tasarım çalışmaları iki alanda ele alınmaktadır. Bu alanlar, bilgilendirme tasarımı ve grafik tasarımıdır. Grafik tasarımı penceresinden bilgilendirme tasarımına bakarsak uygulama alanlarını incelemekte yarar olacaktır.

1. Doküman Tasarımı
2. Form Tasarımı
3. Kullanım Kılavuzu Tasarımı
4. Eğitim Dokümanları
5. Haritalar
6. Şema ve Çizelgeler
7. İnfografikler
8. Mekan Grafiği (Çevresel Grafik Tasarım)

1.2.1.4.1. Doküman Tasarımı

Günümüz dünyasında "doküman tasarımı" kağıt üzerinde sunulan bilgilendirme tasarımına duyulan gereksinimden doğmuştur. Doküman tasarımının temelleri çok eskilere dayansa da yaygınlaşması 90'lı yıllara denk gelmektedir. Bilgilendirme tasarımına göre "doküman" bilgi verme misyonu olan her iki boyutlu yüzeydir. Dokümanın; fiziksel görünüşü ve bilgilendirici yüzü vardır.

Doküman tasarımı günümüzde hızla yaygınlaşarak değer kazanmaktadır. Basılı yaygın dokümanları; broşürler, kataloglar, dergi ve gazete mizanpajları, hatta ansiklopedi sayfası, bunun yanı sıra tek sayfa duyurular doküman tasarımının alanına girmektedir. Doküman tasarımında fiziksel görünüş kadar kurgulanış biçimi de doküman tasarımını başarılı yapan en önemli etkidir. Fiziksel görünüş ve içerik birbirinden ayrı gibi görünseler de içeriğin önceliği vardır; ancak görsel tasarım da göz ardı edilemez. Görsel tasarım, içeriğin gerektirdiği öğelerle oluşarak bütünü sağlar. Information Design Journal'de 2002 / 03 yılı 11 / 1 sayısında çıkan makalede iyi bir doküman tasarımı için yapılması gereken beş adım vardır.

1- İçerik Yapısı

Çalışmaya başlarken konu kapsamında kullanılması düşünülen ya da kullanılması gereken her türlü malzeme kabaca listelenir. "Konuyla doğrudan ilgili tüm görseller, metinler gibi fiziksel malzemenin yanı sıra, nasıl bir başlık olabileceği, konuya ilişkin sorular ve bağlantılı diğer bilgiler bu liste de toplanır" (Güler; 2008).

2- Söz Yapısı

"Dokümanın retorik (söz) yapısı, çalışma bittiğinde dokümanın nasıl konuşacağını belirler. Bu aşamada, aktarılacak metin formundaki bilgiler için hiyerarşik bir düzenleme yapılır. Düzenlemede, önce hangi sözün dile getirileceği (başlık), ardından hangi metinlerin okunacağı kararlaştırılır" (Güler; 2008).

3- Layout Yapısı

"Bu aşama tıpkı retorik yapısında olduğu gibi hiyerarşik düzenleme içerir. Ancak önemli bir farkla, layout yapısı eldeki malzemenin hiyerarşik olarak belirlendiği aşamadır. Söz yapısı aşamasında başlık yerine geçen metin ile en çok önem verilen görselin nereye; hangi büyüklükte yerleştirileceği belirlenir. Böylece kullanılacak tüm alan planlanır" (Güler; 2008).

4- Yönlendirme Yapısı

Malzemesi derlenen, söz yapısı oluşturulan ve görsel hiyerarşisi kurgulanan dokümanda sıra metin ve görselin ilişkilendirilmesine gelmiştir (Güler; 2008).

5- Dilbilimsel Yapı

Diğer aşamalara ek olarak bu aşamada görsel düzenlemede anlamı güçlendirecek ayarlamalar yapılır. Böylece metin ve görseller bir araya gelerek verilmek istenen mesajı vurgulamış olurlar (Güler; 2008).

Yukarıda belirttiğimiz beş madde, doküman tasarımının stratejisini göstermektedir. Basılı yayınların "doküman"larının tasarımı, böylelikle kullanıcıyla buluşmasında vermesi gereken bilgiyi kusursuzca verecektir.

1.2.1.4.2. Form Tasarımı

Kullanıcıların, talep edilen bilgileri kağıt üzerindeki boşlukları doldurma yöntemiyle yanıtlamasını sağlarlar. Bu tür belgelere genel olarak "form" denilmektedir. Formların tasarımında birinci amaç bilgiyi sınıflandırarak toplamaktır. Resmi ya da özel işler için formlar hazırlanabilir. İstatistiksel bilgiye ihtiyaç duyulduğunda başvuru formlar herhangi bir başvuru esnasında ve pek çok alanda basılı veya dijital olarak karşımıza çıkmaktadır.

Örneğin; bir firmaya yapacağımız bir iş başvurusunda karşımıza bir form örneği olan "İş başvuru formları" çıkabilmektedir. Hatta bu formların resmiyet kazanabilmeleri için doldurulduktan sonra imza atılması bilgilerin doğruluğunu taahhüt edecektir.

Birden fazla aynı veya benzeri sorularla karşılaşan kullanıcı formu doldururken vakit kaybettiği hissine kapılarak sıkılır ve işlemi bırakır. Bu durumla karşılaşmamak için form tasarımını yaparken aynı ve benzer bilgi birden fazla kullanılmamalıdır.



İŞ BAŞVURU FORMU

FOTOĞRAF

Başvuru Tarihi :
Başvurulan Pozisyon :

A. KİŞİSEL BİLGİLER	
Adınız	Doğum Yerinizi
Soyadınız	Doğum Tarihinizi
Cinsiyetiniz	Bayan <input type="checkbox"/> Erkek <input type="checkbox"/>
Uyruğunuz	TC <input type="checkbox"/> Diğer <input type="checkbox"/>
İkametgah Adresiniz	
Telefon Numaranız	Ev: Cep1: Cep2:
E-posta adresiniz	@
Askerlik Durumunuz	Tamamlandı <input type="checkbox"/> Terhis Tarihi
	Ticari <input type="checkbox"/> Tarih
	Muaf <input type="checkbox"/> Muafiyet Nedeni
Sürücü belgeniz var mı?	B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> Yok <input type="checkbox"/>
Medeni Durumunuz	Evli <input type="checkbox"/> Bekar <input type="checkbox"/> Eşinizin Mesleği
Sigara Kullanıyor musunuz?	Evli <input type="checkbox"/> Hayır <input type="checkbox"/> Çocuk Sayısı

B. EĞİTİM BİLGİLERİ					
Okul Adı	Bölümü	Başlangıç Tarihi	Bitiş Tarihi	Mezuniyet Derecesi	
İlköğretim					
Lise					
Ön Lisans					
Lisans					
Y. Lisans					
Doktora					

C. YABANCI DİL BİLGİSİ							
Dil	Okuma	Yazma	Konuşma				
	Orta İyi Çok İyi	Orta İyi Çok İyi	Orta İyi Çok İyi				
1-							
2-							
3-							

D. BİLGİSAYAR BİLGİSİ				
Program	Çok İyi	İyi	Orta	Az
Excel				
Word				
Power Point				
Diğer:				

E. İŞ TECRÜBESİ (Sondan başa doğru)					
Firma/Kurum Adı	Göreviniz	Giriş Tarihi	Çıkış Tarihi	Ayrıma Sebebi	Aldığınız Ücret (Net/Brüt)

F. KATILDIĞINIZ KURS / SEMİNER/ SERTİFİKA / ÖDÜL ve TAKDİRLER			
Konu	Kurum	Süre	Tarih

G. ÜYE OLDUĞUNUZ DERNEK ve KURULUŞLAR	

H. HOBİLERİNİZ	

I. DİĞER BİLGİLER			
Herhangi bir sağlık probleminiz var mı?	Hayır <input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Varsa Açıklayınız:		
Mahkumiyet durumunuz var mı?	Hayır <input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Varsa Açıklayınız:		
Size ulaşılamadığımızda haber vereceğiniz kişilerin:	Adı-Soyadı Yakınlığı Telefonu		

J. REFERANSLAR (Çalıştığınız Yerlerde Yönetici/Sorumlu/ Amir Pozisyonunda Olan Kişiler)			
Adı, Soyadı	Çalıştığı Kurum	Görevi	Telefon Numarası

K. ÜCRET BEKLENTİNİZ		
Brüt	Net	

L. EKLEMEK İSTEDİKLERİNİZ	

Vardiyalı çalışır mısınız?	Evet <input type="checkbox"/> Hayır <input type="checkbox"/>
----------------------------	--

Yukarıda vermiş olduğum bilgilerimin eksiksiz ve doğru olduğunu beyan ederim.	Adı Soyad
---	-----------

Ad, Soyad : İmza :
Tarih : Tarih :

Kaynak : Bahçeşehir Tasarım Ofisi

Şekil 21. Form Tasarım Örneği

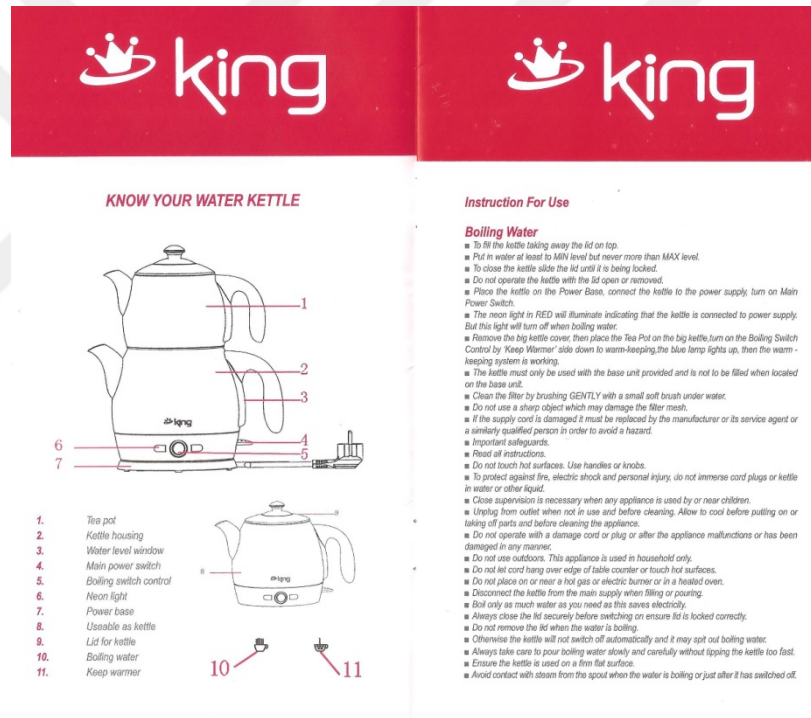
Verilecek olan bilgilerin eksiksiz ve hatasız alınabilmesi kullanıcının dikkat etmesine bırakılmayıp, formun iyi tasarlanmasına bağlı olmalıdır. Form tasarımında; fazla yazının rahat algılanabilecek şekilde hazırlanarak, bölümler, başlıklar, alt başlıklar ve sorular belirli bir düzen içinde verilmelidir. Form hazırlatmak isteyenlerin kullanıcıyı dikkate almaları doğru bir tercih olacaktır.

Amacı, bilgiyi sınıflandırmak - toplamak olan formlar bilginin yoğun yaşandığı süreçlerde büyük sorumluluk düşmektedir. Bu nedenle formların tasarımına dikkat edilmeli ve üzerine titizlikle düşülerek tasarlanmalıdır. Basılı veya dijital formların kullanıcı tarafından kolayca anlaşılmalı ve rahatça doldurabilmelidir.

Formları tasarlarken işlevselliğin ön planda tutulması ve kullanıcıların alışkanlıklarına uygun olması gerekmektedir. Önemli nokta; form tasarımında sorunları fark ederek profesyonellerin bilgi ve tecrübelerinden yararlanılarak yaptırılmalıdır. İyi tasarlanmış bir form; insanın hayatını kolaylaştırmasına yardımcı olacaktır.

1.2.1.4.3. Kullanım Kılavuzu Tasarımı

Günümüzde kullanabildiğimiz araç - gereçlerin sayılarının fazla olması bu ürünlerin kullanımı hakkında yardım alma gereksinimini doğurmuştur. Bu ihtiyaç doğrultusunda kullanım kılavuzu diye adlandırdığımız ürünün nasıl kullanılması gerektiği ile ilgili bilgi veren belge ortaya çıkmıştır. Sanayi devriminin gerçekleşmesinden bu yana teknolojinin ve endüstriyel ürünlerin her geçen gün gelişmesi başka yenilikleri de beraberinde getirmektedir. Geçmişten günümüze süregelen bu gelişmeler, buzdolabından, fırına, telefondan, kahve makinesine kadar pek çok yeni ürünü insanların kullanımına sunmuş ve daha iyisini seçme şansı vererek gündelik yaşantılarını kolaylaştırmıştır.

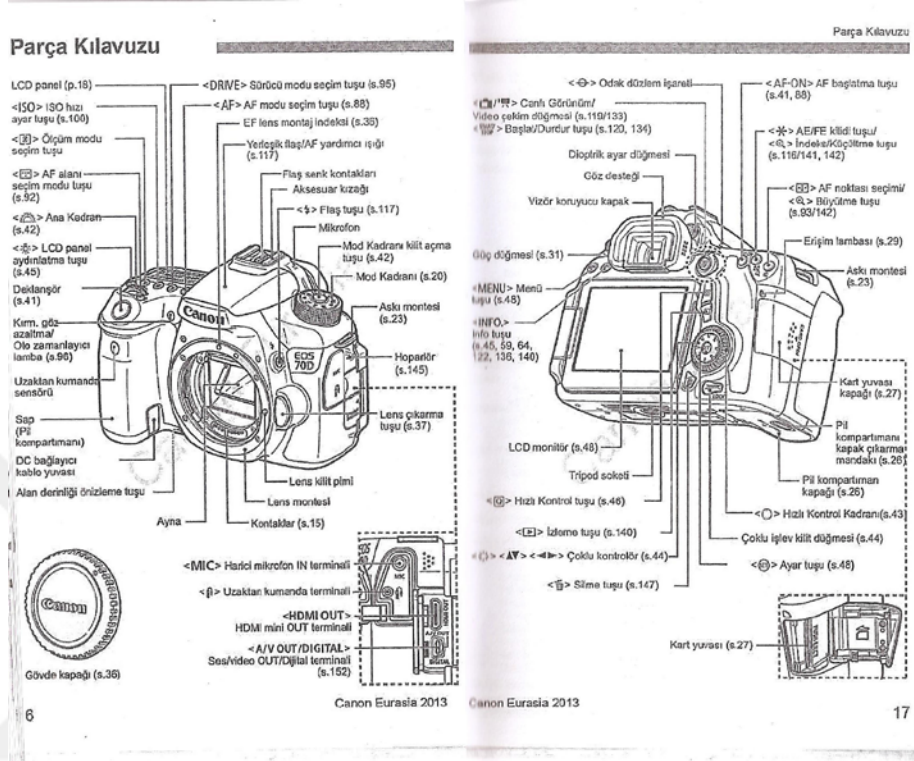


Kaynak: King Mutfak Aletleri kullanım kılavuzu

Şekil 22. Kullanım Klavuzu Örneği Renkli

Her geçen gün gelişen teknolojiyle çıkan her ürün insanların hayatlarını kolaylaştırırken bir yandan gelişen özellikleri nedeniyle kullanımları zorlaştırmaktadır. Böyle durumlarda ürünle birlikte kullanıcıya sunulan kullanım kılavuzları büyük önem kazanmaktadır. Basılı ve dijital ortamlarda kullanıcıya sunulan kullanım kılavuzları genellikle basılı olarak bilgisayar ortamında ise Adobe

Acrobat Pdf olarak verilmektedir. Çoğunlukla siyah- beyaz olarak sunulan kullanım kılavuzlarda hem maliyet açısından hem de açık ve anlaşılır olması için teknik çizimler kullanılmaktadır.



Kaynak: Canon EOS 70 D kullanım kılavuzu kitapçığı

Şekil 23. Kullanım Kılavuzu Örneği Siyah - Beyaz

Kullanım kılavuzları; bilgiyi gereksiz ayrıntılardan ayırarak net bir şekilde vermelidir. Ürünü satın almış olan kişi en az çabayla ürünün kullanımını hızlı bir şekilde algılayabilmelidir. İnsanlar geçmişten kazandıkları alışkanlıklarıyla hareket ederler bu nedenle yeni aldıkları ürünün sadece bildikleri mevcut özelliklerini kullanmaya devam ederek çoğu zaman ürünün geliştirilen yeni özelliklerini kullanamazlar. Bu nedenle kullanım kılavuzlarının genel olarak kullanıcıyla empati kuran, meraklandırıcı, senaryosunu iyi oturmuş olması gerekmektedir.

1.2.1.4.4. Eğitim Dokümanları

Okulda ve dışında verilen eğitimlerde kullanılan materyalleri kapsamaktadır. Okul öncesinden, üniversite eğitimine kullanılan eğitim dokümanlarının asıl amacı

verilecek eğitimi, kullanıcı grubunun algısıyla buluşturmak olmalıdır. Eğitimin verildiği kitleye arındırılmış ve elden geçirilmiş veriler sunulmalıdır. Özel eğitim süreci gerektiren haller için eğitim dokümanları ihtiyaç haline gelmiştir. Evinden çıkıp okula gidemeyen engelli kişilerin farklı kaynaklara gereksinimleri bulunmaktadır. Örneğin görme engelliler için hazırlanan körler alfabesi gibi.

1.2.1.4.5. Haritalar

Bilgilendirme tasarımı alanında yoğun olarak kullanılan haritalar katmanlı bilgiler görselleştirmektedir. Bu anlamda, coğrafi haritalar bilgilendirme tasarımının alanına girmemektedir. Bilgilendirme Tasarımında yön bulma konusunda kullanıcıya yol göstermesi nedeniyle başvuru önemli kaynak olmaktadır. Dünya nüfusunun hızla artmasıyla insanlar daha çok hareket ettikleri için yönlendirme ve haritalara gereksinim duymaktadır.

Büyük şehirlerde insan yoğunluğu farklı ulaşım biçimlerini ortaya çıkarmıştır. Demiryolları, otoyollar, tüneller, köprüler ve yaya yolları gibi halkın kullanımına sunulmuş ulaşım şekilleri bulunmaktadır. Yerel halkın kullanımının dışında turistlerin de kullanımında olan bu ulaşım araçlarını anlayabilmeleri ve gidecekleri yönü bulabilmeleri için haritalara gereksinim vardır.

Örneğin; "Henry Beck'in 1933'de tasarladığı "Londra Metro Haritası" bilgilendirme tasarımı kapsamındaki ilk önemli haritalandırma çalışmasıdır. Beck haritada, metro hatlarını coğrafi koşullardan bağımsız olarak, 90 ve 45 derecelik açılarla yerleştirerek, ayrıntılardan arındırmıştır. Böylece, kullanıcıların gereksinim duymayacağı veriler elenerek hem yalın bir tasarım oluşturulmuş, hem de daha anlaşılır ve işlevsel bir harita elde edilmiştir" (Uyan Dur; 2011).



Kaynak: <https://sinaviscom.files.wordpress.com/2009/12/tube-map.jpg>

Şekil 24. Henry Beck'in Londra Metro Haritası

1748 tarihli Nolli'nin Roma Haritası ise; günümüzde bilinen en eski ve herkesin başarılı bulduğu ilk örnektir. Haritada yer adları, gruplandırmalar ve kısa bilgiler bulunmaktadır.



Kaynak : http://vm136.lib.berkeley.edu/EART/maps/nolli_06.jpg

Şekil 25. Nolli'nin Roma Haritası

Joel Katz'e göre ise; harita tasarımında işlevselliği yakalamak için iki yaklaşım kullanılmalıdır; insan faktörünün ele alınması ve bir yerin "özünün" yakalanmasıdır. İnsan faktörlerine temel yaklaşımı, okuyucunun haritayı nasıl kullanacağını gözlemek ve bunu kolaylaştıracak bir obje tasarlamaktır. Haritanın bir mesafeden okunması gerekiyorsa büyük olmalıdır, semboller içermelidir, basit tasarım öğeleri ve büyük harfleri olmalıdır.

Genel olarak gözden geçirdiğimizde haritanın iki temel amacının olduğu görülmektedir.

1. Kullanıcısına "şimdi bu noktadasınız" dedirtebilmeli ve kullanıcıya tanınır noktaları haritada belirtilerek referans almasını sağlamalıdır. Bilinmeyen bir nokta, bilinen bir noktanın referansı ile daha kolay algılanabilir.

2. Kullanıcı bulunduğu noktadan gitmek isteyeceği noktaya yol çizebilmeli ve yönünü tayin edebilmelidir. Haritayı aklına oturtabilmeli, nerede olduğu kadar hangi yöne doğru durduğunu da algılayabilmelidir. Harita yön bulmanın temel öğelerinden biridir. Haritayı inceleyen biri "neredeyim?" "nereye gideceğim?" "oraya nasıl varırım?" sorularına yanıt arar.

1.2.1.4.6. Şema ve Çizelgeler

Şemalar; bilgiyi görselleştirme araçlarından biri olmasının yanında herhangi bir olayın ana hatlarını gösteren çizim anlamına gelir. Ya var olan tek bir konu hakkında ayrıntıları görselleştirir, ya da benzer konuları tek bir görselde birbirleriyle karşılaştırırlar. Şemalarda bilgi, matematiksel olmalıdır. Şemaları inceleyen kişi aynı alan içerisinde karşılaştırma yapabilmelidir. Ulaşılmak istenen bilgi kolaylıkla algılanırken yapılan çalışmanın inandırıcılığı artmaktadır.

Şema ve çizelgelerle ilgili öneriler:

- Görünüş yerine bilginin özüne önem gösterilmelidir.
- Oranlara dikkat edilmeli, doğru oranlanmış görsellerin verilmek istenen mesajı net bir şekilde anlatacağı unutulmamalıdır.

– Çok küçük ya da çok büyük yazı karakteri tercih edilmemelidir. İçeriğin ötesinde başka anlamlar taşıyabilme olasılığı bulunan yazı karakterlerinden uzak durulmalıdır.

– Şemanın konusu hakkında bilgi vermek amacıyla arka plana resim yerleştirmek zemini kalabalıklaştıracığı için algılamayı zayıflatacaktır. Zemin üstteki bilgiyi iyi taşımalı, içerikle hiyerarşik bir yarışa girişmemelidir.

– Üç boyutlu grafikler olabildiğince kullanılmamalıdır. İki boyutlu kullanıldığında okunurluğu artacaktır.

– İlgi çekme amacı taşıyan aşırı renkli kullanım, okuyucunun dikkatini dağıtıp anlamı zayıflatabilir. Rengin de bir tür bilgi olduğu düşünülerek gereğinden fazla kullanımının karmaşa yaratacağı gözden kaçırılmamalıdır (Güler, 2008).

1.2.1.4.7. İnfografikler

İnfografikler; belirli bir konuyla ilgili bilgi yoğunluğunu, kimi zamanda karmaşık bir bilgi düzenini kolay algılanabilecek, dikkat çekecek ve merak uyandıracak şekilde görselleştirir. Karmaşık bilginin olduğu her alanda kullanılan infografikler yeni kullanılmaya başlanmıştır. İlk infografik örneklerine 50'li yıllarda rastlanmaktadır. Günümüzdeki standart infografik yapısına yakınlığı ve gündelik yaşama ilişkin örnekler göstermesi nedeniyle 50' li yılları başlangıç sayabiliriz. İnfografiklerle iletişim kurmak ve bilgiyi aktarmak daha kolay ve hızlıdır.

İnfografik kelimesi türkçeye bilgi grafiği olarak çevrilmektedir. İnfografik; okuması sıkıcı ve yoğun olan bilgilerin grafiklerle, tablolarla, piktogramlarla, fotoğraflarla ve illüstrasyonlarla; yani görsel öğelerle dikkat çekici ve akılda kalıcı bir şekilde görselleştirilmesidir. İnfografiklerin doğru kullanımını sağlamak için mesajın hangi iletişim ortamından etkili olacağını kavramak gerekmektedir. İletişim kurulacak ortamın belirlemeye çalışılmasının nedeni; hedef kitle oluşturulmak istenmesidir.

Örneğin, kanserle mücadele konusunda bir sağlık bloğu olan Kanserle Dans, toplumun kanser hakkında bilinçlenmesi ve bilgilenmesi için önemli infografik çalışması yapmıştır (Şekil 21). Akciğer kanserinin en önemli nedeninin sigara olduğunu ve Türkiye'deki akciğer kanserlerinin nedeni %90 oranında sigara kaynaklıdır ve her 10 hastanın 9'u erkektir. Hastalığın %97'sinin 50 yaş üzeri kişilerde görülmesi, uzun yıllar sigara kullanımına bağlı olarak ortaya çıktığını gösteren infografik Türkiye' deki kansere yakalanan kişi sayısından, yaş aralığına, cinsiyet farklılıklarına, teşhis ve tedavi yöntemlerine kadar bilgilendirme amaçlı yapılmıştır.

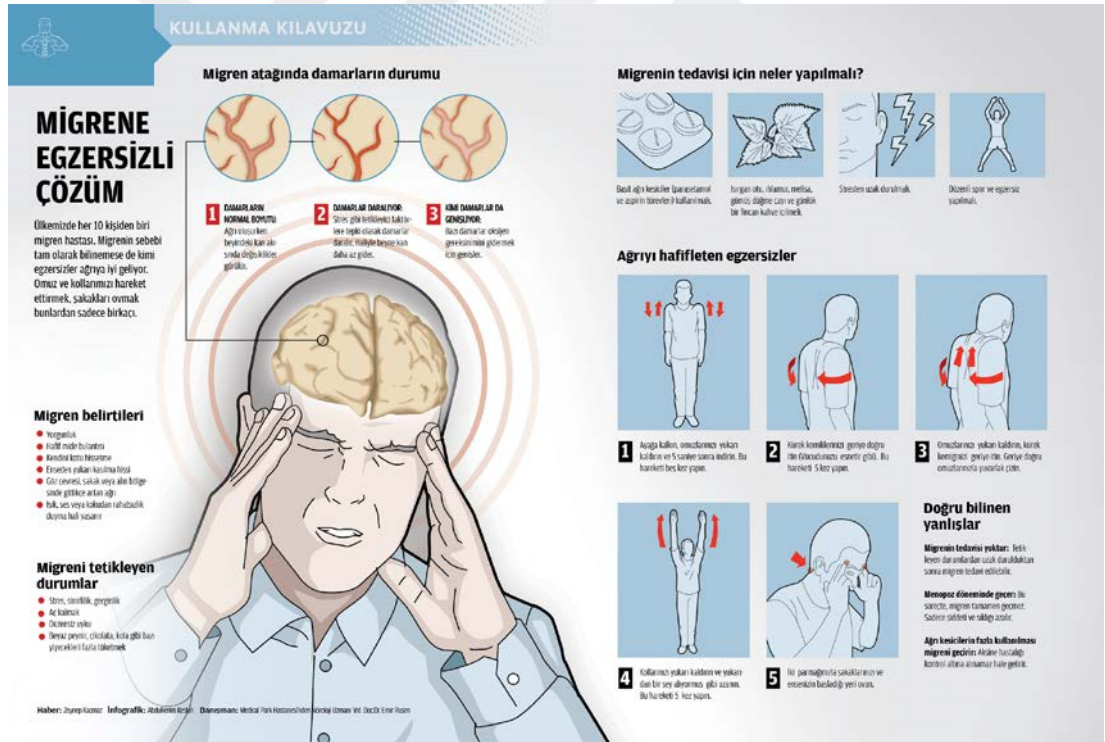


Kaynak: <http://infografik.com.tr/saglik/akciger-kanseri-hakkinda/>

Şekil 26. Akciğer Kanserini Anlatan İnfografik Çalışması

İnfografikler, pek çok tasarım unsurunu içermektedir. Ayrıca temel grafik tasarım öğelerinden de yararlanmaktadır. İnfografikler; afiş formatında hazırlanabileceği gibi, dergi, gazete yazılarını veya makale gibi yazıları da desteklemekte kullanılır. Ayrıca bilimsel alanlarda da kullanılan infografikler tıbbi ve astronomik konular gibi çıplak gözle görülemeyen, fotoğraflanamayan yerlerin görselleştirilmesinde kullanılmaktadır.

Örneğin; migren tedavisinde yapılması gerekenleri anlatan infografikte migren belirtileri neler olduğu, nelerin tetiklediği, nelerin yapılması gerektiğini anlatmaktadır (Şekil 27). Video gibi sınırlı süreli bir kaynaktan izlemek yerine ya da bilgi kalabalığının olduğu yazıları okumak yerine, okuyuculara hazırlanan bu infografik çalışmasını inceleyebilir ve tedaviyle ilgili bilgi sahibi olabilirler.



Kaynak: <http://infografiknedir.com/wp-content/uploads/2016/02/migren-agrasi-egzersiz-caresi-ilaci-grafik-infografik-saglik.jpg>

Şekil 27. Migren Tedavisini Anlatan İnfografik Çalışması

Durağan ve hareketsiz olmalarını avantaja çevirebilen infografikler karmaşık durumları ve soru işaretleriyle dolu bilinmeyenleri açıklamada başarılıdırlar. İki boyutlu olmaları nedeniyle de tek bir açıdan izleyiciyi konuya daha kısa sürede çekebilmektedir. İnfografikler, hem soyut hem de somut görsellerden oluşabilir. Amaca göre static, motion ve interactive olmak üzere üç farklı formatta tasarlanmaktadır. Eskiden sadece basılı medya da static olarak varlığını gösteren infografikler teknolojinin gelişmesiyle interactive ve motion formatlarıyla da yaygınlığını kazanmıştır. Giderek artan bilgi günümüzde infografiklere duyulan ihtiyacı artırmıştır. İnfografiklerin bilgiyi görsel olarak sunarken, akılda kalıcı bir etki yaratması infografiklere olan talebin artmasındaki en önemli nedenlerden birisi.

Bir mesajı iletirken bu bilgi yığınları arasından sıyrılmanın en etkili yöntemlerinden birisi hiç şüphesiz bilgiyi görsel olarak sunmak. Çünkü insan beyni, görüntüyü, yazıya göre 3 kat daha hızlı tarıyor. Bunun yanında, karşılaştığımız metin tabanlı bilginin yalnızca %20'si aklımızda kalırken, görsel olarak ifade edilen bir bilginin akılda kalma oranı %83. Hazırlanan infografiğin kalitesine, tasarımına, içeriğine ve ilgi çekiciliğine göre bu oran daha da yüksek olabilir.

İnfografiklerin özellikle şu üç özelliği barındırması önemlidir;

- akılda kalıcı olmalı,
- dikkat çekici olmalı,
- bakma ve paylaşma arzusu uyandırmalı.

İnfografik ve informasyon grafik birbiriyle bağlantılı ve ilgili olmakla beraber birbirinden ayrılan özellikleri vardır. Aslında bilgilendirme tasarımı daha geniş bir kavramdır. Bilgilendirme tasarımları ve infografiklerde kullanılan öğeler aynı olmasına karşın, bilgilendirme tasarımları bilginin ham halini görselleştirerek sunmaktadır; haritalar, yönlendirme sistemleri ve kullanım kılavuzlarında olduğu gibi. İnfografik tasarımlarında ise bilgi; algılarımızı açacak, bizde farkındalık oluşturulacak şekilde sunulmalıdır.

İnfografikleri oluşturma sürecinde dikkat edilmesi gereken noktalar bulunmaktadır. İyi bir infografik oluşturmak için öncelikli olarak bilgiyi anlamak

gerekmektedir. Albert Einstein' in dediği gibi "Bir Şeyi basitçe anlatamıyorsan, yeterince iyi anlamamıŐsın" sÖzÜ bu durumu aÇıkça Özetlemektedir. Bilgiyi yeterince anlamak için iyi bir araştırma gerekmektedir. Bilgiler arasında tutarsızlık olmamalıdır. Güvenilir ve objektif bilgi kaynaklarından yararlanılmalıdır. Bilgiyi anlama aŐamasından sonra hedef kitleyi tanıma aŐaması gelmektedir. Hedef kitlenin yaŐı, kÜltürÜ, eğitim seviyesi, görsel algısı, eğilimleri gibi konular tasarım sürecinde göz önünde tutulması gereken olgulardır. Tasarımın hangi ortamda hedef kitleye ulaŐacađını belirlemek, tasarımın bileŐenlerini de belirler. Hedef kitle ve iletişim ortamını tanıma aŐamasından sonra tasarım için belirli fikirler oluşmaya başlar.

İnfografik tasarımında konu ile ilgili birÇok veri toplanır. Bu verilerin anlaşılır ve yalın bir dille aktarılması esastır. Bu sıralama bilgilerin Önem derecesine göre dir. Bütün bu aŐamalardan sonra tasarım için gerekli bilgiler tamamlanarak tasarım aŐamasına baŐlanabilmektedir.

1.2.1.4.7.1 İnfografiklerin Bireyleri Yönlendirmeki Etkisi

Gün geÇtikçe yaŐamımızdan Őıkması imkansız hale gelen infografikler bir Çok alanda karşımıza Çıkmaktadır. Sokakta, trafikte, turistik bölgelerde, havaalanlarında, alışverişte, okuduğumuz gazetelerde, dergilerde, kitaplarda v.b farklı kullanım alanlarında infografikleri görebiliriz.

DeđiŐik amaŐlara hizmet eden infografiklerin insanların Çevreyi anlamasında, nesnelere amaÇları doğrultusunda kullanmasında ve toplumsal iliŐkilerin düzenlenmesinde Önemli bir rolÜ bulunmaktadır.

Örneğin; toplumu depremin zararlı etkilerine karŐı bilinŐlendirmek amacıyla ŐalıŐan sivil toplum kuruluşları depremden korunma yöntemlerini Ü aşamada ele alıyor. Hazırlanan infografikte ise deprem sırasında neler yapılacağını anlatmaktadır. İnfografikte anlatılan tarifler yazıya dökÜlse bile yeterince etkili olmamaktadır. İnfografikle görsel olarak anlatmak daha verimli ve aŐıklayıcı olmaktadır.



Kaynak: <http://infografik.com.tr/yasam/deprem-olurken/>

Şekil 30. İnfografik Örneği

İnfografikler; izleyicisine bilgiyi dikkat çekici bir formda sunarak algıda seçicilik oluşturur. Sıkıcı ve anlaşılması zor olan bilgileri eğlenceli bir şekilde anlatan infografikler izleyicisinin bu eğlenceyi deneyimlemesini ister. İçerisinde barındırdıkları verileri hikayeleştirerek görsel bir deneyim sunan infografikler merak

uyandırır, izleyicisinin bir sonraki adımı ilgiyle takip etmesini de sağlar. İnfografiklerle bilgiye ulaşmak izleyici için zaman kaybı ve sıkıcı bir süreç olmaktan çıkmakta, ilgi uyandıran bir sürece dönüşmektedir. Bu nedenle; infografığın en önemli özelliği ilk bakışta dikkat çekici ve algılanabilir olmasıdır. Bu özelliği ile kendilerini fark ettirmeyi başarırlar.

İnfografik tasarımında okuyucu konuyu kavramak için ayrıca bir çaba göstermek zorunda kalmaz, konu hikayeleştirilmiş olarak hazır bir şekilde sunulur. İzleyici olaylar, bilgiler, veriler arasında bir bağlantı kurmak için zaman harcamaz. Okuyucunun daha kısa zamanda aslında yoğun olan bilgi malumatını özet olarak almasını sağlar. Özellikle kısıtlı zaman dilimlerinde hazır sunulan bu görsel bilgi okuyucu için daha da önem kazanır (Zedeli, 2014).

1.2.1.4.8. Mekan Grafiği (Çevresel Grafik Tasarım)

Doğal ve yapılandırılmış çevrede yönlendirme, bilgi verme, tanımlama, tercüme etme ve mekan duygusunu arttırma gibi işlevleri olan iletişim dizgelerinin içerdiği grafik öğelerin planlanması, tasarlanması ve sunumudur (Uyan Dur; 2011).

Bilgilendirme tasarımının temelinde olduğu gibi çevresel grafik tasarımın da temellerinde karmaşık ve düzensiz olan bilgiyi planlama ve anlaşılır biçime dönüştürme amacı bulunmaktadır. Sergileme tasarımı çerçevesinde 1920'li yıllarda filizlenmeye başlayan çevresel grafik tasarım son derece yerleşik ve güçlü bir geleneğe sahiptir. Çevresel Grafik Tasarımın dünyadaki en büyük organizasyon yapısı olan Çevresel Grafik Tasarım Kuruluşu (Society Of Environmental Graphic Design - SEGD), çevresel grafik tasarımını şöyle tanımlamaktadır.

"Çevresel Grafik Tasarım, tümü de yönlendirmenin görsel yanı, iletişim kimliği, bilgilendirmesi ve mekandaki düşünceyi şekillendirme üzerine yoğunlaşan grafik, mimari, iç mimari ve endüstriyel tasarım gibi pek çok tasarım disiplinini kucaklar" (SEGD , Media Kit, 6s).

Çevresel grafik tasarımının ilk örnekleri antik dönemlere kadar dayandırılabilir. Kentlerin büyümesi ve gelişmesi, insanların daha çok yer değiştirmesi, bu uygarlık sürecinde içinde bulunulan çevrenin daha karışık bir hale gelmesiyle insanların yerlerini bulma ve bilgiyi daha iyi anlama istekleri bilgilendirme tasarımı ve çevresel grafik tasarımının oluşumuna, gelişimine önemli katkılarda bulunmuştur. Bilgilendirme tasarımının aksine çevresel grafik tasarımın gelişimi daha hızlı gerçekleşmiştir. 1900'lerin başında ortaya çıkan çevresel grafik tasarım İkinci Dünya Savaşına kadar netleşmemiştir.

İlk örnekleri daha çok stand tasarımları olarak karşımıza çıkan çevresel grafik tasarım, zamanla yönlendirme ve işaretleme sistemleriyle gündelik yaşantımıza girmeye başlamıştır. Paul Rand, Saul Bass, William Golden, Ivan Chermayeff ve Tom Geismar gibi tasarımcılar, grafik tasarımın pek çok alanında hizmet vermiş olmalarına karşın, asıl ünlerini çevresel grafik tasarımla kazanmışlardır. 1970'li yıllarda adından sıkça söz ettirmeye başlayan çevresel grafik tasarım yönlendirme sistemleri, işaretleme sistemleri, çevresel grafik, süpergrafik gibi terimleri literatüre kazandırmıştır.

Chris Calori tarafından "yerleşik çevrede bilgilendirmenin grafik iletişimi" olarak tanımlanan çevresel grafik tasarım, insanların gereksinim duyacakları bilgiyi buldukları kapalı ya da açık mekanlara kolaylıkla algılayabilecekleri ve anlayabilecekleri şekilde çeşitli tasarım elemanlarıyla yerleştirir. Çevresel Grafik Tasarıma genel olarak bakacak olursak; yönlendirme sistemlerini, işaretlemeleri, sergileme tasarımlarını, kurumsal kimlik grafiklerini, kentsel tasarımı, piktogram tasarımını, mağaza tasarımını, haritalandırmayı ve tematik çevre düzenlemelerini kapsamaktadır.

Mekanlara ruhunu kazandırmada, gerekse cazibeyi artırma ve çekim merkezi oluşturmada yeni bir tasarım disiplini olarak öne çıkan çevresel grafik tasarım aynı zamanda grafikler aracılığı ile mekanda bilgilendirme ve yönlendirme yapmakta; bu sayede çağımız kentlerinin en büyük sorunlarından biri olan kalabalıklar içerisinde kaybolma ve yalnızlık endişelerinin de en aza indirgenmesini sağlamaktadır. Günümüzde gelişen teknoloji ile dijital tabelalardan, interaktif konsol unsurlara,

geleneksel boyamadan dijital çıktılara, ses, koku ve doku duyumlarına kadar bir çok malzeme ve ürünlerin kullanılması grafik tasarımın daha etkili kullanılabilmesine olanak sağlamıştır. Çevresel grafik tasarım; kullanıcıları mekanda yönlendirirken tüm duyulara açık bir deneyim yaşatmakta ve mekana farklı bir imaj veya tema verebilmektedir.

1.2.1.4.8.1. Mekan Grafiğinin Mekana Kazandırdıkları

Mekan grafikleri etkili ve hızlı bir görsel iletişim sağlarken, kullanıcıların mekanı tüm yönleri ile de deneyimlemesine olanak tanır. Mekana güçlü bir grafik kimlik kazandırırken, bölgeyi canlandıran ve ilham veren nirengi noktaları yaratır.

İyi bir yönlendirme ve bilgilendirme ile donatılmış bir bina, bir kent veya bir sokak gelen ziyaretçilere ve kullanıcılarına güven duygusu verir. Özellikle hastane gibi karmaşık, risk faktörleri yüksek, kullanıcı profili büyük oranda hasta ve hasta yakınları olduğu için stresli, hassas, yardıma muhtaç insanlardan ve yerleştirilmiş bilgilendirme grafiklerine büyük ihtiyaç duyulmaktadır.

Mekan grafikleri sayesinde psikolojik destek sağlanabildiği gibi mekan iyi tanıtıldığı için zamandan işgücünden tasarruf edilmektedir. Mekan içerisinde kaybolmanın vereceği huzursuzluk hissini vereceği stres faktörü azalmaktadır. Kullanıcılar iyi bilgilendirildiklerinde riskli ve rahatsız edici durumlar en aza indirgenmektedir.

1.2.1.4.8.2. Mekan Grafiğinin Gelişmesine Etki Eden Faktörler

Kentler; dünyadaki pazar ağlarının önemli merkezleridir ve kentlerin kurumsal yapılarını bu pazar ağları ve kentleri çevreleyen kentsel mekanlar oluşturur. Günümüzde bilgiye kolay ulaşım ve interaktif katılım olanağı, gündelik hayatı kolaylaştırmış olmasının yanında insanların sosyal hayat alışkanlıklarını da değiştirmiş bu da kente dahil olmaktan ürken, fiziksel temas kurmayan yalnız bireylerin artmasına neden olmuştur. Bu durumu avantaja çevirmek isteyen küresel pazarlama stratejileri de bu durumu yeni bir yapı veya mekan ile güdümlenmektedir.

Tek amaçlarının tüketim toplumu olmaya zorlamak olan ve geçici süre ile kullanılan bu yapılar günümüzde alışveriş merkezleri, oteller, havalimanları ve süpermarket zincirleri gibi örneklerle karşımıza çıkmaktadır. Kamuya açık gibi görünmelerine rağmen kendilerine ait bir düzenleri bulunmaktadır.

Bilgilendirme tasarımının tarihinde de bahsettiğimiz gibi kırsal kesimlerden kent yapılarına doğru yaşanan göçler, son zamanlarda artan sığınmacıların nüfusu, kentlerdeki turizm politikaları ile kentlere gelen ziyaretçi yoğunluğu, kentleri kalabalık ve karmaşık hale getirmiş; mevcut kentte yaşayan bireylerde de bu durumlardan etkilenerek kente dahil olma korkusu başlamış ve bu korku günden güne artmıştır. Gittikçe kalabalıklaşan ve karmaşık bir hale gelen kentlerdeki bina komplekslerinde de yön bulma ihtiyaçları ortaya çıkmıştır. Çünkü biçimlenmiş çevre ve mekana dair toplumsal kodlar bozulmuş, yerine birbirine benzeyen, gelenekten uzak, insanların alışkın olmadığı yapılar inşa edilmiştir. Bu durumda işaret ve harita gibi temel yön bulma araçlarına ihtiyaç olmuştur.

Metropoller ve mega kentlerin 1960'lardan sonra, hızla değişip büyümesi nedeniyle; bina içi veya bina dışı tüm mekanlar imajlarla çevrelenmeye başlamıştır. Gittikçe karmaşıklaşan ve çarpıklaşan bu kentlerde, mimarların kendi grafik anlayışı günden güne yeterli olmamaya başlamış ve grafik tasarım desteğine ihtiyaç duyulmuştur. Bu durum sürekli gelişen ve değişen hayatta binalara ek özellikler ve yapılar eklenmesini zorunlu hale getirmiştir. Gelişen ekonomik yapılar ve küreselleşme, seyahat olanağını arttırmış, turizm sektörünün gelişmesi ise; farklı kültür yapılarında olan insanların bir arada binalarda dolaşmasını sağlamıştır. Bu da binaların evrensel bir grafik dili kullanma ihtiyacını doğurmuştur.

Yukarıda bahsettiğimiz tüm sebeplerden dolayı, grafik tasarımın güçlü anlatım diline her zamankinden daha fazla ihtiyaç olmaktadır. Kentte yaşayan ve kente misafir olarak gelenler için; gerek dış mekanlarda gerekse iç mekanlarda yönlendirme ve bilgilendirme amaçlı yeni bir grafik tasarım düzeni oluşmaya başlamıştır.

1.2.1.4.8.3. Mekan Grafiğine Duyulan İhtiyaç

Mekan grafiği diğer adıyla çevresel grafik tasarım ihtiyaca göre yönlendirme - bilgilendirme, mekansal imaj yaratma ve kimliklendirme amaçlı olmak üzere üç başlıkta toplanmaktadır. İnsanların günümüzde gelişen ve kalabalıklaşan kent yapılarının içinde yaşadıkları kaybolma ve yalnız kalma korkusu kentlerde yaşayan insanları toplumsal depresyona sürüklemektedir. Kentler büyüdükçe, yapılar göklere yükselip karmaşıklıktıkça yönlendirmeye her zamankinden daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır.

Eski dönemlerde insanlar yönlerini bulabilmek için nirengi noktaları belirler ve onların üzerinden yönlerini bulur; yön tariflerini onlara göre yaparlardı. Günümüzde ise bu durum değişmiş zaman kavramı önem kazanmış ve insanların nerede olduğunu ve gideceği yere en kolay nasıl gideceğini anlatan yardımcı unsurlara her zamankinden fazla ihtiyaç duyulur hale gelmiştir. Mekan grafikleri sayesinde etkili ve hızlı bir görsel iletişim sağlanırken, kullanıcıların mekanı tüm yönleri ile deneyimlemesine olanak tanınır. Grafikler sayesinde mekânın anlaşılabilirliği artar. Mekana ilişkin gereken bilgileri edinen kullanıcının mekân içerisinde geçireceği süre boyunca yaşamı kolaylaşır, zamandan kazanır, iş verimi artar.

1.2.1.4.8.4. Öncüler ve Yönlendiriciler

Konuyla ilgili dünya üzerindeki her tasarımcı açık ve kapalı yerlerdeki alanlarda insanların gidecekleri noktaları bulmalarına yardımcı olacak tasarıma yönlendirme ve işaretleme tasarımı demektedir. Dünya'da ilk profesyonel yönlendirme ve işaretleme tasarımcısının Henry Beck olduğu bilinmektedir. Beck'in 1931 yılında Londra Metrosu için hazırladığı harita, istasyonlara uyarlanmış ve kentteki yaşama yönelik ciddi bir yenilik olmuştur.

Beck'in yüksek öngörüsüyle metro yolculuğunun ve insan algısının ihtiyaçlarını çok iyi kavramış olmasından dolayı harita günümüzde geliştirilerek kullanılmaya devam etmektedir.

Beck'ten sonra bu alandaki ikinci en büyük adımı New York Metro'su için hazırladığı harita ile Massimo Vignelli atmıştır. Dünya'nın en büyük metro hatlarından birine sahip olan New York Metro'su, Vignelli'nin hazırladığı sistemle 70'lerden bu güne güncellenerek kullanılmaktadır.



Kaynak : https://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/0/06/Beck_Map_1933.jpg

Şekil 31. Henry Beck' in 1931 Yılında Hazırladığı Londra Metro Haritası



Kaynak: http://assets.coolhunting.com/coolhunting/2015/01/large_massimo-vignelli-mta-poster-hero.jpg

Şekil 32. Massimo Vignelli' nin New York Metro'su İçin Hazırladığı Harita

Henry Beck bir metro çalışırken Massimo Vignelli mimarlık eğitimi almıştır. Günümüzde her ikisinin de adı bilgilendirme tasarımcı olarak geçmektedir. Her iki verdiğimiz örnek, yönlendirme ve işaretleme tasarımında öncü olarak karşımıza çıkmaktadır. Yıllardır gelişmekte olan metro sistemleri için yapılan bu iki haritanın tasarlanması ve geliştirilmesi tesadüf değildir. Artan insan trafiği bu mekanları diğer mekanlardan farklı kılmıştır.

1.2.2. Yönlendirme ve İşaretleme Tasarımı

Yönlendirme ve işaretleme tasarımı, açık ya da kapalı alanlarda insanların gidecekleri noktaları bulmalarını sağlayan bir tasarım alanıdır. Yönlendirme tasarımı; insanları gidecekleri yere doğru yönlendirme amaçlı görsel tasarımlardan oluşmaktadır. İşaretleme tasarımı ise; insanların yönlendirme ile vardıkları noktayı gösteren görsel işaretlerdir. Bu işaretler bulunulan yerin adını veya işlevini belirten özelliklerdir. Kapı yazıları, kat numaraları, bina isimleri v.b özellikler işaretleme tasarımının kapsamı içindedir.



Kaynak: Graphic Design in Architecture kitabı syf : 100

Şekil 33. The University of Texas M.D Anderson Cancer Centre Yönlendirme Sis.

Etkili yapılmış bir yönlendirme tasarımı hem dış mekanda hem de iç mekanda yayaları ve araç trafiğini yönlendirir, bilgilendirir ve düzene sokar. Yönlendirme tasarımıyla verimlilik artar, olumlu bir izlenim oluşur ve kullanıcılara tanımadıkları bir mekanda kendilerini güvende hissettirir.



Kaynak: Graphic Design in Architecture kitabı syf : 100

Şekil 34. The University of Texas M.D Anderson Cancer Centre Yönlendirme Sis.

The University Of Texas M.D Anderson Cancer Centre'da yapılan etkili yönlendirmeler kapıdan girer girmek insana güven duygusu verme üzerine kurulmuştur. Dijital ekranlar, baskılı yönlendirme panoları, yönlendirme broşürleri, yönlendirme haritaları, dijital makinelerden çıkan yönlendirici kağıtlar ziyarette gelen insanlara güven duygusu verirken, kaybolma hissini azaltmakta, verimi artırmakta, zaman kaybını aza indirmektedir.



Kaynak: Graphic Design in Architecture kitabı syf : 100

Şekil 35. The University of Texas M.D Anderson Cancer Centre Yönlendirme Sis.

Yönlendirme ve işaretleme sistemleri tasarlanırken izlenecek temel hedefler; farklı kültürlerden gelen insanlarla iletişimde bulunabilecek uygun ve okunaklı görüntüler oluşturmak, üçüncü boyutu kullanmak ve iyi işleyen, gerektiğinde zaman testine dayanıklı olabilen, sade estetiğe sahip özgün bir sistem yaratmaktır. Yönlendirme ve işaretleme sistemleri uygulandığı yerin kimliğini yansıtabilmelidir.

Yönlendirme ve işaretleme tasarımlarının yoğun olarak kullanılan yerler hastaneler, kültürel mekanlar, müzeler, okullar, kamu binaları vb. alanlardır. Bunların arasında en fazla yönlendirme ve işaretleme sistemlerine ihtiyaç duyan hastanelerdir. Gerek kapsadığı alan, gerek mekan ve amaç çeşitliliği, gerekse kullanıcı özellikleri bakımından hastaneler bilgilendirme tasarımına gereksinim duyan yerlerdendir.

Hastanelerin dışında diğer mekanlar ise inşaatları tamamlandıktan sonra fazla değişiklik görmeden yıllarca aynı kalabilirler. Ancak hastaneler sürekli gelişen teknolojik değişimler ve gelişimlerden dolayı değişime açık alanlar olması yönlendirme ve işaretleme sistemlerinin iyi tasarlanmasını gerekli kılmıştır.

Hastanelerde yapılacak olan yönlendirme ve işaretleme tasarımlarında dikkat edilmesi gereken en önemli husus hasta yakınları ve çalışanlar dikkate alınarak hazırlanmalı, insan faktörünün göz ardı edilmediği sıcak ortamlar tasarlanmalıdır.



Kaynak: Graphic Design in Architecture kitabı syf : 116

Şekil 36. Nationwide Children's Hospital İç Mekan Tasarımı



Kaynak: Graphic Design in Architecture kitabı syf : 112

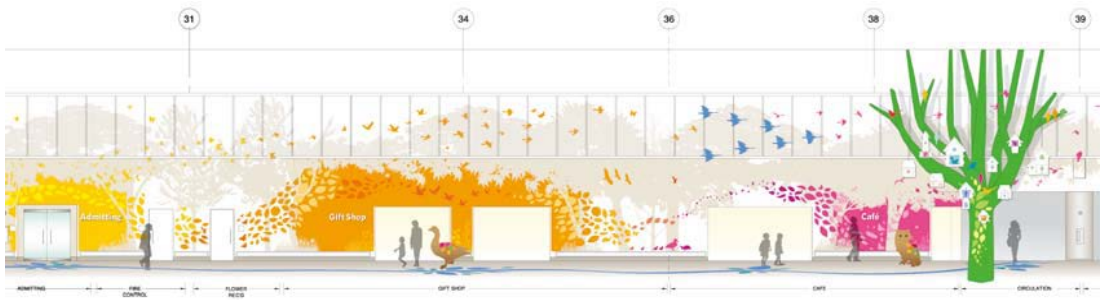
Şekil 37. Nationwide Children's Hospital İç Mekan Yönlendirme



Kaynak: Graphic Design in Architecture kitabı syf : 117

Şekil 38. Nationwide Children's Hospital İç Mekan Yönlendirme Ve İşaretleme Sis.

Nereye gitmek istediğimizi, nerede olduğumuzu, ulaşmak istediğimiz yere nasıl gideceğimizi bize gösteren markalama, işaret, harita ve yönle ilgili araçları yönlendirme sistemi birleştirir. Yönlendirme ve işaretleme sistemleri açık, elverişli, kullanımı kolay bir yolla insanlara bilgi ve yön vererek; onların bir çevre içine girerken, içinden giderken ya da çıkarken yönlerini bulmalarında akıllı bir yardımcı olarak tasarlanabilir (Wyman; Grafik Tasarım Dergisi Sayı 28).



Kaynak: Graphic Design in Architecture kitabı syf : 115

Şekil 39. Nationwide Children's Hospital İç Mekan Tasarımı

Etkili yapılan bir yönlendirme ve işaretleme tasarımı kullanıcıya "Hoş geldiniz, yolunuzu bulmaya yardımcı olmama izin verin ve keyfini çıkarın" demelidir (Wyman; Grafik Tasarım Dergisi Sayı 28).

Semboller (İkonlar) toplumun bilgisayarlarla etkileşim sağlamasında da çok önemli bir rol üstlenmişlerdir. Bir bilgisayar yönetiminde gerekli dilin parçası olarak görsel sembollerin kullanımıyla gerçekleştirilen erken deneysel Xerox çalışmaları, Apple Macintosh ile ünlenen ve uygulanan ikonlar; bilgisayarda yön bulmayla ilgili standartlar haline gelmiştir (Wyman; Grafik Tasarım Dergisi, Sayı 28).

1.2.2.3. Isotype

1920'ler ve 30'larda dünya da yaşanan teknolojik gelişmeler, baskı tekniğini, büyük kentleri, şirketlerin ortaya çıkışını, değişen politik atmosferlerini ve tasarım anlayışlarını etkilemiştir. Birinci Dünya Savaşı öncesinde de insanların toplumsal yaşam biçimleri radikal bir başkaldırı olarak sosyal, politik, kültürel ve ekonomik değişimi gerekli kılmaktaydı.

Isotype'lar; 1930'larda Viyana Metodu olarak ortaya çıkmıştır. Türkçe açılımı; Uluslararası Tipografik Resim Eğitimi Sistemi olan Isotype'ları Viyanalı sosyal bilimci, siyasi ekonomist ve felsefeci Oto Nurath yeni "görsel eğitim metodu" ile sayısal bilginin görsel sunumu olan resimsel istatistikleri ya da veri grafiklerini geliştirmeyi amaçlamıştır.



Kaynak: <http://v3.arkitera.com/arsgratiaartis.php?action=displayNewsItem&ID=48171>

Şekil 41. Viyana Metodu İle Yapılan Isotype Çalışmaları

Dünya genelinde bulunan ve konuşulan milyonlarda dili tek bir dile indirme olan Isotypelar "Kelimesiz bir dünya dilini yaratmayı amaçlamak için doğmuşlardır. Piktogramların yalın hali olan Isotypelar iletişimi ifade etmek için kullanılır. Felsefe, politika ve modern sanatı bir arada örtüşüren Isotypelar, piktogramlar sistemidir.

Isotype sembollerinin amacı; kelimelerin yerine geçmek değildir, istatistiklerin ve sözlü içerikli verileri desteklemek ve özetlemektir. Anlatılmak istenilen içeriği, metni, cümleleri, ana kelimeleri bir görselle dönüştürerek az metin - imgeler ilişkisi yansıtmaktadır.



Kaynak: <http://v3.arkitera.com/arsgratiaartis.php?action=displayNewsItem&ID=48171>

Şekil 42. Viyana Metodu İle Yapılan Isotype Çalışmaları

1936'da yayımlanan isotype manifestosunda Neurath, görsel iletişimin yeni ilkelerini tanımlar ve bu ilkeleri şöyle ifade eder : "Biz içerisine yeryüzünün tüm dillerinden anlatımların yerleştirilebildiği uluslararası resim dilini yarattık. Biz, ona Isotype adını verdik. Bu çeşit bir resim dili, sıklıkla kullanım için çok önemlidir. Dilini bilmediği yabancı ülkeye gelen bir adamın, istasyonda ya da limanda biletini nereden satın alacağı, kutularını nereye koyacağı, telefon kulübesinde telefonu nasıl kullanacağı, postanede nereye gideceği belirsizdir.

Ancak o, yabancı kelimelerin yanında resimleri görürse, onlar onu doğru yola götürecektir. Isotype ile reklam, farklı uluslara ortak bir görünüm vermek için daha

fazlasını yapacaktır. Okullar, bu uluslararası resim diliyle uyumda göz aracılığıyla eğitim verilerse, onlar evrensel eğitimin yardımcıları olacaktır. Isotype sisteminin kurallarının tümünün kullanımı, tamamen öğretme yöntemimizi değiştirecektir. Bilginin yeni alanları, okullardaki eğitimi geliştirecektir."



Kaynak: <http://v3.arkitera.com/arsgratiaartis.php?action=displayNewsItem&ID=48171>

Şekil 43. Viyana Metodu İle yapılan Isotype Çalışmaları

Ayrıca Otto Neurath isotype sistemi için 1939 yılında şunları söylemiştir. " Ana noktaları görürsünüz; ikincisinde daha az önemli noktaları, üçüncüsünde ayrıntıları, dördüncüsünde önemli olmayanları - daha fazlasını görürseniz, öğretici resim kötüdür" der (Neurath, 1936).

1.2.2.4. Oklar

Eskiden Avrupa'da bulunan tabelalar için; Paris'te bulunan ok sistemi tabelaların biçimini alırdı. İtalya'da üçgen oklar ve sevron tipi oklar kullanılırdı. İngiltere'de kesikli kalın çizgiler kullanılırdı. Saydığımız bu üç ok sistemi ok tasarımlarının gelişmesinde büyük rol oynamıştır.



Kaynak: <http://media.gettyimages.com/photos/paris-street-signs-in-black-and-white-picture-id157570803?s=170667a>

Şekil 44. Paris Ok Sistemi İçin Örnek



Kaynak: <http://i7.alamy.com/zooms/8885a4d3ed60468e979914107b407ba8/italy-friuli-venezia-giulia-gorizia-bilingual-road-sign-in-italian-ej91xg.jpg>

Şekil 45. İtalya Ok Sistemi İçin Örnek



Kaynak: http://i.telegraph.co.uk/multimedia/archive/01703/22796102_1703274a.jpg

Şekil 46. İngiltere Ok Sistemi İçin Örnek

Örneğin; Kuzey Amerika'daki tabelalarda bir süre federal otoyol okları kullanılmıştır. İlginç biçimde bu ok formunun, çok uzun bir kuyruğa sahip olmadığı belirlenmiştir. Bunun üzerine Pennsylvania Ulaşım Enstitüsü'nün Meeker And Associates ve Terminal Design ile yaptığı testlerde çok iyi okunmadığı görülmüştür (Yaşar; 2011).

1.2.2.5. Renklerin Yönlendirmedeki Rolü

Yön bulma sistemleri şehir bölgelerini veya türlerini ayırt etmek için bir çok renk kullanılmaktadır. Örneğin; hastaneyi belirten tabelalarının mavi olması veya acil servis tabelalarının kırmızı olarak temsil edilir. Tabela öğelerinden biri olan renkler çoğu tasarımcı tarafından yerlerin veya bölgelerin ayırt edilmesi için en fazla üç ve tercihen sadece iki renk kullanılmasını önermektedir.

Renklerin psikolojik olarak insanları etkilediği belirlenmiştir. Örneğin; kırmızı; sıcak ve dinamik olmasıyla harekete geçirici ve uyarıcı bir özelliğe sahiptir. Kritik unsurlara dikkat çekmek için bir vurgu olarak en yalın haliyle minimum olarak kullanılmaktadır. Soğuk ikinci renk olan yeşil sakinleştirici, dengeleyici ve yenileyici

bir yenileyici bir etkiye sahiptir. Tasarımlarda dengeyi ve uyumu yansıtmak için kullanılmaktadır.



Kaynak: <http://docplayer.biz.tr/docs-images/17/184044/images/17-0.png>

Şekil 47. Renk Çemberi

Mavi rengin güvenirliliği, dürüstlüğü ve güvenliği temsil eder. Ayrıca sakinliği ve maneviyatı da betimler. Kurumsal iş dünyasına yönelik tasarımlar için mükemmel bir renk tonudur. Sıcak renkler arasında en parlak ve enerji verici olan sarı, mutlu, sıcak uyarıcı ve geniş bir renktir. Beyaz; netliği, temizliği, umudu ve açıklığı temsil eder. Aynı zamanda sterilite ve basitlikle ilişkilendirilebilir.

1.2.2.6. Semboller

Sembollerin tarihi yazılı kelimelerden daha eskiye dayanmaktadır. Antik çağlarda aktif bir şekilde kullanılan semboller eski Mısır ve Babil'de kapsamlı bir şekilde yazının imgesel olarak aktarımında kullanılmaktaydı. Yazının icadıyla birlikte semboller daha çok dil engellerini aşmak için kullanılmaya başlanmış, okuması olmayan insanlara da imgeler yardımıyla anlatım rolünü üstlenmiştir.

Wendy Olmstead, bir sembol araştırmacısı olarak sembollerin başarısı için üç belirli araştırma kriteri göstermektedir.

1. Bakanın sembolün mesajını diğerlerinden ayrıyken de algılama ve anlama kabiliyeti olarak tanımlanan "sembol anlayışı"nda artış. Iso sembol anlayışı ölçümünü günümüzde standartlaştıran bir sistem geliştirmiştir. Bu test, bakanın sembolün ne anlama geldiğini ne şekilde algıladığına göre değerlendirmektedir.

2. Bir semboller grubunun tanınmasında artış, bakanın temel sembol sistemini anlayıp anlamadığı görmek için sembollere belirli bir mesafeden bakmasını gerektirir. Tanınma testleri genellikle bir dizi sembolün bir seri varış yeri ile eşleştirilmesini içerir.

3. Zemin, boyut, kontrast, ışıklandırma, renk ve tasarım gibi unsurlar eklendiğinde bir yön bulma ortamında sembollerin tespit edilebilmesinde veya belirginliğinde artış olmaktadır. Tespit edilebilme başarısının testinde bir sembol bütün bir yön bulma ortamının bir parçası olarak tasarlanır ve sistemi dolaşan kullanıcının reaksiyonları test edilir.

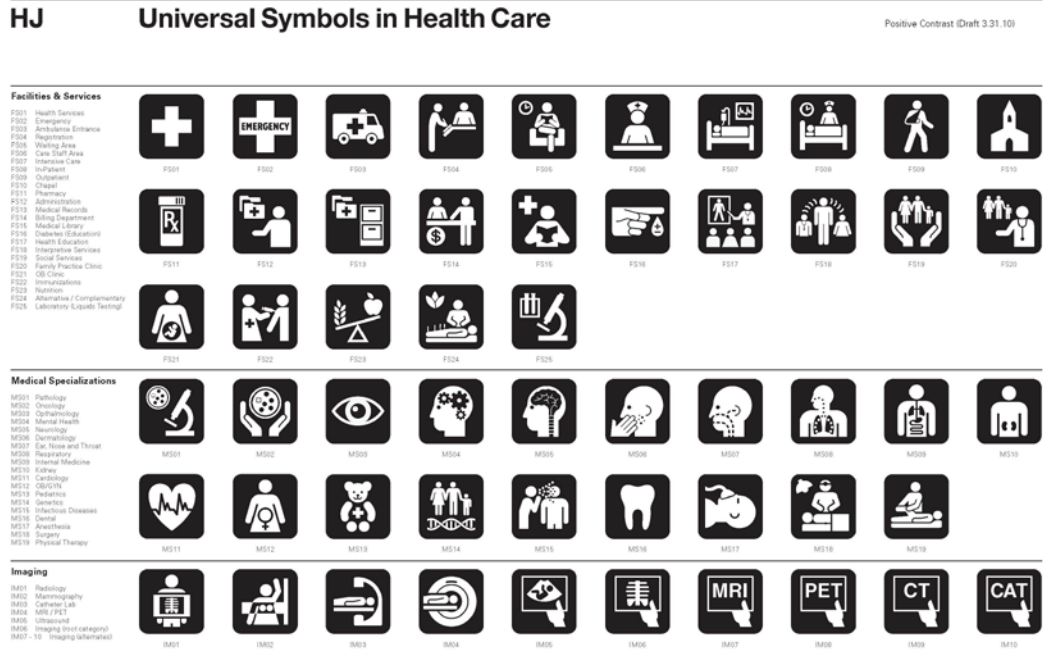


Kaynak: <http://www.thewanderlust.net/blog/wp-content/uploads/2011/03/AIGA-symbols.gif>

Şekil 48. AIGA' nın Oluşturduğu Sembollerden Örnekler

İkinci Dünya Savaşından sonra semboller bazı devlet kurumlarında kamu kuruluşlarında, havaalanlarında, tren istasyonlarında ve otoyollarda kullanılmaya başlanmış ve bu da kullanım standartlarını ortaya çıkarmıştır. ABD Ulaşım Bakanlığı ulaşım için 1974'te semboller için şablon oluşturmuştur. Bu oluşturulan şablon şimdilerde dünyadaki havaalanları, trafik tabelalarında standart hale getirilmiştir.

Sembol kullanımında en sık rastlanan hatalardan biri çok fazla sembol kullanımındır. Bu, çok fazla renk kullanıldığında renk kodlamasının bozulması gibi bir karmaşa yaratabilir. Sembol kullanımında istatistikler bulunmaktadır ve bu istatistikler sayesinde etkin bir iletişim sağlanması amaçlanmıştır. Diğer taraftan, bir sembol eğer iyi tasarlanmış ve uygun şekilde kullanılmış ise etkin bir şekilde işlevli olabilir.



Kaynak: http://www.tierneycunningham.com/images/HJ_Health_Care_Poster_3.31.10.jpg

Şekil 49. Uluslararası Hastane Sembolleri

Bir sembolü okunaklı yapabilmek için bazı etkenler bulunmaktadır. Bunlar; Işıklandırma, boyut, uzaklık, oranlarının görüntülenmesi, kontrast ve tanınabilir şekil... Bu özellikler tipografinin okunaklı olma özellikleriyle birbirlerine çok benzemektedir. Semboller vermek istedikleri mesajı olabildiğince basit ve direkt vermelidirler.

Eğer tanınmayacak kadar karmaşık olurlarsa ya da anlam taşımayacak kadar basit olurlarsa; izleyicisiyle kurmak istediği iletişimde çok dekoratif olabilir veya durağan bir görsele dönüşebilir. Bu nedenle; semboller çevreyle sürekli iletişim halinde olmalı ve bir yönlendirme sistemini destekleyip daha iyi çalışmasını sağlayabilmelidirler.

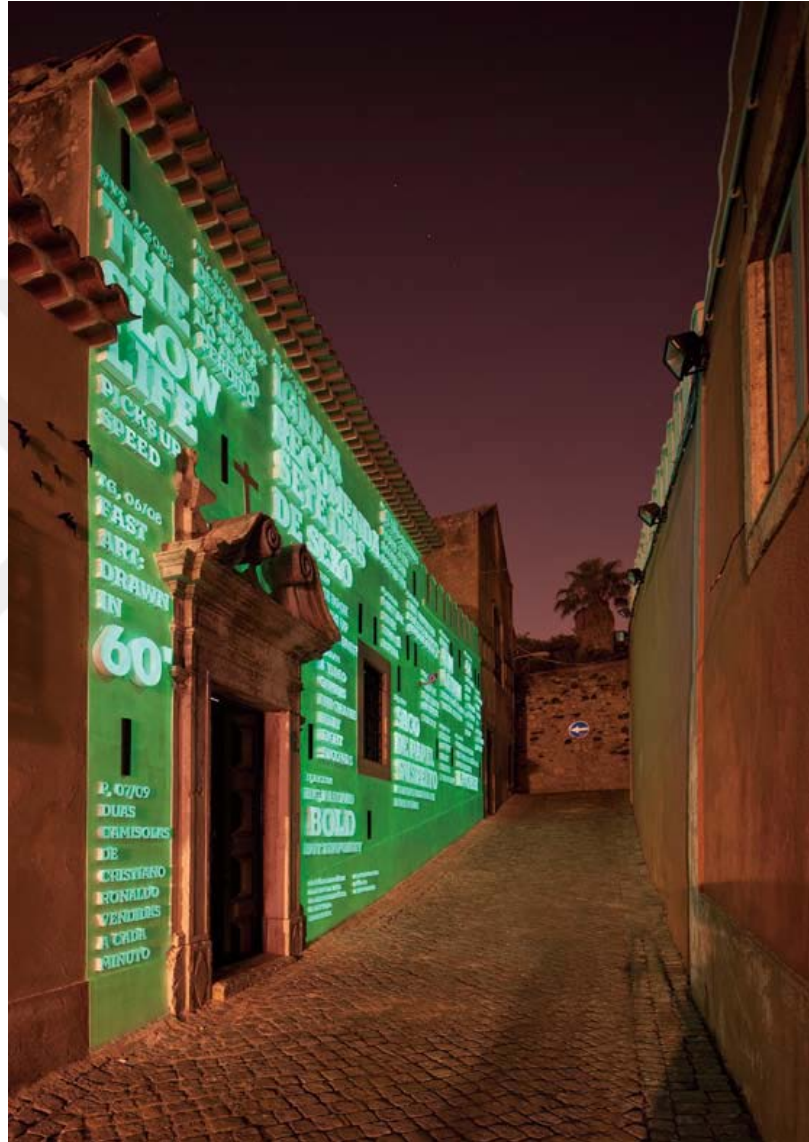
Hem bilgisayar dünyasının sanal ortamında hem de gerçek dünyada yön gösterici olan semboller; yön bulma sistemine sadelik, açıklık ve kişilik katmaktadır. Semboller de; tıpkı, infografikler - isotype ve piktogramlar gibi farklı lisanlarda oluşabilecek iletişim engellerini aza indirmek için kullanılmaktadır. Ayrıca yapılan her grafik tasarım işinin arka planının temelinde semboller yol göstermektedir.

1.2.3. Sergileme Tasarımı

Sergileme tasarımı nesnelere, istatistikler, fotoğraflar, etiketler, ışıklandırma, başlıklar, metinler, renk ve mekan öğeleri ile bir hikaye yaratmaya çalışırken; içeriğe bağlı olarak aktarılacak istenen bilgi, düşünce ve kavramlar ışında yönlendiren, eğiten ve estetik beğeni sunan ortamlar oluşturmayı amaçlar. Sergileme; eski çağ dönemlerindeki yaşam alanlarını süsleyen heykeller, doğal olarak sergi amaçlı yapılmış ve konumlandırılmıştır. Günümüzde geniş alana yayılmış olsa da sanatsal ya da tarihsel değeri olduğu düşünülen eserlerin izleyiciye sunulması anlamında kullanılmaktadır. Eski dönem antik kentlerinin doğal sergilemelerinin dışında günümüz sergileme kavramına yakın örnekler erken dönemlerde bireysel sergileme girişimleriyle görülmektedir. Bunlara ilk örnek 17. yüzyıl sonlarında görülen "Antika Dolapları"dır.

19. yüzyılın sonlarına doğru yaşanan endüstriyel gelişmeler ile birlikte başlayan dünya fuarları, her alanda olduğu gibi tasarım ve sanat alanında pek çok şeyi değiştirmiş, mekanları dönüşüme uğratmıştır. Sergileme tasarımının dünyadaki başlangıcı olarak kabul görmüş "Sovyet Pavyonu", Rus tasarımcı El Lissitzky tarafından 1928 yılında hazırlanmıştır. Ülkemizde ise Bülent Erkmen ve Sadık Karamustafa sergileme tasarımı konusunda çalışmalar yapan önemli tasarımcılar olmuşlardır.

Sergileme tasarımı, serginin türüne göre şekillenmeli ve içeriği yansıtan, yalın ama doğru çözümlenmiş bir görsel dil kullanarak izleyiciyle etkili bir iletişim kurmalıdır. İzleyicisi ile en hızlı iletişim kurabilen alan olarak kabul gören sergileme tasarımının günümüzde birçok farklı türü karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan en belirgin olanları sürekli ya da geçici kullanımları, işlev ve içeriklerine göredir.

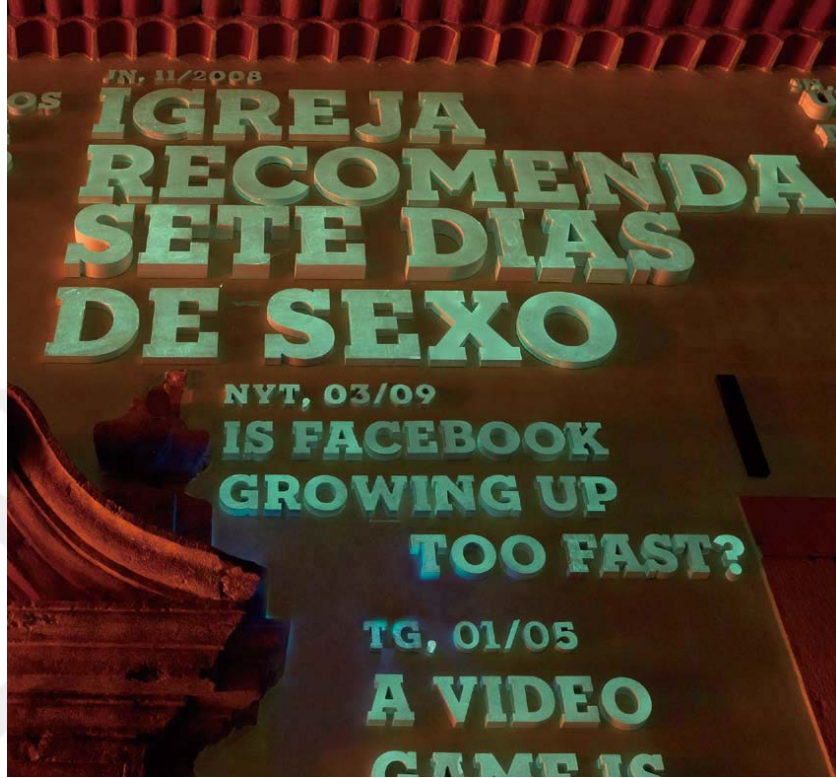


Kaynak: Graphic Design in Architecture kitabı syf : 314

Şekil 50. Hermitage Nossa Senhora da Conceição em Belém Two Times Sergisi
Portekiz (Sergileme Tasarımı İçin Örnek)

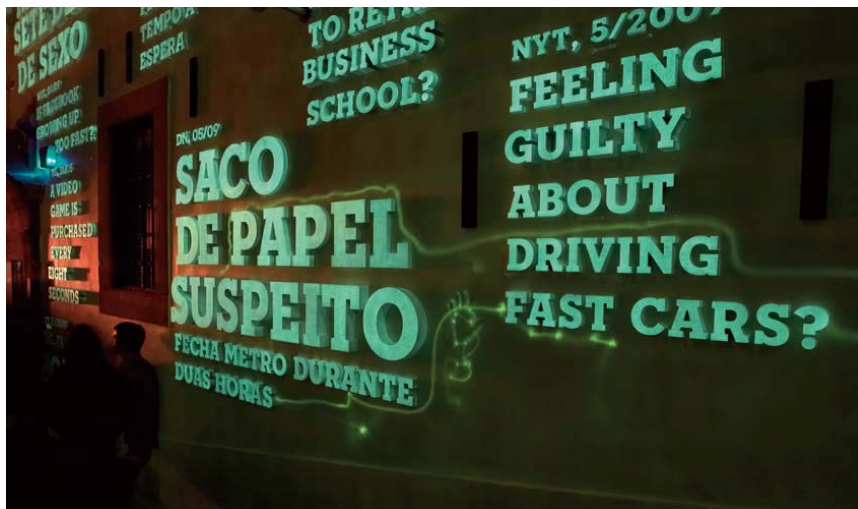
Sergileme tasarımı serginin içeriğine, aktarılacak bilgiye ve yaşatılmak istenen duyguya göre belirlenmelidir. Günümüzde sergileme tasarımı pek çok tasarım dalıyla iç içedir. Alışveriş merkezi, satış merkezleri gibi mekanlar sergileme tasarımıyla

benzer metotlar ve yaklaşımları paylaşırlar. Modern sergilemeler, hem izleyiciyi işin içine katabilen tasarımlarla etkileşim yaratabilmekte hem de beklenmedik objelerle ilgiyi sürekli sıcak tutabilmektedir (Güler; 2008).



Kaynak: Graphic Design in Architecture kitabı syf : 315

Şekil 51. Hermitage Nossa Senhora da Conceição em Belém Two Times Sergisi Portekiz (Sergileme Tasarımı İçin Örnek)



Kaynak: Graphic Design in Architecture kitabı syf : 316

Şekil 52. Hermitage Nossa Senhora da Conceição em Belém Two Times Sergisi Portekiz (Sergileme Tasarımı İçin Örnek)

1.2.4. Yer İmleri

Yer imleri, çevresel grafik tasarım içerisinde göreceli küçük bir alanı simgelemektedir. Zaman zaman işaretleme olarak da adlandırılabilen bu çalışmalar daha çok anıtsal işleve sahiptirler (Güler; 2008). Amerika Birleşik Devletleri'nin Kaliforniya eyaletinde bulunan Los Angeles kentinin bulunan Lee Dağlarının üstünde bulunan Hollywood yazısı en bilinen yer imlerinden biridir. Orjinali "Hollywoodland" olarak yazılan ve bir emlak şirketinin reklamı olan yazı zamanla kısaltılarak günümüzdeki halini almıştır.



Kaynak: <https://tr.wikipedia.org/wiki/Hollywood#/media/File:HollywoodSign.jpg>

Şekil 53. Lee Dağındaki Hollywood Yazısı

Bir çalışmanın yer imi olarak adlandırılabilmesi için izleyicinin dikkatini çekmesi ve akılda kalması şarttır. Bir tür merkez etkisi yapabilmeli, dikkatleri üzerine çekmelidir. Yer imleri, çevresel grafik tasarım bağlamında diğer tüm anıtlardan, anıtsal sunuşlardan tek ve önemli bir noktada ayrılır. Yer imleri, sunduğu içerik bağlamında iletişim kurar (Yaşar; 2008).



Kaynak: https://en.wikipedia.org/wiki/Solow_Building#/media/File:Manhattan_-_9_West_57th_Street.JPG

Şekil 54. Manhattan 9. Cadde de Bulunan 9 Rakamı

Dünya'da ikinci en bilinen yer imlerinden diğeri de Manhattan 9. caddede bulunan dev 9 rakamıdır. Önünde bulunduğu iş merkezinin kapı numarasını simgelemesi ve gelen ziyaretçilerin rahatlıkla bulabilmesi için yerleştirilen rakam günümüzde anıtsal bir değer kazanarak yer imleri içinde çok önemli bir yer tutmaktadır.

1.2.5. Piktogramlar

Mağara yaşamından tarım dönemine geçen insanoğlu toplumun diğer üyelerine bilgi iletmek için önceleri duman ateş ve ışık, daha sonraları ise semboller ve işaretler kullanmıştır. Mağara duvarlarıyla başlayan ve evrensel bir boyut kazanan semboller ve piktogramlar, ticaretin gelişmesiyle tanıtıcı ve bilgilendirici olarak kullanılmaya başlanmıştır. Piktogramlar yüzyıllar boyunca iletişimi sağlamak amacıyla bir araç olarak kullanılmıştır. Günümüzde de piktogramlar gelişerek görsel iletişimin bir parçası olarak yaygın bir şekilde kullanılmaktadır.

Piktogramlar, bir kavram veya fikri görsel hale dönüştürmek için sembollerle yalınlaştırılarak oluşturulan resimsel yazı şeklidir. Piktogramların en önemli özelliği iletişimde dile getirilmeye gerek olmayan ayrıntılardan arındırılarak, yalınlaştırılmış olmalarıdır. Anlatılmak istenileni doğrudan belirten birer imge oldukları için piktogramlar dolaysız iletişimde bulunmaktadır (Uyan Dur; 2011).



Kaynak: <http://www.tarim.gov.tr/Sayfalar/Bakanlik.aspx?OgeId=35&Liste=Bakanlik>

Şekil 55. T.C. Gıda Tarım Ve Hayvancılık Bakanlığı Kurumsal Olarak Kullandığı Piktogramlar

Piktogramlar; bir düşünce ya da kavramı temsil ediyorsa ideogram, bir sözcüğü temsil ediyorsa logogram olarak ifade edilir (Başer; 1994). İlk piktogram örneklerinde; estetik ve norm yoktu daha çok kişisel beğenilere göre şekillenmekteydi. Günümüze doğru gelindikçe de; insanlar bilinçlenerek toplumsal

ihtiyaçlara uygun piktogramlar oluşturulmaya başlanmıştır. Artık günümüzde ise; piktogramlar eskiden olduğu gibi kişisel değil, aksine estetik normlara sahip sistematik olarak geliştirilerek oluşturulmaktadır. Normlara uygun sistemli olarak geliştirilen ilk piktogram örneği; 1964 yılında Tokyo Olimpik Oyunlarında tanıtılmıştır.



Kaynak: http://truetyplies.blogspot.com.tr/2008/08/olimpiyat-piktogramlar_6.html

Şekil 56. Olimpiyat Piktogramları

Almanya'da Otl Aicher'de 1972 Münih Olimpiyatlarında kullanılmak üzere belirli bir işaret sistemi geliştirmiştir. Otl Aicher, piktogramları geliştirdikten sonra, oluşum kriterlerini şu şekilde belirlemiştir:

- Piktogramlarda bir işaret karakteri bulunmalıdır, resimleme olmamalıdır.
- Piktogramlar tarafsız olmalı farklı kültür gruplarından insanlar tarafından anlaşılmalıdır.
- Piktogramlar tabuları çiğnememelidir.
- Piktogramlar eğitim yönünden tarafsız olmalı yani farklı meslek grubu altındaki insanlar tarafından anlaşılır olmalıdır.
- Piktogramlar dilin gramer yapısıyla eş değer olmalı o değerlere göre geliştirilmelidir (Stiebner Urban, 1982).

Evrensel olarak oluşturulacak olan piktogramların dil bütünlüğü sağlanabilmesi için yukarıdaki yazan kriterlere uyup uymadığı kontrol edilmeli ve ondan sonra kullanıma sunulmalıdır. Çevresel grafik tasarım bağlamında kullanılan piktogramlar özellikle büyük ve karmaşık mekanların yönlendirme ve işaretleme sistemlerinde kullanılmaktadır. Havalimanları, tren istasyonları, otogarlar, alışveriş

merkezleri, iş merkezleri, müzeler, oteller, hastaneler, okullar, kamu daireleri v.b gibi pek çok kurumsal mekanda insanları yönlendirmek ve bilgilendirmek için kullanılır. Bu nedenle de; piktogramların farklı insan kitleleri tarafından anlaşılması çok önemlidir. Piktogramları, sembol ve işaretlerden ayıran bir takım yapısal özellikler vardır. Bu özellikleri maddeler halinde şöyle sıralayabiliriz (Başer, 1994).

- Piktogramlar kavramsal ve nesnel bir oluşum ile tasarlanmışlardır.
- Piktogramlar resim kökenli, karakteristik özellikleri güçlü olan ve ilk bakıldığında insanları yanılgısız aynı düşünceye sevk eden şekillerdir.
- Piktogramlar ilk etapta karşısındaki insanı bilgilendirirler.
- Piktogramlar enternasyonal olarak anlaşılır biçimdedir.
- Trafik işaretleri piktogram değildir. Çünkü trafik işaretleri buldukları yere göre anlam kazanırlar. Oysa piktogramlar yüzde yüz kesin anlam ifade ederler.
- Anlam yüklenebilir işaretler piktogram değildir.
- Hiçbir piktogram işaret niteliği taşımaz.
- Piktogramlar kolay ve çabuk anlaşılırlar.
- Piktogramların akılda kalıcılığı ve tanımlanabilirliği güçlüdür.

1.2.6. Hastane Yönlendirme ve İşaretleme Sistemleri

2. Dünya Savaşı'ndan sonra çok branşlı büyük eğitim hastanelerinin açılması hastaneleri önemli bir hale getirmiştir. Hastane tesisleri; çok sayıda uzmanlaşmış binadan sürekli artan çeşitlilikte hizmetleri kapsayan ve hastanede kalan- kalmayan hasta tesislerini, muayenehanelerini, araştırma alanlarını, uzmanlık ve destek gibi bölümleri bir arada barındıran bir yapıya dönüşmüştür.

Alışveriş merkezlerinde, müzelerde veya kamu dairelerinde geçen bir günün aksine hastanelerdeki durum farklıdır; bu nedenle de hastanelerde yapılan tasarımlar bir sağlık tesisinde kullanılacak şekilde tasarlanmalıdır. Sağlık tesisleri çok sayı da görme, diğer engelli ve dil bilgisi düşük insanlar tarafından da kullanılmaktadır. Yön bulma konusunda engelliler tek başlarına zorlanacağı için öncelikli olarak mekanı bu konuda yüksek düzeyde uzmanlaştırmak gerekmektedir.

Hastanelerde; insanların her seviyeden görebileceği daha büyük grafikler ve tabelalar, bel yüksekliğinden baş hizasının üstüne kadar kullanılmalıdır. Eğitim düzeyi düşük insanlar için sayı, harfler ve sembol sistemleri genellikle çok lisanlı talimatlar içererek planlanmalıdır.

1.2.7. Müze, Fuar, Sinema, Tiyatro Yönlendirme ve İşaretleme Sistemleri

Müzeler; kültürel ve tarihsel mirasların veya toplumların bilim ve sanat ürünleri ile yeraltı ve yer üstü zenginliklerinin sergilemek amacı ile kurulan kurumlardır. Müzelerde bulunan eserlerin anlam ve önemi müze içerisinde oluşturulan yazılı, görsel veya sözlü olarak açıklanır. Böylelikle ziyarete gelen kişilere müze de bulunan eserler hakkında ayrıntılı bilgi verilmeleri sağlanmaktadır. Ayrıca; müzelerde bulunan eserler bir toplumun geçmiş tarihi olabileceği için eğitim kurumu özelliği de göstermektedir.

Fuarlar ise ticari amaçlı olarak, bir ürün veya hizmeti tanıtmak, pazarlamak, iş birliği kurulabilmesi gibi özelliklere tanıtan düzenli aralıklarla genellikle de aynı yerlerde gerçekleştirilen bir tanıtım etkinliğidir. Müzelerde ve fuarlarda "mekan kurgusu, sergileme tasarımı aydınlatma anlayışı ve malzeme seçimi" gibi tüm tasarım parçaları ile yapılan "herşeyin" hem kendisinin hem birbirleriyle olan ilişkisinin görsel yapısı oluşmalıdır (Yaşar; 2011).

Müzeler ve fuarlar için vazgeçilmez olan marka ve imaj oluşturma yönlendirme elemanları ve ortama uygun grafiklerle doğrudan iletişim içindedir. Teknolojinin gelişmesiyle de müze, fuar, sinema ve tiyatro gibi yerlerde gelen ziyaretçilere istenilen bilgi aktarılabilir konuma gelinmiştir. Bir müze, fuar, sinema veya tiyatronun markası, ziyaretçilerin mekanda yaşadıkları tecrübelerin toplamı olarak belirlenmektedir. Logoyu görmek, bir açılışa davet almak, müze rehberleri ile konuşmak ve bir sergi de yürümek kurumun markasını tanımlamaktadır.

Ziyaretçiler eğer kendilerini rahat hissedilerse buldukları alanda daha fazla vakit geçirdikleri anlaşılmıştır. Bölümler arası geçiş kolaylıkları, bilgili personel, etkili yönlendirme gibi özellikler bir araya geldiğinde deneyim büyük ölçüde

geliştirilebilir. Yön bulma sistemi; kurumun markası ve iç ambiyansı ile eşleşmesi için renklere, grafiklerin ve mesajların uygunluğuna dikkat edilerek tasarlanmalıdır. Mesajlara her bir ziyaretçiye göre öncelikler verilmesi amacıyla tasarım ekibinin ziyaretçileri ve kullanıcı gruplarına hazırlanacak sıralamayı açıkça anlaması şarttır. Tabela hiyerarşisi, önemli karar verme noktalarına uygun bilgileri sunmalı ve açık, tutarlı ve kolayca fark edilen bir dizi entegre mesajı içermelidir (Yaşar; 2011).

1.2.8. Uluslararası Bilgilendirme Tasarım Enstitüsü

(International Institute for Information Design, IIID)

Bilgilendirme tasarımı Enstitüsü 1995 yılında bilgilendirme tasarımının tanınması, algılanması ve yaygınlaştırılması amacıyla kurulmuştur. Halen Viyana Avusturya'da bulunan kuruluşun en önemli özelliklerinden biri disiplinler arası bir tasarım organizasyonu olmasıdır. Dünya çapında bir çok tasarım derneği ile iş birliği yapan Uluslararası Bilgilendirme Tasarım Enstitüsünün ayrıca tanınmış üniversitelerde temsilcilikleri de bulunmaktadır. Kurulduğu günden bu yana bir kısmını Avusturya'da gerçekleştirdiği Vision Plus sempozyumlarıyla iletişim, algılama, konumlandırma ulaşım gibi pek çok konuda tartışma zemini oluşturmuştur. Uluslararası bilgilendirme tasarımı enstitüsünün kurumsal felsefesine bakacak olursak; bilgilendirme tasarımı için ihtiyaçların belirlenmesini, bilgilendirme tasarımındaki alışkanlıkları, bilgilendirme tasarımının geliştirilmesini, engellerin aşılması için çözümler bulunmasını felsefe edinmiştir.

Uluslararası Bilgilendirme Tasarım Enstitüsü, bilgi ve bilgi sistemi tasarılmanın, grafik ve tablolara veri aktarımının ötesinde olduğunu anlayabilen tasarımcılar için, yeni profesyonel olanaklar yaratmak istemektedir. Hedefi ise, bilgilendirme tasarımcılarının, bilgilendirme tasarımının yapısını kavramalarını sağlamaktır. Böylece bilgilendirme tasarımcıları toplumda göstermeleri gereken öncülük gereği; bilgilendirme tasarımı alanındaki sorumluluklarının bilincine varabileceklerdir.

İKİNCİ BÖLÜM

KURUMSAL MEKANDA ÇOCUKLAR, YAŞLILAR VE FİZİKSEL ENGELLİLER İÇİN İŞARET SİSTEMLERİ VE GÖRSEL OKUNAKLILIK

Dünyada farklı yaşlarda insanlar olduğu gibi fiziksel engelleri olan kişiler de bulunmaktadır. Bu nedenle, bir mekanın yönlendirmesi, bilgilendirmesi ve sergilenmesi yaş ve fiziksel engeller göz önünde tutularak düzenlenmelidir. Örneğin; bir çocuğun görme yetisiyle yaşlı bir kişinin görme yetisi aynı olmamaktadır. Kullanılacak fontlar, renkler gibi özellikler özenle seçilmeli ve mekanlarda işlenmelidir. Fiziksel engelli olan bir kişi de mekana girdiğinde kendini engelli olmayan insanlardan ayrı hissettirmeyen mekanlar oluşturulmalıdır.

İşaret sistemleri, tipografik standartlar, çocuklar – yaşlılar ve fiziksel engelliler için işaret standartları bir mekanda göz önünde tutulmalıdır. Bu sayede mekana gelen kişilerde görsel alanda okunaklılık artacaktır. Kurumsal ortamda vaktini geçiren günümüz insanının en önemli ihtiyaçlarından biri, yaşadığı mekanın rahat, huzurlu ve zaman kaybı olmadan hayatını devam ettirmesidir. Buna göre; bir kurumsal mekanı düzenlerken görsel okunaklılığın gerekliliği de göz önünde tutularak planlanmalıdır.

Karmaşadan uzak, kaybolma hissini aza indiren, kolay ve hızlı hareket etmeyi sağlayan, sosyal, duygusal tatmin kurabilen bir alan görsel okunaklılık açısından olmuş demektir.

2.1. Kurumsal Mekanda Çocuklar, Yaşlılar ve Fiziksel Engelliler İçin Yönlendirme ve İşaretleme Sistemleri

Kurumsal mekanlarda çocuklara yönelik yapılacak olan yönlendirme ve işaretleme sistemleri onların anlayabileceği, ilgilerini çekecek düzeyde yapılmalıdır. Özellikle; çocuklara yönelik yönlendirme ve işaretleme sistemleri hastanelerde uygulanmalıdır. Böylelikle çocukların hastane korkularını yenmeleri sağlanmış olacaktır. Örneğin; Amerika'da bulunan Boston Çocuk Hastanesi'nin iç mekan düzeni çocukların hastane korkusu göz önünde tutularak hazırlanmıştır. Bu sayede;

çocukların korkusu azalmış; hastanede kaldıkları sürede de kendilerini iyi hissetmeleri sağlanmıştır. Hızla yaşlanmakta olan dünya nüfusu pazarda giderek daha büyük bir pay oluşturmaktadır. Bu süreçte yapılan çevre oluşturulurken yaşlanmakta olan nüfusun ihtiyaçları pek göz önünde tutulmamaktadır. Engelliler için yönlendirme ve işaret sistemlerinden bahsetmeden önce engelli kimdir'i açıklamamız daha doğru olacaktır. Engelli, fiziksel veya zihinsel bir rahatsızlık nedeniyle bazı hareketleri, duyuları veya işlevleri kısıtlanan kişidir. Engelliler; vücudun duysal, işlevsel, zihinsel ve ruhsal farklılıkları öne sürülerek toplumsal veya yönetsel tutum ve tercihler sonucu, yaşamın birçok alanından kısıtlama ve engellerle karşılaşabilirler (Gülsemin Kılınçarslan).

Yönlendirme ve işaret sistemleri engelli kullanıcılara özel olarak hazırlanmalı basit ve okunaklı olmalı, kolay anlaşılabilir ve uzaktan görülebilir olmalı,yeterli düzeyde aydınlatılmış olmalı, görme ve işitsel engellilerin ihtiyaçları da göz önünde tutularak düzenlenmelidir. Ayrıca görme engelliler için kılavuz iz ve yön değiştirme öğeleri mekanda kullanılmalıdır. Günümüzde kaldırımlarda, kaldırım kenarlarında gördüğümüz görme engelliler için yönlendirme sarı çizgileri kurumsal mekanlarda da kullanılmaya başlanmıştır. Bu sarı çizgiler mekan içerisinde engelli kişinin güvende hissetmesini artırır ve erişilebilirliği artırır. Dünyada bir milyardan fazla insan herhangi bir tür engellilik ile yaşamakta, bu insanların yaklaşık 200 milyonu hayatlarını devam ettirme konusunda kayda değer zorluklar yaşamaktadır. Engellilik insan olma halinin bir parçasıdır – neredeyse herkes yaşamının belli bir noktasında geçici veya kalıcı olarak zayıf düşecek ve uzun yıllar yaşayan insanlar işlevlerini yerine getirme konusunda artan zorluklarla karşılaşacaktır (Gülsemin Kılınçarslan).

2.1.1. İşaret ve Levhalar

İşaret ve levhalar basit ve açık semboller içermeli, zemini ile zıt renkte olmalıdır. Uluslararası standartlarda; emniyet ve güvenlik için yeşil / beyaz, uyarı ve tehlike riski için sarı / siyah, yasaklama, durma, tehlike ve acil durumları bildirmek için kırmızı / beyaz, bilgilendirme için mavi / beyaz renkler belirlenmiştir. Görme engellilere yönelik dokunsal okuma için kabartmalı levhalar ve az gören kişiler içinde iri puntolu yazı karakterleriyle yazılmış levhalar kullanılmalıdır. Trafik,

bilgilendirme ve yönlendirme işaretlerinin basit ve görülebilir olması, yüksekliği, konumu, kolayca okunması, renk, ölçü ve grafik düzeni önem taşımaktadır. İşaretler ışıklandırılmalı, kabartmalı yazılmalı ve dokunulabilir yükseklikte olmalıdır. İşaretlerde uluslararası semboller kullanılmalıdır (Yaşar; 2011).

2.1.2. Yaşlılar ve Fiziksel Engelliler İçin İşaret Sistemleri

Hızla yaşlanmakta olan dünya nüfusu pazarda giderek daha büyük bir pay oluşturmaktadır. Yaşlandıkça değişime uğrayan insanlar, duyu, idrak ve motor yeteneklerini de kaybetmeye başlar. Göz ardı edilemeyecek sayıda dünyada fiziksel engelliler bulunmaktadır. Toplumun içerisinde kendilerini yalnız ve eksik hissetmemeleri adına yön bulma sistemleri yapılmalıdır.

Yaşlılarda yaşanan bazı görme sorunları bulunmaktadır. Bunlar, ışık kaybı; görme duyusu yaşın ilerlemesiyle beraber geriler. Her ne kadar sinirsel kayıplar da olursa da, asıl gerileme gözün optiğinde yer alan değişimlerden kaynaklanır. Gözbebeği küçülür ve göze giren ışığın azalmasına neden olur. Gözbebeğinin loş ışığa tepkisi ilerleyen yaşla beraber de azalır ve 80' li yaşlara gelindiğinde neredeyse sıfıra iner. Yaşlılar arasında özellikle az ışıklı ortamlarda önemli görme sorunları yaşanır.

Odaklanma kaybı; görme duyusunda yaşa bağlı olarak en sık görülen değişim, 40 ila 50 yaşlar arasında hemen herkeste görülür. Görsel keskinlik kaybı, yaşın artmasıyla ve gözün zayıflamasıyla giderek artan bir görme bulanıklığına yol açabilir. Daha ciddi görme sorunları ise; merkezi görme kaybı ve periferik görme kaybıdır. Merkezi görme kaybına uğrayan kişiler tam önlerinde duranı değil çevresinde yer alanları görürler.

Yukarıda belirttiğimiz üç özellik yaşlılarda görme sorunlarını vermektir. Bir mekanda kullanılacak işaret sistemleri de bu özellikler dikkatte alınarak yapılmalıdır. Büyük okunaklı fontlar, okunaklılığı arttırırken renkler, aydınlatma sistemleri gibi özelliklere dikkat edilmelidir.

Günümüzde yönlendirme işaretleri "çocuklar, yaşlılar ve fiziksel engelliler" düşünülerek tasarlanmaya başlanmıştır. Bu yeni durum, bütün elemanların tasarım bağlamında farklı düşünülmesini ve yeniden ele alınmasını gerektirmektedir. Engelli kullanıcıları günümüzde yaşamın içine dahil etmemiz gerekmektedir. Bunun için Engelsiz Tasarım için Genel Uygulamalar olarak aşağıdaki maddeler örnek olarak belirtilmiştir;

I. İnşaat Alanındaki Gelişmeler, Park Alanı, Parka ve Parktan Erişim, Erişilebilir Park Alanı için İşaretler, Yolcu Alma Noktaları, Bordürler, Dış Yollar ve Rampalar, Rampa Kenarlarına Korumalık.

II. Kamusal Tesisler, Stadyum ve Tiyatro Oturma Yerleri, Nitelikler, Tezgah/Sayaç, Çeşmeler, Bina Kontrol Cihazları, Umumi Tuvaletler, Lavobalar, Evrensel Tuvaletler, Klozet Yeri, Klozetler ve Pisuar.

III. Yerleşim Alanları Koşulları, Yerleşim Alanı Projeleri İçin Koşullar, Yerleşim Alanı Tasarımı.

IV. Yangın Güvenliği, Daire içi Engelsiz Dolaşım Alanlarının Korunması, Yangın Uyarı ve Alarm Sistemi, Işıklandırma ve Alarmların Tertibatı, Otel ve Moteller, Apartman Daireleri ve Katlar, El ile Çekilen Yangın Alarmı, Dokunsal Uyarı Sinyalleri ve Yönlendirmeleri, Daire Numaraları.

V. İletişim, Girişteki Güvenlik Sistemi, Kamusal Telefonlar, Yardımcı Dinleme Cihazları, İşaretler, Renk Ayrımı.

VI. Yaşlılar ve Engelliler için Engelsiz Tasarım Kriterleri ve Bilgiler, Yaşlılar ve Engelliler için Engelsiz Tasarım Kriterleri, İşitme Engelliler için Engelsiz Tasarım Kriterleri, Görme Engelliler için Engelsiz Tasarım Kriterleri, İşitme Güçlüğü Çekenler için Engelsiz Tasarım Kriterleri, İletişim ve Algılama Engellileri için Engelsiz Tasarım Kriterleri, Yaşlılar için Engelsiz Tasarım Kriterleri, Yönlendirmeler, Misafirlik/Ziyaret Edilebilirlik, Baryatrik ve Obezite Hastalıkları için Çevresel Tasarım ve bunlara bağlı olarak işaret ve yönlendirme tasarımlar.

2.1.3. İşaret Sistemleri İçin Tipografik Standartlar

İşaret sistemlerinde uygun yazıtiplerini kullanımı için gerekli gövde genişliği, yükseklik ve çizim kalınlığı oranları Americans With Disabilities Act (ADA - Engelli Amerikalılar Yasası) ile kararlaştırılmıştır. Bu standartlar sayesinde kullanılan yazıtiplerini daha tekdüze olması çizim kalınlıklarının fazla kalın veya fazla ince olmaması ve fazla daraltılmış veya genişletilmiş stillerin kullanılması sağlanır.

ADA'nın işaret sistemlerinde kullanılmak üzere getirdiği şartları yerine getiren yazıtipleri vardır. Bunlar, Times Roman; daha büyük olan küçük harf yüksekliği ile daha az ince olan çizim alanı, okunaklılığı az da olsa kolaylaştırır. Daha daraltılmış olan orantı, düşük görüş şartlarında, "e" ve "a" harflerinde olduğu üzere iç boşlukların kapalı olmasına yol açar. Frutiger Bold; bu yazıtipi havaalanlarında kullanılmak üzere tasarlandığından, düşük görüş şartlarında işlevini başarılı bir şekilde yerine getirmesi normaldir. Oldukça geniş olan orantının, açık iç boşlukların ve başkalarına göre biraz daha uzun olan üst ve alt çıkıntılarının okunaklılığı kolaylaştırdığı görülür.

Görme engelliler için başarılı yazı tipleri özellikleri; Tutarlı çizim kalınlıkları, açık iç boşluklar, belirgin üs ve alt çıkıntılar, daha geniş yatay orantılar, her harf formları için daha geniş yatay çizimler (küçük harf "r" nin yatay çıkıntısı veya küçük harf "t" nin yatay çizgisi gibi) (Yaşar; 2011).

2.1.4. Düşük Görüş Sahipleri İçin Var Olan Yazı Tipi

American Printing House For The Blind (Aph - Görme Engelliler için Amerika Matbaası) görme sorunlarına sahip okuyucular için kullanmak üzere APHont adıyla bilinen bir yazıtipi geliştirmiştir. Bu yazıtipi, tutarlı çizim kalınlıklarına, alt tarafları çıkıntılı "j" ve "q" harflerine, açık iç boşluklara ve daha büyük noktalama işaretlerine sahiptir. APHont estetik açıdan göze hoş görünen bir yazı tipi olmayabilir, ama yaşanma sürecindeki gözlere okuma kolaylığı sağlamaktadır.

2.2. Görsel Okunaklılık

Okunaklılık, bir çevrenin zihinde imge oluşturabilme ve tutarlı bir biçim olarak organize edilebilme şeklidir. Literatürde okunaklılığı tanımlayan pek çok kavram vardır. Bunlar; basit, tutarlı, anlaşılabilir, algılanabilir gibi terimlerdir. Okunaklılığı belirttiğimiz bu kavramlar üzerinden ölçeklendirebilmemiz için mekanın boyutları arasında bir ayırıştırma yapmak gereklidir. Mekandaki bilginin elde edilişi, mekana bağlı olduğu kadar mekanı gözlemleyen kişinin bilişsel sürecine de bağlıdır. Böylelikle; mekandaki bilginin elde ediliş sürecinde mekanın görsel okunaklılığı ve kişinin bilişsel süreçleri arasında kombinasyonlara dayalı bir süreçten söz edebiliriz.

Mekansal bilginin üç ögesi olan alan bilgisi, rota bilgisi ve işaret ögesi bilgisinin ölçümünde kullanılan stratejiler ise kişiden kişiye değişir, çünkü hayli öznel olan bilişsel süreçler bu noktada devreye girer. Alan bilgisi, rota bilgisi ve işaret ögesi bilgisi, öte yandan mekanın okunaklılığına bağlıdır. Mekanda işaret öğeleri öne çıkmış ve farklılaşmış nesnelere mekanın görsel olarak okunmasını kolaylaştırır. Mekanda bulunan işaret öğeleri; mekanın üç boyutlu özelliklerini doğrudan vurgularken, rota bilgisi ve alan bilgisi, mekansal kurgunun karmaşıklığı / basitliği yoluyla iki boyutlu bilgisinin mekanın okunaklılığına olan bağlantısını oluşturur. Bazı kaynaklara göre, bir kişi girdiği mekanı tanıdıkça sırasıyla işaret öğeleri, rotalar ve son olarak da mekanın kurgusal bilgisi olan alan bilgisi kavranır ve mekanı tanımada kullanır.

2.2.1. Görsel Okunaklılığın Gerekliliği

Kurumsal ortamda vaktini geçiren günümüz insanının en önemli ihtiyaçlarından biri, yaşadığı vaktini geçirdiği mekanın rahat, huzurlu ve zaman kaybı olmadan hayatını devam ettirmektir. Bu şartlar ancak iki ve üç boyutlu bir mekan planlama ile olabilir. Buna göre bir kurumsal mekanı planlamanın avantajları şunlardır:

- Kaybolma hissinden kurtulma sağlar.
- Kolay ve hızlı hareket etmeyi ve yön bulmayı kolaylaştırır.

- Sosyal açıdan toplumsal ortak grup psikolojisinin gelişmesini sağlar.
- Duygusal güven verir.
- İnsan deneyiminde potansiyel derinliği ve yoğunluğu artırır.
- Duygusal tatmin, organizasyon ve iletişim için bir altyapı günlük deneyimimize bir derinlik verir.
- Karmaşayı, kızgınlığı, gereksiz kalabalıklaşmayı ve duygusal rahatsızlığı azaltır.

2.2.1. Görsel Okunaklılık Bileşenlerinden Çevre İşaretleri

Belinrad ve Peruch (2000)'a göre bir "çevre işareti" birey için mekansal ölçekte anlamlı, dikkat çeken herhangi bir özelliktir ve yön bulmayı yönelmeyi ve mekanın okunmasını destekler. Lynch, (1960)'e göre çevre işareti, yer ve yönelme hissi veren, statik ve fark edilebilir ancak gözlemcinin içine giremediği dış referans noktalarıdır. Bunlar genellikle basitçe tanımlanmış fiziksel nesnelere: Bina, işaret bir mağaza veya dağ olabilir. Çevre işaretleri bazıları uzaktan görülür, bazıları ise yereldir ve sadece belirli bir alandan görülebilir. Buldukları yerin kimliğini oluştururlar.

İnsan içinde bulunduğu çevreyi okumasında çevre işaretlerinin önemi ve gerekliliği büyüktür. Yapılan araştırmalarda çevre işaretlerinin belirlenebildiği bir çevrenin okunması, çevre işaretlerinin varlığının algılanamadığı bir çevreye oranla daha az hata ile yapılabilmektedir.

2.2.2.1. Çevre İşareti Kavramının Tanımı

İngilizce'de "landmark" olarak bilinen çevre işaretleri kavramı Türkçe'ye çeşitli kelimelerle çevrilmiştir. Röper noktası (Hasol,1998), Referans noktası (Aydınlı,1999), Dönüm noktası (Avery, 1979), bir bölgeyi / araziye sınırlayan simge (Atalay,1999) gibi. Belirttiğimiz bu tanımların dışında işaret, çevre işareti, arazi işareti gibi kavramlarda çevre işaretlerini tanımlamada kullanılmıştır. Curl (1992)' e göre, çevre işareti "Bir sınırın anıt veya işaretleyicisi, karakteri, kalitesi ve boyutları ile kültürel önemi olan bir bina veya strüktür."

2.2.2.2. Çevre İşareti Seçiminde Etkili Olan Biçimsel Etkenler

Mimari çevre içindeki mekansal düzenlemelerin oluşturduğu ilişki çevre işaretlerinin seçiminde etkili olmaktadır. Etkili olan düzenlemeler; yakınlık, gruplama ve benzerlik, farklılaşma, yüzey dokusu ve malzemelerdir (Erem, Erkman 2003).

1. Yakınlık, gruplama ve benzerlik:

- Yakınlık işaretleri
- Yakınlık grubu dışındaki işaretler
- İşaretsizlik durumları

2. Farklılaşma:

- Boyut farkı(birlik, düşeylik ve yataylık, orantı ve büyüklük)
- Renk farkı(tek renk kullanımı, benzer ve uyumlu renkler, zıtlık ve renk farklılıkları)
- Konum farkı
- Mekan türü (kapalı mekan, kapalı olmayan mekanda işaret seçimi, kapalı olmayan mekanda işaret seçilememesi,
- Kuşatan mekanın formu (iki boyutlu yüzey, dışbükeylik, içbükeylik)
- İçinde yer aldığı ritimde yarattığı değişim (şekilde olağanüstü boyut farklılaşması, şekil farklılaşması, konum farklılaşması)
- Gözlemciden olan mesafesi ve yerden yükseklik
- Form
- Formun bir, iki veya üç boyutlu yatay veya düşey kullanımı
- İşaretin biçiminin silüette çevresinden yarattığı çizgisel farklılıklar
- Karmaşık bir çevre içinde asal formun olduğu gibi veya deforme edilerek kullanımı
- Karmaşık olmayan bir çevre içinde asal formun olduğu gibi veya deforme edilerek kullanımı
- Açık mekanda veya doğal çevre içinde asal formun olduğu gibi veya deforme edilerek kullanımı
- Simetri ve Asimetri

3. Yüzey Dokusu ve Malzemesi

- Görsel özellikler
- Şekil - zemin ilişkisi
- Renk
- Yoğunluk
- Algılama mesafesi
- Türü ile seçilme ilişkisi

2.2.2.3. Çevre İşareti Seçiminde Etkili Olan Diğer Etkenler

Çevre işaretlerinin seçimi sadece biçimsel, fiziksel ve mekansal ilişkiler ile yapılmamaktadır. Bunlar dışında etkili olan faktörler kişinin zihinsel, kültürel özellikleri ve zaman değişkenidir. (Erem, Erkman 2003). Yeung ve Savage (1996) tarafından dokunulamayan elemanlar olarak tarif edilen ve sadece zihinsel olarak var olan, çevre işareti seçiminde etkili olan özellikler şunlardır:

- Duygusal içerik
- Yer kavramının oluşumu
- Duygusal karşıtlıklar
- Hatırlanabilirlik
- Sembolik statü
- Kültür
- Mekanda kalış süresi

2.2.3. Mekansal Görsel Okunaklılık Kavramının Çözümlemesi

Mekanı okuma kavramı; bir gözlem, bakma, anlama, analiz olarak tanımlandığında mekanın kaç tane boyutu ya da yönü varsa o sayıda okuma çeşidi ya da yönteminden söz etmek olası hale gelir. "Kentsel Tasarım İlkeleri" ya da "Kentsel Tasarım Hedefleri" şeklinde adlandırılan kavram, kaynaklarda çok sayıda maddeleri kapsamış olsa da ortak kaniya varılan maddeler şöyledir;

1. Karakter
2. Süreklilik ve Kapalılık
3. Kamusal alanın kalitesi
4. Hareket Kolaylığı
5. Okunabilirlik
6. Hedefler
7. Sürdürülebilirlik
8. İmaj Oluşturabilme
9. İnsan ölçeği
10. Saydamlık
11. Karmaşıklık
12. Tutarlılık sayılabilir.

Bu ilkelerin bazıları kentsel mekanın işleviyle ilgili iken bazıları ise mekanın algılanması ile ilgili özellikleri kapsamaktadır. Bir çevrenin görsel olarak okunması, söz konusu çevreden mekansal bilginin elde edilip zihinde işlenerek amaca uygun biçimde kullanılmasıyla oluşan bir süreçtir (Köseoğlu, Önder 2010).

Mekansal bilginin elde edilmiş sürecinde Mekanın Özellikleri, Gözlemcinin Özellikleri, Algılama - Zihinsel İmge rol oynar.

2.2.3.1. Mekanın Özellikleri

Mekanın özellikleri söz konusu olduğunda; mekanın okunabilir olması 2. boyutta plan kurgusuna ve onun karmaşıklık, derecesine bağlı iken 3. boyutta mimari bileşenlerin fark edilebilir olma özelliğiyle ilgilidir (Köseoğlu, Önder 2010).

2.2.3.2. Gözlemcinin Özellikleri

Gözlemcinin mekanın özelliklerini algılayıp kavraması insan zihninde gerçekleşen mekansal - psikolojik süreçler sonunda olur. Bu süreçler gözlemcinin kişisel özelliklerinden etkilenir (Köseoğlu, Önder 2010).

2.2.3.3. Algılama – Zihinsel İmge

İnsanların çevresindeki olan olayları duyu organları yoluyla tanıyıp, onlara anlam kazandırmasına "algı" denir.

Algılama, duyuumsal girdilerin yorumlandığı süreç; duyuumsal girdilerin anlamlı deneyimlere dönüştürülmesi olarak tanımlanabilir. Algılamanın özellikle "yorumlama" kısmı çok önemlidir. Kişinin duyuumsal girdileri alması ve bu bilgilerin zihinde işlenmesi beynin statik bir işlevi olmakla birlikte, algılamayı özel yapan, bu sürecin çeşitli filtrelerle, içten ve dıştan gelen etkilere maruz kalmasıdır (Köseoğlu, Önder 2010). Bunun sonucunda; kişi duyuumsal verileri zihninde ayrıştırarak yorumlaması sonucunda sözlü veya davranış yoluyla tepkileri oluşturan algılama ortaya çıkar. Buna göre algılama süreci, iletilerin hedef tarafından duyu organları aracılığı ile farkına varılması sürecidir ve gönderilen iletileri anlama ya da anlamamanın temelidir (Başer; 1994).

Algılar bireyin sosyo – kültürel duruma, eğitimine, edinilmiş deneylere, estetik deneylere ve içinde bulunduğu toplumun olgularına göre belirlenir (Baymur, 1978). Zihinsel imge, algılanmış bilginin bireyin zihninde resmedilmesi betimlenmesidir (MacInnis , Price 1987).

2.2.4. Görsel Okunaklılığın İnsanlar Üzerindeki Etkisi

Çevresiyle bilgi alışverişi içerisinde bulunan insan, çevreden aldığı uyarılar sonucu bazı davranışlarda bulunmaktadır. Bu davranışların olumlu veya olumsuz olup olmadığını ancak davranışı doğuran uyarının taşıdığı mesajın bilgilerin doğru oluşturulup oluşturulmadığına bağlıdır.

İnsanlar; içinde bulunduğu mekanda çeşitli kanallar yardımıyla bilgi edinmektedir. Bu bilgileri de algılama kanalları yoluyla gerçekleştirmektedir. Bu kanallar ise görsel, duysal, dokunsal gibi duyu organlarıdır ve aralarında en önemlisi de görme duyusudur.

Doğduğu günden itibaren öğrenme eğilimi içinde bulunan insan bu öğrenimleri sayesinde kazandığı deneyimlerini yaşamın gereği olarak yaşadığı mekana yansıtılabilmektedir. Yaşam içersinde belirlenen hedef yaşamsal gerekliliklere bağlı iken mekan içersinde mekanın kullanım amacına bağlı olarak değişim gösterir. Bu süreçte mekanda uygulanan görsel okunaklılık ve insan birbirlerini değiştirmeye ve yönlendirmeye dayalı etkileşim içine girer. Böylelikle; görsel okunaklılık insan davranışlarını etkiler ve yönlendirir.

Görsel okunaklılığın duygular üzerindeki etkisi ile mekan algılanır ve yaşanır. Algılama; kişiden kişiye toplumdaki topluma farklılıklar gösterse de mekanın iyi tasarlanması görsel okunaklılığı güçlendirir ve insanlar üzerinde ortak algı yaratmayı başarır. İyi tasarlanarak oluşturulan bir mekanın görsel okunaklılığı kullanıcı ve mekan arasında güçlü bir bağ oluşturmasını sağlar.

Güçlü bir görsel okunaklılık sayesinde kişilerin buldukları ortamda kendi ihtiyaçları doğrultusunda tek başlarına ve kimseye sormadan hareket etmeleri sağlanırken bir yandan kendilerini yalnız hissetmeleri engellenir. Binaya veya buldukları ortama olan güvenleri artmaktadır.

2.2.5. Görsel Okunaklılığa Sosyoloji ve Psikolojinin Etkisi

İnsan davranışları açısından sağlıklı bir iletişim sağlanması için bazı psikolojik araştırmalar yapılmıştır. Normatif bir bilim dalı olarak kabul edilen psikoloji 20 nci yüzyılın başından beri bilimsel sonuçlar ortaya koymaktadır. Böylelikle psikoloji; insanın yaşam içindeki durumunu ve bu durumlara olan tepkilerini saptayan bir bilim dalı olmuştur (Başer; 1994).

İnsan psikolojik bir varlık olmasıyla birlikte topluluk içersinde yaşayarak sosyalleşir. Bu ki olgu ayrılamaz olmalarıyla birlikte sürekli ilişki halindedir. Mekan insan davranışlarını etkiler ve yönlendirir, insanda psikolojik ve sosyolojik unsurlar doğrultusunda mekanı okumaya çalışır.

2.2.6. Sosyo - Kültürel Değişiklerin Görsel Okunaklılık Alanına Etkisi

Eski çağlardaki toplumlardan günümüzdeki teknoloji toplumlarına kadar her toplumun kendine ait bir kültür yapısı bulunmaktadır. Kültür; insanoğlunun yaşam boyu kendine kattığı bilgi, inanç, sanat, ahlak, hukuk, adet ve benzeri yetenek ve alışkanlıklarını kapsayan karmaşık bir bütündür.

Kültür; tanımından' da anlaşıldığı üzere hayat tarzıdır ve yaşamımızın bir parçasıdır. Yaşamımızdaki değerleri fiziksel çevreye dönüştürerek yaşam biçimini etkileyen kültür, davranışlarımızı belirlemektedir. Her kültürel yapı, mekanları kavramamızı, anlayışımızı ve okumamızı etkileyebilmektedir. İnsanlar buldukları ortamları sadece pasif olarak algılamazlar, çevrelerini kendilerine göre adapte etmeye çalışırlar. Bu durumda kişi bireyseldir. Zaman ve durum ve çevrede bulunan kişilere göre ortamla etkileşim değişiklik gösterebilir. Bu etkileşimlerde görsel okunaklılığa etki de bulunabilirler.

İyi tasarlanarak mekana uyarlanmış bir görsel okunaklılık sistemi; insanın kendi yarattığı çevreden çıkarak mekanın yarattığı çevreye uyum sağlamasını yeniden kendini şekillendirmesine yol açacaktır. Bu bağlamda; mekan ve insan ilişkisinin iyi kurulması gerekmektedir.

2.2.7. Engelli Kullanıcılar İçin Okunaklılık

Yirminci yüzyıla kadar görme engellilerin yön bulmaları konusu üzerinde hiç fikir üretilmediği görülmektedir. Görme engellilere uygun çok az tabela vardır. Binalar fiziksel engelliler içinde uygun değildir; çok fazla basamak ve çok az rampalar bulunmaktaydı. 1970'lere gelindiğinde engellilerin ihtiyaçları fark edilmeye başlandı ve bir takım yenilikler geliştirildi.

Tabela tasarımcıları görme engellilerin okuyabileceği harfleri Braille sistemini oluşturarak yarattılar. Engellilerin haklarını tüm dünyada korumak için oluşturulan örgütler; engellilerin özgürce gezebilmeleri için haklarını korumak adına baskılar yapmaya başladılar.

1980'lerin sonunda bunların tümü ABD ve İngiltere'deki ilk ulusal yasalar olarak sonuçlanmıştır. Society For Environmental Graphic Design (Çevresel Grafik Tasarım Derneği) ve İngiltere'deki NHS Estates gibi grupların önderliğinde, tasarımcılar yeni tasarım kanunların temelindeki projeleri en iyi biçimde nasıl engellilerin gündelik hayatlarına uygulayacaklarını anlamaya başlamışlardır.

Engelliler için yön bulma sistemlerini tasarlayan tasarımcıların düşüncelerini gerektiren en önemli neden bunun iyi bir tasarım olmasıdır. Engelliler için iyi tasarlanmış bir alan veya tabela sistemi sadece engellilere değil, fark gözetmeden tüm toplumun ihtiyaçlarını karşılayacaktır. Bu "evrensel tasarım" ın temelidir, yani iyi tasarım birkaç kişinin değil tüm grupların ihtiyaçlarını karşılamalıdır (Yaşar; 2008).

2.2.4.1. Dünya Geneline Tasarım Yasaları ve Amerikan Engelliler Kanunu

Görme engelliler için tabelalar yapılmasını zorunlu kılan ilk yasaları ABD gerçekleştirmiştir. Harf türlerini, boyutlarını, genişliklerini Braille yazılarını ve tabelaların konumlarını kesin olarak belirlemektedir. Zorunlu tabela yasalarındaki detaylar bakımından Avrupa ABD'nin gerisinde kalsa da bazı ülkeler açık, tutarlı, aynı zamanda esnek yasalar oluşturmak için çaba sarf etmektedir ve bunları bir eğitim süreciyle desteklemektedir (Yaşar; 2008).

Amerika Birleşik Devletleri'nde engellilere yönelik olarak birçok yasal düzenleme bulunmaktadır. Bu yasal düzenlemelerin bir kısmı eyalet düzeyinde olup sadece ilgili eyalet sınırlarında hüküm ve sonuç doğurmasına rağmen, bazı yasalar tüm ülke çapında etkili olan federal yasalardır.

Amerikan hukukunda engellilere yönelik önemli yasalar arasında:

- Individuals With Disabilities Education Act – IDEA (Engelli Bireyler Eğitim Yasası),
- Rehabilitation Act of 1973 – RA (1973 Rehabilitasyon Yasası),
- Americans With Disabilities Act of 1990 – ADA (1990 Engelli Amerikalılar Yasası),

- Fair Housing Amendments Act – FHAA (Uygun Yerleşim Islah Yasası),
- Telecommunications Act of 1996 (Telekomünikasyonlar Kanunu),
- Supplemental Security Income – SSI (Ek Güvenlik Geliri),
- Medicaid (Tıbbi Yardım)
- Social Security Disability Insurance – SSDI (Sosyal Güvenlik Engellilik Sigortası),
- Medicare (Tıbbi bakım) yer almaktadır.

Amerikan hukukunda, engelliler açısından iki federal yasa son derece önemlidir. Birincisi 1973 tarihli Rehabilitasyon Yasası (Rehabilitation Act of 1973 – RA), ikincisi ise 1990 tarihli Engelli Amerikalılar Yasası'dır. (Americans with Disabilities Act of 1990 – ADA). Federal düzeyde ve eyalet düzeyinde ayrı ayrı engellilik ve ayrımcılıkla ilgili pek çok düzenleme olmasına rağmen bu iki yasa ve özellikle Engelli Amerikalılar Yasası oldukça önemli konuma sahiptir (Çakmak; 2008).

Engelli Amerikalılar Yasası'nın yürürlüğe konma nedeni, engelli kişilerin iş alanlarında, devlet ve belediye hizmetlerinde toplumsal yerleşimde, ticari faaliyetlerde ve ulaşımda eşit haklara sahip olmalarını sağlamaktır (Çakmak; 2008)

Engelli Amerikalılar Yasası'na göre engellilik kavramı;

- Bireyin bir veya daha fazla ana yaşamsal aktivitesini büyük ölçüde sınırlayan fiziksel veya zihinsel bozukluğu
- bu tarz bir bozukluğun kaydını veya
- bu tarz bir bozukluğu olduğu kabul edilenleri karşılamaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GÖRSEL OKUNAKLILIK AÇISINDAN ÇEŞİTLİ KURUMLARIN İNCELENMESİ

M.Ö. mağara duvarlarında yolculuğa başlayan bilgilendirme, yönlendirme ve sergileme tasarımı günümüze geldikçe yaşanan gelişmelerden etkilenerek kurumların bir parçası olmaya başlamıştır. Etkili bilgilendirme ve yönlendirme yapılan bir mekanın bireyler üzerinde olumlu etkiler yaratması; iş gücü tasarrufu sağlaması, yalnızlık hissiyatı kaybettirmesi gibi özellikleri sayesinde kurumlar bireyler üzerinde yapıcı özellikler kazandıklarını görmüşlerdir.

Son yıllarda dünya çapında birçok kurum etkili bilgilendirme, yönlendirme ve sergileme tasarımı kullanmaya başlamıştır. Hastaneler, havalimanları, okullar, müzeler gibi birçok kurum etkili mekan grafiklerinin önemini fark etmiştir. Bu bölümde mekan grafiklerinin etkili kullanıldığı mekanlardan bir kaçını analiz edip; insanlar üzerindeki etkilerine ve mekana neler kazandıracığına bakacağız.

Türkiye'den sergileme tasarımının en etkili kullanıldığı iki kurumu; Osmanlı Bankası Müzesi ve Sakıp Sabancı Müzesi'nin tarihi doku korunarak nasıl modern bir müze formuna dönüştüğünü bu dönüşümde mekan grafiklerinin mekana neler kazandırdıklarını göreceğiz. Yurtdışından örneklerimiz ise; mekan grafiğine en çok ihtiyaç duyulan hastanelerdir. Randall Çocuk Hastanesi ve Boston Çocuk Hastanesi'nin ödül almış tasarımlarını inceleyeceğiz.

Ayrıca dünyanın en çok yolcu kapasitesine sahip havalimanlarından biri olan Dubai Uluslararası Havalimanında yönlendirme tasarımı açısından mekanın nasıl kullanıldığını inceleyeceğiz.

3.1. Randall Çocuk Hastanesi - Seattle



Kaynak: <http://www.mascotsforacure.org/wp-content/uploads/2016/09/randall-childrens-hospital-ext.jpg>

Şekil 57. Randall Çocuk Hastanesi Logo

Randall Çocuk Hastanesi, ABD Oregon eyaletindeki Portland'daki Legacy Emanuel Tıp Merkezi Çocuk Hastanesi olarak kurulmuştur. 2011 yılında inşası tamamlanan 165 yataklı hastane bloğunun ardından bugünkü ismini almıştır.



Kaynak: <https://mesdhospitalschool.files.wordpress.com/2013/11/randall-childrens-hospital.jpg?w=940g>

Şekil 58. Randall Çocuk Hastanesi Dıştan Görüntüsü

Randall Çocuk Hastanesi yanıklar, onkoloji, diş hekimliği, KBB, acil tıp, göz, ortopedi, cerrahi, yenidoğan v.b bir çok sağlık alanında çocuklara hizmet vermektedir. 334.000 m2 alana oturtulmuş dokuz katlı bir binadır. 165 özel oda, 22 ameliyathanesi bulunmaktadır. Çocuklara yönelik olan hastane yetişkin hastanelerinden tamamen ayrılmaktadır.



Kaynak: http://www.hoffmancorp.com/wp-content/uploads/2013/11/RandallCH_2.jpg

Şekil 59. Randall Çocuk Hastanesi; Çocuklara Göre Mekan Grafiği Hazırlanmıştır.

Çocukların rahatı düşünülerek dizayn edilen hastane üst düzeyde bakım hizmeti sunarken hasta yakınlarının da rahatı düşünülmüştür. Bulunduğu bölgede, kurulduğu günden bu yana çalışmalarıyla, tedavi yöntemleri ve dizaynıyla lider konumdadır. Ayrıca Randall Çocuk Hastanesinin grafik kimliği SEGD organizasyonu tarafından 2013'de ödüllendirilmiştir.

3.1.1. Mekan Grafiği ve İnsanlar Üzerindeki Etkisi

Randall Çocuk Hastanesi yapısı bakımından çocuklar göz önünde bulundurularak grafik kimliği oluşturulmuştur. Mekana katılan grafikler sayesinde hasta ve yakınları beklenmedik keşifler yapmakta böylelikle zihinleri dağılmaktadır. Hikayeleştirilen merdiven duvarları kullanıcıya keşifler yaptırırken bir yandan bilgilendirmiş ve yönlendirmiş olmaktadır.

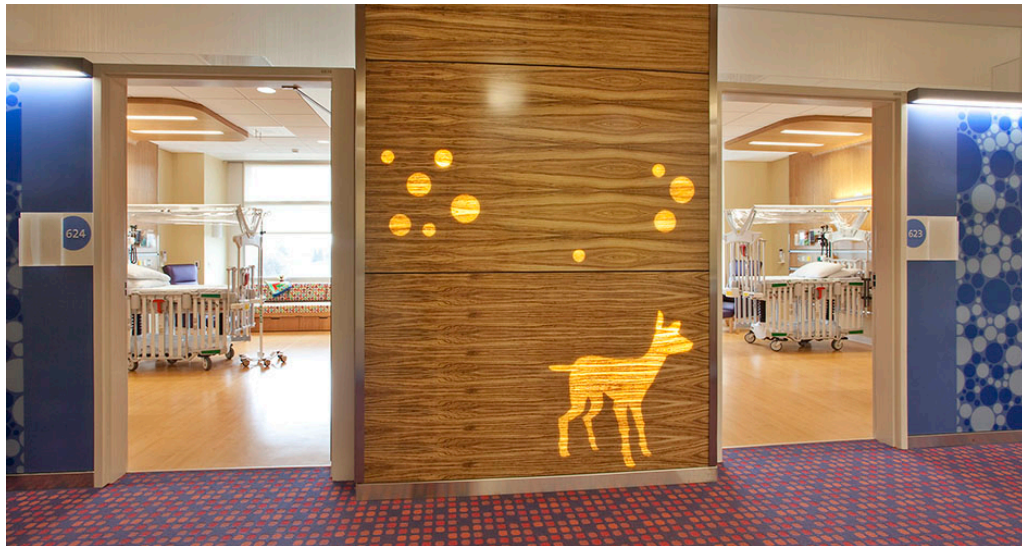
Masalsi koridorlar çocukların hem eğlenceli vakit geçirmesini sağlamakta hem de gidecekleri yere yönlendirmektedir.



Kaynak: http://www.mayerreed.com/wp-content/uploads/2013/09/randallchildrens_6_8_7.jpg

Şekil 60. Randall Çocuk Hastanesi; İç Mekan Grafiklerine Örnekler

Yönlendirme ve bilgilendirme amaçlı grafikler, doğanın renkleri ve hayvan motifleri ile birlikte tasarlanmış bu mekan; yaşayan ve ilham veren bir yer haline dönüşmüştür. Bu yaşayan ve ilham veren mekan içerisinde dolaşırken insanları farkında olmadan yönlendirmekte ve bilgilendirmektedir.



Kaynak: http://www.hoffmancorp.com/wp-content/uploads/2013/11/RandallCH_3.jpg

Şekil 61. Randall Çocuk Hastanesi; İç Mekan Grafiklerine Örnekler



Kaynak: http://www.hoffmancorp.com/wp-content/uploads/2013/11/RandallCH_3.jpg

Şekil 62. Randall Çocuk Hastanesi; İç Mekan Grafiklerine Örnekler

Bir çocuk hastanesi için ilgi çekici olması, kısıtlı tabela ve grafikler olmasına rağmen birbirini pekiştiren, yol bulmayı kolaylaştıran ve rahatlığı güçlendiren bir yapıya sahiptir.

3.1.2. Mekan Grafikleriyle Mekanın Kazandıkları

Randall Çocuk Hastanesi her katı ve bölümleriyle ilham verici bir hastanedir. Mekanda bulunan yönlendirme ve bilgilendirme amaçlı grafikler mekana güçlü bir kimlik kazandırırken kullanıcıya tüm yönleriyle mekanı deneyimleme fırsatı tanımaktadır. Sanat ve grafiklerle yaratılmış mekanları sayesinde psikolojik olarak hasta ve hasta yakınına destek sağlanmıştır.

Ayrıca mekan iyi tanıtıldığı için zamandan ve işgücünden de tasarruf edilmiştir. Mekanda kaybolma hissi ortadan kaldırılırken riskli ve rahatsız edici durumlar en aza indirilmiştir.



Kaynak: https://www.zgf.com/wp-content/uploads/2012/12/20.Randall_P80643_00_N241.jpg

Şekil 63. Randall Çocuk Hastanesi; Giriş Bölümü

3.2. Boston Çocuk Hastanesi - Boston

Boston Çocuk Hastanesi 1800'lü yıllarda kurulan ABD'nin en eski çocuk hastanelerinden biridir. 130 yılı aşkın süredir çocukların sağlığı için hizmet vermektedir. Boston Çocuk Hastanesi mevcut ve tarihsel başarıları nedeniyle dünya çapında bir bilinirliğe sahiptir.

Birleşmiş Devletler'deki en büyük pediatrik tıp merkezlerinden biridir. Yeni doğandan 21 yaşa kadar çocuklara eksiksiz sağlık hizmeti vermektedir. 40 klinik bölüm ve 225 uzman klinik programı bulunmaktadır. Boston Çocuk Hastanesi 1903 yılından bu yana Harvard Üniversitesi Tıp Fakültesi'ne bağlıdır.



Kaynak: https://en.wikipedia.org/wiki/Boston_Children's_Hospital#/media/File:Boston_Children%27s_Hospital_logo.svg

Şekil 64. Boston Çocuk Hastanesi Logo



Kaynak: http://s3.amazonaws.com/media.wbur.org/wordpress/1/files/2013/12/1204_boston-childrens-hospital.jpg

Şekil 65. Boston Çocuk Hastanesi Giriş Kısmı

3.2.1. Mekan Grafiği ve İnsanlar Üzerindeki Etkisi

Boston Çocuk Hastanesi; tarihi yapısı korunarak etkileyici bir mekan grafiğine sahiptir. Çocukların ilgisini çekecek simgeler ve renkler sayesinde yönlendirme etkili olarak yapılmıştır.



Kaynak: <http://www.twotwelve.com/wayfinding-systems/childrens-hospital-boston.html>

Şekil 66. Boston Çocuk Hastanesi Renkler ve Simgelerle Yapılan Yönlendirmeler

Hayvanların mekan grafiğinde kullanılması ise çocukların ilgisini çekerek mekana katılmalarını sağlamaktadır. Koridorların duvarlarında bulunan bilgilendirici grafikler hasta ve hasta yakınlarını mekan içinde gezintileri sırasında bilgilendirirken sıkılmaları önlenmiştir.



Kaynak: http://www.childrenshospital.org/~media/centers-and-services/programs/a_e/enteral-tube-program/photo_chb_lobby_300dpi.ashx?la=en

Şekil 67. Boston Çocuk Hastanesi Lobi



Kaynak: https://static1.squarespace.com/static/546bb37ee4b07c94715dea2f/5543ab4be4b03b82c61679f4/5543c19ce4b0b069d9b49d96/1430503855951/BOSTON+CHILDRENS_1_WEBSITE.jpg

Şekil 68. Boston Çocuk Hastanesi Duvarlarında Bulunan Panolar



Kaynak: http://img2.bbs.redocn.com/attachments/2014/20140603/20140603_2f28af83acf568289ec6NFqFMsk0A14j.jpg

Şekil 69. Boston Çocuk Hastanesi Yönlendirmeler



Kaynak: <http://www.twotwelve.com/wayfinding-systems/childrens-hospital-boston.html>

Şekil 70. Boston Çocuk Hastanesi Yönlendirmeler



Kaynak: <https://static1.squarespace.com/static/53bc04fde4b0b1bcc5a30e09/t/54198682e4b00b96ae150288/1410958986860/>

Şekil 71. Boston Çocuk Hastanesi Bilgilendirme



Kaynak: <http://www.twotwelve.com/wayfinding-systems/childrens-hospital-boston.html>

Şekil 72. Boston Çocuk Hastanesi Bilgilendirme

3.2.2. Mekan Grafikleriyle Mekanın Kazandıkları

Boston Çocuk Hastanesinde iyi bir yönlendirme ve bilgilendirme sağlanmıştır. Bu sayede mekan güven duygusu veren, mekanda bulunan insanların sıkılmasını önleyen; karmaşayı en aza indiren bir yapıya sahip olmuştur. Çocuk Hastanesi olma özelliğinden dolayı daha hassas ve çocukları düşünen bir mekan olma özelliği kazanmıştır. Mekan içerisinde çocuklar ebeveynleri olmadan da gidecekleri yeri kaybolma hissiyatı yaşamadan gidebilmeleri sağlanmıştır.

3.3. Osmanlı Bankası Müzesi - İstanbul

1856'da kurulan İngiliz sermayeli Bank - ı Osmani (Ottoman Bank) ile 1862 istikrazını üstlenen bir Fransız mali grubunun eşit ortaklığıyla 1863'te İstanbul' da Bank-ı Osmani-i Şahane adıyla kurulan banka 2001 yılında Garanti Bankasına katılmasıyla varlığı son bulmuştur.



Kaynak: <http://image.istanbul.net.tr/uploads/img12/istanbul-rehberi/muze/osmanli-bankasi-muzesi.jpg>

Şekil 73. Osmanlı Bankası Müzesi Logo

Osmanlı Bankasının genel merkez binası müze olarak kullanılmaya devam etmektedir. İstanbul, Karaköy'de bulunan müze Fransız mimarisine sahip bir binada bulunmaktadır. Osmanlı Bankası Arşiv ve Araştırma Merkezi tarafından yürütülen müze, dünyanın sayılı finans tarihi müzeleri arasında yer almaya adaydır.

Müzenin projesini, Tarih bilimci Prof. Dr. Edhem Eldem, Mimar Prof. Dr. İhsan Bilgin ve Tasarımcı Bülent Erkmen'den oluşan bir ekip üstlenmiştir.



Kaynak: http://www.istanbulkesfi.com/wp-content/uploads/2016/01/IMAG0986-1-770x439_c.jpg

Şekil 74. Osmanlı Bankası Müzesi

3.3.1. Mekan Grafiği ve İnsanlar Üzerindeki Etkisi

Müzenin Bulunduğu binanın yönlendirme tasarımı, kurumsal ve mekânsal kimliğinin bir parçasını oluşturuyor. İstiklal Caddesi ile Bankalar Caddesi'nin kültürel ve görsel mirasını vurgulayan bir çıkış noktasından tasarlanan işaretlendirme elemanları, siyah fon üstüne altın varak yazı karakteri kullanılarak üretildi. İşaretlendirme elemanları, bina içi dolaşımı ve görsel bilgilendirme sağlarken, aynı zamanda mekandaki mimari restorasyon malzemeleriyle de uyum içerisinde tasarlanmıştır.

Osmanlı Bankası Müzesi yönlendirme ve bilgilendirmelerinin yanı sıra sergileme tasarımıyla dikkatleri üstüne çekmektedir. İçerisinde bulunan arşiv etkileyici bir dizilime ve yapıya sahiptir. Binanın tarihi yapısı korunarak hazırlanan müze tavandan aşağıya doğru sarkan bölümler ile kullanıcıya standart müzelere göre yeni deneyimler kazandırmayı amaçlamıştır.

Tarihsel olarak bölünen panolar kullanıcının müzeyi gezerken başlangıç ve bitiş noktasını belirlemede kolaylık sağlamıştır. Ayrıca ortam ışıklarının kısık olup panoların ışıklandırılması tarihi evraklara dikkat çekilmesini sağlamıştır. Her panonun başında bulunan bilgilendirmeler kullanıcıya önünde bulunduğu panonun hangi konuda olduğunu anlamasını sağlamaktadır.

Bina içi yapılan yönlendirmeler de karmaşadan uzak; güven duygusu veren bir yapıya sahiptir. Kullanıcıya tarihi yapının duygusunu iyi hissettirmek için geleneksel doku korunarak modern bir yönlendirme yapılırken mekandaki kişilerin huzursuzluk hissi azaltılmıştır.



Kaynak: http://www.artfulliving.com.tr/image_data/content_image/c9ae599caabbc94db270739178b5624b.jpg

Şekil 75. Osmanlı Bankası Müzesi Sergileme Tasarımı



Kaynak: http://okoguide.com/upload/img/objects/Istanbul/STAM_7290.jpg

Şekil 76. Osmanlı Bankası Müzesi Sergileme Tasarımı



Kaynak: <http://ahmetsertac.com/koken/storage/cache/images/000/008/BIL-OSBM-04-Sergi-boeluemue-genel-6,large.1397588458.jpg>

Şekil 77. Osmanlı Bankası Müzesi Sergileme Tasarımı



Kaynak: http://ozgen.fr/wp-content/uploads/2011/11/SALT_Galata_ozgen_4.jpg

Şekil 78. Osmanlı Bankası Müzesinin Bulunduğu Binanın Yönlendirme Tasarımı



Kaynak: <http://www.cemkarakus.com/wp-content/uploads/2014/02/avUntitled-1-960x314.jpg>

Şekil 79. Osmanlı Bankası Müzesi Bulunduğu Binanın Yönlendirme Tasarımı

3.3.2. Mekan Grafikleriyle Mekanın Kazandıkları

Mekan tarihi bir yapıya sahip olmasından dolayı yapılan grafikler tarihi dokuya uyum sağlayacak şekildedir. Yapılan yönlendirme ve bilgilendirmeler siyah zemin ve altın varak yazılar kullanılarak mekan ve mekan grafikleri arasında uyum sağlanmıştır.

Etkili yapılan mekan grafikleri sayesinde, her ögesinin ait olduğu dönemin siyaseti, ekonomisi, toplumu, hatta gündelik yaşamı ve kültürü bağlamında incelenebileceği bir anlatım mekanı olan Osmanlı Bankası Müzesi, yalnızca bir kurumun öyküsünü aktarmakla kalmıyor, aynı zamanda yaşam temsilini de sunuyor.

3.4. Sakıp Sabancı Müzesi

Sabancı Üniversitesi Sakıp Sabancı Müzesi, zengin bir hat ve resim koleksiyonunu bünyesinde barındıran ve düzenlediği geçici sergilerle birçok ünlü sanatçının eserlerine ev sahipliği yapan bir sanat müzesidir. 2002 yılında ziyarete açılan müze, İstanbul'da Boğaziçi'nin en eski yerleşimlerinden Emirgan'da bulunan Atlı Köşk'te hizmet vermektedir.



Kaynak:https://tr.wikipedia.org/wiki/Sak%C4%B1p_Sabanc%C4%B1_M%C3%BCzesi#/media/File:Sakip_sabancı_museum_logo.png

Şekil 80. Sakıp Sabancı Müzesi Logosu

Müzenin ana binası olan villa, 1925 yılında Mısır Hidiv ailesinden Prens Mehmed Ali Hasan tarafından İtalyan mimar Edouard De Nari'ye yaptırılmış ve Hıdiv ailesinin değişik mensupları tarafından uzun yıllar yazlık konut olarak kullanılmıştır.

1951 yılında Adanalı sanayici Hacı Ömer Sabancı tarafından Hidiv ailesinden satın alınan köşk, aynı yıl satın alınarak önüne yerleştirilen Fransız heykeltıraş Louis Doumas'ın 1864 yapımı at heykelinden ötürü "Atlı Köşk" olarak anılmaya başlanmıştır.

1966 yılında Hacı Ömer Sabancı'nın vefatından sonra aile büyüğü olan Sakıp Sabancı tarafından sürekli konut olarak kullanılmaya başlanan Atlı Köşk, uzun yıllar Sakıp Sabancı'nın zengin hat ve resim koleksiyonunu barındırmış, 1998 yılında da Sabancı ailesi tarafından içindeki koleksiyon ve eşyalar ile müzeye dönüştürülmek üzere Sabancı Üniversitesi'ne bağışlanmıştır. Modern bir galerinin eklenmesiyle 2002 yılında ziyarete açılan Müze'nin sergileme alanları 2005 yılındaki düzenleme ile genişletilerek, teknik düzeyde uluslararası standartlara kavuşmuştur.



Kaynak: http://www.sakipsabancimuzesi.org/sites/default/themes/muze/images/background/arkaplan_kurumsal.jpg

Şekil 81. Sakıp Sabancı Müzesi Binası

3.4.1. Mekan Grafiği ve İnsanlar Üzerindeki Etkisi

Sakıp Sabancı Müzesi; tarihi doku korunarak müze yapısına dönüştürülmüş bir mekandır. Bu nedenle; mekan kullanıcılarına modern müze yapısına göre daha fazla keşfedilmesi gereken nokta sunmaktadır. Binanın girişinde bulunan yönlendirme ve bilgilendirmeler sayesinde mekanda bulunan tüm sergi mekanlarının kısa bir bilgisini verirken, bulunduğu yere yönlendirmeleri de sağlamaktadır.



Kaynak: https://www.google.com/culturalinstitute/beta/streetview/sak%C4%B1p-sabancı%C4%B1-museum/0wFue7JeNZdbsw?sv_lng=29.055790070464923&sv_lat=41.10592786685805&sv_h=5&sv_p=0&sv_pid=UOVwwpiIQP9P8ws21sf8LQ&sv_z=1

Şekil 82. Sakıp Sabancı Müzesi Yönlendirme Tasarımı



Kaynak: <http://www.acciona-apd.com/wp-content/uploads/2014/05/Collection-of-the-Arts-of-the-Book-and-Calligraphy-02comp.jpg>

Şekil 83. Sakıp Sabancı Müzesi Sergileme Tasarımı

Kalıcı sergilerin bulunduğu yerlerde sergileme tasarımı, geleneksel sergileme ve teknolojinin birleşimi ile yapılmıştır. Böylelikle kullanıcılarının alışık oldukları bir sergilemenin dışında bir deneyim kazandırmak için eserlerin yanına konulan barkodlar sayesinde tabletleri veya akıllı telefonları ile o tarihi eserin geçmişinden nasıl yapıldığına kadar birçok bilgiyi dinleyebilmeleri sağlanırken bir yandan da bilgiyi saklayıp daha sonra inceleme fırsatı da verilmiştir. Ayrıca; bazı tarihi eserlerin üst kısımlarına konulan küçük ekranlar sayesinde de eserin tarihi süreci veya yapımı ile ilgili kısa videolar oynatılarak kullanıcıya eserler ilgili daha detaylı bilgi verilmektedir.



Kaynak: <http://www.aljazeera.com.tr/sites/default/files/2012/05/09/BultenEklenti-634721706504960000.jpg>

Şekil 84. Sakıp Sabancı Müzesi Sergileme Tasarımı (Dijital Ekranlar)

Müze'de kullanılan yönlendirme sistemi modern yönlendirmelere göre daha geleneksel bir yapıya sahiptir. Labirent sistemi ile yönlendirmesi sağlanan alanda giriş ve çıkış kısımları ayrılmış böylelikle sergiyi gezen kişi giriş kapısından girdikten sonra eserlerin dizilimi sayesinde çıkış kapısına ulaşmaktadır. Sergi alanının içerisinde bulunan dijital bir oyun paneli ile de sergiye gelenlere eğlenceli vakit geçirmesi sağlanırken bir yandan da eserlerin içeriğine dahil bilgiler vermektedir. Süreli sergi alanlarında ise modern yönlendirmeler kullanılmıştır. Tarihi yapısı, teknolojinin kullanımı, süreli eserlerde modern yapı kullanımı gibi özellikler

sayesinde Sakıp Sabancı Müzesi içerisinde bulunan kişiye gezerken bir çok deneyimler sunan bir mekan özelliğine sahiptir.



Kaynak: http://95.211.168.15/news/7renk/newpics/news/140420142049447051250_2.jpg

Şekil 85. Sakıp Sabancı Müzesi Sergileme Tasarımı (Dijital Ekranlar)



Kaynak: Berna YAN

Şekil 86. Sakıp Sabancı Müzesi Sergileme Tasarımı



Kaynak: Berna YAN

Şekil 87. Sakıp Sabancı Müzesi Süreli Sergi Yönlendirme Tasarımı

3.4.2. Mekan Grafikleriyle Mekanın Kazandıkları

Tarihi yapı korunarak oluşturulan müze sanat ve mekan grafiklerinin iç içe kullanılmasıyla kullanıcılarına mekanı deneyimleme fırsatı vermektedir. Teknolojinin de mekana katılması sayesinde sergileme tasarımı daha etkili yapılmıştır.

Ayrıca sanat ve grafikler sayesinde kullanıcıyı dış dünyanın stresinden uzaklaşma fırsatı da sunulmuştur. Duvarlarda bulunan giydirmeler sayesinde sergi alanının atmosferi değiştirilmiş, her bölümün başına konulan bilgilendirme panoları ile de sergilenen eserle ilgili bilgiler genel olarak verilmiştir. Ziyaretçileri yönlendiren ve bilgilendiren grafikler mekanlara sonradan eklenmiş bir unsur değil, mimarisinin devamı niteliğindedir.

3.5. Dubai Uluslararası Havalimanı

Birleşik Arap Emirlikleri'nin en kalabalık şehri olan Dubai'de yer almaktadır. Dünyanın yolcu sayısı bakımından en işlek 6. havalimanı olan Dubai Uluslararası Havalimanı, sadece "uluslararası" yolcu sayı bazı alındığında listenin ilk başında yer almaktadır.



Şekil 88. Dubai Uluslararası Havalimanı Logo

Dubai Uluslararası Havalimanı; bölgenin başka bir havalimanına ihtiyacı olmayacak şekilde inşası yapılmış ve herhangi bir binaya ihtiyaç duymadan işlev görecektir. Dubai Havalimanı'nın üç terminali bulunmaktadır. Terminal 1 ve 3 doğrudan ortak bir geçiş bölgesi ile bağlantılıdır. 2 ise bağımsız yapıdadır. Uçağa binecek yolcular 1 ve 3. terminaller arasında rahatça hareket edebilmektedir.

3.5.1. Mekan Grafiği ve İnsanlar Üzerindeki Etkisi

Havaalanları; dünyadaki yüz binlerce insanın üzerinden geçtiği en yoğun yerlerden bazıları olduğundan bu stresli ortamlarda insanları mümkün olan en hızlı ve sessiz yolla rahatlatmak için en iyi yönlendirme sistemlerini sağlamak çok önemlidir.

Dubai Uluslararası Havalimanı'nda bulunan yönlendirme ve bilgilendirme sistemleri sayesinde, mekanın verimli kullanımı artırılmış, bireylere güven hissiyatı verilmesi sağlanmıştır. Ayrıca; mekana kurumsal bir yapı kazandırılmıştır. Mekana yerleştirilen dijital tabelalar etkili ve hızlı bir görsel iletişim sağlarken, kullanıcıların mekanı hızlı bir şekilde deneyimlemesine olanak tanımaktadır.



Kaynak: <http://kingsmen-me.com/wp-content/uploads/2014/07/DIA-2012-Info-Zone-A-016-33.jpg>

Şekil 89. Dubai Uluslararası Havalimanı Yönlendirme İçin Yapılan Dijital Ekranlar

Dubai Havalimanı'nın güçlü yönlendirme sistemi sayesinde bina içerisinde ilham verici nirengi noktaları oluşturulmuştur. Bina içinde; günlük hizmetini yapan çalışanların yönlendirme ve bilgilendirmeler sayesinde zamandan ve işgücünden tasarruf sağlanmaktadır. Kaybolma, korku, huzursuzluk, stres faktörleri azaltılmış ve iyi bilgilendirme sayesinde rahatsız edici durumlarda en aza indirme sağlanmıştır.

3.5.2. Mekan Grafikleriyle Mekanın Kazandıkları

Dubai Uluslararası Havalimanında, yolculara yol bulma becerisini geliştirmek için kapı numaralandırma yeni bir alfa - nümerik (karakter dizini) sistemi kullanılmaktadır. Yönlendirme tabelalarının okunabilirliğini sağlamak için yüksek

kontrastlı tabelalar kullanılmıştır. Ayrıca; uluslararası bir yapıya sahip olan havalimanı yönlendirme ve bilgilendirme açısından yüksek bir sembol dili kullanmaktadır. Bu durumda ziyaretçilerin sembollerini okuyarak gidecekleri yeri bulmalarını sağlamaktadır.



Kaynak: http://www.hoteliermiddleeast.com/pictures/Dubai_International.jpg

Şekil 90. Dubai Uluslararası Havalimanı Nirengi Noktası



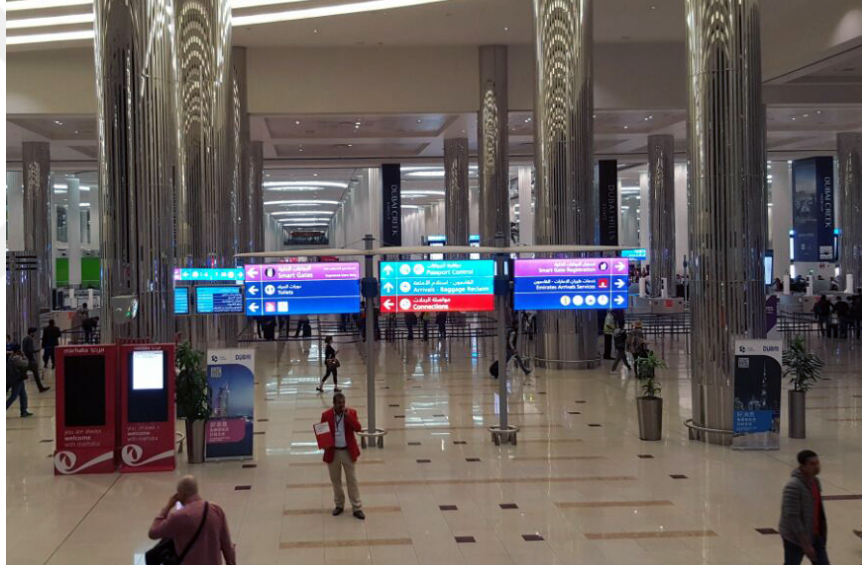
Kaynak: http://www.livingindubai.org/wp-content/uploads/2016/05/7588727372_734ae694ff_k.jpg

Şekil 91. Dubai Uluslararası Havalimanı Yönlendirme Tasarımı



Kaynak: <http://i.stack.imgur.com/uSipb.jpg>

Şekil 92. Dubai Uluslararası Havalimanı Yönlendirme Tasarımı



Kaynak: Bülent MUTLU

Şekil 93. Dubai Uluslararası Havalimanı Dijital Yönlendirme Tasarımı

Temel yol bulma sistemlerinin ötesinde, çevresel grafikleri sayesinde bireye güven hissi verirken, kendi başına yolunu bulma kolaylığını da sağlamıştır. Dubai Uluslararası Havalimanı'nda yapılan yönlendirme sistemleri sayesinde günde milyonlarca insanın verimli bir şekilde yönlendirirken, havalimanı içinde bir dizi konum arasında rahatça hareket etmesini de kolaylaştırmıştır. Örneğin; tuvaleti bulma, içecek alma, uçuş sırasında bir şeyler satın alma veya hediyelik bir şeyler almak istemek gibi alanlara yönlendirmeyi içerir.

SONUÇ

İnsanoğlu'nun mağara duvarlarına çizdiği çizimlerle başlayan yolculuğu 18. yüzyılda Sanayi Devriminin ortaya çıkmasıyla oluşan şehirleşme; bununla birlikte teknolojinin gelişmesi küresel süreçleri etkilemiş ekonomi de değişiklikler yaparak kurum dediğimiz yapıyı ortaya çıkarmıştır.

Bu süreç içerisinde kendimize yeni yaşam mekanları oluşturarak zamanımızın çoğunu buralarda geçirmeye başladık. Okullar, Alışveriş Merkezleri, Kamu Daireleri, Özel Şirketler, Hastaneler, Spor Merkezleri, Havalimanları, Şehirlerarası otobüs terminalleri gibi... Kiminde uzun vakitlerimizi geçirirken; kiminde gideceğimiz yere ulaşmak için geçici olarak kullanmaktayız.

Gün geçtikçe büyüyen kalabalıklaşan dünyada bilgi yoğunluğu da artmakta ve karmaşıklaşmaktadır. Yukarıda bahsettiğimiz mekanlarda bu bilgi karmaşasından nasibini almaktadır. Bilgiyi sadeleştirmek ve en doğrusunu sunmak; hem bireye kolaylık sağlarken hem de zamandan da tasarruf sağlayacaktır. Kurumsal mekanların iyi organize edilmesi bilgi karmaşasını önlemede önemli bir noktadır. Mekan dediğimiz alan kapalı ve sınırlıdır. Burada bulunan bireyin bulunduğu mekanla sürekli iletişim içinde olması gerekirken mekanın güven hissiyatını da vermesi çok önemlidir. Tersine bir durumda birey kendini bulunduğu mekana ait hissetmeyecek mutsuz ve güvende hissetmeyerek mekandan zorunlu aktivitelerini gerçekleştirerek mekandan ayrılacaktır.

Özellikle büyük kentlerde mekan ve zaman hissini güçlendirmemiz gerekmektedir. Kalabalık ve değişken insan kitlesine sahip büyük kentlerde bulunan mekanların anlaşılabilir olabilmeleri için mekan grafiklerine ihtiyacı bulunmaktadır. Mekanlarda yapacağımız bilgilendirme ve yönlendirme tasarımlarıyla kişilerin kararlarını etkileyebilir, farklı kültürleri, anlayışları ve ihtiyaçlarını birbirine yaklaştırabiliriz.

Mekanları organize ederken bir çok alan işbirliği içinde olmalıdır. Bunlar; Mimari, İç Mimari, Grafik Tasarım, Sosyoloji, Psikoloji, İletişim ve Göstergibilimdir. Bu alanların bir arada organize edildikleri mekanların kendilerini daha iyi ifade edeceği aşikardır. Biz tasarımcılara bu alanda çok iş düşmektedir. Diğer disiplinlerarası alanlarla iletişim halinde olmamız ve onların alanlarındaki gelişmeleri de takip etmemiz; yapacağımız mekan grafiklerini ona göre çıkarmamız, insanlara en doğru bilgiyi sunmamız da bize yol gösterecektir.

Türkiye'de bulunan kurumsal mekanların mekan grafiklerine ihtiyacı bulunmaktadır. Bu konuda çok eksiklerimiz vardır. Hastaneler, okullar ve diğer mekanlar... Hızlı bir şekilde ülkemizde bununla ilgili çözümler üretilmeli planlar yapılmalıdır. Özellikle üniversitelerimizde bölümler açılmalı öğrenciler yetiştirilmeli; bahsettiğimiz disiplinler arası alanlarla işbirliği yapılmalıdır. Ülkemizde ve diğer ülkelerde yüzlerce, binlerce engelli insan bulunmakta mekanların onların da güvenle tek başlarına gezebilecekleri mekanlar haline getirilmesi gerekmektedir. Bu kısımda da mekan grafiklerine çok ihtiyaç duyulmaktadır.

Mekanla insan arasında kuracağımız iletişim sistemi sayesinde mekana kendini ifade edebilme özelliği sağlamış olacağız. Atalarımız "vakit" nakittir demiştir... İşte mekanlarda yapacağımız etkili mekan grafikleri sayesinde zamandan tasarruf sağlarken; bireye psikolojik destek sağlanabildiği gibi kaybolmanın vereceği huzursuzluk hissi nedeniyle oluşabilecek stres ortadan kaldırılacaktır. Ayrıca mekanlarda oluşturabileceğimiz nirengi noktaları sayesinde mekanı daha canlı ve etkili kılmamız mümkün olacaktır. Mekanlarda vakitlerini geçiren işlerinde etkili mekan grafikleri sayesinde iş verimlilikleri artmaktadır.

KAYNAKÇA

Banu İnanç Uyan Dur (2011). Bilgilendirme Tasarımı Tarihçesi - Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi - Ankara Hacettepe Üniversitesi

Gavin Ambrose / Paul Harris (2005). Grafik Tasarımda Tipografi - Literatür Yayınları

Grafik Tasarım Dergisi (2006). Sayı : 1

Grafik Tasarım Dergisi (2009). Sayı : 28

Tuçcan Güler (2008). Grafik Tasarımda Yeni Bir Alan: Bilgilendirme Tasarımı ve Bir Uygulama - Sanatta Yeterlilik Tezi - Dokuz Eylül Üniversitesi

Atakan Yaşar (2011). Mimari ve Kentsel Alanda Grafik Tasarım - Yüksek Lisans Tezi - Yeditepe Üniversitesi

Mürvet (Beis) Başer (1994). Görsel İletişimde Piktogram ve Sembollerin İnsan Üzerindeki Etkileri - Yüksek Lisans Tezi - Anadolu Üniversitesi

Ömer Erem / Uğur Erkman (2003). Tatil Köylerinin Okunabilirliğinde Çevre İşaretlerinin Rolü - İTÜ Dergisi Cilt: 2 Sayı: 1

Yrd. Doç. Dr. Tarık Yazar (2012). Görsel İletişim Aracı Olarak İşaret, Piktogram ve Sembollerin Kullanım Alanlarına Göre İnsan Davranışları Üzerindeki Etkileri ve Semiyotik Açından Değerlendirme... Bu Makale Başkent Üniversitesi Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesinin Düzenlemiş Olduğu 1. Sanat ve Tasarım Eğitimi Sempozyumunda Bildiri Olarak Sunulmuştur...

Melike Özmen. Bilgi Toplumu'nda Yaşamın Getirdiği Sosyal ve Kültürel Değişikliklerin Görsel İletişim Tasarımı Alanındaki Etkileri ve Bilgilendirme Tasarımı - Makale - Yeditepe Üniversitesi Yüksek Lisans

Emine Köseoğlu (2012). Kurgusal Olarak Farklılaşan Örüntülerde Mekansal Okunabilirliğin Biçimsel Dizimsel ve Öznel Boyutları - Doktora Tezi - Yıldız Teknik Üniversitesi

Amine Refika Zedeli (2014). İnfografiklerin Görsel Ve İçeriksel Açından Dergi Tasarımındaki Yeri - Yüksek Lisans Tezi - Haliç Üniversitesi

Banu İnanç Uyan Dur (2014). Bilgi Çağında Görsel İletişim Tasarımı Eğitiminde Veri Görselleştirme Ve İnfografik - Makalenin Orjinali Uluslararası Bir Dergide İngilizce Yayınlanmıştır.

Banu İnanç Uyan Dur. Çevresel Grafik Tasarım'ın Uygulama Alanları - Makale - Gazi Üniversitesi

Elif Ataman (2015). Mekan Tasarımında Grafik Tasarımın Rolü ve Önemi - 4. Ulusal İç Mimarlık Sempozyumu, Mekan Tasarımında Disiplinlerarası Yaklaşımlar, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi , Mayıs 2015, s.3-12

Yazılar (2010). Grafikerler Meslek Kuruluşu Sayı : 89

Emine Köseoğlu / Deniz Erinsel Önder (2010). Mekansal Okunabilirlik Kavramının Çözümlemesi - English Summary On Page 56

Banu İnanç Uyan Dur (2011). Bilgilendirme Tasarımında İlkeler, Öğeler Ve Uygulama Sorunları / Bilgilendirme Tasarımı Uygulaması - Sanatta Yeterlilik Tezi - Hacettepe Üniversitesi

Ebru Atabek (2002). Kamusal Mekanlarda Kalite : Yıldız Teknik Üniversitesi Kampüsü'nde Kullanıcı Görüşlerine Dayalı Kalite Değerlendirmesi - Yüksek Lisans Tezi - İstanbul Teknik Üniversitesi

Kerem Kemal Öztürk (2012). Ulusal Basında Bilginin Sunumu : İnfografik ve İllüstrasyonlar -Yüksek Lisans Tezi - Mustafa Kemal Üniversitesi

Kürşat Gülrenk (2015). Görsel İletişimde Bilgi Mimarlığı ve İnfografik Tasarımlar - Yüksek Lisans Tezi - İstanbul Kemerburgaz Üniversitesi

Berna Güç (2015). Okunabilirlik ve Erişilebilirlik Açısından Hastane Dolaşım Alanlarındaki Mekansal Düzenin Etkisi: Süleyman Demirel Üniversitesi Poliklinikleri - Araştırma Makalesi - Süleyman Demirel Üniversitesi Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi 3(3), ÖS:Ergonomi2015, 425-432, 2015

Prof. Dr. Buket Akkoyunlu (2015). Eğitimde Bilgi Görselleştirme : Kavram Haritalarından İnfografiklere - Eğitim Teknolojileri Okumaları - Hacettepe Üniversitesi

Ebru Taş (2014). Kentsel Alanlarda Yer Alan Piktogramların Bilgilendirme İşlevleri ve Tasarım Açısından İncelenmesi - Yüksek Lisans Tezi - Haliç Üniversitesi

Gülsemin Kılıçarslan . Mimaride Engelliler İçin Kolaylaştırıcı Yaşam Konforunun Evrensel Erişim Düzeyinde İrdelenmesi- Sunum - İstanbul Üniversitesi

Richard Poulin. Graphic Design 4 Architecture A 20th - Century History

Graphic Design İn Architecture. Zhou Jie Guan Muzi Gao Li Ying - Liaoning Bilim ve Teknoloji Basım

Can Bilgili / Hasan Fehmi Ketenci (2006). Görsel İletişim ve Grafik Tasarımı- Beta Yayınları

Emre Becer (2006). İletişim ve Grafik Tasarım

Dijital Kaynakça

İnfografik.com.tr

www.obmuze.com

www.dubaiairports.ae

tr.wikipedia.org

www.sakipsabancimuzesi.org



ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Ad ve Soyad : Berna YAN
Doğum Yeri : İstanbul
Doğum Tarihi : 08.10.1988
Medeni Durumu : Bekar
E-Mail : bbernan@hotmail.com

EĞİTİM DURUMU

İlköğretim : 1994 - 1997 Mardin Sakarya İlkokulu
1997 - 1998 İstanbul Barbaros Hayrettin Paşa İlköğretim Okulu
1999 - 2002 İstanbul Fatih Hırka -i Şerif İlköğretim Okulu
Lise : 2002 - 2005 İstanbul Sağmalcılar Lisesi

Meslek Yüksek Okulu : 2008 - 2010 İstanbul Arel Üniversitesi Grafik Tasarımı

Lisans : 2010 - 2013 İstanbul Arel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarımı Anabilim Dalı

YABANCI DİL

İngilizce

İŞ TECRÜBELERİ

08.2006 - 02.2008 Artı Bir Yayınları, Grafik Tasarımcı

01.2013- 04.2013 Galatasaray TV, Grafik Tasarımcı

07.2013 - Devam Ediyor. Bahçeşehir Tasarım Ofisi, Ajans Başkanı-Grafik Tasarımcı