

**T.C.
ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI ANASANAT DALI**



**ÇEVRESEL GRAFİK TASARIM UYGULAMALARININ MEKAN
KARAKTERİNE ETKİSİ VE OMÜ FEN FAKÜLTESİ İÇİN
PROJE ÖNERİSİ**

Yüksek Lisans Tezi

Tuğba MERMERCİ

Danışman
Prof. Dr. Ali SEYLAN

SAMSUN
2023

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK RAPORU

Hazırladığım Yüksek Lisans tezinin Hazırladığım Yüksek Lisans tezinin bütün aşamalarında bilimsel etiğe ve akademik kurallara riayet ettiğimi, çalışmada doğrudan veya dolaylı olarak kullandığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin Kaynaklar'da gösterilenlerden oluştuğunu, her unsurun enstitü yazım kılavuzuna uygun yazıldığını ve TÜBİTAK Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu Yönetmeliği'nin 3. bölüm 9. maddesinde belirtilen durumlara aykırı davranılmadığını taahhüt ve beyan ederim.

Etik Kurul Gerekli mi?

Evvet ☐ (Gerekli ise ekler kısmına ekleyiniz)

Hayır ☒

23/06/2023
Tuğba MERMERCİ

TEZ ÇALIŞMASI ÖZGÜNLÜK RAPORU BEYANI

Tez Başlığı: ÇEVRESEL GRAFİK TASARIM UYGULAMALARININ MEKAN KARAKTERİNE ETKİSİ VE OMÜ FEN FAKÜLTESİ İÇİN PROJE ÖNERİSİ

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışması için şahsım tarafından 23.06.2023 tarihinde intihal tespit programından alınmış olan özgünlük raporu sonucunda;

Benzerlik oranı : %3

Tek kaynak oranı : %1 çıkmıştır

23/06/2023
Prof. Dr. Ali SEYLAN

ÖZET

ÇEVRESEL GRAFİK TASARIM UYGULAMALARININ MEKAN KARAKTERİNE ETKİSİ VE OMÜ FEN FAKÜLTESİ İÇİN PROJE ÖNERİSİ

TUĞBA MERMERÇİ

Ondokuz Mayıs Üniversitesi

Lisansüstü Eğitimi Enstitüsü

Görsel İletişim Tasarımı Ana Sanat Dalı

Yüksek Lisans, Haziran / 2023

Danışman: Prof. Dr. Ali SEYLAN

İletişim gönderilen bir mesaj ile başlamaktadır. Günümüzde görsel iletişim tasarımının multi-disipliner yaklaşıma açık olduğu görülmektedir. Görsel iletişimin asıl amacı ise basit ve hızlı olarak oluşturulan mesajların gönderilmesine olanak vermesidir. Görsel iletişim ve mimari mekân kavramı ile tek noktada buluşmaktadır. Mekân tasarımı alanında grafik tasarım uygulamaları iç mekanların algılanma ve okunmasında kolaylık sağlayarak, mesajların daha hızlı bir şekilde iletilmesinde rol oynamaktadır. Görsel iletişim tasarımı da günümüzde farklı disiplinlerle yaptığı iş birlikleri ile yeni olanlar ortaya koymaktadır. Bu alanlardan bir tanesi farklı disiplinleri bir arada tutan mekân tasarımıdır. Artık mekâna ilişkin problemler bir disiplin olarak mimarlığın ve grafik tasarımın çalışma kapsamını genişleterek çalışma alanına mekânı da dahil etmesi ile birlikte, artık görsel iletişim tasarımı mekâna ilişkin iletişim problemlerinin çözümünde de etkin rol oynamaktadır.

“Çevresel Grafik Tasarım Uygulamalarının Mekan Karakterine Etkisi ve Omü Fen Fakültesi İçin Proje Önerisi” başlıklı olan bu çalışma, bir düşüncenin ya da mesajın amacının dışı vurulmasını, grafik tasarım ürünleriyle bilgilendirmesini amaçlanmaktadır. Bu çalışmada mimari ve grafik tasarımın arakesiti olan mekân kavramı ele alınarak tasarımlarının mekâna kattığı işlev, faydalarının vurgulanması amaçlanmıştır.

Anahtar Sözcükler: Mekân, Grafik Tasarım, Çevresel Grafik Tasarım, Görsel İletişim Tasarımı, mimari

ABSTRACT

THE EFFECT OF ENVIRONMENTAL GRAPHIC DESIGN APPLICATIONS ON SPACE CHARACTER AND PROJECT PROPOSAL FOR OMÜ SCIENCE FACULTY

TUĞBA MERMERCİ

Ondokuz Mayıs University

Institute of Graduate Studies

Department of Visual Communication Design

Master, June/2023

Supervisor: Prof. Dr. Ali SEYLAN

Space, Graphic Design, Environmental Graphic Design, Visual Communication Design, Architecture Communication starts with a message sent. Communication starts with a message sent. Today, it is seen that visual communication design is open to a multi-disciplinary approach. The main purpose of visual communication is to enable the sending of simple and fast messages. Visual communication and architecture meet at a single point with the concept of space. Graphic design applications in the field of space design facilitate the perception and reading of interiors and play a role in conveying messages more quickly. Visual communication design also reveals new ones with its collaborations with different disciplines today. One of these areas is spatial design, which brings different disciplines together. Now that the problems related to the space have expanded the scope of architecture and graphic design as a discipline and included the space in the field of study, visual communication design plays an active role in the solution of communication problems related to the space.

This study titled "The effect of environmental graphic design applications on space character and project proposal for omu science faculty" aims to express the purpose of an idea or message and inform it with graphic design products. In this study, the concept of space, which is the intersection of architecture and graphic design, is discussed and it is aimed to emphasise the function and benefits that the designs add to the space.

Keywords: Space, Graphic Design, Environmental Graphic Design, Visual Communication Design, architecture

ÖN SÖZ VE TEŞEKKÜR

Hayatım boyunca yanımda olan ve beni her konuda motive edip destekleyen anneme ve kız kardeşlerime, üniversite hayatım boyunca üzerimde emeği geçen değerli hocam ve tez danışmanım Prof. Dr. Ali SEYLAN'a, tez sürecimde mimarlık eğitimi hakkında benimle tüm bilgi ve tecrübelerini paylaşan Ece ve Esat GÜMÜŞ ailesine, tüm eğitim sürecimde her zaman yanımda olup beni destekleyen OMÜ Güzel Sanatlar Fakültesi Araştırma Görevlisi sevgili Ulaş GÜDEK'e ve kariyer planlamalarımnda beni her zaman destekleyen yöneticim Sultan Nur BULUT'a teşekkür borçluyum.

Tuğba MERMERCİ



İÇİNDEKİLER

TEZ KABUL VE ONAY.....	i
BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK RAPORU.....	ii
TEZ ÇALIŞMASI ÖZGÜNLÜK RAPORU BEYANI.....	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	iv
ÖN SÖZ VE TEŞEKKÜR.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	vii
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Problem.....	2
1.2. Amaç.....	3
1.3. Sınırlılıklar.....	3
1.4. Yöntem.....	3
1.5. Araştırma Modeli.....	3
1.6. Evren.....	4
1.7. Örneklem.....	4
1.8. Veriler ve Toplanması.....	4
2. MEKAN KİMLİĞİNİ BELİRLEYEN ELEMANLAR.....	5
2.1. Mekân Nedir?.....	5
2.2. Mekân Algısı.....	9
2.3. Mekân Karakteri.....	18
2.4. Mekân Çeşitleri.....	23
3. ÇEVRESEL GRAFİK TASARIM.....	35
3.1. Yönlendirme Tasarımı.....	39
3.2. Sergileme Tasarımı.....	50
3.3. Bilgilendirme Tasarımları.....	57
4. OMÜ FEN EDEBİYAT FAKÜLTESİ GRAFİK UYGULAMALARI İLE MEKAN KİMLİKLENDİRME PROJESİ.....	62
4.1. Üniversite Kampüslerinde Kurum Kimliği.....	62
4.2. OMÜ Fen Fakültesinin Mekan İletişimi Açısından İncelenmesi.....	66
4.3. Yeni Kimlik Çerçevesi.....	77
4.4. Tasarım Uygulamaları.....	82
5. SONUÇ.....	95
KAYNAKÇA.....	97
ÖZ GEÇMİŞ.....	106

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. İnsanların konumuna bağlı mekânsal algılama şeması (Joedicke, 1985)	15
Şekil 1. Mekanın Duyum Şeması (Göler, 2009).	15
Şekil 3. Andrea Mosca tarafından oluşturulan Creative Studio-1 (Andrea Mosca, 2016: web).	26
Şekil 4. Andrea Mosca tarafından oluşturulan Creative Studio-1 (Andrea Mosca, 2016: web).	26
Şekil 5. Modus mimarlık firması tarafından oluşturulan danışma bürosu dış mekan tasarımı	28
Şekil 6. Modus mimarlık firması tarafından oluşturulan danışma bürosu iç ve dış mekan tasarımı	29
Şekil 7. Özbekistan GTL-GSS için tasarladığım geçici mekân tasarımı örneği (2021 Arşivimden).....	34
Şekil 8. Londra’da Henry Beck tarafından tasarlanan Londra Metro Haritası	37
Şekil 9. 127 John Street, New York (1968)	38
Şekil 10. System Residential Complex (Researchgate: web).	43
Şekil 11. Kenya Hara tarafından Tokyo Umeda Doğum Hastanesi için tasarlanan yönlendirme tasarımları (Umedahospital, web: 2015).	44
Şekil 12. Kültür Üniversitesi yönlendirme tasarımı (Sergi.gmk.org, web).....	45
Şekil 13. Ostuzhev Mall alışveriş merkezi yönlendirme tasarımı (dpprofile, web).....	46
Şekil 14. Ostuzhev Mall alışveriş merkezi yönlendirme tasarımı (dpprofile, web).....	47
Şekil 15. Amsterdam Schiphol Havalimanı (iStock, web).	48
Şekil 16. After 2021 sergi arşivimden	52
Şekil 17. Herbert Bawet sergileme tasarım (Thecharnelhouse, web: 2013).	55
Şekil 18. Fransa’nın Carrières de Lumières’de oluşturulan Van Gogh dijital sergisi.....	56
Şekil 19. İngiltere National Building Museum için hazırladığım infografik çalışması	61
Şekil 20. OMÜ Fen Fakültesi kişisel arşiv görselleri	67
Şekil 22. OMÜ Fen Fakültesi kişisel arşiv görselleri	68
Şekil 22. OMÜ Fen Fakültesi kişisel arşiv görselleri	69
Şekil 23. OMÜ Fen Fakültesi kişisel arşiv görselleri	70
Şekil 23. OMÜ Fen Fakültesi kişisel arşiv görselleri	71
Şekil 25. OMÜ Fen Fakültesi kişisel arşiv görselleri	72
Şekil 26. OMÜ Fen Fakültesi kişisel arşiv görselleri	73
Şekil 24. OMÜ Fen Fakültesi kişisel arşiv görselleri	74
Şekil 25. OMÜ Fen Fakültesi kişisel arşiv görselleri	75
Şekil 26. OMÜ Fen Fakültesi kişisel arşiv görselleri	76
Şekil 30. OMÜ Fen Fakültesi yönlendirme sistemi için oluşturulan kodlama sistemi	78
Şekil 31. OMÜ Fen Edebiyat Fakültesi için oluşturulan icon tasarımları	79

Şekil 32. OMÜ Fen Edebiyat Fakültesi yönlendirme tasarımları için oluşturulan dört headline	80
Şekil 33. OMÜ Fen Edebiyat Fakültesi D Blok modelleme ve kat planları	80
Şekil 34. OMÜ Fen Edebiyat Fakültesi 3D Modelleme Tasarımı	81
Şekil 35. OMÜ Fen Edebiyat Fakültesi 3D Modelleme Tasarımı	81
Şekil 30. OMÜ Fen Fakültesi için tasarladığım örnek proje uygulaması	82
Şekil 31. OMÜ Fen Fakültesi tasarladığım 2D iç mekan ve yönlendirme tasarımı.....	83
Şekil 32. OMÜ Fen Fakültesi binalar ve katlar arası geçişte uygulanan renkli yönlendirme tasarımları.....	83
Şekil 32. OMÜ Fen Fakültesi merdiven alanları için tasarlanan yönlendirme sistemi.....	84
Şekil 33. OMÜ Fen Fakültesi merdiven alanları için tasarlanan yönlendirme sistemi.....	84
Şekil 34. OMÜ Fen Fakültesi asma katlar arası için tasarlanan yönlendirme sistemleri.....	85
Şekil 35. OMÜ Fen Fakültesi merdiven alanları için tasarlanan yönlendirme ve aydınlatma sistemi	85
Şekil 36. OMÜ Fen Fakültesi merdiven alanları için tasarlanan yönlendirme ve aydınlatma sistemi	86
Şekil 36. OMÜ Fen Fakültesi kapı ve koridor alanı renklendirme ve aydınlatma sistemi	87
Şekil 39. OMÜ Fen Fakültesi kapı üzeri yönlendirme tasarımı.....	87
Şekil 37. OMÜ Fen Fakültesi kapılar için oluşturulan iki boyutlu tasarım	88
Şekil 39. OMÜ Fen Fakültesi kapılar için oluşturulan tasarım.....	88
Şekil 40. OMÜ Fen Fakültesi yeni tasarlanmış aydınlatma sistemi	89
Şekil 41. OMÜ Fen Fakültesi yönlendirme ve bilgilendirme grafiği tasarımı.....	90
Şekil 42. OMÜ Fen Fakültesi yönlendirme tasarımı ve illüstrasyon uygulaması.....	90
Şekil 43. OMÜ Fen Fakültesi yönlendirme tasarımı ve illüstrasyon uygulaması.....	91
Şekil 44. OMÜ Fen Fakültesi dikdörtgen yönlendirme tasarımı	91
Şekil 42. OMÜ Fen Fakültesi yönlendirme ve bilgilendirme grafiği tasarımı.....	92
Şekil 46. OMÜ Fen Fakültesi yönlendirme tasarımı ve sergileme tasarımı	92
Şekil 47. OMÜ Fen Fakültesi yönlendirme tasarımı ve sergileme tasarımı	93
Şekil 56. OMÜ Fen Fakültesi dış mekan yönlendirme tasarımları	94
Şekil 57. OMÜ Fen Fakültesi dış mekan yönlendirme tasarımları	94

1. GİRİŞ

Günümüzde sosyal, ekonomik, teknolojik ve çevresel şartların değişip gelişmesiyle çeşitli uzmanlık alanlarında disiplinler arası iş birliği ihtiyacını da beraberinde getirmiştir. İş birliğine ihtiyaç duyan birçok disiplinin kendine ait bir dili vardır. Ortak çıktılar ortaya koymak amacıyla, birbiriyle etkileşime geçen disiplinlerde çeşitli sınırlılıklar ön plana çıkmaktadır. Görsel iletişim tasarımı ise bu sınırlılıkları ortadan kaldırarak evrensel olması özelliğiyle, birleştirici ve tamamlayıcı bir rol üstlenmiştir. Görsel iletişim kavramı günümüzde giderek genişlemiş ve birçok alanda ortak iletişim alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. İletişim alanında bir dil oluşturmak amacıyla mimarlar ve tasarımcılar artık mekânda birlikte bir arada bulunarak, yeni bir iletişim biçimi ortaya koymaktadırlar.

Mekan olmadan, yaşam mümkün değildir (Norberg-Schulz, 1988: 16). İnsanoğlu var olduğu andan beri kendisini güvende hissetmek, ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla mekân yaratma ihtiyacını gidermeye çalışmıştır. Mekânsal yapılar sosyal yaşamın medyana geldiği sahneler olmakla birlikte, sosyal ilişkilerin üretildiği ve düzenlendiği bir araç olduğunu ileri sürmüştür (Pearson and Richards, 1994: 3). Mekanlar bireyde ait olma duygusu yaratan, aktivite ve eylemlerini yerine getirdikleri özel ortamlardır. 1960’lardan beri mimarlık, disiplinler arası tasarım mekanla olduğu kadar insanla da ilişkilidir. Bu yüzden mimarlık ve tasarım kavramlarının insan ihtiyaçlarına göre şekillendiği görülmektedir. Günümüzde bireylerin ihtiyaçları mekânın oluşmasında, mekân tasarımları da sosyal yaşamı farklılaştırarak kolaylık sağlamaktadır.

Toplumsal yaşamın giderek karmaşıklaşan düzeniyle birlikte insanların yaşamlarını kolaylaştırmak, onlara zaman kazandırmak amacıyla yönlendirme ve bilgilendirme araçlarına olan ihtiyaç giderek artmıştır. Yönlendirme tasarımları birçok kültürü bir araya getirerek, parçalar arası bütünlüğü oluşturan planlayıcılar olarak mekân içerisinde var olmaktadır. İç mekân görselleri ve çevresel grafik tasarım ürünleri kurumun kimliğini ortaya çıkararak, insanın mekân içerisinde bilgilendirme yönlendirme ihtiyacını gidermiştir. 20. Yy öncesine kadar mekanlarda kapsamlı yön bulma sistemlerine ihtiyaç yoktu.

Yönlendirme tasarımlarına duyulan ihtiyacın en temelinde ise teknolojik gelişmeler, modern dünyanın hızla artan ihtiyaçları ve mekanların çeşitlenmesi yer almaktadır.

Bu çeşitlilikle birlikte gelenekselleşmiş mekanlardan uzaklaşıldı ve mekân kimlikleri geçici hale geldi. Mekân içerişimde marka kimliğini tanıtmada önemli bir rol üstlenen mimarlık günümüzde bu rolünü görsel iletişim tasarımı ile paylaşmaktadır. Yaşanılabilir mekanlar oluşturma kaygısı, estetik kaygıları da beraberinde getirmiş ve mekân tasarımını gerçekleştirirken, görsel iletişim alanını çağdaş bir boyuta ulaştırmıştır.

Özelliklerini kaybeden mekanlar günümüzde ihtiyaçlara yönelik yenilikler edinerek görsel iletişiminin katkılarıyla mimar ve mekân tasarımcısı tarafından yeniden biçimlendirilebilmektedir. Kültürel mekanlar, hastaneler, müzeler, kamu binaları, üniversite ve kampüsler insan sirkülasyonunun çok olması nedeniyle yönlendirme tasarımlarına en çok ihtiyaç duyulan alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Yönlendirme sistemlerinin anlam ve biçim yönünden kendine has özellikleri vardır. Güler'e göre yönlendirme tasarımlarının en önemli özelliği, yeriminin sunduğu içerik bağlamında, bulunduğu mekanla iletişim kurmasıdır. Ortak çalışma alanı olarak tasarlanan mekânda estetik görünümün yanı sıra, çevreyle uyumlu olması gerekmektedir. Kitleye iletilmek istenen duygu ve mesaj mekân içerisindeki tasarım anlayışının esas çıkış noktası olmalıdır. Alan genişliğinin büyük olması nedeniyle kampüsler paylaşımın ve etkileşimin çok fazla görüldüğü mekanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Birçok öğrenciye hizmet veren kampüslerde bina içi yönlendirme tasarımlarının da kullanıcıyı gitmek istediği noktaya hızlı bir şekilde ulaştırmada yardımcı olmalıdır.

1.1. Problem

Mekân şekillendiricisi olarak ortak bir çalışma alanında günümüzde mimarlar ve mekan tasarımcıları mekan içerisindeki estetik kaygıları ortak çalışmalarla gidermekte, insan hayatını kolaylaştırarak ve mekana büyük ölçüde katkı sağlamaktadır. Proje bu katkıyı açıklığa kavuşturmak, mekân tasarımında görsel iletişim tasarımının rolünü ve işlevini belirlemek, mekanda çevresel grafik tasarımlarına ait çözümlemeler öneren uygulamaları araştırmak ve yöntemlerinin incelenmesini konu almıştır.

Bu tez çalışmasında; kullanıcı gereksinimleri karşılamak amacıyla oluşturulan mekan türleri incelenmiş ve tasarım planlamasının her aşamasında bulunan insan-mekan ilişkisi göz önünde bulundurularak OMÜ Fen Edebiyat Fakültesi yönlendirme tasarımlarının mekan karakterine etkisine yönelik çözüm önerileri geliştirilerek uygulama proje önerisi ortaya konulmuştur.

1.2. Amaç

Bu araştırmanın temel amacı, mimar ve tasarımcının ortak çalışma alanı olan mekân kavramını farklı açılardan tanımlayarak, yönlendirme ve işaretleme tasarımlarıyla insan-mekan arasındaki iletişimi, mekan kimliğini daha güçlü hale getirmek hedeflenmektedir. Araştırmada OMÜ Fen Edebiyat Fakültesi kullanıcılarının kampüste yön bulmaya yönelik problemleri tespit edilmiştir. Bu tespitler doğrultusunda geniş kullanıcı kitlesine sahip olan OMÜ Fen Edebiyat Fakültesi'nde kullanıcı ulaşmak istediği son noktaya kadar rahatla gidebileceği bir tasarım sistemi kurmak amaçlanmaktadır.

1.3. Sınırlılıklar

Uygulama mekan içerisinde sadece mimar ve tasarımcının ortak çalışma alanları ele alınmış ve mekan karakterine göre oluşturulan yönlendirme tasarımları Üniversite içerisinde sadece OMÜ Fen Edebiyat Fakültesi ile sınırlandırılmıştır.

1.4. Yöntem

Çalışma kapsamında; mimari alanda grafik tasarımın uygulamaları ve kampüs içerisindeki yönlendirme tasarımlarının mekana etkisi incelenmiştir. Tezin ilk üç bölümünde literatür araştırması, veri toplama teknikleri gibi nitel araştırma yöntemlerinden yararlanılmıştır. Dördüncü bölümünde ise ilk üç bölümden elde edilen veriler birlikte değerlendirilmiş, grafik tasarım, yönlendirme tasarımı, bilgilendirme tasarımı, iç mimari ile alakalı yerli yabancı süreli yayınlardan yararlanılmıştır. Mekan tasarımı ile ilgili farklı alanlarda okumalar yapılmış, modern mimari ve kampüs içerisindeki yönlendirme tasarımlarının gelişim süreci irdelenmiştir.

1.5. Araştırma Modeli

Araştırmada “Genel Tarama Yönteminden” yararlanılmıştır. Mekân içerisinde bilgilendirme tasarımına ihtiyaç duyan en önemli yerlerden birisi kampüslerdir. Dördüncü bölümde OMÜ Fen Edebiyat Fakültesinde mekân içerisindeki problemler

tespit edilmiş, örnek proje önerisiyle bu problemlere çözüm aranmıştır. Proje önerisiyle ortaya koyulan sonuçlar sonuç bölümünde değerlendirilerek karşılaştırılmıştır.

1.6. Evren

Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi D Blok projenin araştırma evrenini oluşturmaktadır.

1.7. Örneklem

OMÜ Fen Edebiyat Fakültesindeki on üç bölüm ve iletişim alanı olarak mekân içerisindeki görsel iletişim tasarımı uygulamalarını içeren örnek tez çalışmaları araştırmanın örneklemi oluşturmaktadır.

1.8. Veriler ve Toplanması

Projenin ortak çalışma alanını oluşturan mekân kavramını birçok disiplin farklı tanımlamaktadır. Proje kapsamında mekân kavramı genelden özele doğru değerlendirilerek ele alınmıştır. OMÜ Fen Edebiyat Fakültesi D Blok mimari projesi alınarak birebir ölçülerde çizilmiş, bir iletişim şekli olarak yönlendirme ve işaretleme sistemi tekrar tasarlanarak örnek proje önerisi oluşturulmuştur.

2. MEKAN KİMLİĞİNİ BELİRLEYEN ELEMANLAR

2.1. Mekân Nedir?

İnsanlık tarihi boyunca mimarlığın temel konusu olan mekân kavramının anlamı oldukça belirsizdir. Farklı disiplinlerin mekânı kullanma amacının değişiklik göstermesi nedeniyle sabit ve değişmeyen bir mekan tanımı yapmak oldukça zordur. Mekan kavramının bu çelişkili kullanımına rağmen ortak bir tanım varmışçasına günlük hayatta rahatlıkla kullanılmaktadır (Madanipour, 1996).

Madanipour, Oxford İngilizce Sözlüğünde mekân kavramıyla ilgili 19 farklı tanım olduğunu belirtmiştir. Birçok dil ve kültür tarafından ele alınan mekân kavramı Türk Dil Kurumu'nun sözlüğünde “yer, ev, uzay” tanımlanmaktadır. Farklı disiplinlerde gösterdiği anlam çeşitliliğiyle ön plana çıkan mekân kavramının ilk olarak sözlük tanımı, daha sonra da mekanla ilişkili temel tanımları verilerek kavramsal olarak mekân kavramı farklı disiplinlere göre derinlemesine incelenecektir.

Türkçe sözlüğünde mekan kavramı:

1. Yalnız bir ailenin oturabileceği biçimde yapılmış yapı
2. Bir kimsenin veya ailenin içinde yaşadığı yer, konut, hane olarak tanımlanır.

Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi'nde ise mekan; uzayın insan eliyle sıkıştırılmış parçası olarak ifade edilmiştir. Sanat dallarına göre çeşitlilik göstermesi nedeniyle ise heykel, resim, mimarlık gibi kavramlar için ayrı ayrı ele alınmıştır (Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi, 1997).

Mimarlık Sözlüğünde insanların eylemlerini sürdürmeleri için çevrelerinden ayıran boşluk olarak tanımlanmıştır (Mimarlık sözlüğü, 2005).

American Heritage sözlüğüne göre mekan, üç boyutlu alan içerisinde kişilerin kendi deneyimlerini aktardıkları belirli sınırlar içerisindeki hacim olarak tanımlanmıştır (Heritage Dictionary).

Mekan kelimesi Osmanlıca bir kelimedir. Çoğu disiplinindeki karşılığı ise “uzay” olarak ifade edilmektedir. TDK'nın Büyük Türkçe Sözlüğünde; Gökbilim, Fizik, Matematik Terimleri, Felsefe, Kimya gibi sözlükler içerisinde toplam 16 tanımı bulunmaktadır. Felsefe sözlüğünde mekanla ilgili bir tanım bulunmamaktadır. Fakat uzay kelimesi ile ilgili en geniş tanım ise Felsefe bilimler sözlüğünde yer almaktadır.

Felsefe Terimleri Sözlüğüne göre kısaca uzay: İçinde bir cismin bulunabileceği yerlerin tümünü gösteren kavram, bütün var olanları içinde bulunduran şey olarak tanımlanır (Felsefe Terimler Sözlüğü, web).

Mekan kelimesi terminolojik açıdan incelendiğinde farklı terimler ile örtüşmektedir. İngilizcede uzay kavramına en yakın “space” sözcüğü karşılık gelmekte ve “space” sözcüğü: alan, yer, boşluk, mekân, aralık olarak tanımlanır (Cambridge, web). Rasmussen’e göre; Almancada yer alan “raum” kelimesine karşılık geldiği görülebilir. Bu kelimenin yine ingilizcedeki karşılığı ise “room” kelimesidir. Sınırları belirlenmiş boşluk olarak tanımlanan kavram ise “Raum-Gefühl” terimidir. Burada kullanılan mekan kelimesi; biçimlendirilmiş, duyumsanan alan olarak kullanılmaktadır (Rasmussen, 2010).

Büyük Türkçe Sözlüğünde ‘uzay’:

1. Bütün varlıkların içinde bulunduğu sonsuz boşluk, mekân
2. Bütün gökcisimlerinin içinde bulunduğu sonsuz boşluk olarak tanımlanmaktadır.

Günümüzde birçok disiplin mekânı kullanma amaçlarına göre farklı tanımlamalar yapmıştır. Mekanlar temel olarak insan ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla, zaman içerisinde insanlar tarafından planlanarak oluşturulmaktadır. Genel bir tanımlama yapılacak olursa insanların aktivitelerini gerçekleştirmesi amacıyla tasarlanan üç boyutlu tüm yapılar mekân olarak tanımlanabilir. Mekanlar belirli bir amaç doğrultusunda tasarlanmış, insan eylemlerine yönelik düzenlenmiş alanlardır (Taşcıoğlu, 2020).

Tarih boyunca mekân kavramı felsefenin, sosyolojinin, matematiğin, mimarlık ve sanat alanının ana sorularından birisi olmuştur. Felsefenin mekanla ilgili soruları Antik Yunan filozofları Platon ve Aristoteles’e dayanmaktadır. Üngür’e göre; Platon mekânı, dört öğeden (toprak, hava, ateş, su) birisi olarak görür. Mekân içerisinde insanın varlığı, toprağın oluşturduğu sınır, üzerindeki gölgeler, ateşin mekandaki konumu Platon’un mekânsal öğesini betimlemiş ve karanlığın ışıkla aydınlığa kavuşmasını vurgulamıştır (Üngür, 2011).

Aristoteles’e göre mekânın sabit olmayan, hareketli bir yapısı vardır. Bu yüzden Aristoteles Platon’un madde ile mekânı birleştiren düşüncelerine katılmamaktadır. Farabi cismin iç yüzeyi ile kuşatılan cismin dış yüzeyine mekân demiş ve mekân kavramını biraz daha belirginleştirmiştir. Modern felsefenin önde

gelen isimleri de mekân kavramı ile yakından ilgilenmiştir. Descartes’e göre maddenin özü uzayda yer kaplamaktadır ve dolayısıyla mekân ile cisim aynı şeydir. Boşluktan söz edilmesi mümkün değildir. Alman filozofu Kant ise mekân ve zamanı birlikte değerlendirir. Mekân kavramı felsefî düşüncede genellikle “maddenin özü veya kapladığı yer” olarak ele alınmıştır. (Kılıç, 2014).

Sosyoloji de mekânın toplumla olan ilişkisiyle ilgilenmektedir. Mekân ve sosyoloji ilişkisinin incelenmesindeki en önemli neden insanın sosyal bir canlı olarak mekanla sürekli etkileşim halinde olmasıdır. İngiliz toplum bilimci John Urry’e göre; insan davranışları, sosyolojik yaklaşımların büyük bir kısmını mekân ve zaman düzlemi içerisinde değerlendirilir. Zaman ve mekân belirsizliği, bireyin gerçeklik algısının yitirmesine ve güvenlik hissinin kaybolmasına sebep olur. Zaman ve mekân düzleminde tasarlanan alanlar bireyin kendini güvende hissetmesini sağlar (John Urry, 1999).

Araştırmacılar, literatür taramasıyla elde ettikleri bilgilere dayanarak, mekan kavramıyla ilgili çeşitli araştırmalar yapmış ve tanımlamalarda bulunmuşlardır. Fransız sosyolog Henrie’e göre; mekanlar toplumsal bir üründür. Kullanıcısı olmayan tasarlanmış bir mekân yoktur. Bu nedenle mekanlar bireyden bağımsız düşünülemez (H. Lefebvre, 1974). Lefebvre’den etkilenen Edward Soja ise mekânın insan yaşamını yönlendirmede bir araç olduğunu söylerken gerçek, imgesel ve algısal mekan olmak üzere üç mekân tasnifinde bulunur. Gerçek mekanlar varoluşun tümünü temsil eder. Soyut kavramları, mekân üzerinde tanımlanır. İmgesel mekan insan zihninin oluşan imge dünyasını ve mekan ile ilişkilendirmektedir. Sosyoloji-mekân ilişkisini ortaya koyan sosyal mekân olarak ifade edilen algısal mekanlardır. Sosyoloji-mekân ilişkisi incelendiğinde, insan yaşamı olarak tasarlanan mekanları toplumların oluşturduğu görülmektedir. Tasarlanmış bu mekanlar toplumun yaşayışını ve kültürünü yansıtmasıyla sosyoloji ile yakından ilişkilidir (Edward Soja, 1996).

Şensoy’a göre; İnsan eylemleri için farklı biçim ve boyutlarda oluşturulmuş çevre mekân olarak tanımlanmaktadır. Mekanlar insanlarda ait olma duygusu yaratarak, günlük eylemlerini yerine getirdikleri, ihtiyaçlarına göre şekillenen sınırlı alanlardır. Mekân duyular ile algılanabilen bir özelliğe sahiptir. İnsanların doğal çevreyi kendi ihtiyaçları doğrultusunda, belirli kurallara bağlı kalarak oluşturdukları yapı mekân olarak ifade edilebilmektedir. Mekanlar boşlukların sınırlandırılmasıyla görünürlük kazanmaktadır (Şensoy, 1984). Ching’e göre; mekan, insanların iletişim

kurduğu alan olarak tanımlanabilir. Hareketin çok yoğun olduğu mekanlar sayesinde insanlar; mekân içerisindeki görselleri yorumlar, çeşitli nesneleri algılayarak, ışığı ve rüzgârı hisseder. Mekân içerisindeki tüm bu duyular insan mekânda olduğu sürece anlam kazanır. Mekanların belirli sınırlar içinde düzenlenerek algılanmasıyla ise mimarlık kavramı varlık kazanır (Ching, 2010: 92). Demirkaya'ya göre; kent, sokaklar ve caddeler gibi uzayda yer kaplayan tüm boşlukların sınırlandırıldığı alanlar mekân olarak ifade edilmektedir. İnsan ihtiyaçlarının yer aldığı, mekânı oluşturan tüm araç gereçlerin uyumlu bir şekilde konumlandırıldığı, insan ilişkilerinin ve eylemlerinin gerçekleştiği alandır. (Demirkaya, 1999: 12-16). Aydınli'ya göre; mekanlar insanların eylemlerini yerine getirebilmeleri için tasarlanmış, iki ve üç boyutlu alanların sınırlandırılmasıyla oluştur (Aydınli, 1989: 4). Şensoy'a göre; en genel ve kısa tanımı ile mekân, insan eylemleri için farklı biçim ve boyutlarda oluşturulmuş alandır. Mekanlar insanlara da ait olma duygusu yaratır. Mekân duyular ile algılanabilen bir özelliğe sahiptir. İnsanların doğal çevreyi kendi ihtiyaçları doğrultusunda, belirli kurallara bağlı kalarak mekanları oluşturmak zorundadırlar (Şensoy, 1984). Wring ve Bozkurt'a göre; insan ve mekan kavramları birbiriyle ilişki içerisinde. İnsanları doğadan ayırmak amacıyla oluşturulan boşluk mekan olarak tanımlanabilmektedir. Mekan içerisindeki tüm parçalar mekânı oluşturan unsurlardır (Wright, Bozkurt, 1962). Zevi'ye göre; mekan mimarının dördüncü boyutu olarak tanımlanabilmektedir. Mekan aracılığı ile sayısız yaşantılar oluşturmak mümkündür. En, boy ve yükseklik kavramları mekana boyut kazandırır. Farklı boyutlardaki mekanlar ise sayısız yaşantıları beraberinde getirmektedir. Zaman ve mekan içerisinde eylemlerin yerine getirildiği yaşantı dizisi oluştururlar (Zevi, 1993). Schmarsow ve Fiedler'e göre; insanların gereksinimleri doğrultusunda oluşturulan alanlar mekan olarak ifade edilebilir. İnsanların bu alanı çevrelemesiyle ise mekanlar anlam kazanmaktadır. İnsanlar aracılığıyla çevrelenen alan etrafında oluşan bu örgütlenme mimarlığın başlıca ögesi olan mekânı yaratır. Mekan kavramı diğer uygulamalı sanatlardan bu özelliği ile ayrılmaktadır (Schmarsow ve Fiedler, 2017). Rasmussen'e göre; insanların yaşaması amacıyla oluşturulan tüm organizasyonlar mekan olarak tanımlanabilir. Tüm bu mekanlar duyu organlarımız ile algılanmaktadır. Bu nedenle mekan kavramını tüm işitsel, kokusal, dokunsal, işitsel duyularımız ile alanlar olarak da ifade edebiliriz. Mekan içerisinde çeşitli mekânsal öğelerin ve boyutlarının değiştirilmesi farklı duyu organlarının etkilenmesini sağlanabilir. (Rasmussen, 2010). Certeau'ya göre; mekan hareket kavramıyla açıklamaktadır. Mekan kavramını insanların içerisinde bulunduğu

canlı sokaklar olarak ifade ederken, bu sokakların varlığını koruyan alanları yer olarak tanımlamaktadır (De Certeau, 1984, s: 173). Auge'ye göre; yer mekandır ve sürekliliklerin kesiştiği alandır (Auge, 2017, s:75). Agnew'e göre; küreselleşme ve modern yaşamdan etkilenmesiyle mekan kavramında da son yıllarda anlam olarak değişime uğradığı gözlemlenebilmektedir. Mekanlar insanlarla anlam kazanır. Bu nedenle mekanlar kullanım ihtiyaçlarına göre tarihsel süreçte ayrı olgular olarak değerlendirilebilmektedir (Agnew, 1984, s:38). Nabaltoğlu'na göre; ölçülebilir bir kavram olarak mekanın karşılığında bulunan yer kavramı aidiyet, bellek, kimlik oluşumlarını sağlayan farklı olgular ön plana çıkmaktadır. Mekan üç boyutlu olarak deneyimlenmeli ve bireylerle anlam kazanmalıdır (Nabaltoğlu, 2008, s:93).

Mekan kavramı görülmektedir ki farklı disiplinlerde, çeşitli araştırmacılara göre farklı şekillerde tanımlanmakta ve yorumlanmaktadır. Mekân soyut ve somut anlamlar taşımaktadır. Somut anlamıyla oluşum aşamasında bireye ihtiyaç duyarken, kendi kendine var olma gibi bir özelliğiyle soyut anlam taşıdığı görülmektedir. Mekanların insanlarla, diğer mekanlarla sürekli ilişki içerisinde olduğu söylenebilmektedir. Modernizme, toplumlar bulundukları kültüre göre mekanlar sürekli olarak değişmeye devam etmektedir. Genel olarak insanların etkinliklerini sürdürdükleri alanlar olarak ifade edilen mekan kavramı; insan ihtiyaçlarını karşılamalı, insanların gelişimine katkı sağlamalı ve sosyalleşebilecekleri alanlar yaratmalıdır. Mekan kavramının kullanımında mutlak değişmez ve bir anlam bulunmamaktadır. Bu nedenle farklı disiplinlerin ve uygulamalı sanatların kendilerine ait kültürden etkilenerek, kendilerine özgü tanımlamalar yaparak mekanlara anlam kazandırdıkları görülmektedir.

2.2. Mekân Algısı

Algı, çevreden gelen uyarıları duyu organları aracılığıyla duyumsaması, algılaması, işlemesi ve anlamlı hale getirme süresinin tamamıdır. Algı, zihnin çevreden gelen çeşitli uyarıcıların tanınmasını, anlamlı hale getirilmesini, içselleştirerek yorumlanmasını ve organize edilmesini sağlar. Algılama işlemi süresince duyu organları ve geçmişteki tüm deneyimler birleştirilerek zihinde anlamlı bir bütün oluşturulur. Goldstein'e göre; insanın algı ve algılama süreçlerini nörobilim ve psikoloji ile yakından ilişkilidir. Psikoloji alanı algıyı kişilerin deneyim süreçlerinin çevredeki uyarıcılarla nasıl işlendiği üzerine çalışmalar yürütmektedir. Bireyin iç ve dış dünyası arasındaki iletişim ve bilgi sürecinin tümünü inceler. Algının duyuşal

olarak nasıl işlendiği, işleme sonucunda oluşan algısal yanılsamaların tamamının algısal organizasyonlarla açıklamanın mümkün olduğu düşünülmektedir (Goldstein, 2018). Canter'e göre; bireyin veya grupların var olan deneyimlerinin birlikte çevresiyle kurmuş olduğu etkileşim sonucunda oluşan algılama ve değerlendirme sürecinin tamamı mekan algısı olarak ifade edilebilmektedir (Canter, 1977).

Palmer'e göre; algı ve algılama süreci görme duyusu ile yakından ilişkilidir. Görsel algılama süreci ve algılamada etkili olan faktörler üzerine çalışmalar yapan Palmer, algılama sürecini dört başlıkta açıklamıştır.

1. Görsel Algı Süreci: Algılama sürecini farklı aşamalarda incelemektedir. Retina üzerine düşen ışık göz çevresindeki hücreler tarafından fark edilir ve işlenmesi için kortekse iletilir. İşleme aşamasında algılamayı kolaylaştırmak amacıyla görüntüler özelliklerini ön plana çıkarır, parçalara ayrılarak zemin-figür ayrımı gerçekleşir.

2. Algısal Organizasyon: Algılama sürecindeki desenler görsellerden ayrılır, anlamlı parçalar bir araya gelir ve yapılanma oluşur. Gruplama ve önceliklendirme ilkelerinin tamamı algısal organizasyonlar ile ilişkilidir.

3. Görsel Dikkat: Algılama sürecinde görsel dikkatin önemi oldukça fazladır. Görsel dikkat, odak noktalarının belirlenmesi, algılama sürecinde yer alan nesnelerin fark edilebilmesi, gibi odaklanma gerektiren tüm süreçleri etkilemektedir.

4. Nesne Tanıma: Algılama sırasında nesnelerin üzerindeki görselleri ayırt edilerek nesnelerin farkına varılarak tanınmasını sağlar. Görme duyusu, kategorizasyon, gruplama gibi bir çok bağlamın etkisi oldukça fazladır.

Palmer görsel algılamanın temellerini şekil-zemin ayrımı, desen, renk ayrımı, görme duyusu ve görsel sanatların algılama üzerinde etkisini derinlemesine araştırmıştır (Palmer, 1999).

Bruce'e göre; algı toplumdaki tüm insanların duyuşsal bilgileri anlamlandırma ve değerlendirme sürecidir. Algı kavramı karmaşık sistemlerle ilgilenir. İnsanlar arasındaki temel iletişimi sağlayan yüz algısı da önemli bir yer tutmaktadır. Bruce, insan yüzünü farklı boyutlarla incelemiş nörolojik ve psikolojik olarak yüz ifadelerini, etkileşim sürecini, yüz algısı gelişimi üzerine çalışmalarda bulunmuştur. Algı kavramının tüm süreçlerini insan yüzü ile açıklamaya çalışmıştır (Bruce 2012). Edward'a göre; Mekan algısı kavramını kullanan ilk kişi ise bilişsel psikoloji alanında

alışmalar yapan Edward C. Tolman'dır. Yayınlamış olduğu makalede Tolman, algılamanın temelinde kişilerin çevresinden iletilen mesajların yardımıyla oluşan zihinsel haritalama sisteminin yer aldığını belirtmektedir. "Cognitive Maps in Rats and Men" (İnsanlarda Bilişsel Haritalar) makalesi, mekan algısı kavramından ilk kez bahsedilen makaledir ve bilişsel haritalama sisteminin literatüre yerleşmesini sağlamıştır (Edward, 1948). Lynch'a göre; mekan algısı, insanların çevresindekileri algılayarak yorumlaması olarak tanımlanabilir. Mekanı algılanırken mekan içerisindeki tüm görsellerin hissedilmesi, zihinde anlamlandırılması gibi süreçler yer almaktadır. Mekan algısı tüm duyu organlarının bütünleşmesiyle oluşur ve kişinin tecrübesi, bilgi birikimi, kültürel özellikleri ile şekillenir. Kevin Lynch mekan algısının duyu organlarından etkilenererek oluştuğunu savunmuş ve insanların kentleri nasıl algıladıkları üzerine çeşitli araştırmalarda bulunmuştur (K. Lynch, 1960).

Mekanı algılama süreci üzerine araştırmalar yaparak "mekan algısı" kavramını genişleten isim ise Yi-Fu Tuan'dır. "The Perspective of Experience" kitabında mekan algısı üzerinde detaylı çalışmalarını sunmuştur. Bireysel deneyimlerle, mekan algısı kavramını ortak zeminde birleştirmiş ve mekanın nasıl algılandığını incelemiştir. Mekan algısı dış dünyayı incelemekten çok daha fazlasını ifade eder. İnsanların çevreleriyle kurmuş olduğu tüm deneyimler, tecrübeler, duygusal paylaşımların tamamı ile ilişkilidir. Bu ilişkiyi oluşturan en önemli unsurlar ise kişilerin yaşam tarzı, kültür yapısı ve var olan kimliğidir. Mekan algısı insanların deneyimleriyle oluşur ve olgunlaşır. Bu nedenle zengin çeşitli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Mekan içerisindeki anlamsal boyutlar, mekanın insan zihnindeki oluşturduğu çağrışım, mekanın insanlar üzerinde oluşturduğu duygusal özelliklerin tamamını göz önünde bulundurarak mekanların zaman içerisinde nasıl değiştikleri ve algılandıkları değişiklik göstermektedir (Tuan, 1977).

Relph, mekan ve mekan algısının önemini vurgulamış, insanların kimlik oluşumunda etkili olduğunu savunmuştur. Küreselleşme ve modern hayatın etkisiyle, yer kavramının anlamının zamanla kaybolduğu ve mekanların değerinin azaldığı düşünülmüştür. Mekan algısı konusundaki tüm çalışmalarını Relph, iki ayrı temel kavram ile ifade etmektedir. Bu kavramlardan birincisi "yer (place)", ikincisi ise "yersizlik (placelessness)" dir. Place, insanların bağlantı kurdukları kişisel tecrübe ve deneyimlerini içeren mekanlardır. Placelessness ise insanların iletişimlerinin ve duygusal-duyusal bağlantılarının zayıfladığı, mekan içerisindeki anlam arayışının

kaybolduğu alanlardır. Mekanın insan yaşamında vazgeçilmez bir yeri vardır. İnsanlar tarafından mekanların anlamlandırması, deneyimleriyle her gün yeni bir çerçeve sunarak genişlemesini sağlamıştır. (Relph, 1976).

İnsanın algılama süreci bilginin tecrübe edilme aşamalarının tümünü kapsamaktadır. Mekanı, olayı veya durumu anlama ve algılama aşamasında duyu organları kadar mekan içerisindeki hareketler de önemli rol oynamaktadır. Duyular aracılığıyla mekanı algılanır ve deneyimler kurularak mekan içerisinde çeşitli deneyimler gerçekleşir. Mekan algısı aynı zamanda ekolojik bir yaklaşım da gerektirmektedir. Bireyler üç boyutlu bir mekanda hareketleri algılar, nesnelerin uzaklık yakınlıklarını, biçim, renk ve desenlerini deneyimleyerek anlamlandırır. Mekan içerisindeki tüm bu görsel deneyimler ise mekan içerisinde görsel ipuçlarının oluşumunu sağlamaktadır. Mekânsal algı duyu organlarına ek olarak hareket kavramının da entegrasyonunu gerektiren bir süreçtir (Gibson, 1979).

Downs ve Stea'ya göre, kişiler mekanları algılama sürecinde çeşitli aşamalardan geçmektedir. Bu aşamaların en önemlisi bilişsel haritalamadır. Haritalama ile kişilerin mekânsal davranışlarının şekillenerek ve çeşitli algılar oluşmaktadır. Bu haritalama aynı zamanda mekanda çeşitli algılama sistemlerinin oluşmasında önemli bir araç olarak ifade edilmektedir (Stea ve Downs, 1977). Goldstein'e göre; değişen dünya düzeni ve mekanların çeşitlilik göstermesiyle mekan algısı günümüzde fazlasıyla karmaşık bir süreç olarak kabul edilmektedir. Bu süreçte bir çok aşama olduğu gibi algıyı etkileyen faktörler de bulunmaktadır. Goldstein ise günümüzde duyu organlarımız aracılığıyla mekanı algıladığımızı ifade ederken bu süreçte uyarıcılara odaklanmanın önemini de vurgulamıştır (Goldstein, 2014). Passini'ye göre; mekan algısı oluşurken bilişsel ve deneyimsel faktörler önemli rol oynamaktadır. Kişinin kültürel değeri ve kültürel öğrenmesi, tecrübesi, hafızası gibi bilişsel süreçlerin tamamı insanın mekan algısını oluşturan unsurlardır (Passini, 2000). Pallasma'ya göre; mekan algısı gerçekleşirken mekânın taşıdığı mesaj; somut, soyut, görsel, işitsel tüm duyu organları tarafından algılanır ve kullanıcıya aktarılır. Kullanıcı tarafından algılanan görsellerin birçok duyuyu etkilemesi nedeniyle mimarlık mekân, zaman, duyu gibi birçok kavram ile ilişki içerisinde olduğu görülmektedir. İnsanlar mekân içerisindeki uyaranlar yardımı ile algıyı oluşturan birçok duyumsal bilgileri alır. Mekânın algılanmasında görsel duyunun etkisi, dokunma, işitme ve koku duyusuna oranla daha fazladır. Kullanıcı ve mekân arasındaki algılama görsel iletişim ve mimari

unsurlar ile kolayca sağlanabilir. Mimarinin mekâna kazandırmış olduğu işlevsellik, tasarımın mekâna kazandırmış olduğu sanatsal kimlik ve özgünlük ile mekân zenginleşir, kişilerin mekânı algılaması kolaylaşır (Pallasma, 2005). Gezer’e göre; mekanın insanlar tarafından algılanabilmesi için; insanların kendi yaşamlarındaki tüm kişisel deneyimlerini mekânın ve çevresinin niteliksel değeriyle harmanlayarak, okuyabilmesiyle mümkündür. Mekanlar insanların ne kadar fazla duyu organını etkiler ve sağlıklı bir iletişim kurabilmelerine olanak sağlarsa, insanların kendilerini mekâna ait hissetmelerine o kadar yardımcı olmaktadır (Gezer, 2007).

Mekânı oluşturan unsurlar (yüzey, doku, renk, biçim) bellekte depolanır. Bu depolanan tüm unsurlar, aynı zamanda insanların yaşadığı mekânların birbirinden ayrışmasını sağlar. Mekân içerisindeki geçen tüm olaylar ve mekânı oluşturan unsurlarla birlikte bellekte saklanmaktadır. Bu nedenle bir kafede ya da mağazada herhangi bir sesi veya kokuyu algıladığımızda hemen tanırız. Zihnimizde bağlantı kurarız ve yeniden anlamlandırırız, zihnimizde yeni bir anlam oluştururuz (Kahvecioğlu, 1998).

İnsanlar kendi düşünceleriyle mekânı algılayıp anlam oluştururken aynı zamanda da duyu düşüncelerini mekâna yansıtır (Pallasma & Holl 2011). Bireyler mekân içerisinde mekânın farklı yönlerini deneyimlerken, insan-mekân arasında alışveriş sürekli olarak devam eder. Bu özelliğiyle mekanlar iletişimin en yoğun olduğu alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanların günlük yaşamında mekanla sürekli etkileşim halinde olması, mekân-insan kavramlarının her geçen yenilenmesine neden olmaktadır. Mekanlar değıştikçe insanların mekanı algılamaları ve davranışlarında değışim gözlemlenebilmektedir. İnsanların beklentilerinin değışmesi, bazı mekanların değışimini beraberinde getirebilir. İhtiyacı ve yaşam tarzı değışen insan çevresiyle etkileşime girmektedir. Bu etkileşim ise algısal-fiziksel-kültürel olarak değışiklik göstermektedir. Bu değışim sebebiyle mekanlarda değışime uğramaktadır (Rapport, 1987).

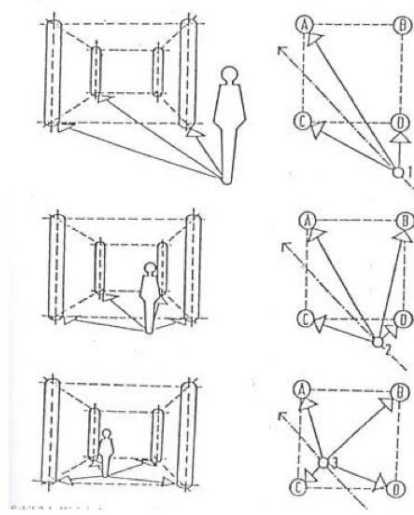
İzgi’ye göre; karmaşık yapıdaki mekân ve bu mekanın özellikleri çeşitli duyu organlarının yardımıyla algılanır. Mekânın algılanmasında en etkili duyu organını görme duyusudur. Görme duyusunun ise insanların alışkanlıklarına ve yeteneklerine göre değışebileceğini düşünmektedir (İzgi, 1999).

İnsanların mekânı algılayarak anlamlandırma süreçleri sosyal yaşantılarına, kültürel birikimlerine, kişisel bilgi ve tecrübelerine göre değışiklik göstermektedir.

Mekanların amacına uygun, insan ihtiyaçlarına yönelik tasarlanması insanların ihtiyaçlarına cevap verecek ve aynı zamanda mekânı daha hızlı algılamalarını sağlayacaktır. İnsanların mekân içerisindeki konumu, bakış açısı, gün ışığı, çevresel gibi birçok fiziksel özellikler insanların mekânı algılama sürecinde etkili olmaktadır. İnsan-mekân iletişim sürecinin en başında bütünsel süreci ortaya koyabilmek adına, okunaklılık kavramı oldukça önemlidir. Lynch'a göre; tek bir duyu organına değil insanların birçok duyu organlarında etkili olmasına görünürlük veya okunurluk denilebilir (Lynch, 2011). Okunurluk mekân içerisinde mekânın yapısının ve dokusunun algılanmasında oldukça önemlidir. Mekân içerisindeki konforun sağlanabilmesi için, mekân içerisinde olmazsa olmaz yönlendirme tasarımlarının başarılı bir şekilde okunması gerekmektedir. Passini'ye göre yön bulma; bireyin mekân içerisinde algılamış olduğu görsel elemanların zihinde organize edilmesidir (Passini, 1984).

Tarihin başlangıcından itibaren insanlar barınma ihtiyaçlarını karşılayabilmek amacıyla mağaralara ve çeşitli malzemeleri kullanarak oluşturdukları kapalı alanlara sığınmışlardır. İnsanlar mekanlar sayesinde kendilerini güvende hissetmiş, farklı alanları sınırlandırarak kendilerine çeşitli mekanlar oluşturmuş ve mekânı algılayarak yorumlamaya çalışmışlardır. Bu nedenle mekanlar, insanlarla sürekli iletişim halindedir. İnsanlar mekân içerisindeki görselleri yorumlar, çeşitli nesneleri algılayarak ışığı ve rüzgârı hissedebilir. Mekân içerisindeki tüm bu duyular insan mekânda olduğu sürece anlamlı olmaktadır. Mekanların belirli sınırlar içinde düzenlenerek algılanmasıyla ise mimarlık kavramı varlık kazanmaktadır (Ching, 2010: 92).

Joedicke'e göre; insanların mekân içerisindeki tüm hareketleri ve bulundukları açı mekânı algılamalarında etkili olmaktadır. İnsanlar hareket ederken tüm gerçekliğini mekâna yansıtmaktadır. Hareketler sayesinde zihninde çeşitli imajlar oluşur ve mekânı anlamlandırmaya başlarlar. Joedicke; insanların bulunduğu konuma göre mekânı algılamalarının değiştiğine dair bir şema çizmiştir. Mekân için belirlenen çeşitli nitelikler, mekânın fiziksel özellikleri ve insanların mekân içerisinde nerede bulunduğu mekânın insanlar tarafından nasıl algılanacağına dair ipuçları oluşturur (Joedicke, 1985).

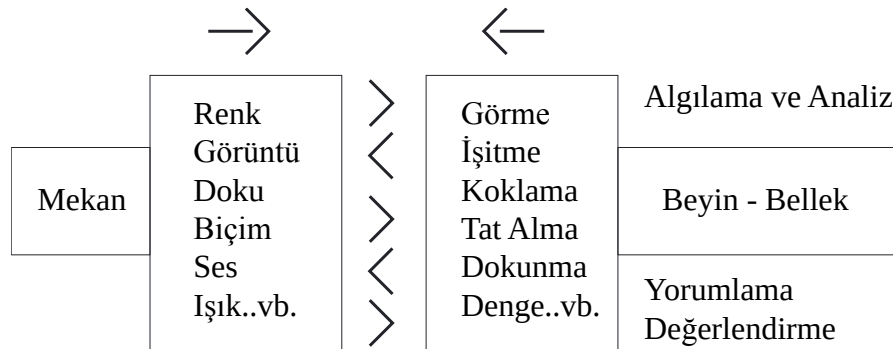


Şekil 1. İnsanların konumuna bağlı mekânsal algılama şeması (Joedicke, 1985)

İnsanların bulunduğu mekâna karşı tepki göstermesi bulunduğu alanı tanıması, algılaması ile mümkündür (Aydıntan, 2001). Davranış mekanizmasının temelini insan ve algı sistemleri oluşturmaktadır. Algı çevreden insana gelen edinimlerin temel olarak algılanarak uyumlandırılması kavranması olarak ifade edilebilir (Göler, 2009).

Algının en önemli özellikleri ise kişiden kişiye değişebiliyor olması ve hareketin algılamadaki rolünün çok büyük olmasıdır (URL 2).

Göler'e göre: mekân algılaması haptic, görsel, kinestetik ve işitsel olarak çeşitlilik göstermektedir. Mekân içerisindeki formlar ve biçimsel özellikler haptic algılama, yüzey üzerindeki dokular kinestetik algılama olarak ifade edilmektedir (Göler, 2009).



Şekil 2. Mekanın Duyum Şeması (Göler, 2009).

İç mekân algısı kişilerin çevresi ve gördüğü tüm görsellerin birbirine bağlı olarak konumlarını algılaması olarak tanımlanabilir. Mekân içerisindeki birçok unsur

insanları sürekli olarak uyarmaktadır. Mekânı oluşturan tüm unsurlar mobilya, form, renk, nokta, çizgi, tavan, döşeme, doku insan duyusuna sürekli olarak anlam yüklenir. Objelerin aldığı şekil, form olarak ifade edilebilir. Formlar farklı şekillerde tasarlanabilir. Üçgen ve diyagonaller dinamik bir tasarım oluşturmaya olanak sağlarken, yatay ve kare formlar daha sakinliği ifade etmektedir. Tüm formların pürüzlü, parlak, mat olarak birçok dokusu vardır ve bunlar algılamayı etkileyen önemli mekânsal öğelerdir. Mekân içerisinde algıyı en yüksek oranda etkileyen ise mekân tasarımında kullanılan renklerdir. Mavi, beyaz ve yeşil tonları dinginliği sağlarken; sarı, kırmızı ve turuncu tonları ise enerjiyi mekâna yansıtır (Yazıcıoğlu ve Meral, 2011).

Erkman'a göre biçim; nesnelerin dış görünüşü ayırt edici belirgin özelliği olarak ifade edilmektedir. Mekân tasarımının algısı ise yakınlık, benzerlik, devamlılık, kapalılık ve çevreleme ilkesine göre oluşturulmaktadır.

- Yakınlık ilkesi ile, nesneleri gruplaşma eğilimi göstererek algılamayı kolaylaştırır.
- Benzerlik ilkesi, benzer gruptakilerin birlikte daha kolay ayırt edilmesini sağlar.
- Devamlılık ilkesi, geniş alandaki nesnelerin ne şekilde organize olacakları hakkında bilgi verir.
- Kapalılık ilkesi, alanın sınırlandırılması ile devamlılık ilkesi özelleştirilir. Bir çerçevelendirilirse ayrı bir birim olarak kabul edilir.
- Çevreleme ilkesi, benzer yönde hareket eden nesneleri ifade etmektedir (Erkman, 1998).

Farklı biçimlerin mekânda yaratmış olduğu his ve değer birbirinden farklıdır. Bu değerler sıcaklık, konfor, kalite gibi birçok hislerin ve duyguların oluşmasını sağlar. Mekân içerisinde kullanılan kavisli, yumuşak geçişler rahat ve konforlu bir duyum oluştururken, sert keskin hatlar ciddi ve resmi bir his uyandırmaktadır. Bir mekânın algılanması için üç boyutlu olarak tasarlanmış olması gerekmektedir. Mekânsal algılama, yatay ve düşey aksların, en, boy, yüksekliğin aynı zamanda mekân içerisindeki tüm öğelerin algılanması ile mümkündür (Güler, 2009).

Aydıntan'a göre; rengin mekân algısındaki etkisi şu şekilde ifade edilmektedir (Aydıntan, 2001);

- Mekanların formu renklerle tanımlanır.
- Eşyalar renklerle ifade edilebilir.
- Mekân içerisindeki istenilen atmosfer renklerle aracılığı ile sağlayabilir.
- Mekânda benzerlik veya farklılığı renklerle ortaya koymak mümkündür.

Mekân içerisindeki dokular da mekânın karakterini ve algılanmasını etkileyen önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Yüzey, malzeme, doku insanların görme ve dokunma duyularını harekete geçiren mekân içerisindeki önemli bir uyarıcıdır. Dokular mekân tasarımında rengin algılama özelliğini değiştirici bir etkiye sahiptir. Farklı doku özelliğine sahip iki yüzey aynı renkte olmasına rağmen mekân içerisinde farklı bir etki oluşturacaktır. Farklı dokularda aynı renkler ton farkı oluşturur. Aynı zamanda dokular dokunma duyumuzu da etkilemektedir. Sert dokular olduğundan daha uzak olduğunu hissettirirken, yumuşak dokular ise yumuşak olmasından kaynaklı olarak daha yakın olduğunu hissettirir (Aydınatan, 2001).

Mekân içerisinde algıyı yönlendiren bir diğer eleman ise ışıktır. Mekân içerisinde malzeme, doku, ışık ve renkler aracılığı ile mimar ve tasarımcı alandaki etkiyi istediği yere yönlendirebilme şansına sahiptir. Mekân içerisinde biçim, renk, malzemeden sonra en önemli unsur ışık yani aydınlatmadır. Mekân içerisindeki ışık yardımı ile algılama kolaylaşır (Aicher-Scholl, 1974).

Mekan algısı günümüze kadar bir çok bilim insanı tarafından incelenmiştir. Tüm araştırma sonuçları gösteriyor ki mekan algısı kişilerin duyu organları aracılığıyla çevrelerini algılayarak etkileşimde bulundukları süreçtir. İnsanların daha önceki bilgi birikimiyle mekan algısı zenginleşmekte, mekan içerisindeki hareketleri ve yetenekleri ise gelişmektedir. Algılama sürecinde ise tüm bilgilerin algılanarak, zihinde işlenmesi algılamanın büyük bir bölümü oluşturmaktadır. Kişiler algılama sırasında nesneler arasındaki benzerlik, zıtlık, figür ve zemin ayrımı, süreklilik gibi kavramlardan destek almaktadır. Mekan algısı aynı zamanda insanların bilişsel haritalama süreciyle oluşmaktadır. Bu haritalama algılama sırasında bilgi edinme, hatırlama, çağrışımında bulunma ve yönlendirme gibi görevlerde kullanılmaktadır.

Tüm bu araştırmalara gösteriyor ki görsel algı mekân içerisinde değişiklik gösterir. Mekân içerisinde hedef kitleye iletilmek istenen mesaj ve duygu insanların kültürel özelliklerine, tecrübesine, psikolojisine göre değişiklik göstermektedir. Mekânı oluşturan tüm unsurlar kullanıcıya verilmek istenen mesajı desteklediği gibi

mekân algısının oluşmasını sağlamaktadır. Bu nedenle mekânın mimari olarak nasıl bölüneceği hangi detaylara yer verileceği, mobilya ve aydınlatma kullanımı, mekân içerisindeki kullanılacak fotoğraf, illüstrasyon veya yönlendirme tasarımları titizlikle ele alınarak oluşturulmalıdır. Hızla gelişen teknoloji ile birlikte mekân içerisindeki aktarım ögesi olarak tasarım ve mimarinin günümüzde farklı bir boyut kazandığı görülmektedir. Sonuç olarak kişiler çevrelerini algılamak için duyuşsal bilgileri kullanır ve mekan hakkında çeşitli bilgiler edinebilirler. Bu nedenle oluşturulan tüm mekan tasarımlarında kullanıcıların duyuşlarını algılamalarını harekete geçirmelerini sağlayarak mekânsal görevlerine uygun olarak şekillendirilmelidirler.

2.3. Mekân Karakteri

Karakter bir nesnenin, kişinin davranışları, değeri, kendine özgü niteliklerinin tümüdür. Bireylerin etik değeri, tecrübeleri, deneyimleri karakterlerin oluşmasında etkili olan unsurlardır. Kişilerin karakterleri sosyal hayatlarında, çevre ile uyumlanmalarında büyük rol oynamaktadır (Funder, 2016).

Mekan karakteri: mekanın kimliğini belirleyen, o alana özgü tüm niteliklerin tamamıdır. Mekanların fiziksel özellikleri, mekana yüklenmiş olan sembolik anlamlar, kullanıcıların sosyal dinamikleri göz önünde bulundurularak mekanların karakteri değerlendirilmektedir . Amos Rapoport, “mekan karakteri” kavramını ilk kez “The Meaning of the Built Environment” adlı kitabında kullanarak, mekana anlam katan unsurları incelemiştir (Rapoport, 1982).

Rapoport’a göre; mekan karakterinin oluşumunu sağlayan farklı unsurlar bulunmaktadır.

1. Fiziksel Özellikler: Mekan içerisindeki gözle görünen özelliklerin tümüdür. Mekanın ölçeği, dokusu, formu, malzemesi gibi tüm özellikler mekanın nasıl algılanacağı konusunda etkili olan unsurlardır ve mekan karakterini belirlemede belirleyicidir.
2. Sosyal Dinamikler: Kullanıcı davranışlarına ve mekan içerisindeki sosyal etkileşimlere olanak tanımaktadır. Mekan içerisinde çeşitli organizasyonlar aracılığı ile insanların bir araya gelerek birbirleriyle etkileşim kurmalarına yardımcı olmaktadır.

3. Semantik Anlamlar: Mekan içerisindeki tüm sembolik ve kültürel yansımaları kapsamaktadır. Semantik anlamlar kullanıcıları duygusal olarak etkilemektedir.

Bu inceleme ve araştırmalardan yola çıkarak Rapoport, mekan karakterinin birden fazla boyut içeren bir kavram olduğunu belirtmiş, üç unsurun (fiziksel özellikler, sosyal dinamikler, semantik anlamlar) bir araya gelerek mekan karakterini oluşturduğunu ifade etmiştir. Rapoport'un bu yaklaşımı günümüzde şehir planlanması, mekan tasarımı, çevresel tasarım gibi bir çok disiplinin temelini oluşturarak mekanların insanların nasıl algılayıp, anlamlandırdıklarını ortaya koymakta yardımcı olmaktadır (Rapoport, 1982).

Mekanın sahip olduğu özelliklerin tamamı mekan karakterini belirleyen faktörlerdir. Kaplan'a göre: mekan karakteri duysal çeşitlilik ile ilişkilidir. Mekan içerisinde birbirinden farklı duysal deneyimlerin yaşanması duysal çeşitlilik olarak tanımlanabilir. Birbirinden farklı şekillerin, renklerin, doku ve seslerin mekanda birlikte var olması duysal çeşitlilik olarak ifade edilebilir. Kaplan, aynı zamanda uyaran zenginliği ve mekan karakteri kavramları arasında bağlantı kurmaktadır. Uyaran zenginliği , mekan içerisinde farklı uyarıcıların bir arada olması olarak ifade edilebilir. Bir ormanda rüzgarın dinlendirici sesine, bitki kokularının eşlik etmesi birden çok uyarıcılarla mekan karakterini zenginleştirmektedir. Mekan karakterinin zemininde ise “tanıdıklık” kavramı ve “anlam” kavramı yer almaktadır. Mekanın anlamı mekan içerisindeki semboller ile ilgilidir. Mekan karakteri insanların kültürel değerlerini yansıtabildiği, kendi sosyal hayatların birer yansıması olarak mekanlara anlam yükleyebildiği alanlardır. Tanıdıklık mekan karakterini daha kolay algılanmasını sağlayarak, kişilerle mekan arasında bağ kurmaya yardımcı olmaktadır. Mekan içerisinde tanıdıklık hissi insanların mekana olan güvenini arttırmaktadır. Mekan karakteri tasarım aşamasından önce mekan içerisinde planlanması gereken önemli bir faktördür (Kaplan, 1989).

Mekânın kullanım amacı ve biçimi mekân karakterini belirleyen en önemli unsurlardan biridir. Lynch'a göre, mekanın sürekliliği, mekanı ve kenti bir araya getiren unsurların bütünlüğü ve uyumuyla sağlanır. Cullen'a göre ise; doku, tasarım, renk, ışık-gölge gibi kullanıcıyı etkileyen mekânsal öğeler mekâna karakter kazandırmaktadır (Lynch, 1960).

Lynch'a göre; mekan karakterinin beş ana unsuru bulunmaktadır.

1. Yollar (Paths): Mekan içerisinde insanların hareket ettiği düzlem üzerindeki yollar mekanları fiziksel olarak birbirine bağlamaktadır. Bu bağlam insanları mekan karakterini daha rahat analiz etmesini sağlayarak, algılama sürecini etkiler.
2. Sınırlar (Edges): Mekan algılama ve karakter oluşumunda mekanın sınırlarının (duvar, bina, fiziksel ayrımlar) önemi oldukça fazladır. Mekan karakterini belirleyerek, deneyim sürecinde etkili olmaktadır.
3. Bölgeleme (Districts): Mekanlar bölgelere ayrılarak mekan karakterinin oluşturulma aşamasında etkili olmaktadır. Bu ayrım ise kullanıcıların ihtiyaçlarına göre oluşturularak, bir çok işleve sahip olabilir.
4. Yerler (Nodes): Mekan içerisindeki tüm insanların ortak bir alanda toplandığı önemli alanlardır. Bu belirgin nokta, mekan karakterinde hiyerarşi oluşturmak için oldukça önemlidir.
5. Anıtsal Unsurlar (Landmarks): İnsanların mekan içerisinde zihinsel haritalama yapmasına yardımcı olan belirleyici temel unsurlardır (Lynch, 1960).

Lynch'in mekan karakteri başta olmak üzere mekan algısı ve zihinsel haritalama üzerine çalışmalar yapmaktadır. İnsanların mekanları nasıl algılanarak anlamlandırıldığını çözümlemiş, mekan karakteri bağlamında insan ve çevre etkileşimi, şehir planlaması gibi çeşitli alanlardaki araştırmalarıyla kendi yaklaşımının temelini oluşturmuştur. Mekan tasarım ve planlama aşamasındayken mekan karakterini oluşturan beş unsuru göz önünde bulundurularak oluşturulması gerektiğini ifade etmektedir (Lynch, 1960).

Günümüzde farklı amaç ve hizmet doğrultusunda tasarlanmış birçok mekân bulunmaktadır. Oluşturulması planlanan mekanların, kullanıcı ihtiyaçlarına uygun ve diğer mekanlardan ayrılan farklı özelliklere sahip olması oldukça önemlidir (Kropf, 1996). Mekanın tüm özellikleri, insanların mekan içerisindeki duygu ve davranışları üzerinde etkili olmaktadır. Mekanın huzurlu, sessiz ve dingin bir atmosfere sahip olması insanların duygu ve davranışları üzerinde belirleyici olacaktır. Canter, mekan karakterini psikolojik açıdan tanımlayarak insanların duyusal ve algısal davranışlarını incelemiştir. İnsanların mekan içerisindeki tepkilerine ve algılama biçimlerine göre mekan içerisinde çalışmalarını psikolojik açıdan sürdürmüştür. Mekan içerisinde huzurlu olan insanlar daha üretken ve verimli olmaktadır. (Canter, 1977).

Norberg'e göre; mekanın özgün ve özel nitelikleri mekan karakterini oluşturmaktadır. Mekan içerisinde kullanıcıların hissettirmiş olduğu tüm duygu, deneyimler mekan karakteri ve insan arasındaki etkileşimden doğmaktadır. Norberg, mekan karakterini mimarlık bağlamında ele alarak anlamlandırmış, mekanların insanlarla olan etkileşimleri üzerine çalışmalarını sürdürmüştür (Norberg-Schulz, 1980).

Gehl'e göre; mekanlar insanların refahını, mutluluğunu etkilemektedir. Mekan karakterleri insan odaklı olarak tasarlanmalıdır. Oluşturulan mekanlar hedeflenen mekan karakteri ile duygusal bağ kurmalı ve günlük yaşantıda daha sürdürülebilir, keyifli alanlar haline getirilmelidir (Gehl, 2010). Mekân- insan arasında tasarlanmış olan mekânın dili, iletişim aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Tasarımcı, mekân karakterini somut bir iletiye dönüştürerek insanlara ulaştırmalıdır. (Altaş, 1994). Toplum içerisindeki insanların yaşam tecrübeleri, mekânın fiziksel öğeleri geçmiş dönem boyunca mekân dokusunun ve kullanımının sürekli olarak değişimini sağlamış mekân karakterinin oluşmasına katkı sağlamıştır. Mekân karakterinin oluşmasında çeşitli formların bir araya gelerek bütünlük oluşturması vardır (Whitehand, 2007).

Mekân ve kent karakteri, insanların sosyalleştiği mekanları kullanıcı perspektifinden ele alarak, mekân dokusuna yansıyan çeşitli formların oluşmasıyla oluşur. Lynch, mekân karakterinin oluşumunda etkili üç unsurdan bahsetmektedir. Mekânı oluşturan alanın boyutları, mekân tasarımı gerçekleştirilirken kullanılan malzemelerin dokusu ve rengi, mekânın açıklık-kapalılık oranı mekan karakterinin oluşumunda etkili olan üç unsurdur. Bu üç unsurdan yola çıkarak mekân karakteri içe dönük veya dışa dönük, açık veya kapalı, aydınlık veya karanlık olmak üzere birbirinden farklı karakter özellikler taşımaktadır (Lynch, 1960).

Tasarım ve mekan karakteri kavramı arasında çok yakın ilişki bulunmaktadır. Tasarım mekanın düzenlenmesi, form kazandırılarak şekillendirme sürecini ifade eden bir kavramdır. Mekan karakteri ise mekana özgünlük katarak farklı atmosferler yaratmayı amaçlar. Ewing ve Handy ise mekan karakteri ve tasarım arasındaki ilişkiyi inceleyerek çevresel grafik tasarımın konusu olan cephe tasarımları, cadde ve sokak düzenlemeleri gibi çalışmalarda bulunmuşlardır (Ewing & Handy, 2009).

Mimari mekanlarda tasarlanan yüzeyler;

- Mekan karakterlerinin belirlenmesini sağlar,

- Mekan içerisinde sınırlandırıldıkları biçim ve yüzey özelliklerine göre mekan ilişkilerini düzenler
- Mekânın çevresiyle olan iletişim biçimini ve tarzını belirler (Dinçer, 2005).

Mekân içerisindeki duvarlar, aydınlatmalar, malzemeler ve görsel tasarım unsurları tasarımı mekân karakterini oluşturan etkenler arasında yer almaktadır (Meiss, 1991). Mekân içerisindeki dokular, renkler, mekânın bulunduğu çevrenin kültürel özellikleri gibi birçok faktör mekân karakterinde belirleyici olmaktadır. Bu nedenle mekanlar kültürel özelliklere, kullanım alışkanlıklarına, sosyal yaşantılarına uygun olarak tasarlanmalıdır (Schulz, 1984).

Mekân karakteri dekorasyon stilleriyle de ilişkilidir. Mekân içerisinde ilk olarak bulunduğu kültüre, kullanım amacına, mekânı kullanacak kişilere ve mekân içerisinde verilmek istenen mesaja göre ilk olarak mekân karakteri belirlenir. Mekân karakterine uygun olarak mobilya, dekorasyon ürünleri ve mobilya tasarımları üretilerek mekâna yerleştirilir (Meiss, 1991).

Mekân karakteri dış mekân tasarımından başlayıp iç mekânda dekorasyon stilleri ve formlarla sürdürülebileceği gibi, iç mekân tasarımlarındaki formlar veya görseller grafik tasarım aracılığıyla dış mekânda tamamlayıcı bir unsur şeklinde kullanılarak mekân karakterinin devamlılığı da sağlanabilmektedir. Günümüz tasarım öğeleri genellikle çağdaş stiller olarak ifade edilmektedir. Çağdaş stillerde mekân karakterinde öne çıkan özellikler ise şık formlar, sade mobilya tasarımları, konfor ve pürüzsüz yüzey alanlarıdır. Mekân karakterini içe dönük ve aydınlık olarak planlığımızda ise daha sakin, doğal, sıcak atmosfer yaratan İskandinav tarzını seçmek doğru olacaktır. Enerjik, dinamik ve farklı tarzları içeren bir mekân karakteri oluşturmayı planlıyorsak maksimalist tarzı tasarım stilini seçerek karmaşık stilleri, farklı desenleri, renkleri mekân içerisinde daha cesurca kullanmak mümkündür. Kırsal yaşam alanlarını hissettiren bir mekân yaratmak istediğimizde ise doğal ahşap, hasır, dokuma halıları ve kilimleri kullanmak doğru bir seçim olacaktır. Kontrast ve uyumun bir arada olduğu mekanlarda ise Japandi stili mekân içerisinde sürekliliği sağlanabilir. Farklı tarzlarda seçilen alçak mobilyalar, doğal malzemeler ve sadelik Japandi stilinin temel özelliklerindendir (Castamo, 2018).

Mekanlar mevcut formlarını alana kadar ekonomik, algısal ve fiziksel birçok süreç geçirmiştir. Mekânın karakteri son olarak mekânın bulunduğu coğrafyanın

değişmesine ve gelişmesine bağlı olarak değişim göstermektedir. Mekân karakterinin belirlenmesinde mekânın büyüklüğü oldukça önemlidir. Mekân içerisindeki bölünmeler ve birleşmeler mekân tasarımını etkiler. Mekânın çevresiyle kurmuş olduğu ilişkiler, mekân bütünlüğünün, dokusunun ve karakterinin oluşmasını sağlar. Mekân tasarımlarında, mekân karakterinin belirlenmesi veya tespit edilmesi sistematik bir çalışma gerektirmektedir. Mekanlar fiziksel olduğu kadar psikolojik, sosyolojik ve ekonomik, kültürel oluşumlardır. Bu nedenle mekân karakterinin nasıl şekilleneceği mekânın nasıl geliştirileceği tasarımcı ve mimarın çalışma alanıdır.

2.4. Mekân Çeşitleri

Mekan çeşitliliği bir bölgenin kültürel öğeleri, coğrafi özellikleri ve doğası gibi mekanın çeşitli özelliklerinin mekan tasarımı gerçekleştirirken dikkate alınması gerekmektedir. Mekan tasarımında mekanların özgün kimliği, mevcut binaların restorasyonu, doğal unsurların korunması gibi mekanın tüm mekan çeşitlikleri göz önünde bulundurularak yerel kültürü destekleyecek şekilde değişim gerçekleştirilmelidir (Gehl, 2010).

Çeşitlilik, birbirinden farklı özelliklerin bir araya gelmesidir. Çeşitlilik kavramı farklı disiplinlere göre değişiklik göstermektedir. Bu ifadede çeşitlilik kavramının varlığını resmen ortaya koyan bir açıklama olarak karşımıza çıkmaktadır. Birbirinden farklı kültürlerin varlığı çeşitliliğin göstergesidir. Kültürel çeşitlilik insanların mekanı ve yaşamlarını şekillendirmelerinde, iletişim düzenlerinin kurulmasında büyük önem taşımaktadır. Toplumsal ilişkilerin temelinde de kültürel farklılıklar yer almaktadır (Garden, 2010).

Mekan çeşitliliği bir alanda mekan tasarımı gerçekleştirilirken mekan içerisinde kullanılan farklı malzemelerin kalitesi, ürünlerin formu, renkler ve dokuların kullanımıdır. Bu farklılıklar kullanıcının algı sisteminde değişikliğe neden olur ve farklı duygusal tepkilerde bulunmalarını sağlamaktadır. Malzeme seçiminde kullanılan renkler, dokular mekanın atmosferinin belirlenmesinde etkilidir ve kullanıcıların keyifli deneyimler yaşamasını sağlayarak, mekan içerisindeki memnuniyeti artırır (Nasar, 1988).

Car ve Stone'a göre mekan çeşitliliği; mekanı kullanan kullanıcıların ihtiyaçlarına uygun, farklı aktiviteleri destekleyecek özelliklerinin olması gerektiğini savunmaktadır. Dinlenme alanı, oyun parkları, spor alanları, konser ve açık hava

tiyatro alanları farklı amaçlar için oluşturulmuş mekan çeşitleridir (Carr & Stone, 1992).

Mekan çeşitliliği, belirli bir bölgede mevcutta bulunan farklı türde mekanların varlığı olarak tanımlanabilir. Mekan çeşitliliği kültürel, işlevsel ve estetik olmak üzere kullanım amacına göre farklılık göstermektedir. Alan içerisinde insanların ihtiyaçları karşılanırken, mekan çeşitliliği ile o alanın zenginliği arttırılmaktadır. Bu zenginlikler iç mekanın tasarımı, mekanda kullanılan renk, doku, ışık kullanımı gibi unsurlardır. Mekanlar kullanım amaçlarına, işlevlerine göre sınıflandırılmaktadır.

Mekanlar fiziksel özelliklerine ve alan içerisindeki konumlarına göre iç mekan, dış mekan olarak ayrılmaktadır. Kullanım amaçlarına göre ise kentsel-kırsal mekanlar, ticari mekanlar, kamusal-özel mekanlar ve konut mekanlarıdır. Mekanlar kullanım sürelerine göre geçici veya kalıcı mekanlar olarak gruplara ayrılmaktadır. Farklı mekan türlerinin varlığı mekan çeşitliliğinin oluşumunda etkili olmaktadır. İnsanların yaşamlarını sürdürdükleri farklı mekan türleri vardır. Bu mekanlar; villalar, apartman daireleri, bungalov evler, stüdyo daireler bunlarda mekanın çeşitliliği yansıtan yapılardır. Bu mekanların düzeni, tasarımı, malzeme seçimleri ise farklılık göstermektedir (Cormona, 2010).

İç mekan tasarımları insanların çeşitli faaliyetlerini, yaşamlarını sürdürdükleri çevreyle etkileşime girdikleri alandır. İç mekanlar kullanıcıların gereksinimlerini karşılamakla birlikte, duygusal ve estetik yönden de insanları etkileme özelliğine sahiptirler. İç mekan tasarımı mekanın düzenlenmesi, ışıklandırılması, malzeme seçimi, renk kullanımı, kullanılan objelerin formları gibi unsurların planlanarak uygulanmasını sağlar. Kullanıcılara mekan içerisinde yeni deneyimler ve konfor alanları sunar. Bu özelliği ile iç mekanlar işlevsel kullanımlarının yanında duygusal bir rol üstlenmektedir. İç mekanların asıl amacı ise kişilerin mekan içerisinde zaman geçirmelerini sağlayarak, tüm ihtiyaçlarını gidererek keyifli ve konforlu ortam sunmak amacıyla tasarlanmaktadır. İç mekanlar kullanıcıları duygusal ve estetik yönden etkiler ve mekan içerisinde farklı deneyim yaşamlarını sağlamaktadır (Ching, 2014).

Pile ve Gura'ya göre; iç mekanlar kişisel deneyimlerin kazanılarak, insanların çevreleriyle etkileşimde bulundukları alanlardır. İç mekan kavramı ergonomi, estetik, doku, renk, fonksiyonellik, işlevsellik, ışık gibi bir çok mekanı oluşturan elementlerin bir araya gelerek kullanıcı ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla oluşmaktadır. İç mekanın en büyük amacı ise tüm duyu organlarını tek bir noktada birleştirmek ve insanların

tecrübe ve kullanım alışkanlıklarını zenginleştirerek geliştirmektir. İç mekanlar kullanıcıların isteklerinden ve kültürel alışkanlıklarında etkilenmektedir. Mekan içerisinde deneyimleri geliştirdiği gibi bireylerin yaşam kalitesini de arttırmaktadır (Pile & Gura (2013).

İnsanların yaşam alanlarında, dinlenme alanlarında, iş yerlerinde, eğlenme alanlarındaki geçirmiş oldukları zamanların tamamı iç mekanlarda gerçekleşmektedir. İç mekan tasarımlarının en önemli amaçlarından birisi ise mekan içerisine çekicilik katmaktır. Kullanıcılar üzerinde olumlu etkiler sağlamayı hedefler (Ahmed,2020).

Belirli bir çevrenin çeşitli yüzeyler ile sınırlandırılması, mekânın farklı kimliklere dönüşmesini sağlamaktadır. (Sümer, 2001). İç mekanlar belirli eylemlerin gerçekleştirilebilmesi amacıyla, mekâna işlevsellik kazandırılarak geometrik olarak boşluğun sınırlandırılmasıyla oluşur. Dış mekanlarda çevre ile bölücüler ön plandayken, iç mekanlarda mekân içi sınırlayıcılar ön plandadır. Sınırlayıcı alanların iç ve dış mekâna yerleştirilmesiyle iç mekân, dış mekân kavramları oluşmaktadır. Kullanım amaçlarına göre mekanlar kültürel, sosyal ve ticari olarak sınıflandırılabilir. İç mekân tasarımlarında en önemli unsur mekân içerisinde tasarımlarla çekicilik sağlanarak, insanlarda farkındalık oluşturmaları ve aynı zamanda insanları bilgilendirerek, yönlendirmesidir. Bu farkındalık bilgilendirme ve yönlendirmeyi sağlayan en güçlü araçların çevresel grafik tasarım ürünleri olduğu söylenebilir (Aydın, 2000: s.7).

Ching'e göre, iç mekânı geliştiren ve mekân içindeki etkinliklere ve işlevselliğe katkıda bulunan tüm unsurlar, aynı zamanda mekân içinde konsept tasarımın sürdürülmesinde önemli bir rol oynar. İç mekânın tamamlayıcı unsurları doku ve malzeme kullanımı, ışık, renk ve obje, eşya tercihleri de mekân içerisindeki işlevselliğe katkıda bulunarak, çekiciliği bileşenler olarak ifade etmektedir. İç mekân bileşenlerinin tamamı mekânın cazibesini artırarak, mekanları kullanılabilir kılar. Farklı kültürlerde doğup büyüyen insanların mekân kullanım ihtiyaçları da farklılık göstermektedir. Bu nedenle bir iç mekân tasarımı gerçekleştirilirken toplumun mekân kullanım alışkanlıkları, kültür yapıları, ihtiyaçları o çevreye göre belirlenerek iç mekân tasarımları oluşturulmalıdır (Ching, 2004: s.14).

İç mekanları kullanıcı ihtiyaçlarını karşılayarak keyifli bir ortam sunabilmeleri için bazı özelliklere sahip olması gerekmektedir.

1. Fonksiyonellik: Mekanı kullanması hedeflenen kullanıcıların tüm ihtiyaçları göz önünde bulundurularak işlevsel olması sağlanmalıdır.
2. Estetik: Mekan içerisinde kullanılan mobilya ve dekorasyon unsurları (doku, renk, malzeme çeşitleri) mekan içerisinde atmosfer oluşturmaktadır.
3. Mekanın düzeni ve kullanımı: Eşyaların yerleşimi ise mekan içerisindeki kullanıcı hareketine ve kullanıcı ihtiyaçlarına göre konumlandırılmalıdır.
4. Aydınlatma: Mekanın kullanım amacına uygun aydınlatma seçilmelidir.
5. Ergonomi: İç mekan tasarımını kullanacak tüm kullanıcıların konforunu ve sağlığını destekleyecek şekilde tasarlanmalıdır (Ma. X., 2020).



Şekil 3.Andrea Mosca tarafından oluşturulan Creative Studio-1 (Andrea Mosca, 2016: web).



Şekil 4.Andrea Mosca tarafından oluşturulan Creative Studio-1 (Andrea Mosca, 2016: web).

İtalyan mimar Andrea Mosca tarafından tasarlanmış Creative Studio'nun en belirgin özelliği mekanın bölücü unsurları olarak konumlanan çeşitli depolama raflarının bulunmasıdır. Mekan içerisindeki bu bölücüler işlevselliğe katkı sunmaktadır. Mekan ergonomik çeşitli mobilyalar ile desteklenirken mekanın kasvetli olmaması için doğal aydınlatmadan maksimum seviyede yararlanılmıştır. Mekan içerisinde az renge yer vererek sakin, estetik ve dinamik bir mekan yaratılmıştır (içmimarlıkdergisi, 2016: web).

Lynch'a göre; dış mekan açık alanlardan oluşan, insanların hareket ederek çevresiyle çeşitli etkileşimlerde bulundukları, farklı aktivitelerin planlandığı yerdir (Lynch, 1984). Gehl ve Svarre'ye göre; kamusal alanların ve şehirlerin, açık alanda insanların varlığını sürdürdüğü alanların tümüdür. Bu dış mekanların asıl amacı ise mevcut şehirde insanlara hareket alanı tanıyarak, yaşam kalitelerini arttırmaktır (Gehl ve Svarre, 2013). Alexander'e göre; yapıların dışında kalmış açık tüm alanlar dış mekan olarak tanımlanabilir. İnsanların sosyal etkileşimde bulunarak doğayla yakın ilişki kurdukları mekanlardır (Alexander, 1977). Francis'e göre; dış mekan; insanların eğlenerek dinlenebildikleri açık alanda etkileşim kurdukları alanlardır (Francis, 2019).

Dış mekanların kullanıcılar üzerinde olumlu etki uyandırması için planlama aşamasında dikkat edilmesi gereken bazı özellikler bulunmalıdır.

1. Alan Planlaması: Her mekanın kendi kullanıcı ihtiyaçları belirlenerek bu amaca uygun olarak tasarlanması gerekmektedir. Parkların farklı bölümlere ayrılarak kullanım amacına göre çeşitlendirilmesi alan planlamasına örnektir.
2. Peyzaj Tasarımı: Dış mekan tasarımında doğayı oluşturan ağaçlar, çiçekler çevredeki tüm bitkiler mekanın bir parçasıdır ve mekana estetik bir dönünüm kazandırır. Bölgenin mevsimine göre uygun bitkilerle peyzaj tasarımı tamamlanmalıdır.
3. Donatılar ve Mobilyalar: Dış mekan içerisinde yer alan şemsiyeler, banklar, geri dönüşüm ve çöp kovası gibi tüm donatılar kullanıcıların rahatça ulaşarak dinlenebildikleri alanlar yaratmada yardımcı olmaktadır.
4. Aydınlatma: Dış mekan tasarımında aydınlatmanın en büyük görevi güvenliği sağlamak ve estetik bir görünüm kazandırmaktır. Bu neden aydınlatma kullanımı özellikle akşamları ve geceleri büyük önem taşır.
5. Renk ve Materyal Seçimi: Dış mekan içerisinde oluşturulan ürünlerin malzemesi ve renkleri kaliteyi gösterirken mekan karakterinin özelliklerini de

taşımaktadır. Dış mekan tasarımlarında kullanılan materyaller ise dayanıklı ve sürdürülebilir özellikte olmalıdır (Cormona, 2010).

Dış mekan tasarımları kullanıcıların arasında etkileşimi sağlar. Kullanıcıların dış mekanda spor yapması, dinlenmesi, özgürce vakit geçirmelerine olanak sağlar. Bu nedenle dış mekan tasarımları mekanı kullanan kullanıcıların günlük ve sosyal hayatlarından etkilenecek şekilde şekillenmektedir. Cormona'a göre; dış mekan tasarımının önemi ise beş başlıkta ifade edilebilir.

- Sosyal Etkileşim: Başarılı olarak kullanıcı ihtiyaçlarına göre tasarlanmış dış mekanlar kişilerin sosyal etkileşim kurmalarına olanak sağlayarak bu ilişkilerin gelişmesini destekleyecektir.
- Sağlık ve Refah: Dış mekanlar doğa ile ilişkilidir bu nedenle dış mekanların insanların stresini azaltarak, zihinsel dinginliğin sağlanmasına olanak sağlamalıdır.
- Estetik Değer: Dış mekan tasarımları birbirini tamamlayacak unsurlarla oluşturularak çekicilik sağlar, kullanıcılara keyifli bir deneyim sunar. Ayrıca sanatsal unsurlarla dış mekan desteklenirse o alanın cazibesini ve kalitesini arttırmada yardımcı olacaktır.
- Toplum bağları: Meydanlar, konserler, parklar, piknik alanları insanların bir araya gelerek birbirleriyle etkileşime girdikleri alanlardır ve bu alanlar sayesinde toplum içerisindeki bağların güçlenmesi sağlanabilir (Cormona, 2010).



Şekil 5. Modus mimarlık firması tarafından oluşturulan danışma bürosu dış mekan tasarımı (İç mimarlık Dergisi, web, 2020).

Kuzey italya'daki Bressaone şehrinde Modus mimarlık tarafı tarafından tasarlanan turizm danışma bürosu asırlık ağacı çevreleyen bir yapı (Treehugger) ile 2016 yılında uluslararası birincilik kazanarak başarıya imza atmıştır. Mekan tasarımında alan planlaması başarılı bir şekilde gerçekleştirilmiş merkezdeki doğal dokular bozulmadan, çarpıcı beton bir yapı karakterize edilmiştir. Treehugger meydanındaki dev ağacın çevresinde doğa ile inşa edilmiş, doğal form ile dış mekan tasarımında bağlantılar kurulmuştur. Duvarların eğri formu bina cepheleri ile birleşmekte dış mekan tasarımında ortak bir kompozisyonun oluşmasını sağlamaktadır. Mekan aynı zamanda iç ve dış mekan tasarımlarıyla birlikte planlanmıştır. Dış mekanda görülen estetik, zarif görünüm iç mekan tasarımlarına da yansıtılmıştır (Günel, 2020).



Şekil 6. Modus mimarlık firması tarafından oluşturulan danışma bürosu iç ve dış mekan tasarımı (İç mimarlık Dergisi, web, 2020).

İç ve dış mekan tasarımlarının uygulama ve çalışma alanları farklılık gösterse de araştırmalar bir çok ortak noktaya sahip olduklarını, birbirilerinin tamamlayıcı-destekleyici uygulama alanları olduğunu göstermektedir. İç ve dış mekan tasarımları da insan odaklı tasarımlar gerçekleştirmede ve kullanıcıların konforunu, güvenliğini ön planda tutarak çalışmalarını sürdürdükleri görülmektedir. Fiziksel özelliklerine göre oluşturulan iç ve dış mekan tasarımlarında estetik görünüm önemlidir ve insanların olumlu deneyim yaşamalarına katkıda bulunabilir. İki mekan tasarımında da kullanıcı faaliyetleri göz önünde bulundurularak kullanışlı, işlevsel tasarımlar yapılmaktadır. İç ve dış mekan tasarımları oluşturulurken bu unsurlar insanların kullanıcı deneyimi açısından keyifli, sağlıklı, güvenli bir yaşam sürmelerine katkıda bulunmaktadır.

Kullanım amaçlarına göre oluşturulan mekanların birincisi kentsel ve kırsal mekanlardır. Kentsel ve kırsal mekan tasarımları sosyal kontekstlere ve coğrafi konumlara bağlı olarak oluşturulan mekanlardır. Kentsel mekanlar nüfus yoğunluğu fazla, büyük şehir merkezlerinin yer aldığı yapılaşmış yerleşim alanlarıdır. Kırsal mekanlar ise nüfus yoğunluğu daha düşük doğa-insan ilişkilerinin daha çok ön plana çıktığı yerleşim alanlarıdır. Kentsel mekan tasarımları şehir içindeki yapılanmış tüm mekanları kapsamaktadır. Kentsel mekan tasarımlarında önemli olan şehrin tüm ihtiyaçlarını karşılayarak, ticaret ve ulaşım imkanlarına uygun olarak planlanmasıdır. Bu nedenle kentsel mekan tasarımlarında kullanışlılık, sürdürülebilirlik, erişilebilirlik, estetik görünüm gibi bir çok faktör önemli rol oynamaktadır. Kırsal mekan tasarımları gerçekleştirilirken özellikleri ise mevcut doğal çevrenin korunarak tasarlanması gerekmektedir. Kırsal mekan tasarımlarında tarım alanları, doğal peyzaj uygulamaları, turizm faaliyetleri gibi unsurlara bağlı olarak çalışmalar yönetilmektedir. Kırsalda ise mekan içerisinde kültürel değerler ön plana çıkarılarak, doğal unsurların korunması sağlanarak sürdürülebilirlik oluşturulmalıdır (Cormona, 2010).

Bakan ve Konuk'a göre; eni boyu, yüksekliği sınırları dışında insanlar tarafından kullanıldıkça anlam kazanan mekanlar kentsel mekân olarak tanımlanmaktadır (Bakan ve Konuk 1987). Gehl'e göre kentsel mekan tasarımları; insanların ihtiyaçlarına uygun, canlı, sürdürülebilir ve insanların sosyal olarak etkileşime girebildikleri gelişmiş mekanlardır (Gehl, 2010). Alexander'a göre; kullanıcıların güvenliğini ve konforunu sağlayarak, etkileşimde bulunmalarını sağlayan yapılar kentsel mekan tasarımları olarak tanımlanabilir (Alexander, 1977). Lynch'a göre; şehirlerin

kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılayarak onların varlığı ile anlamlı hale gelen yapıların tamamı kentsel mekan olarak tanımlanabilir (Lynch, 1960).

Kentsel mekanlar herkes tarafından erişilebilen, insanların beklentilerine cevap veren mekanlardır. Kentsel mekanlar tasarlanırken diğer tüm mekanlar gibi, insan-çevre etkileşimi göz önünde bulundurulmalıdır. Hareketin ve hızın sürekli devam ettiği kentlerde yapılar, yollar, parklar vb. birçok alanın planlı bir şekilde tasarlanması insan hayatını kolaylaştırarak, kent içerisinde yaşam konforunu arttıracaktır. Schulz, kentsel mekânı toplumsal gereksinimleri karşılayan bir boşluk olarak tanımlamıştır (Schulz-Noberg, 1971).

Kentsel mekanlar geçmişten bugüne insanların buluşma yeri, kent içindeki olan olayları paylaştıkları ortam ve insanların rahatlayarak dinlendikleri alanlardır. Kentsel mekanları duyularımız aracılığıyla algılarız. Algılama duyumuz ile mekânı deneyimleriz, mekâna dair özellikleri geçici belleğimizde depolarız. Mekânda kaldığımız süre boyunca mekân zihnimizde anlam kazanmaya başlar. Mimari mekanlar; insanların eylemleri için oluşturulmuş uzay parçasıdır. İçinde yaşadığımız alan mimari mekanları oluşturur (Öktem, 2007: 67).

Mekan tasarımlarında kentsel ve kırsal alanlar insanların yaşam alanlarını oluşturarak sürekliliğin sağlandığı önemli unsurlardır. Yapılan araştırmalar, kentsel ve kırsal mekân tasarımlarının insanların mutluluk düzeyini, gelişimini ve ruh sağlığını önemli ölçüde etkilediğini ortaya koymaktadır. Yeşil alanlar, sosyal etkileşim alanları, çevresel sürdürülebilirlik ve estetik unsurlar insanların yaşam kalitesini etkileyen olumlu özelliklerdir. İyi tasarlanmış mekanlar insanların zihinsel ve fiziksel sağlığını olumlu yönde etkileyerek kentler ve kırsal bölgelerdeki deneyimlerini zenginleştirmede yardımcı olmaktadır.

Kullanım amaçlarına göre oluşturulan mekanları ikincisi ise kamusal ve özel mekanlardır. Kamusal mekanlar toplumun farklı kesimlerinin bir araya gelmesine olanak sağlayan, halkın erişimine açık olan mekanlardır. Bu mekanlar; hastaneler, kütüphaneler, meydan ve sokaklar, müzeler gibi insanların bir arada bulunarak etkileşimde bulunup, ilişkilerini geliştirdikleri ortamdır. Özel mekanlar ise belirli grup veya kişilere ait alanlardır. Bu alanlara erişim kısıtlıdır ve kullanıcıların konforunu, özel hayatını karşılamak amacıyla oluşturulur. (Madanipour, 2003).

Toplumdaki tüm insanlara hizmet eden alanlar kamusal mekanlar olarak ifade edilebilir. Bu nedenle birçok kişiyi etkileyerek, oluşturulması planlanan tasarımların toplumun tüm kesimi tarafından anlamlandırılması oldukça önemlidir. Kamusal mekân tasarımları oluşturulurken kurum kimliğine bağlı kalınması şarttır. Mekânın temasına uygun olarak tasarlanan çevresel grafik tasarım uygulamaları kamusal mekân üzerinde oldukça önemlidir. En çok kullanılan kamusal alanlar hastaneler, kampüsler, havalimanları, otoparklar gibi alanlardır. Kamusal mekanlarda insanların mekân içerisinde kendilerini rahat hissetmeleri sağlanarak, uzun süre ilgilerini çekebilmek amacıyla mekân imgesi güçlendirilmelidir. Kamusal mekân düzenlemeleri oluşturulurken toplumun tüm kesimi tarafından anlamlandırılabilen tasarımların yapılarak uygulanması en önemli konular arasında yer almaktadır. Birçok yönlendirme tasarımlarında metinlerin yanında evrensel olması nedeniyle ikon kullanılmasının esas nedeni farklı kültürler tarafından anlamlandırılıyor olmasıdır (Kandemir, 2010).

Kullanım amaçlarına göre oluşturulan üçüncü mekan ise konut mekanlarıdır. Bireylerin özel ihtiyaçlarını karşılayarak dinlenme, eğlenme gibi kullanımlarına olanak sağlayan alandır. Bu mekanlar insanların günlük hayatlarının sürdürmelerini sağlarken kişisel gizliliği koruyarak, kendilerini mekana yansıtmalarına olanak sağlamaktadır (Ahmed, N., 2020).

Mekanlar kullanım sürelerine göre ise geçici ve kalıcı olmak üzere ikiye ayrılır. Mekanların sürekliliklerine, kullanım şekillerine göre farklı yaklaşımlar gerektirir (Cormona, 2010).

Kalıcı mekan tasarımı uzun süreli kullanımlara uygun olarak inşa edilerek tasarlanan alanlardır. Okullar, ofisler, alışveriş merkezler kalıcı mekan tasarımlarına örnek verilebilir. Kalıcı tüm mekan tasarımlarının bir amacı ve işlevi bulunur bu amaca hizmet etmesi amacıyla oluşturulmalıdır. Geçici mekan tasarımları ise kişilerin veya grupların kısa süreli kullanımları için oluşturulan planlanan mekanlardır. Fuar tasarımları, konserler, geçici sergilemeler, festivaller geçici mekan tasarımlarına örnek verilebilir. Geçici mekan tasarımlarında kullanışlılık, hızlı kurulum, taşıma gibi faktörler ön plandadır (Bassett, 2010)

Kalıcı mekan tasarımları oluşturulurken bazı özellikler dikkate alınmaktadır:

1. Dayanıklılık: Kalıcı mekan tasarımları uzun yıllar ömrünü koruması amacıyla oluşturulmaktadır. Malzeme seçimleri ile mekanın uzun yıllar sağlam kalması sağlanmaktadır.
2. İşlevsellik: Mekan amacına uygun şekilde planlanır ve kullanıcı grupların ihtiyacını karşılayacak şekilde oluşturulur.
3. Estetik: Kalıcı mekan tasarımları uzun yıllar varlığını sürdürecektir. Bu nedenle çekici, estetik bir görünüme sahip olarak tasarlanmalı, dış cephesi de göz önünde bulundurulmalıdır.
4. Ergonomi ve Kullanıcı Deneyimi: Kalıcı mekanlarda konfor ve ergonomi önemlidir. Bu prensiplere uygun olarak düzenlemeler yapılmalıdır.
5. Sürdürülebilirlik: Kalıcı mekanlarda enerji kullanımı, doğal ışık kaynağı gibi bir çok çevresel faktör göz önünde bulundurularak mekanın sürdürülebilirliği sağlanmalıdır.

Kalıcı mekanlar kullanıcı ihtiyaçlarını sağlar ve estetik, işlevsel, ergonomik, sürdürülebilir, dayanıklı yapılar oluşturmayı hedeflemektedir (Pile & Gura, 2013).

1. Taşınabilirlik: Geçici mekan tasarımlarında mekanın taşınabilirliği önemlidir. Bu nedenler modüler sistemler planlanmalı, hafif malzemeler kullanılarak taşınabilir yapılara oluşturulmalıdır.
2. Esneklik: Geçici mekan tasarımları kullanım amacına göre esnetilebilen farklı etkinliklere uygun düzenlenebilmelidir.
3. Destekleyici: Etkinlikler uygun, geçici ihtiyaçları destekleyecek özellikte oluşturulmalıdır.
4. İnovasyon ve Yaratıcılık: Geçici mekanlar yaratıcılığın ve inovasyonun başarılı uygulandığı alanlardır. Mekan içerisinde kullanıcıya etkileyici deneyimler sunmayı amaçlar.
5. Geçici Etkileşim: Geçici mekanlar kullanıcı ile kısa süreli iletişimde bulunur ve hafızalarında unutulmaz anılar bırakmayı hedeflemektedir (Pile ve Gura, 2013).



Şekil 7. Özbekistan GTL-GSS için tasarladığımız geçici mekân tasarımı örneği (2021 Arşivimden)

Geçici mekân tasarımlarında dikkat edilmesi gerek unsur ise mekân içerisindeki konsept tasarım ve tasarım kalitesi korunarak maliyetini minimum seviyede tutmaktır. Bu nedenle birçok büyük organizasyonda dış mekân tasarımlarında pleksi ve kompozit malzeme üzerine giydirme yapılarak branding oluşturulmaktadır. Böylelikle geçici mekân tasarımlarında baskı miktarı azaltılarak, maliyetler minimuma indirilir.

Mekan çeşitleriyle ilgili yapılan tüm araştırmalar, mekan çeşitliliğinin insan hayatındaki önemini vurgulamaktadır. Mekan çeşitliliği genel olarak kullanıcıların çeşitli aktivitelere uygun, ihtiyaçlarının karşıladıkları alanlardır. İç mekanlar mekan içerisinde kullanıcının konfor ve estetik beklentilerini karşılarken, dış mekanlar açık bir ortamda kullanıcıların etkileşimde bulunmalarını sağlayacak alanlar oluşturmaktır. Kamusal mekanlar şehir düzenlemeleriyle, kırsal mekanlar ise doğal çevreyle uyumlu mekanlar oluşturmayı amaçlar. Geçici mekanlarda kısa süreli kullanıma uygun olarak tasarlanırken, kalıcı mekanlar ise uzun süreli kullanıma uygun olarak tasarlanmaktadır. Tüm bu çalışmaların en önemli noktası ise insan yaşamının kalitesini arttırmak amacıyla oluşturulmasıdır. Mekan çeşitliliği insanların tüm mekânsal ihtiyaçlarını karşılarken, kullanıcı odaklı mekan tasarımlarının oluşumunu sağlamaktadır. İyi ve planlı tasarlanmış tüm mekanlar kullanıcıyı etkiler, kullanıcının yaşam kalitesini artırır, toplumsal ilişkileri düzenler. Bu nedenle mekan tasarımı daha iyi bir çevre oluşturarak, insanların yaşamını şekillendirmek için gereklidir.

3. ÇEVRESEL GRAFİK TASARIM

20.yy'da teknolojik, ekonomik, sosyal ve kültürel değişimler ile yeni uzmanlık alanlarının oluşumuna olanak sağlamıştır. Güçlü bir geleneğe sahip olan mimarlık, ilk çağlardan bugüne kadar gelişim göstermiştir. Modern toplumun alışkanlıklarının değişimi ile birlikte grafik tasarım kavramı 20.yy. başlarına doğru gelişim göstermiş, kendi sembollerini ve göstergelerini yaratarak görsel bir dil oluşturmaya başlamıştır. Zaman içerisinde mimari ve grafik tasarım uygulamaları arasındaki benzerlikler giderek ön plana çıkarak, aralarındaki sınırlar erimeye başlamıştır.

Modern dünyanın ihtiyaçlarının hızla artmasıyla endüstriyel, kentsel, sergileme tasarımı gibi birçok farklı tasarım alanları ortaya çıkmaya başlamıştır. Tüm bu tasarım alanları bulundukları çevre ile ilişkilendirilmesinden olmasından dolayı literatürde “Çevresel Grafik Tasarım” başlığı altında konumlandırılmaktadır. Dünyada büyük organizasyonları gerçekleştiren “Çevresel Grafik Tasarım Kuruluşu (Societ of Environmental Graphic Design-SEGD)” tüm çevresel grafik tasarım ürünlerinin oluşumunda mimari, iç mimari, endüstriyel tasarım, yönlendirme ve sergileme tasarımlarının mekân içerisinde birlikte yer aldığını ifade etmektedir. 1920'li yıllarda oluşum gösteren çevresel grafik tasarım kavramının 1970'li yıllara geldiğinde hızlı bir yükseliş yaptığı görülmektedir (bkz. SEG, Media Kit: 6).

Chris Calori insanların çevrede ihtiyaç duyacakları bilgileri belirlemiş, grafik tasarım ürünleri yardımıyla çevreye yerleştirerek, görsel iletişim sürecini çözümlemeye çalışmıştır. 1970'li yıllarda mimari ofislerde faaliyet gösteren bazı tasarımcılar yaptıkları işlerin mimari ile ilişkili olması sebebiyle kendilerini “mimar grafikçiler” olarak nitelendirmişlerdir. Grafik tasarımda iki boyutlu başlayan süreç zaman içerisinde bakış açısı, bilgi birikimi ve ihtiyaçların çeşitlenmesiyle üç boyutlu bir alana taşınarak çevresel grafik tasarım kavramı altına yerleşmiştir (Calori, 1920).

Çevresel grafik tasarımıyla ilgili geçmişten günümüze bir çok literatür araştırması yapılmış ve önemli çalışmalar ortaya koyulmuştur. Farklı literatür çalışmalarından edinilen bilgilere göre çevresel grafik tasarım kavramı şu şekilde ifade edilmektedir. Poggenpohl'a göre; çevresel grafik tasarım iki ve üç boyutlu grafikler, semboller, işaretler, yardımıyla hedef kitleye farklı bir deneyim sunmayı amaçlayarak kullanıcılarda mekân duygusu yaratmayı hedeflemektedir. Çevresel grafik tasarım uygulamaları mekân kimliğini güçlendirerek, insanların beğenisini arttırmış ve

kullanıcıların mekanlarla bağ kurmalarını sağlamıştır (Poggenpohl, 1993). Berger'e göre çevresel grafik tasarım kavramı; mimari, peyzaj, grafik tasarım, endüstriyel tasarım gibi meslek gruplarını bir araya getirmektedir. Bilgi aktarımı ve görsel anlatım gibi konularda farklı disiplinlere katkı sunmaktadır. 1920'lerde başlayan çevresel grafik tasarım, mimari, iç mimari, endüstriyel, yönlendirme, sergileme ve bilgilendirme tasarımı gibi birçok disiplinin etkileyici, hatırlanabilir, estetik bir şekilde sunulmasına olarak sağlamıştır. (Berger, 2007). Karamustafa'ya göre; çevresel grafik tasarım doğal ve yapılandırılmış çevrede yönlendirme, bilgi verme, tanımlama, tercüme etme, mekân duygusunu artırma gibi işlevleri olan iletişim dizgelerinin içerdiği grafik öğelerin planlanmasıdır. (Karamustafa, 2003: s.30). Zengi'ye göre çevresel grafik tasarım; bir tür dildir ve görsel bir iletişim kurmak için kullanılmaktadır. Günlük hayatımızdaki karmaşık yapıları düzenleyerek, hayatımızı kolaylaştırmaya yardımcı olmaktadır. Mekân içerisinde yaratmış olduğu zenginlik sayesinde ile insanları etkisi altına almaktadır. Toplumsal beklentilere cevap vererek, mekân içerisinde estetik bir değer yaratılmasını sağlamaktadır. Toplumun bilgilendirilerek, sosyalleşmesi ve etkileşimde bulunmasına katkı sağlamasıyla çevresel grafik tasarım insan hayatının temelinde yer almaktadır (Zengi, 2007). Marcus'a göre çevresel grafik tasarım; ile kompleks yapıdaki mekân tasarımları işaretler, semboller, iki ve üç boyutlu grafikler kullanarak karmaşık mekân düzeni sadeleştirilmektedir. Mekân atmosferi görsel iletişim yardımıyla kullanıcıya aktarılmaktadır. Buradaki görsel iletişim süreci, çevresel grafik tasarım ürünlerini kullanarak hedef kitleye mekân duygusunun aktarılmasını amaçlayan birer iletişim ürünü olarak karşımıza çıkmaktadır (Marcus, 2007).

Çevresel grafik tasarım mekan, iletişim, grafik, mimari gibi çeşitli disiplinlerin kesişim noktasında yer almaktadır. Mekan içerisinde yönlendirme, tanıtım, markalama, bilgilendirme gibi grafiksel tüm unsurların kullanılmasını içerir. Edward Tufte, "The Visual Display of Quantitative Information" adlı kitabında bilginin anlaşılabilir olarak aktarılmasında başarı sağlamak amacıyla etkili grafiklerin nasıl görselleştirilerek sunulması gerektiği konusunda kapsamlı bir rehberlik sunmaktadır. Karmaşık grafiksel öğeler anlaşılabilir biçimde sunulması kullanıcıları etkisi altına aldığını savunmaktadır. Tufte, etkili görselleri tasarlamak amacıyla çeşitli prensipler oluşturmuştur. Bu prensipler beş başlıktan oluşmaktadır.

- Basitlik ve Netlik: Görsel mesajlar gereksiz detaylardan uzak ve net olmalıdır.

- Verilerin Doğruluğu: Bilgiler doğru bir şekilde gösterilerek kullanıcıyı yanıltacak grafiklerden kaçınılmalıdır.
- Verilerin Yoğunluğu: Görsel tasarımda gereksiz süslemelere yer verilmeden daha fazla bilgi aktarılması önemlidir.
- Grafiklerin Uygunluğu: İletilmek istenen mesaja uygun görselleştirme yöntemi belirlenerek grafiksel sunum gerçekleştirilmelidir.
- Etkileyici Unsurlar: Görsellerin birinci görevi bilgi vermek, ikinci görevi ise kullanıcının dikkatini çekerek iletilmek istenen mesajın başarılı bir şekilde algılanmasını sağlamaktır.(Edward Tufte, 1990).

Edward Tufte'nin tüm bu açıklamaları görsel olarak anlaşılabilir grafiklerin oluşturulmasının kullanıcı açısından önemini ortaya koymaktadır. Ona göre çevresel grafik tasarım yalın, anlamlı, tutarlı ve net olarak kullanıcıya sunulmalıdır. Veriler çarpıtılmadan kullanıcıya iletilmelidir. Sade ve etkileyici tasarlanmış çevresel grafik tasarım uygulamalarını anlamak ve algılamak kolaylaşacağı gibi kullanıcı deneyimine olumlu yönde katkı sağlayabilir.

1920'lerde kariyerine Londra Metrosunun elektrik sistemleri için şemalar çizerek, mühendislik ressamı olarak başlayan Harry Beck 1933 yılında Londra yeraltı haritasını tasarlamıştır. Beck haritada metro yolcularının kaybolmadan kolayca gezinebilmek için demiryolu hatlarını ortadan kaldırarak modern ızgara sistemini şehre uygulamıştır (Garland, 2007).



Şekil 8. Londra'da Henry Beck tarafından tasarlanan Londra Metro Haritası

Tasarımda en çok dikkat çeken özellik ise oran orantı ve oluşturulan tasarımın formu olmuştur. Hat boyunca eşit mesafeler tasarımı sürdürülmüş kavisli formlarda da eşit mesafeler kusursuz bir biçimde uygulanmıştır. Coğrafik konuma göre değil, kullanıcıların algılama sistemine uygun olarak haritalama yapılarak tasarımın daha kolay anlamlandırılması sağlanmıştır. Bu tasarım ile Harry Beck, karmaşık ve kafa karıştırıcı bir formu kullanıcı deneyimine uygun formata getirmiştir. Yaklaşık otuz yıl boyunca Harry Beck Londra Metrosunun haritasını sürekli olarak güncellemiştir. Bu tasarım çevresel grafik tasarımın ilk örneklerinden birini oluşturmaktadır. Harry Beck'in tasarımı, bir çok şehrin metro sistemlerinde büyük etki yaratarak dikkat çekmiştir. Londra metrosu için hazırlanan çalışma, çevresel grafik tasarımın öncü tasarımlarından birisi olarak kabul görmüş ve başarılı model olarak örnek alınmıştır. (Famous Graphic Designers, web: 2018).



Şekil 9. 127 John Street, New York (1968)

1970'li yıllarda farklı tasarım bölümleri çalışma alanlarını genişletmiş, birçok önemli tasarımcı bu dönemde çevresel grafik tasarım projelerinde yer almıştır. Çevresel grafik tasarımın kurucu babalarından birisi olan John Follis 1979 yılında mimari ve grafik tasarım disiplinin temellerini atarak, çevresel grafik tasarım gelişimine büyük katkı sağlamıştır. New York John Street caddesinde neon ışıklarla tipografiyi kente entegre eden tasarım uygulaması ilk çevresel grafik tasarım örneklerinden birisidir. Mimari ve çevresel grafik tasarımın akıllı malzemeler ile başarılı bir şekilde uygulanarak yeni bakış açısı yarattığı başarılı örneklerden biridir (bkz. SEGD, 2019).

Mekân tasarımlarında birçok tasarım disiplinine ihtiyaç duyulmaktadır. Çevresel grafik tasarım disiplinine katkıda bulunmak amacıyla yön bulma kavramı üzerine

araştırma yapan Berger; mimari tasarım, peyzaj tasarımları, endüstri tasarımı, şehir planlayıcıları ve iç mekân tasarımcıları olmak üzere tüm tasarım disiplinlerini bir araya getirerek aralarında güçlü bir bağ kuran bu özel disiplinin çevresel grafik tasarım olduğunu savunmuştur (Berger, 2005: 3).

20. yy. sonrasında yönlendirme, işaretleme ve sergileme tasarımlarına duyulan ihtiyacın artmasının temelinde çevresel grafik tasarım ihtiyaçlarının tetiklenmesi ve modern dünyanın ihtiyaçları yer almaktadır. Buna bağlı olarak çevresel grafik tasarım ürünlerine olan ihtiyaç ortaya çıktı. Bu ihtiyaçlar doğrultusunda ise, mekân içerisinde sistemli bir görsel iletişim dili oluşturma kaygısıyla yönlendirme tasarımları oluşturulmaya başlandı (Calori, 2007: 3). Oluşturulan tüm çevresel ve grafik tasarım uygulamaları, literatür çalışmaları bilgi ve iletişim alanında çevresel grafik tasarımın önemli bir disiplin olduğu göstermektedir. Çevresel grafik tasarım kavramı bilgileri algılamayı kolaylaştırdığı görülmektedir. Bilgisayar teknolojilerinin gelişmesi, teknolojik ilerlemelerle birlikte çevresel grafik tasarımın gelişimi hız kazanmıştır. Araştırmalar gösteriyor ki başarılı çevresel grafik tasarım uygulamaları veriler sadeleştirilerek, görsel hiyerarşi ve önemli noktalar vurgulanarak gerçekleştirilmektedir. Bilgi görselleştirmenin önemi çevresel grafik tasarımı ile daha da artmıştır. Bu bölümde yönlendirme tasarımları, bilgilendirme tasarımları, yüzey uygulamaları, tabela ve cephe uygulamaları ve sergileme tasarımları detaylı bir şekilde incelenecektir.

3.1. Yönlendirme Tasarımı

Yön, yönlendirme ve yönlendirme tasarımı kavramlarının birbirleriyle ilişkisi içerisinde yer almaktadır. İnsanların konum belirleme aşamasında yön, belirli bir yönde hareket sağlamak için yönlendirme kavramına, bir hedefe ulaşmak için ise yönlendirme sistemlerine ihtiyaç duymaktadırlar. Yönlendirme tasarımları kullanıcıların günlük yaşamında önemli bir yere sahiptir ve bir çok farklı disiplin içerisinde de zaman zaman kullanılmaktadırlar. Yönlendirme sistemleri ile mekan içerisinde kullanıcı deneyimleri iyileştirilir ve keşfedilebilir mekanlar oluşturulmaktadır. Barker'e göre; yön bir hedefe ulaşmak için izlenen rota, yönlendirme rota üzerinde de oluşturulan tüm strateji, yönlendirme tasarımı kullanıcıların hedefe ulaşmaları için kullanılan tasarım öğeleri olarak ifade edilebilir (Barker, 2006. Bu bölümde yön ve yönlendirme kavramları kısaca incelenerek, yönlendirme tasarımları detaylandırılacaktır.

Yön kavramının ilk ne zaman ve kim tarafından kullanıldığı bilinmemektedir. Yön kavramının kişilerin konumlarını bulmak amacıyla çok uzun bir süredir kullanıldığı düşünülmektedir. Yönlendirme sistemlerinin temelini oluşturan yön ve yönlendirme kavramlarıyla ilgili literatürde bir çok tanımlama bulunmaktadır. Davis'e göre yön; bir noktadan farklı bir noktaya ulaşmak için belirli bir rotanın takip edilmesini sağlayan kavramdır. Çeşitli haritalar, işaretler görseller ile yön belirlenerek hedeflenen noktaya ulaşım sağlanır (Davis, 2010). Passini'ye göre yön; insanların mekan içerisinde hareketlerini sağlamak amacıyla oluşturulan tüm görsel ipuçlarının tamamıdır. Tüm grafiksel unsurlar, renkler, tabelalar aracılığı ile yön bulma gerçekleşir (Passini, 1992). Lynch'a göre yön; aracılığıyla kişiler mekanları algılar, içselleştirir. Mekan içerisindeki bazı özellikleri fark eder, bu sistemli özellikleri kullanır ve yollarını bulurlar (Lynch, 1960). Yön kavramı yerleşik düzenle ortaya çıkmış ve zaman kültürden kültüre değişim göstermiştir (Merriam Webster: Dictionary, web). Yön bulmada bazı etkili unsurlar bulunmaktadır. Bu unsurlar Brawn ve Adams tarafından kullanıcıların hedefe daha rahat ulaşmalarını sağlamak amacıyla oluşturulmuştur.

- Görsel İşaretler: Kullanıcının hareket etmesi için oluşturulan tabelalar, grafikler ve işaretlerdir.
- Yer İşaretleri: Önemli noktaları belirtmek için kullanılan gösterge panoları, araştırma sonucu oluşturulan rehber çizgilerdir.
- Renk ve Kontrast: Kullanıcının dikkatini çekmesi için kullanılan renk ve kontrastlıklardır.
- İşitsel işaretler: Sesli sistemler yön bulmada etkili unsurlardır (Brawn ve Adams, 2010).

Yönlendirme kullanıcıyı istediği noktaya ulaştırmak amacıyla oluşturulan tüm planlama ve eylem süreci olarak ifade edilebilir. Bu planlama ile bireylerin daha doğru hareket etmesi sağlanabilir. Yönlendirme kavramıyla ilgili literatürde bir çok tanımlama yapılmıştır. Davis ve Martin'e göre yönlendirme; kullanıcının bir konuma ilerlemesi amacıyla gerçekleşen rehberlik sürecidir (Davis ve Martin, 2008). Cooper ve Karsenty'e göre; bir gruba rotayı bulması için verilen talimatlar ve işaretlerin tamamıdır (Cooper ve Karsenty, 2017). Ostwald ve Williams'a göre; çeşitli grupların veya kişilerin gitmek istedikleri noktaya en hızlı şekilde ulaşmasını sağlamak amacıyla

çeşitli faaliyetlerin organize edilmesi, yönlendirme olarak tanımlanmaktadır. (Ostwald ve Williams, 2009).

Yönlendirme konusu mimari, psikoloji ve iletişim gibi farklı bir çok disiplinin inceleme konusu olmuştur. Yönlendirme kavramları farklı disiplinlere ve uygulama alanlarına göre değişiklik göstermektedir. Downs ve Stea yönlendirme konusunu psikoloji üzerinden, Zeisel ise yönlendirme kavramını mimarlık üzerinden ele almıştır. Psikoloji insanların duygu, düşünce ve davranış süreçlerini anlamayı hedef almaktadır. Downs ve Stea'ya göre; yönlendirme sistemleri, kullanıcıların doğru bilgiyi içselleştirmelerini ve anlamalarını kolaylaştırmak amacıyla psikoloji yöntemlerinden destek almaktadır (Downs ve Stea, 1973). Bir çok psikolojik araştırma, insan zihninin algılama ve haritalama aşamalarını araştırarak bilgileri nasıl işlediklerini incelemiş, yönlendirme sistemlerine katkıda bulunmuştur. Mimarının önemli bir unsuru da yönlendirmedir. Kullanıcıların mekanda gezinmesini, mekanı doğru kullanmalarını sağlamak amacıyla yönlendirme sistemlerinin planlamasına ihtiyaç duyar. Zeisel'e göre; yönlendirme aracılığıyla iç mekanlarda kullanıcıların hedeflerine ulaşmaları kolaylaşır. Binalar, merdivenler, koridor alanları gibi mimari öğeler çeşitli işaret ve semboller, renkler aracılığıyla etkili bir şekilde organize edilir. Mimari, kullanıcı deneyimini iyileştirmek ve mekanın doğru algılanabilmesini sağlamak amacıyla yönlendirme sistemlerine ihtiyaç duyar (Zeisel, 2009).

Gibson'a göre; yönlendirme tasarımı, şehirlerdeki etkinliği ve arttırmak amacıyla navigasyon görevi görmektedir. Kamusal alanlar, parklar, okullar, sağlık kurumları, konserler, oteller vb. gibi insanın var olduğu tüm mekanlar grafik uygulamalar yardımıyla gelişmiş bir görsel yönlendirme yöntemleri sunarlar. İnsanların daha önceden girmedikleri bir mekânı ziyaret etmeleri durumunda yönlerini karıştırmaları sıkça yaşanan bir durumdur. Yönlendirme sistemi bulunmayan veya yönlendirme sistemi gelişmemiş mekanlar, yön bulma konusunda problemlere yol açmaktadır. Yönlendirme tasarımları gerçekleştirilirken mekanın yapısal özellikleri tespit edilmeli ve başarılı bir konumlandırma yapılmalıdır. Yapının işlevine göre kimi zaman bu yönlendirici unsurlar hayati değer taşımaktadır (Gibson, 2009: 14-15). Kaltenbrunner'e göre; yönlendirme tasarımı, mekanı kullanan kullanıcıların ulaşmak istedikleri hedeflere ulaşabilmeleri için oluşturulan bilgisel, stratejik, görsel düzenleme ve araştırmaları kapsamaktadır (Kaltenbrunner, 2012). Hendman'a göre; insanların mekan kullanımı esnasında yönlerini bulmalarını kolaylaştırmak amacıyla

oluşturulan tüm görsel öğelerin kullanımını yönlendirme sistemlerini oluşturmaktadır. (Hendman, 2008).

Yönlendirme sistemleri; araştırılarak, analiz edilerek, mimari yapının formu çözümlenerek oluşturulması gereken bir grafik sorunudur. Öncelikle yapılması gereken mekânın çözümlenmesi ve estetik kaygılar göz önünde bulundurularak kullanışlı, işe yarar çözümler üretmek olmalıdır. Caloriye göre; bir yönlendirme tasarımı oluşturulurken bazı temel soruların cevaplarının bilinmesi gereklidir. Bunlar; mekânı kullanacak kişilerin profilleri, yerleşkenin fiziksel özellikleri, zaman ve bütçenin belirlenmesi, marka hedefleri, müşterinin diğer özel talepleri gibi soruların cevapları alındıktan sonra tasarım çözümlemesi yapmak tasarımcıyı daha doğru sonuçlara ulaştıracaktır (Calori, 2009). Bir şema içerisinde planlama ve tasarım çalışmalarıyla başlayan proje sürecini Calori; şematik tasarım aşaması olarak adlandırmış ve çevresel grafik tasarım oluşturma sürecinin en heyecanlı aşaması olarak ifade etmiştir. (Calori, 2007: 19)

Mekân içerisinde yön bulma davranışını etkileyen farklı özellikler bulunmaktadır (Slone, 2015). Bu özellikler; mekanın planı, fiziksel özellikleri, kullanıcının yaşı ve cinsiyetidir. Planlanmamış, karmaşık mekanlar insanların yön bulma sorunu yaşamalarına neden olur. Fiziksel farklılaşma yönlendirme tasarımlarında unutulmuş en önemli unsurlardan birisidir. Mekân içerisinde tasarımlardaki tekdüzelik insanların o alanda kendilerini kaybolmuş hissetmelerine neden olmaktadır. Bu nedenle mekân içerisinde dokular, renkler, ışık ve grafikler kullanarak dinamik alanlar oluşturulmalı aynı tasarımlar mekân boyunca tekrar etmemelidir. Yön bulma becerilerinde yaşında önemi oldukça büyüktür. Yapılan araştırmalar, çocukların yön bulma testlerinde daha iyi sonuçlar verdiklerini göstermektedir. (Jerrams-Smith, 2000). Yaşlılar ve yetişkinler mekân içerisinde uzamsal strateji geliştirmede daha az başarılıdır (Sindone ve Moffat 2012). Birçok çalışma yön bulma sırasında erkeklerin kadınlara göre daha başarılı olduğunu ortaya koymuştur. Erkekler mekân içerisinde o alanın konumunu bir bütün olarak daha hızlı algılamaktadır. Yön bulmayı etkileyen özelliklerden bir diğeri ise deneyimdir. İnsanların mekân içerisindeki kişisel deneyimleri geçmiş deneyimlerine bağlı olarak değişiklik gösterebilmektedir (Bowlby ve Hall- Hoffarth, 2000).



Şekil 10. System Residential Complex (Researchgate: web).

System residential complex (sistem konut kompleks) için tasarlanan yönlendirme tasarımı mekân içerisinde fiziksel farklılaşmaya yönelik başarılı örneklerden birisidir. Farklı renk kombinasyonlarıyla oluşturulan yönlendirme tasarımları ile mekanın algılanabilirliği artırılmıştır. Mekân içerisinde sürekli olarak gördüğümüz kare ve köşeli formlar yerine daha doğal bir form belirlenerek yönlendirme sistemleri ve planlar dış mekân tasarımında başarılı bir şekilde oluşturulmuştur.

Mekân ile ilişkisi düşünülmeden, mekân dokusuna ve kimliğine uygun olmadan oluşturulan yönlendirme tasarımları birçok görsel sorunu beraberinde getirmektedir. Mekânı unutulmaz kılan en önemli unsur mekânın kimliği ve hedef kitlesi ile arasında oluşturduğu bağıdır. Gelişmiş kent kimliğinin bir parçası da, kent için tasarlanmış yönlendirme sistemleridir. Yönlendirme sistemlerinde tipografi kullanımı oldukça önemlidir. İç ve dış mekanlarda yerleşkeler iyi tasarlanarak, tabela ihtiyacı asgari seviyeye indirilmelidir. İyi tasarlanmış yönlendirme sistemleri, işaretler, semboller, tipografi yardımıyla çevrenin daha iyi algılanmasını sağlar (Smitschuijzen, 2007). SEG'D'nin eski başkanı David Gibson'a göre; algılanabilir bir tasarım oluşturmanın tek bir çözümü yoktur. Mekanlar karışık, düzenli hareketli veya dinamik olabilir. Mekân içerisindeki yönlendirme tasarımları da mekân dinamiğine göre şekillendirilebilir. İç ve dış mekân yönlendirme tasarımları oluşturulurken sembol, tipografi, simge, renk, doku gibi çevresel grafik tasarım bileşenlerinin seçimi

oldukça önemlidir. Bu seçim yönlendirme tasarımlarının hedef kitlesine, nerede konumlandırılacağına, mekân ihtiyaçlarına ve çevreye nasıl uyum sağlayacağına göre belirlenebilir (Gibson, 2009). Başarılı oluşturulmuş yönlendirme tasarımları insanların gideceği noktayı bulmasında yardımcı olmaktadır. Büyük kentlerde, alışveriş merkezlerinde, üniversite kampüslerinde ve hastanelerde yönlendirme tasarımlarının daha çok çeşitlilik göstererek, geliştiği gözlemlenebilir. Mekânın görsel kimliği kurum vizyon ve misyonunu doğru bir şekilde yansıtıyorsa mekânın başarıya ulaştığı söylenilebilir. Mekân içerisinde görsel kimlik oluşturma noktasında tasarımcının rolü oldukça fazladır. Oluşturulması gereken yönlendirme sistemlerinin mekana uygun olarak tasarlanmalıdır (Mollerup, 2005: 235).



Şekil 11. Kenya Hara tarafından Tokyo Umeda Doğum Hastanesi için tasarlanan yönlendirme tasarımları (Umedahospital, web: 2015).

Tokyo’da bir hastanede oluşturulan yönlendirme tasarımları hastanenin soğuk ve sert görünümünü ikinci plana atmıştır. Yönlendirme tasarımları pamuklu bir kumaş malzemeden oluşturularak, hastane hijyenini ön plana çıkarmayı amaçlamıştır. Tasarımcı Kenya Hara, yeni doğan ünitesinde oluşturulan tasarımlarla bebekler ve saflık kelimeleri arasında bağlantı kurmuş, oluşturduğu tasarımları hastanenin görsel kimliği haline getirerek insanlar ile duygusal bir bağ kurmuştur.

Çevresel grafik tasarımcılar ve mimarlar insanların yön bulmalarını etkileyen tüm faktörleri belirler. Sosyal dinamikleri ve kullanıcıların özelliklerini dikkate alarak, yön bulma sistemleri geliştirirler. (Peponis, Zimring ve Choi, 1990). Weisman’a göre;

mekân içerisinde yönlendirme tasarımları oluşturmak, hedefleri yerine getirebilmek için önceliklidir. Yönlendirme tasarımlarının eksikliği kullanıcıda endişe ve stres yaratmaktadır. Mekan içerisinde kendilerini iyi hissetmelerine engel olmakta ve kullanıcıların hareketini sınırlandırmaktadır (Weisman, 1981). Hastaneler, okullar, kampüsler gibi yüz ölçümü büyük alanlarda eksik ve yetersiz yönlendirme tasarımları nedeniyle, mekan içerisinde yetkili personele ihtiyaç duyulmaktadır. Bu durum mekân içerisinde personel ve kullanıcı açısından ciddi bir zaman kaybına neden olmaktadır. Bu nedenle yönlendirme tasarımları insan hayatını birçok konuda etkileyen, yaşam kalitesini arttıran, zamanı verimli kullanmalarını sağlayan çevresel grafik tasarım uygulamaları içerisinde yer alır.

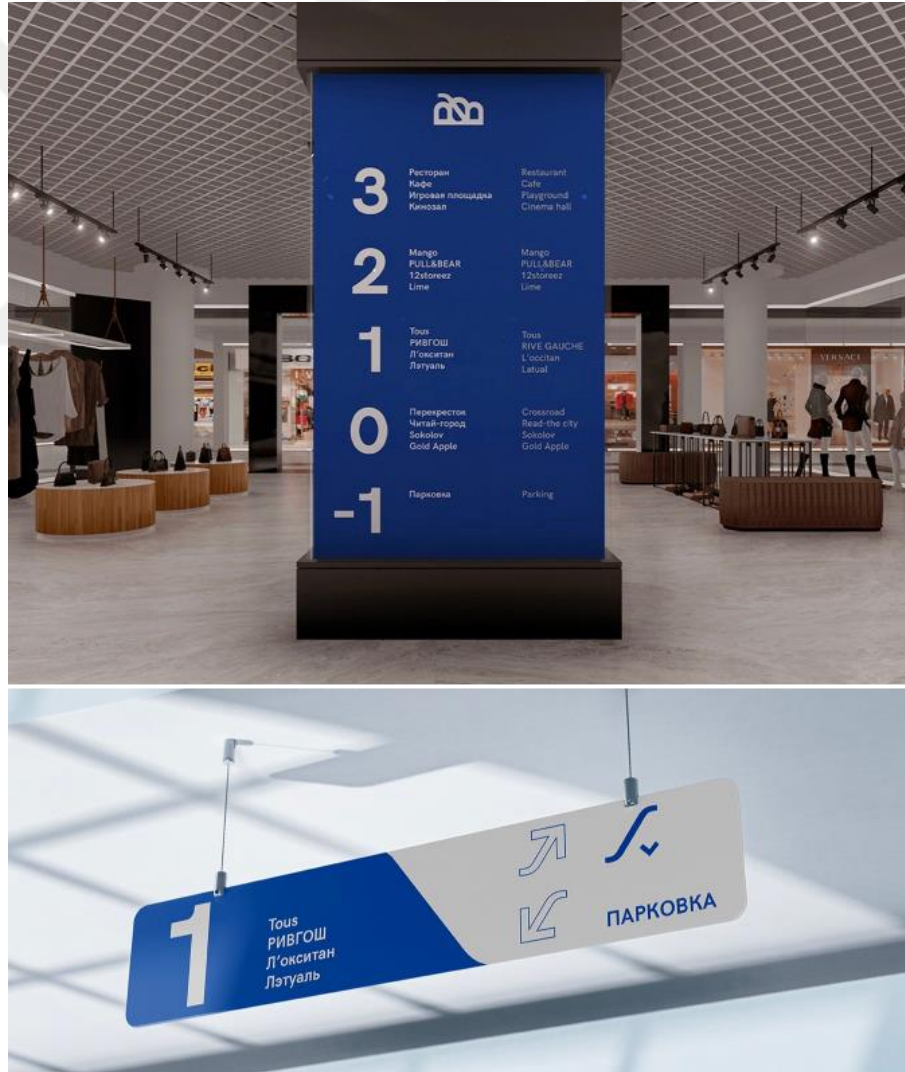


Şekil 12. Kültür Üniversitesi yönlendirme tasarımı (Sergi.gmk.org, web).

Kültür Üniversitesi mekan görsellerini benzerlik ve devamlılık ilkesi ile zihinde gruplandırılarak algılanması sağlanır. İki cephesi renklerle sınırlandırılmış renkli alanlar farklı gruplar için oluşturulmuş birleşme alanlarını ifade etmektedir. Aynı renkler kapı renklerine de taşınarak mekân içerisinde renk bütünlüğü

sağlanmıştır. Lineer olarak tasarlanan yönlendirme tasarımları mekân boyunca çizgisel olarak varlığını sürdürmeye devam etmektedir.

Yönlendirme tasarımları gerçekleştirilirken hedef kitle oldukça önemlidir. Bir logo tasarımı yaparken yaptığımız tüm soru ve cevaplar yönlendirme tasarımları yapılırken de sorulması gereken ana sorulardandır. Var olan bir mekânda, karmaşık düzen içerisinde yönlendirme sağlamayı amaçlıyorsak farklı renk kombinasyonlarından, dokulardan, şekil ve zemin ilişkisinden, aydınlatma türlerinden tümü ile yararlanmamız gerekmektedir. Fakat kurumsal bir marka veya mağaza için yönlendirme sistemi tasarlıyorsak kurumsal kimlik tasarımı bağlayıcı bir unsur olmalıdır (Norman, 1999).

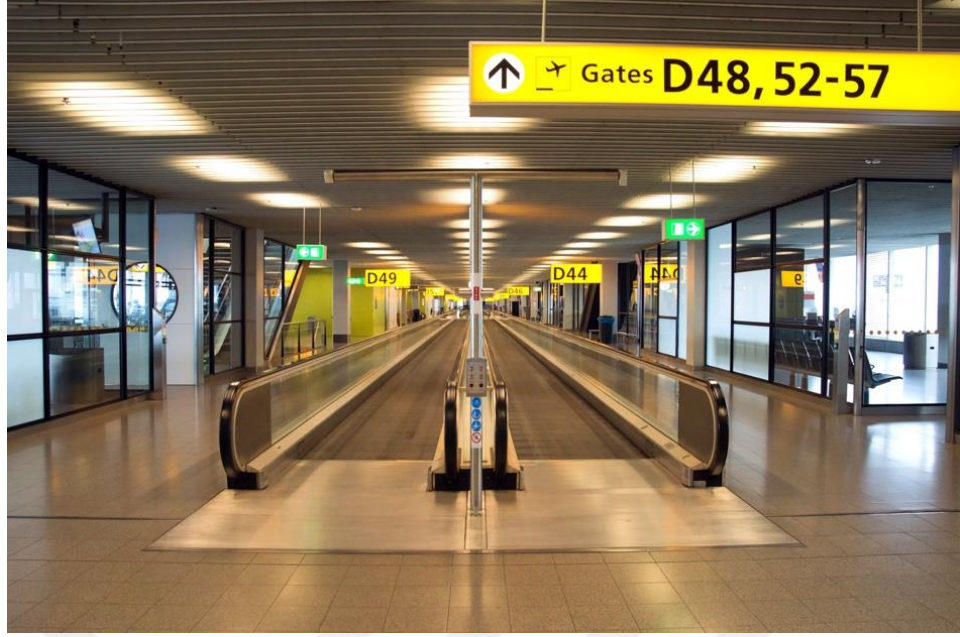


Şekil 13. Ostuzhev Mall alışveriş merkezi yönlendirme tasarımı (dpprofile, web).



Şekil 14. Ostuzhev Mall alışveriş merkezi yönlendirme tasarımı (dpprofile, web).

Mekân içerisinde birçok zaman iç mimari ve tasarımcı birlikte çalışarak marka kimliğine uygun tasarımlar gerçekleştirebilmektedir. Tasarımcı mekân içerisinde tüm çevresel grafik tasarım ürünlerini ve renkleri ustaca kullanırken, mimar ise mekân içindeki sınırları belirleyerek mekânsal düzenlemeleri yapmaktadır. Ostuzhev alışveriş merkezindeki oluşturulan tüm yönlendirme tasarımları kurumsal kimlik tasarımına uygun olarak tasarlanmıştır. Kurum kimliğinde yer alan köşeli formlar, mavi beyaz renk kullanımı, tipografi yönlendirme sistemlerine de birebir taşınarak kurumsal kimliğin bir parçası olarak tasarım tamamlanmıştır. Mekan içerisindeki tüm detaylar kurumsal kimliği destekleyecek formda tasarlanmıştır. Tüm marka kimliği içerisine yönlendirme sistemleri de dahil edilmiş ve marka için konsept yaratılarak sürdürülebilirlik sağlanmıştır.



Şekil 15. Amsterdam Schiphol Havalimanı (iStock, web).

Hızlı şehirleşme ile birlikte yolların ve şehir içi yapıların karmaşıklaşmasıyla yönlendirme sistemlerinin oluşumu zaman kavramı ile doğrudan ilişkilendirilebilmektedir. Yön bulma sistemlerindeki asıl amaç hızlı ve kolay bir şekilde varış noktasına en kısa sürede ulaşmaktır. Yönlendirme sistemleri ve zaman kavramını en iyi açıklayan yerlere havalimanları örnek verilebilir. Başarısız ve eksik tasarlanmış havalimanı yönlendirme tasarımları yolculara gereksiz vakit kaybettirerek önemli etkinliklere geç kalmalarına uçağı kaçırmalarına neden olabilir. Yönlendirme tasarımları oluşturulurken tasarımları yerleştirilecek mekân incelenmeli, mekân içerisinde kritik noktalar belirlenmeli ve oluşturulacak program doğrultusunda ilerlenmelidir. Yönlendirme tasarımının konumlanacağı nokta net bir şekilde belirlenirse işaret, renk, tipografi ve malzeme kullanımında karar verme aşaması kolaylaşacaktır. Yönlendirme tasarımlarındaki asıl hedef insanların mekân içerisinde mekân dışına kadar yardıma ihtiyaçları olmadan ulaşabilmeleri sağlamaktır.

Downs ve Stea göre; yön bulma dört aşamalı olarak gerçekleşir.

Kişi yanında önemli noktalara göre nerede olduğunu belirler.

Yol sonunda istediğı hedefe götürecek rotayı seçer.

Kişi seçmiş olduğu rotayı takip eder ve kontrolünü sağlar.

Kişi ulaştığı fark etme becerisi ile ulaştığı hedefi tanır (Downs ve Stea, 1973)

Downs ve Stea yaptığı araştırmada hedefe ulaşma sürecinde yön bulma sistemlerinin başarısını değerlendiren bir çerçeve sunmuştur. Başarılı bir yönlendirme tasarımı kişinin başlangıçtaki konumunu doğru tespit etmesini ve hedefine başarılı bir şekilde varmasını sağlar (Downs ve Stea, 1973). Yönlendirme tasarımı ile kişi doğru yönde ilerlediğinin farkına varır ve mekâna karşı güven duygusu oluşur. Kamusal alanlar, parklar, alışveriş merkezleri, eğitim kurumları kısacası insanın olduğu tüm alanlarda yön bulma sistemleri o çevrenin ayrılmaz bir parçası olarak düşünülmelidir. Bu nedenle yönlendirme sistemlerinin bulunduğu çevre ile uyum içerisinde olmasına özen gösterilmelidir. Kullanıcılar için tasarlanmış yön bulma sistemleri kullanıcıyı mekâna uyum sağlamasını kolaylaştırmalı ve mekâna karakter kazandırmalıdır. Birçok çevresel grafik tasarım elemanlarının mekân içerisinde insanları bilgilendirme ve yönlendirmenin yanı sıra mekân içerisinde dekor oluşturmak gibi işlevleri de vardır. (Graphic Design: USA, 1992: 1)

İnsan ile birlikte var olan mekanlar sürekli bir değişim halindedir (Mollerup, 2005). Mekanlar kullanılmaya devam edildikçe farklı ihtiyaçlar görünür hale gelir ve mekân sürekli değişime maruz kalmaktadır. Bu değişim mekânın işlevselliğini kaybederek tamamen değişmesi, veya çevresel grafik tasarım ürünleriyle görsel zenginlik kazandırılmasıyla gerçekleşebilir. Mekân içerisindeki mesajlar tasarımcılar tarafından oluşturulurken; müşteriler, ziyaretçiler, hastalar, öğrenciler, yolcular gibi çeşitli kullanıcılar tarafından algılanmaktadır. Mekanların mimari yapısı, mekân içerisindeki renk kullanımı, yönlendirme sistemleri, mekânın karakteri ve kişiliği hakkında bizlere bilgi vermektedir. Başarılı bir yönlendirme sistemi tasarlanmış kentlerde oluşturulmak istenen kimlik başarılı bir şekilde korunabilmektedir.

Yapılan araştırmalar yönlendirme sistemlerinin insan hayatındaki önemini ortaya koymaktadır. İnsanların etkili bir şekilde yönlendirilmesinden kritik bir öneme sahiptir. Etkili yönlendirme sistemleri kullanıcıların zaman kaybetmeden hedeflerine odaklanmalarını ve mekânı verimli kullanmalarını sağlamaktadır. Tasarımlar net, basit, kullanılabilir ve sürdürülebilir bir formatta oluşturulmalıdır. Mekan içerisinde aynı dilin kullanılması kullanıcılara rehberlik sağlamaktadır. Grafik tasarım, psikoloji ve mimarlık deneyimlerin ve bilgilerin birlikte sunulmasında yönlendirme sistemlerinden destek almaktadır. Sonuç olarak İyi bir yönlendirme sistemi hedefe ulaştırmayı kolaylaştırır, kullanıcı deneyimini olumlu etkiler. Yönlendirme sürecinin sorunsuz bir şekilde tamamlanmasına katkı sağlamaktadır.

3.2. Sergileme Tasarımı

Sergi belirli bir konu çerçevesinde tarihi eserler, sanat eserleri, kültürel miras gibi çeşitli konularda oluşturulan etkinliklerdir. Sergiler kullanıcılara çeşitli sanat eserlerini görme, inceleme ve düşünme fırsatı sunar. İnsanların eserlerle etkileşim kurmalarını sağlayarak bilgi ve sanatın paylaşılmasına olanak sağlar. Farklı kaynaklar sergi kavramıyla ilgili çeşitli tanımlamalar yapmıştır. Mimarlık ve Güzel Sanatlar Terimleri Sözlüğüne göre; el sanatlarının, çeşitli sanat eserlerinin sergilendiği yerler sergi olarak ifade edilmektedir (MGSTS). Garcia'ye göre sergi; müzelerde ve galerilerde çeşitli sanat eserlerini sergilemek amacıyla oluşturulan etkinliklerdir. Sergiler, kullanıcılara kültürel deneyim yaşatma ve bilgi edinme gibi çeşitli fırsatlar sunmaktadır (Garcia, 2018). Ravelli ve Wilson'a göre; sergiler, sanat galerilerinin önemli etkinliklerinden birisidir. Çeşitli sanat eserlerini izleyiciye sunarak sanatsal deneyimler yaşatmayı hedefler. (Ravelli ve Wilson, 2012).

Sergi; çeşitli konular için oluşturulan etkinlik olarak tanımlanırken, sergileme serginin hazırlanma sürecindeki tüm düzenlemeler olarak ifade edilebilir. Sergi kavramında olduğu gibi sergileme ve sergileme tasarımıyla ilgili bir çok literatür araştırması bulunmaktadır. Hedges'e göre sergileme; mekanın düzenlenmesi, mekan içerisine sanat eserlerinin yerleştirilmesi, görsel düzenlemeler ve aydınlatma unsurlarını içermektedir (Hedges, 2005). McNeil'e göre sergileme; çeşitli eserlerinin seçilerek düzenlenmesi, mekana yerleştirilerek sergilemeye hazır gele getirilmesidir. Sergiler aracılığıyla, izleyicilerle sanat eserlerinin etkileşime gireceği farklı ortamlar yaratılmaktadır (McNeil, 2014). Serota ve Obrist'e göre sergileme; grafik tasarımcılar, ışık tasarımcıları, iç mimarlar gibi bir çok farklı disiplinin iş birliği içerisinde oluşturulan etkinliklerdir. Bu iş birliği sayesinde sergi atmosferi oluşturulur, çeşitli eserlerin deneyimlenmesine olanak sağlanır (Serona ve Obrist, 2006). Denie'e göre sergi ve sergileme kavramı; "bazı şeyleri göstermek, tanıtmak veya satmak amacıyla herkesin görebileceği bir yere yerleştirmek, teşhir etmek" olarak tanımlanmaktadır. Dernie, sergileme kavramının insanın doğasında geçmişten beri var olduğunu ve insanların evlerinin birer sergileme alanı olduğunu belirtmiştir. Kişilerdeki bu sergileme isteği insanların yaşamları hakkında bilgi verme arzusundan geldiğini ifade etmektedir (Dernie, 2006: s.6).

McNeil'e göre; sergileme tasarımları izleyicilerin mekan içerisinde rahatça hareket edebilmelerini sağlamak, hayatlarını kolaylaştırmak amacıyla yönlendirme ve bilgilendirme tasarımlarından destek almaktadır. Sergileme alanında kullanılan görsel unsurlarla izleyicilerin mekanla duygusal bir bağ kurmaları sağlanmaktadır. Sergileme alanında sergilenecek eserlere ve sergi temasına uygun bazı görsel anlatım teknikleri kullanılmaktadır. Bu teknikler sayesinde izleyicilere iletilmek istenen mesaj daha hızlı ve daha etkili bir şekilde ulaşmaktadır (McNeil, 2014). Sergileme tasarımları pazarlama alanında önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. Bitner ve Booms, sergileme tasarımlarının pazarlama ile ilişkisinin önemini altı madde ile açıklamıştır.

1. Dikkat Çekme: Sergileme tasarımları ile çeşitli hizmetlerin dikkat çekici bir şekilde sergilenmesi sağlanır. Sergileme alanında etkileyici tasarımlar oluşturularak hedef kitle uyarılır.
2. Marka Tanıtımı: Mekan içerisinde renkler, tipografiler, logo kullanımı ile markanın karakterini ve dilini ortaya koyacak görsel bir dil yaratılır ve sergi alanına yansıtılması sağlanır.
3. Ürün ve Hizmet Sunumu: Sergileme tasarımıyla çeşitli hizmet ve ürünlerin ön plana çıkan özellikleri etkileyici bir biçimde sunulmaktadır. Ürünlerin ve hizmetlerin çeşitli avantajları sunum sergilenebilir.
4. Müşteri Deneyimi: Kullanıcıların sergi alanında etkileyici ve keyifli bir deneyim yaşamaları sağlanmalıdır. Doğru yönlendirme, sergileme ve yönlendirme ile etkileyici deneyimler oluşturulabilir.
5. Bilgilendirme ve Eğitim: Metinler, görsel öğeler sergileme tasarımları aracılığıyla kullanıcıya ulaşır ve çeşitli bilgiler sunarak, eğitici bir deneyim süreci yaşatılmaktadır.
6. Müşteri ilişkileri ve Satış: Başarılı bir şekilde tasarlanmış sergi kullanıcının daha çok dikkatini çekerek, satın alma süreçlerini etkilemektedir. Sergi aynı zamanda ziyaretleri ile satıcı ve alıcı arasındaki ilişkileri de güçlendirmektedir (Bitner ve Booms, 1981:33-46).

Erkmen'e göre; ilk sergileme alanları pazar yerlerinde ürünlerin satılması amacıyla oluşturulmuştur. Sergileme alanlarında ürünler ile insanlar bir araya getirilerek ürün tanıtımıyla satışların arttırılabileceği düşünülmüştür. Zaman içerisinde sergileme alanları büyük bir dönüşüme uğrayarak müzelere, sanat galerilerine, fuar alanlarına ve taşınabilir sergilere dönüşmüştür. Sanat galerileri birbirinden farklı

boyutlardaki sanat eserlerinin belirli süre mekân içerisinde sergilenmesi ile gerçekleşmektedir (Erkmen, 2004). Sanatsal mekanlar yalın, çoğaltılabilen, eklemeye ve değişime olanak sağlayan bir formda tasarlanabilmektedir. Sanatla ilişkili bu mekanlarda estetik kaygı ön plandadır. Sanata katkıda bulunması amacıyla oluşturulmuş eserler, mekân içerisine yerleştirilerek izleyici ile buluşmakta ve sergileme mekanları yaratılmaktadır.



Şekil 16. After 2021 sergi arşivinden

Tüm sanat disiplinlerinin sergilendiği Arter herkes tarafından erişilebilir, sürdürülebilir bir yaşam platformudur. Sergileme tasarımının kesintisiz olarak gerçekleştirildiği mekânlar arasında yer almaktadır. Farklı sanat disiplinlerine ve çeşitli etkinliklere ev sahipliği yapmaktadır. Arter, kütüphane ve performans alanı olarak da kullanılabilir. Sergileme tasarımları; teknoloji, ses, görsel iletişim ve aydınlatma gibi diğer birçok disiplinin bir arada yürütüldüğü multidisipliner bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bazen bir ışık veya sadece bir ses sergileme alanının tamamını oluşturabilmektedir. Süreli sergileme alanlarının yanı sıra Arter, uzun zaman dilimine yayılan sergileme tasarım alanlarına da örnek olabilir (Arter, web).

Sergileme tasarımcıları sergileri düzenleyen, planlayan alanlarında uzman profesyonel kişilerdir. Galeriler, fuarlar, etkinlik alanları, müzeler gibi bir çok farklı alanlarda sergileme tasarımcıları çalışabilmektedir. Fiell, sergileme tasarımcılarının görevlerini beş başlıkta altında incelemiştir.

1. Konsept geliştirme: Hedef kitleye, oluşturulması planlanan içeriğe, verilmek istenen mesaja göre tasarımcılar bir tema belirler ve konsept oluşturur.
2. Görsel Düzenleme: Tasarımcılar mekan içerisinde vitrin tasarımları, mekan düzenlemeleri gibi sergileme alanındaki tüm görselleri oluşturur ve tüm sunumun görsel planlamasını gerçekleştirmektedir.
3. İletişim ve Grafik Tasarım: Sergileme tasarımcıları sergide kullanılacak olan broşürleri, katalogları, tüm görsel materyalleri ve mekan içerisindeki iletişim sürecini tasarlamaktadır.
4. Mekan Tasarımı: Sergileme tasarımcısı alanın parçalara ayrılması, aydınlatma düzeni, sergi öğelerinin mekana yerleştirilmesi gibi bir çok tasarımdan sorumludur. Tüm bu unsurları mekana uygun olarak tasarlayarak, kullanıcılar tarafından mekanın keşfedilmesine katkı sunmaktadır.
5. Teknik Planlama: Sergi alanındaki tüm teknik planlama ve organizasyondan sergileme tasarımcısı sorumludur. Ekipmanların sergi alanına uygun olarak yerleştirilmesini sağlamaktadır (Fiell, 2019).

Bu çalışmalar ile sergileme tasarımcıları, sergileme alanlarında etkili iletişim kurulmasına katkı sağlamakta ve kullanıcılara farklı görsel deneyimler sunmaktadır. Serginin başından sonuna kadar konsept oluşturma, mekan tasarımı, teknik planlama, grafik tasarım gibi bir çok çalışmayı birlikte yürütmektedir. Bu çalışma sayesinde sergileme alanlarında estetik ve keyifli bir deneyim kullanıcıya sunulmaktadır. Sergileme tasarımlarının başarıya ulaşmasında sergileme tasarımcılarının katkısı oldukça fazladır.

Sergileme tasarımları kullanım amaçlarına göre çeşitli yaklaşımları içermekte ve tür olarak net bir çizgi ile birbirinden ayrılmamaktadır. Dernie'e göre; sergileme tasarımları işlevlerine ve kullanım özelliklerine göre ticari, sanatsal, dijital sergiler ve müzeler olarak sınırlandırılmaktadır (Dernie, 2006). Müzeler, ticari alanlar, dijital platformlar, sanatsal sergileme alanları gibi bir çok sergileme alanı bulunmaktadır. Bu sergileme tasarımlarının amaçları birbirinden farklılık göstermektedir. MacLeod'a göre; müze sergileme alanları görsel düzenleme, interaktif unsurlar ve içerik

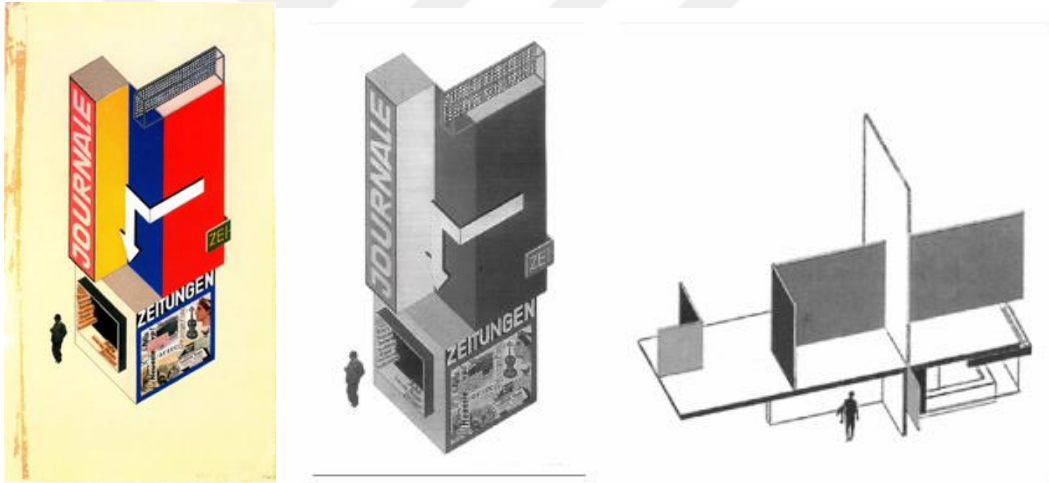
yönetimini kapsamaktadır (MacLeod, 2013). Fiell'e göre; ticari sergileme alanlarına fuarlar, showroamlar, ürünlerin sergilenmesi gibi marka kimliğini yansıtan bir çok unsur dahil olmaktadır (Fiell, 2019). Berger'e göre; sanatsal sergileme tasarımının amacı, çeşitli sanat eserlerinin estetik bir şekilde izleyiciye sunulmasını sağlamaktadır (Berger, 1072). Bowen'e göre; dijital sergileme tasarımları, sanal gerçeklik ve interaktif ekranlar gibi tüm görsel efektler aracılığıyla izleyicilerle etkileşim kurarak izleyicinin deneyim kazanmasına katkı sağlamaktadır (Bowen, 2020).

Ticari fuarlar, sergileme tasarımları içerisinde bir ürünü tanımak, hedef kitlenin ilgisini çekmek, karlılık gibi konuları ilgilendiren ve en planlı sergileme tasarımları içerisinde yer almaktadır. Fuarlar bir ürün veya hizmeti tanıtmak, ürün ve hizmet satışını sağlamak amacıyla sergileme alanlarının en yaygın kullanıldığı alanlardır. Günümüzde birçok farklı sektörün pazar alanı genişlemiş ve rekabetin yoğun olarak yaşandığı bir ortam oluşmuştur. Firmaların bugün sadece ürün veya hizmetin kaliteli bir şekilde pazara sunması yeterli olmamaktadır. Kullanıcılar ve tüketiciler aynı ürün veya hizmetin benzerleriyle karşılaşmakta ve bazı kriterlere göre seçim şansına sahip olmaktadır. Turgut'a göre; ürün veya hizmetini satışını arttırmak ve marka güvenilirliğini sağlamak amacıyla markanın kurumsal kimlik ve branding tasarımını başarılı bir şekilde gerçekleştirerek pazarlamasının yapılması oldukça önemlidir. Fuarlar sergileme alanı olma özelliğinden dolayı markanın kurumsal kimliğini ve branding uygulamalarını yansıtan kısa süreli oluşturulmuş mekânsal tasarımlar arasında yer almaktadır. Ticari fuarlar; satıcıyı, üreticiyi ve alıcıyı bir araya getiren etkinlik alanlarıdır (Turgut, 2002).

Müzeler geçici sergileme alanlarının yanı sıra sergilenen nesneler hakkında daha fazla bilgi ve yorumun ziyaretçiye aktarıldığı mekanlardır. Müzeler geçici sergileme alanlarına göre daha kapsamlı ve detaylı çalışma gerektiren tasarım alanları içerisinde yer almaktadır. Bir çok sergi tasarımlarına göre birden farklı amacının olması, sergilenen nesnenin farklı hikayerlerinin olması nedeniyle nedeniyle müzeler, diğer sergi tasarımlarından ayrılmaktadır (Dernie, 2006). Müzeler daha uzun zaman diliminde gerçekleşen sergi uygulamalarıdır. Müze sergileme tasarımlarıyla nesneler ve izleyiciler arasındaki iletişim doğru iletişim kurulmaktadır (Erkmen, 2004). Müzeler geçmişten bugüne insanların yaşamı hakkında bilgiler veren kültürel ve toplumsal ilerlemeye ışık tutan alanlardır. Kronolojik yaklaşım ve tematik yaklaşımla oluşturulan müze tasarımları bulunmaktadır. Kronolojik yaklaşımla oluşturulan müze

tasarımlarında geçmişte yaşanmış olaylar kronolojik sıra ile birbirini takip ederek bilgi ve sanatsal ürün paylaşımları oluşturulmaktadır. Tematik müze yaklaşımında ise bir konu veya müze içerisinde sergilemeye çıkacak bir üründen yola çıkılarak tema belirlenir. Temaya uygun bir şekilde mekân tasarlanarak müzenin mekânsal düzeni oluşturulabilmektedir (Erkmen, 2004).

Sergileme tasarım alanında ilk ve ilgi çekici örnek ise 1920 tarihinde Bayer tarafından oluşturulmuştur. Herbert Bayer'ın tasarıma olan tutkusu farklı alanlara yönelmesine neden olmuştur. Fotoğrafçılığın yanında mimari ve tasarımla da ilgilenen Bayer, sergileme ve fuar tasarımları oluşturmaya başlamıştır. Yaptığı ilk örneklerden birisi ise gazete satış noktası için oluşturmuş olduğu sergileme standıdır (Weill, 2004: s.46). Bayer; oluşturmuş olduğu bu stand ile mimarinin temel unsurlarını ve grafik tasarım uygulamalarını bir arada kullanmış, farklı disiplinlerin ortak bir çıktısı olarak sergileme tasarımında başarılı bir örnek ortaya koymuştur.



Şekil 17. Herbert Bayer sergileme tasarım (Thechanelhouse, web: 2013).

Günümüz sergileme tasarımlarında kurumsal kimlik tasarımlarının yansımalarını rahatlıkla gözlemleyebiliriz. Sergileme tasarımları işlevine ve kullanılacak mekâna göre çeşitlilik göstermekte ve farklı bir tasarım planlaması gerektirmektedir. Sosyal içerikli sergileme alanları sokakta, tarihi bir yapı içerisinde, açık veya kapalı bir alanda sosyal içerikli bir mesajı, fikri iletmek amacıyla oluşturulduğu söylenebilir. Bu tür sergileme tasarımlarında estetik kaygı ön plandadır. Sergileme alanı tasarlanırken mekânın fiziksel koşulları göz önünde bulundurulmalı iletmek istenen mesaj hedef kitleye doğru bir şekilde iletilmelidir. Hedef kitlenin doğru belirlenmesi, serginin genel hatlarının ve iletmek istenen mesaj ve hikâyenin doğru olarak belirlenerek uygun bir konsept ile sürecin takip edilmesi sergileme

tasarımında oldukça önemlidir. Sergileme tasarımlarında sergilenen eserlere uygun sergileme ortamı yaratılması tasarımcıların dikkat etmesi gereken önemli unsurlar arasında yer almaktadır (Weill, 2004: s.46).



Şekil 18. Fransa'nın Carrières de Lumières'de oluşturulan Van Gogh dijital sergisi

Fransa'nın Carrières de Lumières'de oluşturulan Van Gogh dijital sergisi teknoloji gelişmesi ve dijitalleşme ile sergileme tasarımının ne kadar geliştiğini ve ilerlediği gösteren en başarılı örnekleri arasında yer almaktadır. Van Gogh'un tarzını yansıtan kaotik ve şiirsel dünyası çeşitli eserleri ile yirmi metrelik duvarlara aktarılmaktadır. Dijital ekranlarla üç boyutlu mekanlar tasarlanarak, doğru çözümlenmiş konsept sergileme tasarımları sergileme adı altında ne kadar etkin ve güncel olarak önem kazandığı ortaya koymaktadır (kvmgm, web: 2019).

Günümüzde birçok sergileme alanı görsel iletişim ürünleri ile dijital ve teknolojik deneyimleri bir arada sunmaktadır. Mekân ile iletişimin sağlanması kolaylaşarak mekân ve izleyici arasında etkileşim artmaktadır. Firmaların kendilerini tanıtmaya ve sergileme faaliyetlerinin artması ile birlikte mekanlarda da ortak bir dil oluşturma göreviyle sergileme tasarımcılarına büyük bir sorumluluk düşmektedir. Kullanıcı ihtiyaçlarını ve iletişim faaliyetlerini düzenleyerek görsel iletişimin mekân içerisinde sağlıklı bir şekilde sürdürülmesini sağlamak oldukça önemlidir.

Sergileme tasarımları sanatın, kültürün, iletişimin ve ticaretin birleştiği önemli bir noktada yer alan yaratıcı bir süreci kapsamaktadır. Sergileme tasarımları bir ürünün veya hikayenin mesajını aktarmak, izleyicileri etkilemek ve onlara anlamlı bir deneyim sunmayı amaçlamaktadır. Sergileme tasarımları ışıklandırma, interaktif ve dijital öğeler, ses gibi bir çok teknolojik gelişmelere sergileme alanında yer vermektedir. Başarılı bir sergileme tasarımları marka veya ürünün kurum kimliğini başarılı bir şekilde sergileme alanını yansıtır ve çeşitli hizmetleri izleyiciye mekan içerisinde sunar. Sanat ve ticaretin birleştiği sergileme alanları sayesinde markalar kendilerini ifade edebilecekleri ortamları sağlayabilmektedir. Sergileme tasarımları müzeler, fuarlar, sanat galeri gibi bir çok çeşitlilik göstermekte ve insan hayatın önemli bir rol üstlenmektedir.

3.4. Bilgilendirme Tasarımları

Bilgilendirme tasarımları, bilgileri dikkat çekici bir şekilde görselleştirerek, bilgi ve görsel tasarımın etkili bir şekilde özümsemesini sağlar. Günümüzde birçok tez, araştırma ve makale, bilgilendirme tasarımı ile ilgili tanımlamalarda bulunmuştur. Çeşitli meslek gruplarının uzun zaman boyunca ortaya koyduğu bilgi birikimleri, bilgilendirme tasarımlarının temelini oluşturmuştur. Mijksenaar'a göre, bilgilendirme tasarımı, çeşitli görsellerin yardımıyla bilgi aktarımını ifade etmektedir (Mijksenaar, 1997, s.15). Tufte'ye göre, bilgilendirme tasarımları geniş ve karmaşık bilgilerin etkili bir şekilde görsel ve metinsel unsurlarla bir araya getirilmesiyle oluşturulur. Bilgilendirme grafiklerinin etkili bir şekilde iletebilmesi için basit ve net grafikler kullanılmalıdır. Tufte, bilgilendirme tasarımlarının etkili bir iletişim aracı olduğunu vurgulamaktadır (Tufte, 2001). Prof. Rune Pettersson'a göre, bilgilendirme tasarımı, hedef kitle alıcılarının bilgi gereksinimlerini karşılamayı amaçlayan bir süreçtir. Bu süreç, mesajın analizini, planlamasını, sunumunu ve anlaşılmasını içerir. İster hangi hedef kitle seçilmiş olursa olsun, iyi bir şekilde tasarlanmış bilgilendirme tasarımı çalışması estetik, ergonomik ve ekonomik olmalıdır, aynı zamanda konuyla ilgili gereksinimleri karşılayabilmelidir (Pettersson,2002:11). Edward Tufte ise bilgilendirme tasarımı grafik tasarım estetik kavramlarıyla ilişkilendirerek ele almaktadır. İnsanların ihtiyaç duyduğu bilgiler, grafik tasarım yardımıyla estetik bir şekilde tasarlanır ve kullanıcılara aktarılır (Edward T, aktaran Pettersson, 2002: 16). Bu yaklaşım, bilgilendirme tasarımının sadece bilgi aktarımı değil, aynı zamanda estetik bir deneyim sunma ve kullanıcıların ilgisini çekme amacını taşıdığını vurgular.

Terry Irwin'e göre, bilgilendirme tasarımları insanları bilgilendirmek amacıyla oluşturulan tamamlayıcı, yönlendirici ve etkili iletişim araçlarıdır. Bu tasarımların öznel veya dekoratif özellikleri bulunmamaktadır. Bilgilendirme tasarımlarının temel amacı, insanları bir konu hakkında görsel tasarım unsurlarıyla bilgilendirmektir. Bu uygulamalar, insanların çevrelerini anlamalarını, algılamalarını ve yorumlamalarını sağlamak için bir tür dil işlevi görmektedir. Bilgilendirme tasarımları, ürün çıktılarının görsel tasarımını önemseyerek bilgi iletilmesine odaklanır. Başarılı bilgilendirme grafikleri, insanların yaşam kalitesini artırırken bilgi karmaşasından kaynaklanan kaosu ve düzensizliği ortadan kaldırarak düzeni sağlamaya yardımcı olur (Irwin, 2002).

Bilgilendirme Tasarım Enstitüsü, insanların kullandığı her şeyi bilgi olarak tanımlarken, tasarımı ise bir probleme yönelik yaratıcı çözüm önerilerinin sunulması olarak açıklamaktadır. Bu iki kavramın birleşimi olan bilgilendirme tasarımı ise, kullanıcıların ihtiyaçlarına uygun olarak oluşturulan içerik ve görsellerin belirli bir ortamda sunulmasıdır. Bilgilendirme tasarımları da diğer tasarımlar gibi belirli bir hedef kitleye yöneliktir. Tasarlanan bilgilendirme tasarımları, hedef kitleye uygun olarak oluşturulmalı ve kullanıcıların anlayabileceği bir şekilde aktarılmalıdır (Güler, 2007).

Bilginin sanatsal bir dil ile kullanıcıya aktarılması, bilgilendirme grafikleri olarak adlandırılmaktadır. Bilgilendirme tasarımları, ilettiği bilgiler aracılığıyla insanları bilgilendirirken, aynı zamanda sanatsal bir etki yaratmayı hedefler (Bull, 2003: 20). Bilgilendirme tasarımlarının görevi, organize olmamış ve karmaşık düzende bulunan bilgileri anlamlı bir bütünlük içinde, tasarım ilkelerine uygun olarak düzenlemektir. Bu nedenle, bilgilendirme grafikleri farklı disiplinlere hitap eden geniş bir çevreye yöneliktir (Bull ve diğerleri, 2003: 20). Bilgilendirme tasarımları, bilginin iletilmesi odaklıdır ve sunulan bilgiden daha fazla önem taşır. Bilgilendirme tasarımı sonrasında çeşitli analizler gerçekleştirilir ve bu analizler, tasarım sürecinin başarısını ölçmede önemli bir rol oynar (Knemeyer, 2003).

Bilgilendirme tasarımı kavramı ilk olarak 1970'li yıllarda ortaya çıkmıştır. Daha önceleri, bilgilendirme tasarımının ismi "bilgilendirme mimarisi" olarak kullanılmaktaydı ve bu terim Richard Saul Wurman tarafından kullanılmaktaydı. Ancak, bilgilendirme tasarımı terimini ilk kez Edward Tufte kullanmıştır. Tufte, "The Visual Display of Quantitative Information" adlı kitabında farklı bilgilerin etkili bir

şekilde görselleştirilmesi konusunu detaylı bir şekilde ele almıştır. Bilgilendirme tasarımında verilerin etkili bir şekilde sunulması üzerine çalışmalar yapmıştır (Tufte, 1983).

Bilgilendirme tasarımlarının birçok amacı bulunmaktadır. Bilgilendirme tasarımları, bilginin bulunması, sınıflandırılması, anlaşılması, kompozisyon oluşturulması ve karar verme gibi birçok aşamadan geçerek kullanıcılara sunulmaktadır (Mijksenaar, 1997). Bilgilendirme tasarımları, kullanıcıların bilgilere kolay ve hızlı bir şekilde erişmelerini amaçlamaktadır. Görsel unsurlar ve grafiklerin kullanımıyla bilgiler anlaşılır bir formata getirilir ve mesajın net bir şekilde iletilmesi sağlanır. Bu düzenlemeyle hatırlanması kolay bilgilendirme grafikleri oluşturulur (Lidwell, 2010). Bilgilendirme tasarımlarında temel amaç, anlaşılır ve net bilgilerin, illüstrasyonlar ve yalın bir tipografi yardımıyla başarılı bir düzen oluşturularak infografik tasarımının tamamlanmasıdır. Günümüzde bilgilendirme tasarımlarının yaratıcısı tasarımcılardır. Tasarımcılar, bilgiyi hızlı bir şekilde algılar ve zihinsel bir görselleştirme sürecine başlarlar. Bu nedenle infografik tasarımlarında birçok farklı disiplinin desteği alınmasına rağmen, asıl sorumluluk tasarımcıdadır.

Mark Spencer Reynolds, bilgilendirme tasarımı ile grafik tasarım arasındaki ilişkiyi farklılık kavramı üzerinden ele almaktadır. Tasarım sürecinde estetik kaygılar öne çıktığında, bilgilendirme tasarımı başarısız olabilmektedir. Bilgilendirme tasarımlarında, tasarımın temel amacı karmaşayı engellemek ve hedef kitleye doğru mesajın iletilmesini sağlamaktır (Reynolds, Aktaran Irwin, 2022). Holmes'e göre, bilgilendirme grafikleri okuyucuların dikkatini çekerek verileri algılamalarını sağlar. Grafikler, çizimler, çeşitli çubuklar ve vurgulamalar kullanılarak istenen bilginin en basit şekilde kullanıcıya aktarılması amaçlanır.

1. Bilgilendirme tasarımı oluşturulurken aşağıdaki noktalara dikkat edilmelidir:
2. Bilgilerin sade bir şekilde ifade edildiğinden emin olunmalıdır.
3. Tasarım layoutunda oran ve orantıya dikkat edilmelidir.
4. Çok büyük veya küçük fontlardan kaçınılmalıdır.
5. Tasarım içerisindeki boşluk ve doluluk dengeli bir şekilde kullanılmalıdır.

Zemin, bilgiye uygun bir şekilde bölümlendirilmeli ve hiyerarşiye dikkat edilmelidir. Renk kullanımı dikkatli bir şekilde yapılmalı ve hedef kitlenin dikkatini dağıtmamalıdır (Holmes, 2000).

Holmes'e göre; infografik tasarımları ve bilgilendirme tasarımları arasında arasında küçük kavramsal farklılıklar bulunmaktadır. İnfografik tasarımları görsellerin ve bilgilerin çeşitli grafikler aracılığıyla hedef kitleye sunulduğu görsel iletişim araçları olarak tanımlanabilmektedir. İnfografikler kullanıcıya bir konu hakkında derinlemesine bilgi sunarken, iletilmek istenen mesajların daha etkileyici şekilde kullanıcıya iletilmesine olanak sağlamaktadır. Bilgilendirme tasarımları ise infografik tasarımlarına göre daha geniş bir kavramdır. Bilgilendirme tasarımlarında bilginin oluşturulması, sınıflandırılması, akışın ve kompozisyonun oluşturulması gibi çeşitli aşamalar bulunmaktadır. Bilgilendirme tasarımları bilgilerin sunulduğu alandan daha önemli kullanıcıya iletilen bilgidir. Tüm bu içeriklerle anlam bütünlüğü kurularak, tasarım ilkelerine uygun olarak tasarlanmalıdır. Buradan yola çıkarak infografik tasarımlarını bilgilendirme tasarımlarının bir alt başlığı olarak konumlandırabiliriz. İnfografik tasarımları, bilgilendirme tasarımları çatısı altında yer alan grafiksel olarak zenginleşmiş görsel iletişim aracıdır. (Holmes, 2000).

Lankow ve Ritchie infografik tasarımlarının; hiyerarşi, basitlik, veri görselleştirme, renk uyumu, tasarım bütünlüğü gibi bazı özelliklerinin olduğunu ifade etmektedir. İnfografikler aracılığıyla bilgiler grafiklere yerleştirilir ve etkili iletişime kurulması sağlanır. Karmaşık bilgiler basitleştirilir ve konsept bir şekilde kullanıcıya iletmek hedeflenir. Hiyerarşi ile verilmek istenen ana mesaj ön plana çıkarılabilir. Kullanıcılarda duygusal etki yaratmak amacıyla ve çeşitli bilgileri birbirinden ayırmak amacıyla renkler sıkça kullanılmaktadır. İnfografik markalaşma ve etkili bir görsel iletişim kurulmasında yardımcı olmaktadır (Lankow ve Ritchie, 2012).

Ware'e göre, bilgilendirme grafikleri mekan içerisinde yönlendirme ve bilgilendirme işlevlerinin yanı sıra kullanıcılara güvenli bir ortam oluşturmayı da desteklemektedir. İnfografik tasarımlarının birincil amacı kişileri bilgilendirmek ve yönlendirmek, ikincil amacı ise mekan içindeki yönlendirme sistemlerine katkı sağlamaktır. Özellikle müzelerde kullanılan infografik çalışmaları, ziyaretçilerin mekan hakkında bilgi sahibi olmalarına yardımcı olurken, görevliye ihtiyaç duymadan müze turunu tamamlamalarını sağlar. İnfografikler, ikon tasarımları, renkler, grafikler, görseller ve semboller kullanarak iletilmek istenen bilgilerin etkileyici bir şekilde kullanıcıya aktarılmasını hedefler. Kalabalık alanlarda infografikler sayesinde ziyaretçiler mekan içinde serbestçe dolaşabilir ve istedikleri noktaya ulaşabilirler (Ware, 2012).



Şekil 19. İngiltere National Building Museum için hazırladığım infografik çalışması

İnfografikler, mekân içerisinde bilgilendirme yapmanın yanı sıra ana mekân içerisinde yerleştirilerek mekân içi plan ve yönlendirmeler ile kişilerin yönlendirilmesine olanak sağlar. İnfografikler sayesinde müze içerisindeki tüm alanlar hakkında bilgi sahibi olunabilir ve görevlilere ihtiyaç duymadan müze turu tamamlanabilir. Bu sebeple infografiklerin birincil amacı insanları yönlendirmek olsa da ikincil amacı, görseller ve içeriklerle ilgi çekerek mekân içerisindeki insanların basit bir şekilde yönlendirilmesine katkı sağlamaktır. İnfografik tasarımları çok fazla bilgi ve detayı içerisinde barındırabilir. İnfografikler, durağan ve hareketsiz görünebilmesine rağmen, iki boyutlu görselleştirmelerle izleyicinin dikkatini hızlı bir şekilde çekebilir. İnsanlar bilgilendirme grafikleri aracılığıyla bir konu hakkında derinlemesine bilgi sahibi olabilirler. İnfografik tasarımları belirli bir olayı, haberi veya durumu somut bir şekilde anlatabilirken, aynı zamanda bir konu hakkında soyut bir aktarım yaparak derinlemesine bilgi sunabilir. Bilgiyi hızlı bir şekilde sunarken aynı zamanda izleyicilerde akılda kalıcı bir etki yaratması hedeflenmektedir. Bu nedenle infografik çalışmaları iletişim, eğitim, medya, sağlık gibi bir çok alanda sıkça karşımıza çıkmaktadır. Bilgileri anlaşılabilir ve net bir şekilde iletmek amacıyla infografiklerin kullanımı gün geçtikçe artarak, önem kazanmaktadır.

4. OMÜ FEN EDEBİYAT FAKÜLTESİ GRAFİK UYGULAMALARI İLE MEKAN KİMLİKLENDİRME PROJESİ

4.1. Üniversite Kampüslerinde Kurum Kimliği

Kurum kimliği, bir markanın veya kurumun vizyonunu, misyonunu tanıtmak amacıyla kullandığı görsel ve yazılı tüm içeriklerin bütünüdür. Kurumlar, marka imajını ve kültürünü yansıtmak için renklerden, tipografilerden ve farklı söylemlerden yararlanarak bir kimlik oluştururlar. Bu unsurlar, kurumsal iletişimi destekleyerek hedef kitlenin marka ile güçlü bir iletişim kurmasını sağlar. Balmer'a göre, kurum kimliği bir kurumun amacının, değerinin ve karakterinin belirlenmesi ve bu unsurların çeşitli semboller ve görseller aracılığıyla dış dünyaya iletilmesi şeklinde ifade edilebilir (Balmer, 2001). Hatch ve Schultz'a göre ise, kurum kimliği kurumun bakış açısını ve düşünce biçimini yansıtan sözel ve görsel unsurların bütünüdür (Hatch ve Schultz, 2001).

Kurum kimliği ile ilgili çalışmaların başlangıcı 1980'li yıllar olarak bilinmektedir. Akademi ve profesyonel çalışma hayatında markalaşma kavramıyla birlikte kurumsal kimlik çalışmaları hız kazanmıştır. Bir çok marka ve kurum kendi marka stratejilerini oluşturmaya başlamamıştır. Bir çok akademik araştırma ve kurumsal uygulamalar ile kurum vizyon ve misyonunu ortaya koymak amacıyla çeşitli analiz ve yöntemler geliştirilerek kurumsal kimlik tasarım uygulamaları hız kazanmıştır (Hatch, 2001: 128-134).

Kurum kimliği ve mekan tasarımı kavramları arasında bir ilişki bulunmaktadır. Kurumlar, kurumsal kimliklerini mekan tasarımıyla birleştirerek marka değerlerini yansıtmayı hedeflerler. Mekan içinde kullanılan renkler, mimari tarz, aydınlatma, malzeme seçimi ve dekorasyon gibi unsurlar mekanın karakterini belirler. Bu unsurlar, kurum kimliğinin mekana yansıtılmasında önemli bir rol oynar (Urde, 2003: 1017-1040). Örneğin; bir restoran zinciri tutarlı bir tasarım diliyle tüm mekanlarında kurum kimliğini yansıtabilir ve müşterilerin güvenini kazanabilir. Markaların kurum kimliklerine uygun iletişim ve tasarım dili belirlemesi, kullanıcılar üzerinde güçlü bir etki yaratarak müşteri sadakati oluşturmada etkili olabilir. Mekan tasarımı, kullanıcıların mekan içinde oluşturulan tasarımı algılamasıyla kurum kimliğine etki eder. Kurum kimlikleri, kullanıcılara markanın değerlerini, tarzını görsel ve duygusal olarak iletebilir. Bu nedenle, mekan tasarımları, kurum kimliğine uygun olarak

planlanmalı ve uygulanmalıdır. Kurum kimliği, farklı mekanlara birçok katkı sağlamaktadır. Bu katkılar, mekan içerisinde kullanıcı deneyimini iyileştirerek memnuniyeti artırır ve mekana özgü bir karakter kazandırır. Bu bağlamda, kurum kimliğinin mekana etkisi aşağıdaki dört başlık altında açıklanabilir:

1. Mekan Tasarımı: Var olan markanın değerleri ve özellikleri, mekanın tasarımıyla birlikte mekana yansıtılır. Mekanın düzeni, atmosferi ve dekorasyonu, markanın kimliğini ve değerlerini yansıtacak şekilde tasarlanır.
2. Görsel Kimlik: Mekan içerisinde farklı noktalarda kullanılacak olan logo, renkler, tipografi ve çeşitli grafikler marka tanınırlığına katkı sağlar ve mekanın kurumsal kimliğini güçlendirir.
3. İç İletişim: Mekan içerisindeki görsel ve yazılı iletişim araçları, ziyaretçilerle ve çalışanlar arasındaki sınırsız iletişim sürecini destekler. Posterler, reklamlar ve diğer iletişim araçlarıyla mekan ve kullanıcı arasındaki iletişim güçlenir.
4. Marka Deneyimi: Mekan içerisindeki kokular, sesler ve diğer duyuşal unsurlar, kullanıcı deneyimini etkiler ve marka imajının oluşturulmasına katkı sağlar. (Balmer, 2001: 248-191).

Üniversitelerde kurum kimliği, üniversitenin kültürünü, vizyonunu ve değerlerini ortaya koyan bir bütündür. Üniversite içerisindeki kurum kimlikleri, öğrencilere, halka ve çalışanlara üniversitenin nasıl görüldüğünü belirleyen unsurların tamamını içerir. Çeşitli unsurlar, üniversitelerin karakterini ve kimliğini belirleyerek diğer üniversitelerden ayırır (Balmer, 2001: 248-291).

Balmer'e göre; üniversitelerde kurum kimliğini belirleyen unsurlar bulunmaktadır.

1. Vizyon ve Misyon: Üniversitelerin gelecekteki hedefleri ve amaçlarını ifade etmektedir. Üniversitelerde kurum kimliğinin şekillenmesinde bilinmesi gereken en önemli unsur arasında yer almaktadır.
2. Kültür ve Değerler: Üniversite içinde öğrencilere yönelik tüm tutum ve etik davranışlar kurum kültürünü ve değerini oluşturan unsurlardır.
3. Görsel Kimlik: Üniversitenin logosu, renk kullanımı, tipografi seçimi, yönlendirme ve bilgilendirme grafikleri gibi tüm görsel içerikler üniversite içerisindeki kurum kimliğini oluşturmaktadır.

4. Dil ve İletişim: Üniversitelerin öğrencilerle, diğer üniversitelerle, çalışanlarla kurduğu tüm iletişim dili ve söylemleri kurum kimliğinin özelliklerinden birisidir. Bu söylemler hedef kitleye uygun olarak belirlenmeli ve üniversite imajını desteklemektedir.
5. Öğrenci Deneyimi: Öğrencilere sunulan eğitimler, fırsatlar, kültürel ve sosyal etkinliklerin tamamı öğrencilerin deneyimini etkilemektedir. Öğrencilere sunulan tüm fırsatlar üniversitede mekan kimliğinin şekillenmesinde etkili olmaktadır.
6. Toplumsal Katkı ve Paydaşlar: Üniversiteler toplumsal iş birliklerini ortaya koyarak kurum kimliklerini şekillendirmektedir (Balmer, 2001).

Miran'a göre; kurum kimliği çalışmalarında yönlendirme tasarımlarının etkisi oldukça fazladır. Yönlendirme tasarımları aracılığıyla kurumun kimliğine uygun görseller mekan içerisinde kullanılmaktadır. Yönlendirme sistemleri aracılığıyla mekan içerisinde gidilmek istenen nokta kolaylaşabileceği gibi mekan içerisinde kurumun karakteri ve marka imajı desteklenmektedir. Yönlendirme tasarımları mekan içerisinde marka farkındalığının oluşmasına ve kurum imajının güçlenmesine katkı sağlamaktadır (Miran, 2018: 328). Başarılı bir şekilde oluşturulmuş kurum kimliklerinin üniversiteler katkısı oldukça fazladır. Üniversitenin tanınırlığını ve farkındalığını arttırmaktadır. Görsel unsurlar, logo ve tipografi kullanımları hedef kitleyi etkileyerek farkındalığı arttırmaktadır. Tutarlı bir şekilde planlanarak tasarlanmış üniversite kurum kimlikleri sayesinde üniversiteye olan güven ve artmaktadır. Bu üniversiteler diğer benzer kurumlardan ayrılarak üniversiteye avantaj sağlamaktadır.

Urde'ye göre; üniversite kampüslerinde oluşturulan kurum kimliklerinin üniversiteler için pek çok avantajı bulunmaktadır Bu avantajlardan ise şunlardır:

1.Tanınabilirlik: Üniversiteler için oluşturulan başarılı kurumsal kimlik çalışmaları, üniversitelerin tanınırlığını arttırmaya yardımcı olmaktadır. Logo kullanımı, renk, tipografi, yönlendirme sistemleri gibi bir çok görsel unsur mekanı kullanan kullanıcıların dikkatini çekerek, iletilmek istenen mesajın en kısa sürede iletilmesinde yardımcı rol oynamaktadır.

2 Güven ve İtibar: Başarılı tasarlanmış kurum kimlikleri mekan içerisinde kalite algısı yaratır ve üniversiteye olan güvenin artmasını sağlamaktadır.

3. Bağılılık ve Sadakat: Üniversite içerisinde başarılı tasarlanarak uygulaması gerçekleştirilmiş kurum kimlikleri sayesinde öğrencilerin, personellerin, mezun tüm öğrencilerin üniversite ile bağları güçlenmektedir.

4.Tutumluluk ve Tutarlılık: Üniversite içerisindeki görsel ve yazılı iletişim unsurlarının tutarlı olması üniversite profesyonel bir görünüm kazandırır. Kampüs içerisindeki iletişim sürecinin tutarlı ilerlemesine yardımcı olmaktadır.

5. Rekabet Üstünlüğü: Başarılı tasarlanmış üniversite kurum kimlikleri, diğer üniversiteler içerisinde rekabet avantajı sağlamaktadır. Etkileyici görsel kimlik çalışmaları cazip hale getirmektedir (Urde, 2003: 1017-1040).

Hatch'a göre; kurum kimliklerini tasarlanması ve uygulanma süresi, uzmanlık ve disiplin gerektirmektedir. Profesyonel tasarım ekipleri ile kurum kimlik uygulamaları gerçekleştirilmektedir. Araştırma ve analiz aşaması kurum kimliği gerçekleştirilirken en önemli adımlar tasarında yer almaktadır. Bu araştırma ile benzersiz ve farklı noktalar tespit edilmektedir. Araştırma sonuçlarından yola çıkarak ise strateji geliştirilmektedir. Strateji doğrultusunda ise kurumsal kimliği oluşturan görseller tamamlanmaktadır. Uygulama aşamasında ise bazı geri bildirimler alınarak bazı düzeltmeler gerçekleştirilebilmektedir (Hatch, 2001: 35).

Araştırmalar gösteriyor ki kurumlar ve üniversitelerin karakterinin, kültürünün belirlenmesinde kurum kimlikleri etkili olmaktadır. Kurum kimlikleri, öğrencilere ve mekanı kullanan tüm kullanıcıların mekanı algılamalarına yardımcı olmaktadır. Başarılı oluşturulmuş kurum kimliği bağlılığı, güveni, sadakati ve aidiyet duygusunu arttırmaya yardımcı olmaktadır. Kurum kimliği sayesinde mekanlar özgünleşerek farklılaşmaktadır. Bu nedenle üniversite kampüslerinde veya çeşitli mekanlarda kurumsal kimlik tasarımı gerçekleştirilirken özenli olunmalı ve kurum kimliğinin sürdürülebilirliği göz önünde bulundurulmalıdır.

4.2. OMÜ Fen Fakültesinin Mekan İletişimi Açısından İncelenmesi

OMÜ Fen Fakültesi 1975 yılında Fen ve Mühendislik Bilimleri adıyla kurulmuştur. 1982 yılında Fen-Edebiyat Fakültesi olarak isim değiştirmiş, 2022 yılınca ise Fen Fakültesi adıyla yeniden yapılandırılmıştır. OMÜ Fen Fakültesi, Kurupelit yerleşkesi içerisinde çok merkezi ve ulaşımı rahat bir konumda yer almaktadır. Fakülte bünyesinde Fizik, Kimya, İstatistik, Matematik ve Moleküler Biyoloji ve Genetik olmak üzere toplam altı bölüm yer almaktadır (fen.omu.edu.tr: web). Bu bölümde, OMÜ Fen Fakültesi mekan iletişim açısından detaylı bir şekilde incelenerek, mekanın görsel ve fiziksel unsurları temel alınarak analiz edilecektir. Bu analiz, görsel ve fiziksel unsurlardan mekan iletişiminin nasıl etkilendiğini anlamamıza yardımcı olacaktır. Proje kapsamında, mekan iletişimini destekleyecek görsel ve fiziksel açıdan çözüm önerileri sunulacaktır. Bu öneriler, mekanın iletişimini geliştirmek ve kullanıcı deneyimini iyileştirmek için önemli adımlar olarak değerlendirilebilir.

Mekanı oluşturan görsel ve fiziksel unsurlar, mekanın karakterini belirleyerek başarılı kullanıcı deneyimlerinin oluşmasına yardımcı olur. Bu unsurlar ile mekan düzenlemelerindeki konsept çalışmayı beraberinde getirmektedir. Mekanın konumu, fiziksel yapısı, yerleşimi, boyutları, malzemeleri gibi çeşitli unsurlar kullanıcıların mekan içindeki deneyimini etkiler. Mekanın işlevsel olarak tasarlanması, mekanın fonksiyonlarına uygun olarak yerleşimine yardımcı olmaktadır. Bu nedenle, mekan tasarımı yapılırken öncelikle binanın yerleşimi ve kullanım amacı net bir şekilde belirlenerek işlevsel mimari tasarımlar oluşturulmalıdır. Mekanı oluşturan mimari unsurların mekana sağlamış olduğu bir çok avantajlar bulunmaktadır. Doğru planlanmış mekanlar mekanın cazibesini arttırmaktadır. Mekan içerisinde kullanıcı ihtiyaçlarına göre planlanmış düzenlemeler mekanın daha fonksiyonel kullanımına katkı sağlamaktadır. Sürdürülebilir olarak tasarlanan bu alanlar geri dönüştürülebilen malzemeler, enerji kullanımı, doğal aydınlatmalar gibi bir çok unsurlar düşünülerek mekanın çevreye etkisi en aza indirilmektedir. Bu avantajlar sayesinde konforlu, estetik ve marka kimliğine uygun olarak işlevsel mekan tasarımları oluşturulmaktadır. Başarılı bir şekilde oluşturulmuş mimari tasarımlar, kullanıcıların dikkatini çekerek başarılı bir görsel mekan tasarımı oluşturulmasına yardımcı olmaktadır.



Şekil 20. OMÜ Fen Fakültesi kişisel arşiv görselleri

Mekanın sürdürülebilir ve kullanıcı ihtiyaçlarına uygun olarak tasarlanması açısından en önemli tasarım aşaması mimari tasarım aşamasıdır. Mekanların kullanım amaçları belirlenmeden oluşturulan mimari tasarımlar kullanıcı deneyimlerini olumsuz yönde etkilemektedir. OMÜ Fen Fakültesinde mekan içerisindeki boğucu ve karanlık mekan oluşmasındaki en büyük neden plansızca tasarlanmış mimari tasarım uygulamasıdır. Bina içerisindeki camların küçük boyutlarda tasarlanması ve doğal aydınlatmadan minimum düzeyde yararlanılmasına neden olmuştur. Gün ışığının mekana girmesi zorlaşmaktadır. Bu durum karanlık odaların oluşmasına ve kullanıcı deneyimini olumsuz etkilemeye yol açmaktadır. Doğru tasarlanmış pencereler, etkili aydınlatma sistemleri, ergonomik düzenlemeler mekanı kullanan kullanıcılar tarafından rahatlıkla dolaşmalarını sağlayarak olumlu bir deneyim yaşamalarına yardımcı olmaktadır.



Şekil 21. OMÜ Fen Fakültesi kişisel arşiv görselleri

Mimari yapı tasarım aşamasında, doğal ışık kaynaklarından yüksek verim almak üzere planlanarak tasarlanmalıdır. Doğal ışık kaynağının geliş açısı düşünülerek tasarlanan mekan tasarımlarında gün içinde aydınlatma ihtiyacı oldukça düşük olmaktadır. Özellikle güneş ışığı olmak üzere doğal ışık kaynağının mekan içerisinde kullanılması mekanda sıcak ve doğal bir atmosferin oluşmasını sağlayarak, mekanı kullanacak olan kullanıcıların konforunu arttırmaktadır. Doğal ışık kaynağının etkili kullanılmasıyla enerji tüketimi düşmektedir. OMÜ Fen Fakültesi'nde mimari tasarımın planlanmadan oluşturulması nedeniyle karanlık odalar olduğu gözlemlenmektedir. Mimari yapıyı oluşturan pencere sistemlerinin küçük ölçülerde tasarlanması nedeniyle bina doğal ışık kaynağını yeterince alamamaktadır. Yetersiz aydınlatma sistemi, mekanın kullanılabilirliği olumsuz etkilenmektedir. Yapay ışık kaynakları mekan içerisinde ışık kaynağının yetersiz olduğu durumlarda kullanılan aydınlatma unsurlarıdır. Fakülte içinde yapay ışık kullanımı ihtiyacı artmış ve aydınlatmanın yetersiz olduğu birçok noktada karanlık koridorlar oluşmuştur. Işık kaynağının yetersiz olduğu mekanlar genellikle boğucu ve kasvetli bir atmosfere sahiptir. İnsanlar mekan içerisinde doğal ışığa ihtiyaç duymaktadır. Yetersiz ışık kaynağı olan alanlarda görsellerin algılamasında güçlükler yaşanabilir ve mekan içerisinde kullanıcı deneyiminin olumsuz sonuçlanmasına neden olmaktadır. Aydınlatmanın yetersiz olduğu alanlarda göz ve baş ağrısı, motivasyon eksikliği gibi bir çok neden oluşabilmektedir. Bu nedenle yetersiz ışık kaynağı insanların mekan içerisindeki konforunu ve duygusal dünyasını olumsuz yönde etkilemektedir.



Şekil 22. OMÜ Fen Fakültesi kişisel arşiv görselleri

Fakülte içerisinde doğal ışık kaynağının eksikliği, mekan içerisindeki yapay ışık kullanım ihtiyacını beraberinde getirmiştir. Yapay aydınlatma sistemlerinin mekan içerisinde bir çoğunun çalışmıyor olduğu gözlemlenmiştir. Mekan içerisinde kullanılan mevcut aydınlatma sistemleri ise geniş alanları aydınlatmak için uygun bir aydınlatma sistemi değildir. Fakültede birbirinden farklı aydınlatmaların kullanılması kullanıcıları görsel olarak kullanıcıları rahatsız etmektedir. Karanlık ve büyük mekanların homojen bir şekilde aydınlatılması gerekmektedir. Mekan içerisinde led aydınlatma sistemi kurulmalı ve ışığın indirekt olarak yayılması sağlanmalıdır. Led aydınlatma sistemlerinde ışık direkt olarak insan gözüne gelmemekte ve mekan içerisinde homojen bir şekilde aydınlatma sağlanmaktadır. Proje sonunda mekan içerisindeki aydınlatma sistemlerinin led aydınlatma sistemlerine dönüştürülmesi ekonomik olarak avantaj sağlarken, kullanıcılar için daha estetik bir görünüm sunulacak ve mekan içerisindeki verimliliği arttıracaktır.



Şekil 23. OMÜ Fen Fakültesi kişisel arşiv görselleri

Fen fakültesinin mimari tasarım hatalarından bir diğeri ise bina içerisinde birbirinden farklı olarak planlanan tavan yükseklikleridir. Mekan içerisinde katlar arasında tavan yüksekliklerinin çok fazla olduğu gözlemlenmektedir. Asma katların olduğu bölümlerde ise tavan yükseklikleri alçalmaktadır. Tavan yüksekliklerinin fazla olması kullanıcılarda mekan algısının kaybolmasına neden olmaktadır. Mekan algısının kaybolduğu noktalarda karanlık ve kasvetli bir alanlar oluşmakta ve görselleri anlamlandırmak zorlaşmaktadır. Tavan yüksekliklerinin fazla olduğu alanlarda yapay aydınlatma sistemleri de mekan içerisinde etkisiz kalmaktadır. Projede tavan yüksekliklerinin fazla olduğu alanlarda mümkünse tavanı alçaltmak veya mekanın tamamını aydınlatacak aydınlatma unsurları kullanılmalıdır. Mekan içerisinde kullanılan koruyucu boyalar, ortalama bir metre yüksekliğinde ve aynı mavi renk tonunda uygulanmıştır. Bu durum, mekanın duvarlarında ayırt edici bir renk kullanılmamasına ve homojen bir görünüm oluşmasına neden olmuştur. Ancak, koruyucu boya uygulamalarının iki amacı vardır. İlk olarak, yüzeylerin kirlenmesini önlemek ve temizlenmesini kolaylaştırmak için kullanılır. İkinci olarak, mekanın estetik görünümünün yaratılmasında önemli rol oynamaktadır. Proje uygulama aşamasında, mekan içindeki tüm duvarlara silinebilir beyaz boya kullanılması planlanmaktadır. Bu şekilde, duvarlar temizlenmesi gerektiğinde kolaylıkla temizlenebilecek ve mekanın genel aydınlık atmosferine katkı sağlanacaktır. Ayrıca, farklı katlar için belirlenen özel renk tonlarıyla her duvar farklı bir konseptle

boyanacak, böylece duvarlar arasında görsel farklılık ve çeşitlilik yaratılacaktır. Bu şekilde, mekan içinde görsel olarak zengin bir atmosfer oluşturulması hedeflenmektedir.

Mekan tasarımlarında ve üniversitelerde yönlendirme tasarımlarının önemi oldukça fazladır. Yönlendirme sistemleri aracılığıyla mekan içerisindeki kullanıcılar gideceği noktaya en kısa yoldan ulaşmaktadır. Üniversite kampüslerinde kütüphaneler, laboratuvarlar, konferans salonları ve derslikler gibi alanlara hızlı bir şekilde ulaşım sağlanması hedeflenmektedir. Yönlendirme sistemleri üniversite içerisindeki karışıklığı azaltarak kullanıcıların rahat bir şekilde mekan içerisinde hareket etmelerini sağlamaktadır.



Şekil 24. OMÜ Fen Fakültesi kişisel arşiv görselleri

OMÜ Fen Fakültesi, plansız bir yerleşim düzenine sahip olması nedeniyle farklı bölümlerin birbirine karıştığı ve düzenlenmemiş yönlendirme sistemlerinin bulunduğu bir mekandır. Plansız yerleşim düzenine sahip olması nedeniyle mekan içerisindeki yönlendirme tasarımlarında da herhangi bir sistem oluşturulmamıştır. Mekan içerisinde eksik ve hatalı oluşturulmuş yönlendirme sistemleri nedeniyle kullanıcıların derslik, laboratuvarlar gibi bir çok alana ulaşmaları engellenmektedir. Büyük bir fakülte içerisinde yerleşim gösteren Fen Fakültesi içerisinde yönlendirme sistemlerinin eksikliği nedeniyle kullanıcıların mekan içerisinde kaybolmalarına

neden olmaktadır. Karmaşık ve düzensiz yönlendirme tasarımları içerisinde kullanıcılar zamanlarını boşa harcamakta ve mekan içerisinde bulunduğu süre boyunca stres yaşamaktadır. Mekan içerisindeki bu durum kullanıcı memnuniyetini olumsuz etkileyerek, verimliliği düşürmektedir.



Şekil 25. OMÜ Fen Fakültesi kişisel arşiv görselleri

Fakülte içerisindeki oluşturulan yönlendirme sistemleri planlanmadan, uygulama sürecine geçilmiş ve daha sonrasında hiçbir güncellenme yapılmamıştır. Bina girişindeki kat yerleşim planını gösteren yönlendirme tasarımında -1. Kat en üst sırada yer alırken, 5. Kat en alt satırda yer almaktadır. Mekan tasarımlarında bulunduğu kattan itibaren yönlendirme sistemlerini kurgulamak ve bu sıralama doğrultusunda tasarımlar gerçekleştirmek kullanıcı deneyimi açısından daha faydalı olabilmektedir. Blokları 5. Kattan birbirine bağlayıp, bloklar arası geçişe izin veren böyle büyük bir fakülte içerisinde kat yerleşim planı gerekli görülen noktalarda bulunduğu kattan itibaren belirtilerek yer verilmelidir. Fakülte içerisinde kullanılan yönlendirme tasarımlarının mekan içerisinde göz hizasında yer almadığı gözlemlenmiştir. Yönlendirme sistemleri kullanıcıların kolaylıkla fark edebilmesi amacıyla göz seviyesine uygun olarak yerleştirilmelidir. Mekan içerisinde göz hizası boyunca yönlendirme sistemlerinin yerleştirilmesi mekan içerisindeki yolculukların daha konforlu ve verimli olmasını sağlamaktadır. Göz hizasına yerleştirilen yönlendirme sistemleri ile kullanıcıların mekan içerisinde kaybolma riski azalmaktadır.



Şekil 26. OMÜ Fen Fakültesi kişisel arşiv görselleri

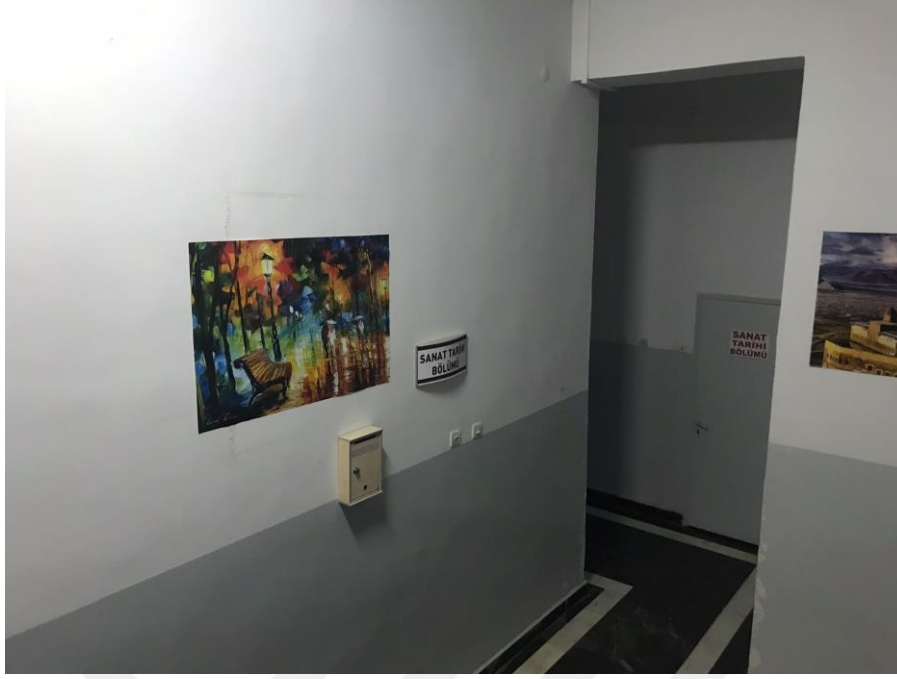
OMÜ Fen Fakültesi geniş duvar alanları ve uzun koridorlardan oluşmaktadır. Geniş mekanlarda kullanılan yönlendirme sistemlerinde oran orantı oldukça önemlidir. Mekan içerisinde kullanılan yönlendirme tasarımlarının ölçüleri genellikle küçük olduğu için kullanıcıların mekan içerisinde zorlanmalarına neden olmaktadır. Küçük ölçülerde tasarlanmış yönlendirme tasarımları hedef belirlemede yanıltıcı olabilir ve gözden kaçma riskini arttırabilir. Geniş duvarlar üzerindeki yönlendirme sistemlerinin büyük ve algılanabilir bir mesafede tasarlanması gerekmektedir.

Mekan tasarımıındaki zemin uygulamaları kullanıcı deneyimini etkilediği gibi mekanın estetik görünümüne de katkı sağlamaktadır. Mekan içerisinde çekici bir ortam yaratmada parke ve döşemelerin önemi oldukça fazladır. Doğru seçilmiş malzeme ve renklerle mekana yeni bir karakter kimlik kazandırılmaktadır. Mekan içerisinde zeminde kullanılan malzeme seçimi mekanda akustik performansı etkilemektedir. Boş koridorlardan oluşan fakülte içerisinde sesin yankılanmasını azaltmak amacıyla zeminde de değişiklik yapılması gereklidir. Eşyaların az olduğu kalabalık ve gürültülü mekanlarda içerisinde ses emici malzemelerin olduğu kaplamalar seçilmelidir. Mekan zeminindeki kullanılan çimento görünümlü taş kaplamalar ise karanlık olan mekanı daha da karanlıklaştırmakta ve kullanıcı deneyimini olumsuz etkilemektedir.



Şekil 27. OMÜ Fen Fakültesi kişisel arşiv görselleri

Fen Fakültesi içerisindeki tüm yönlendirme tasarımları küçük boyutlarda tasarlanmış ve kullanıcı deneyimini olumsuz etkilemiştir. Büyük alanlarda birbirinden tutarsız ve uyumsuz olarak yerleştirilmiş yönlendirme tasarımları kullanıcıların hedefe ulaşmalarında olumsuz etkili olmaktadır. Yönlendirme tasarımlarının birbirinden farklı olması üniversitenin görsel kimliğinin zarar görmesine neden olarak mekan içerisinde tutarsızlığına neden olmaktadır. Kullanıcılar bulunduğu alan içerisinde güvensizlik hissine kapılmakta ve fakültenin tercih edilme oranı düşmektedir. Sonuç olarak büyük mekanlarda kullanılan eksik, hatalı ve küçük yönlendirme tasarımları mekan içerisinde kullanıcıların stresini, mekan içerisinde dolaşma sürelerini artmasına neden olmaktadır. Başarısız yönlendirme sistemleri nedeniyle kullanıcıların memnuniyeti düşmektedir. Bu nedenle yönlendirme tasarımlarının mekana ve hedef kitleye uygun olarak net, anlaşılır olarak tasarlanması gerekmektedir.



Şekil 28. OMÜ Fen Fakültesi kişisel arşiv görselleri

Mekan içerisinde plansız yerleşime bağlı olarak aynı yönlendirme sistemleri bir çok yerde tekrar etmektedir. Yönlendirme sistemlerinin sürekli mekan boyunca farklı tasarım dillerinde tekrar etmesinin getirdiği bir çok olumsuzluk bulunmaktadır.

1. Algısal Yorgunluk: Fen Fakültesi yönlendirme sistemlerinin mekan boyunca sürekli tekrar ediyor olması, kullanıcı deneyimini olumsuz etkilemekte ve kullanıcıların aynı bilgiye sürekli maruz olarak dikkatinin dağılmasına neden olmaktadır.
2. Bilgi Karmaşası: Üniversite içerisinde birden fazla tasarım dilinde tekrar eden yönlendirme sistemlerinin bulunması kullanıcılar arasında bilgi karışıklığına neden olmaktadır. Mekan içerisinde kullanıcılar hangi yönlendirme sistemlerini takip etmesi gerektiğini kaçırmakta ve algılama aşamasında zihinsel haritalama aşaması gerçekleşmemektedir.
3. Görsel Kirlilik: Sürekli tekrar eden farklı yönlendirme tasarımları ve diğer görsel unsurların bir araya gelmesi mekan içerisinde görsel kirliliğe neden olmaktadır.

Bu zorlukların mekan içerisinde önüne geçmek amacıyla yönlendirme tasarımlarının net mesajlar içerdiğinden ve kullanım sayısı ve yerleşiminden emin olunmalıdır. Mekan içerisinde kullanıcıların bilgileri kolayca algılayarak mekanı keşfetmesi sağlanmalıdır.



Şekil 29. OMÜ Fen Fakültesi kişisel arşiv görselleri

Mekan içerisinde yönlendirme sistemleri dışında kullanılan diğer özensiz sergileme alanları ve görsel unsurlar mekan iletişim sürecinde bir çok zorluğu beraberinde getirmektedir. Yıpranmış panolar gereksiz afiş ve bilgi metinleri okunabilirliği ve anlaşılabilirliği olumsuz olarak etkilemiştir. Mekan içerisinde tutarsız olarak yerleştirilen görsel unsurların fazlalığı kullanıcıların gereksiz uyarılmalarına neden olmuş ve dikkat dağınıklığı ile göz yorgunluğuna neden olmaktadır. Alan içerisindeki metinlerin okunmayacak kadar küçük ve birbirinden bağımsız olarak tasarlanmış olması iletişimi güçlendirmektedir. Farklı tasarım dillerinde oluşturulmuş yönlendirme sistemleri nedeniyle kullanıcılar mekan içerisinde tutarsız davranışlarda bulunarak, istenen mesajı algılama problemiyle karşı karşıya kalabilmektedirler.

Sonuç olarak kalabalık mekanlarda kullanıcıların mekanla etkileşiminin fazla olduğu üniversitelerde yönlendirme sistemlerinin önemi oldukça fazladır. Başarısız yönlendirme tasarımları ile kullanıcılar yönlendirme zorluğu, zamansal verimlilik, iletişim sorunları ve stres gibi zorluklar yaşamaktadır. OMÜ Fen Fakültesi içerisinde kullanıcılar bir noktaya ulaşabilmek için gereksiz yolları izlemekte ve o noktaya ulaşabilmek için mekan içerisinde yetkili kişiye ihtiyaç duymaktadır. Bu durum kullanıcı deneyimini olumsuz etkilemekte ve verimliliğin düşmesine neden olmaktadır. Bu nedenle yönlendirme sistemlerinin kullanıcı ihtiyaçlarına yönelik olarak mekan içerisinde iyi planlanması gerekmektedir.

4.3. Yeni Kimlik Çerçevesi

Mekan içerisinde yeniden kimliklendirme mekandaki tasarımların mekanın kimliğine uygun olarak yeniden değiştirilmesi anlamına gelmektedir. OMÜ Fen Edebiyat Fakültesinde mekan analizi yapılarak mekanın kullanım amacı, gereksinimleri gibi faktörler göz önünde bulundurularak mekanın zayıf yönleri belirlenmiştir. Üniversitenin değerleri ve hedef kitle göz önünde bulundurularak mekan içerisinde oluşturulması planlanan iletişim amacına göre yeni bir kimlik kazandırılmıştır. Mekan içerisindeki döşemeler, aydınlatmalar, yönlendirme tasarımları ve çeşitli sergileme tasarımlarıyla kullanıcı deneyimini etkileyecek hedefine uygun bir çok alternatif tasarımlar oluşturulmuş mekan kimliğine en uygun tasarım seçilerek uygulamalı olarak gösterilmektedir.

OMÜ Fen Fakültesine yeni kimliklendirme oluştururken tutarlılık, görsel netlik, doğru konumlandırma, basitlik ve sürdürülebilirlik kavramları göz önünde bulundurularak yeni kimlik çerçevesi çizilmiştir. Mekan içerisindeki öncelikli amaç kullanıcıların kimseye ihtiyaç duymadan mekanda hareketini sağlamak ve kullanıcı deneyimini iyileştirmek olmuştur. Yeni kimlik tasarımında basit ve kısa ifadelerle yer verilmiş ve kullanıcıların anlamasını zorlaştıracak tüm görsel ve yazılı unsurlardan kaçınılmıştır. Mekan içerisinde kullanıcıların rahat görebileceği stratejik noktalara ve göz hizasındaki alanlara yönlendirme sistemleri yerleştirilerek kullanıcıların kolaylıkla fark edebilmeleri sağlanmaları planlanmıştır. Fen Fakültesi içerisindeki tutarsız yönlendirme sistemleri yerine mekan içerisinde kullanıcı deneyimine katkı sağlayacak yönlendirme tasarımları ve çevresel grafik tasarım unsurlarıyla mekan desteklenecektir.

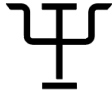
Omü Fen Fakültesi mekan kimlik çerçevesi oluşturulurken bir çok araştırma yapılmış araştırmalar doğrultusunda en uygun tasarım seçilerek 3D model üzerine örneklemeler gerçekleştirilmiştir. Fen Fakültesi farklı bölümlerin iç içe geçtiği ve düzensiz yerleşimin olduğu bir fakültedir. Fakülte içerisindeki karışıklığı en aza indirmek için mekan içerisinde bazı kodlama sistemleri oluşturulmuştur. Bu kodlama sistemleriyle kullanıcılar ulaşmak istedikleri mekanlara bölümlerin isimleri olmadan kolay bir şekilde ulaşarak mekan içerisindeki karışıklıktan en az seviyede etkilenmeleri amaçlanmıştır.

Kimya Bölümü Chemistry Department	> C101 / C220
Moleküler Biyoloji Molecular Biology Department	> M101 / M220
Fizik Bölümü Physics Department	> P101 / P220
Biyoloji Bölümü Biology Department	> B101 / B220
Matematik Bölümü Mathematics Department	> M101 / M220
İstatistik Bölümü Statistics Department	> S-101 / S-220

Şekil 30. OMÜ Fen Fakültesi yönlendirme sistemi için oluşturulan kodlama sistemi

Fakülte içindeki bölümlerin isimleri, kodlama sistemi kullanılarak ilgili alana işaret etmektedir. Örneğin, "Chemistry Department" (Kimya Bölümü) için İngilizce ismin baş harfi alınarak bir kod oluşturulmaktadır. Bu kodlama sistemi, mekan girişinden en üst kata kadar olan katlara sıralı olarak verilen 101 ve 220 gibi rakamlarla gerçekleştirilmektedir. Bu sayede, mekan içindeki kullanıcılar belirtilen kodları takip ederek hedefledikleri alana kolaylıkla ulaşabilirler. Bu kodlama sistemi, kullanıcıların mekan içindeki yönlendirmeleri daha hızlı ve kolay bir şekilde takip etmelerini sağlamaktadır. Proje başlangıcında, her bölümü ayrı ayrı renklendirmek düşünülmüş ancak mekan içerisinde plansız bir yerleşim olduğundan dolayı bu fikirden vazgeçilmiştir. Bunun yerine, bina içerisinde her kata farklı renkler verilerek katların bireysel olarak ayrışması sağlanmıştır. Bu yaklaşım, mekan içindeki karışık yerleşimden kaynaklanan renk karmaşasının önüne geçmeyi hedeflemektedir. Her katın farklı bir renkle ayrıştırılması, mekan içerisindeki renk unsurlarının başarılı bir şekilde kullanılmasını sağlamış ve kullanıcının dikkatinin dağılmasını engellemiştir. Bu sayede, kullanıcılar mekan içinde gezinirken katlar arasındaki farklılıkları kolaylıkla algılayabilmektedir. Karışık ve kalabalık mekan tasarımlarında, kullanıcıların dikkatini dağıtmadan etkili yönlendirme sistemleri oluşturmak büyük önem taşır. Bu nedenle, mekan içerisinde kullanıcı deneyimini geliştirecek ve yönlendirmeyi kolaylaştıracak tasarımlar gerçekleştirilmelidir. Bu tasarımların amacı,

kullanıcıların mekan içinde gezinirken hedeflerine kolaylıkla ulaşmalarını sağlamak ve dikkatlerini dağıtmamaktır.

 Park	 Kafeterya	 	 	
 WC-Man	 WC-Woman	 Coğrafya Bölümü Geography Department	 Yemekhane	 Acil Çıkış
 Fen Edebiyat Fakültesi Faculty of science and literature	 Sosyoloji Bölümü sociology department	 Tarih Bölümü History Department	 Psikoloji Bölümü Psychology Department	 Kimya Bölümü Chemistry Department
 Arkeoloji Bölümü Archeology Department	 Moleküler Biyoloji Molecular Biology Department	 Coğrafya Bölümü Geography Department	 Sanat Tarihi Bölümü History of art	 Physics Bölümü Physics Department
 Biyoloji Bölümü Biology Department	 Matematik Bölümü Mathematics Department	 İstatistik Bölümü Statistics Department		

Şekil 31. OMÜ Fen Edebiyat Fakültesi için oluşturulan ikon tasarımları

Proje başlangıcında OMÜ Fen Fakültesinin ismi, OMÜ Fen Edebiyat Fakültesi'ye birkaç ay önce isim değişikliği olmuş ve Fen ve Edebiyat fakültesi olmak üzere iki gruba ayrılmıştır. Fen Edebiyat fakültesi için ikon setleri hazırlanmış fakültenin isim değiştirmesiyle birlikte bu ikon setlerinin kullanımından vazgeçilerek Fen Fakültesine uygun yaratıcı bir ikon tasarımı uygulaması seçilmiş ve uygulama aşamasında gösterilmiştir. İkon tasarımlarının evrensel özellik gösteriyor olması kalabalık mekanlar içinde sıklıkla tercih edilmesine neden olmaktadır. İkon tasarımlarıyla mekan içerisinde metin kullanımı en aza düşürülmekte kullanıcıların dikkatini çekecek görsel tasarımlar oluşturulmaktadır.

100%100

Omü Faculty of Science

Headline -1

External building orientation design

30%100

Omü Faculty of Science

Headline -2

Building entrances - long corridors

60%100

Omü Faculty of Science

Headline -3

Corridor and entrance orientations

50%100

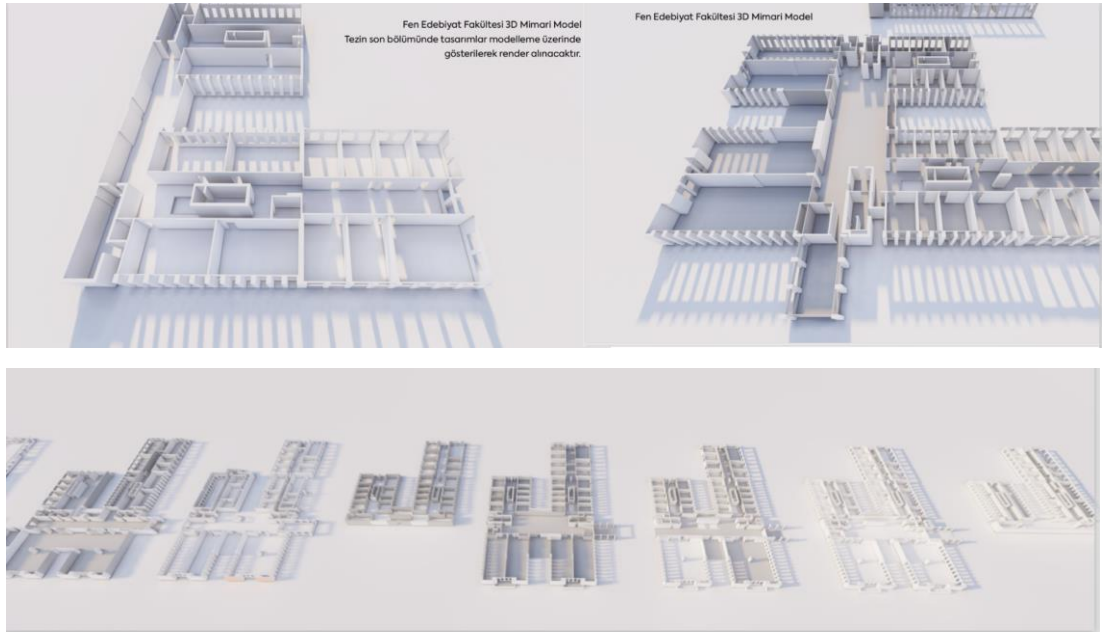
Headline -4

Omü Faculty of Science

Large text in redirect designs

Şekil 32. OMÜ Fen Edebiyat Fakültesi yönlendirme tasarımları için oluşturulan dört headline

Proje uygulama aşamasında, görsellerdeki metin alanlarının bütünlük ve konsept açısından ilerlemesi için dört ayrı başlık (headline) oluşturulmuştur. Bu başlıklar, mekan içerisindeki hiyerarşiyi korumak ve kullanıcıların bilgileri anlaşılır bir şekilde almasını sağlamak amacıyla kullanılmıştır. Bu başlıklar metinleri tasarım içerisinde önem sırasına göre kategorize etmemize yardımcı olmaktadır. Her başlık içeriğe uygun hiyerarşide tasarlanır ve görsel tasarıma katkı sağlamaktadır. Oluşturulan başlıklar sayesinde yönlendirme ve bilgilendirme sağlanarak hiyerarşi oluşturulmuş olmaktadır.



Şekil 33. OMÜ Fen Edebiyat Fakültesi D Blok modelleme ve kat planları

OMÜ Fen Fakültesine yeni kimlik kazandırılırken fakülte AuroCAD planına uygun olarak çizilmiş ve mekan kimliğine uygun tasarıma modelleme üzerine yerleştirilerek en uygun kimliğe karar verilmiştir.



Şekil 34. OMÜ Fen Edebiyat Fakültesi 3D Modelleme Tasarımı

Omü Fen Fakültesi planına uygun olarak modellenmiş ve modelleme sonrasında bina içerisindeki doğal aydınlatma ve yapay aydınlatma sistemlerinin nasıl verimli kullanılacağına dair çeşitli araştırmalar model üzerinde gerçekleştirilmiştir. Tasarlanan 3D model ile mekan içerisindeki tavan ve taban arasındaki mesafeler göz önünde bulundurularak mekan içerisine yeni bir kimliklendirme kazandırılmaya çalışılmıştır. Omü Fen Fakültesi yeni kimlik çerçevesinde kullanışlı, sürdürülebilir ve kullanıcı ihtiyaçlarına göre tasarlanmış bir mekana dönüştürülmesi amaçlanmıştır.



Şekil 35. OMÜ Fen Edebiyat Fakültesi 3D Modelleme Tasarımı

4.4. Tasarım Uygulamaları

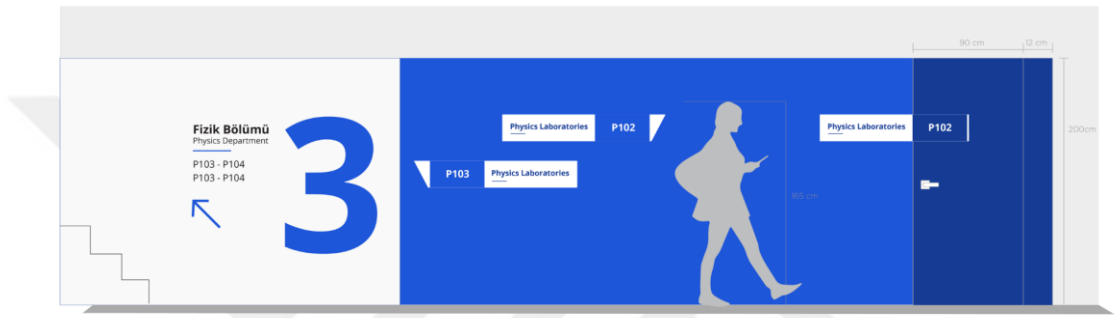
OMÜ Fen Fakültesi'nde yönlendirme tasarımları, aydınlatma unsurları, mimari tasarım uygulamaları, malzeme seçimi gibi unsurların eksiklikleri tespit edilmiş ve kullanıcıların problemlerine çözüm bulmak adına proje kapsamında detaylı bir analiz gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma, mekan içerisindeki eksiklikleri gidermek ve kullanıcı problemlerine çözüm üretmek amacıyla yapılmıştır. Proje uygulama aşaması OMÜ Fen Fakültesi D Blok ile sınırlandırılmış, uygulama kapsamında örnek bir yönlendirme sistemi oluşturulmuş ve mekanı oluşturan görsel unsurlar üzerine çeşitli öneriler sunulmuştur. Bu öneriler, mekanın işlevselliğini artırmak, kullanıcıların yönlendirme ihtiyaçlarını karşılamak ve kullanıcı deneyimini geliştirmek amacıyla yapılmıştır. Mekan içerisindeki yetersiz veya planlanmamış yönlendirme işaretlerinin eksikliği tespit edilmiş ve bu eksikliklerin giderilmesi için mekan içerisinde çeşitli uygulamalar gerçekleştirilmiştir. Mekanda bulunan kafa karıştırıcı tüm işaretler, kullanıcı deneyimini etkileyecek şekilde iç mekandan kaldırılmış ve mekan içerisinde çeşitli görsellerle zenginleştirilmiş bilgilendirme ve sergileme tasarımlarıyla kullanıcılara daha net ve anlaşılır bir deneyim sunulmuştur.



Şekil 36. OMÜ Fen Fakültesi için tasarladığım örnek proje uygulaması

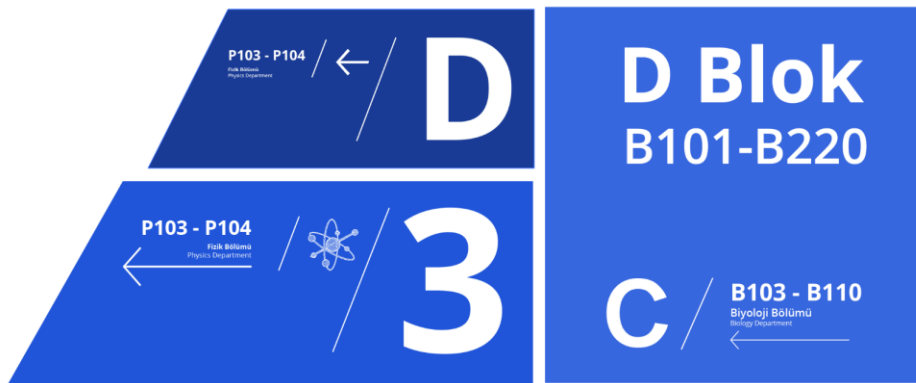
Fakülte içerisinde bulunan uzun koridorlar mekan içerisindeki yetersiz aydınlatma kullanımı ve ikiye bölünmüş duvar renklendirmesi nedeniyle renksiz, karanlık bir görünüme sahipti. Geniş ve karanlık koridorları aydınlatmak amacıyla ilk

olarak koridor boyunca duvarların büyük bir alanı beyaza boyanarak mekan içerisinde aydınlık bir görünüm oluşturulmaya çalışılmıştır. Mekan içerisinde duvarlara kontrast oluşturmak amacıyla antrasit renginde microtopping (4020 beton) bir zemin kaplaması uygulanmıştır. Bu uygulama sayesinde duvarlar ve zemin arasında belirgin bir farklılık yaratılarak mekan içerisinde kontrast sağlanmıştır. Fen Fakültesi D Blok bina tasarımında her kat için farklı bir renk belirlenmiş ve bu renkler katlar içerisinde monokrom renklere ayrılmıştır. Bu uygulama sayesinde proje içerisinde her alanda kullanıcılara farklı bir deneyim sunulacak ve benzer mekanların birbirinden ayırt edilmesine katkı sağlanacaktır.

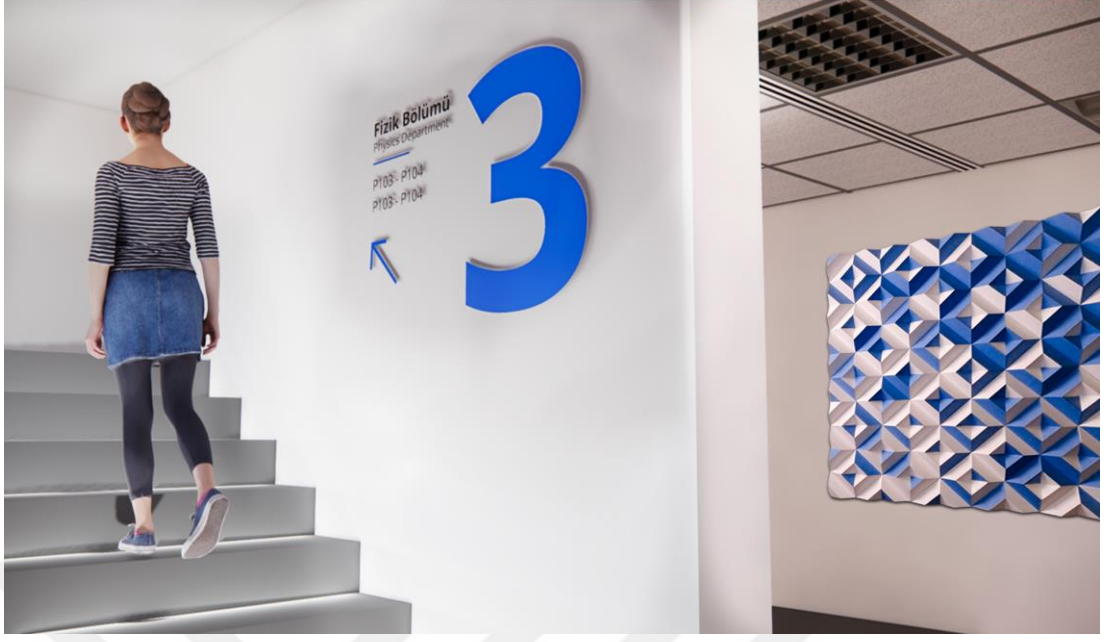


Şekil 37. OMÜ Fen Fakültesi tasarladığım 2D iç mekan ve yönlendirme tasarımı

Mekan içerisinde bir kattan diğer kata geçiş yapılırken, geçilmek istenen katın rengi yönlendirme sistemlerinin rengini oluşturur. Her kat için özel renkler kullanılmasıyla kullanıcılar üniversite içerisindeki bulundukları katı hızlı bir şekilde algılamalarını ve gitmek istedikleri noktaya hızlı bir şekilde ulaşmalarını sağlamaktadır. Mekan içerisinde kontrast oluşturmak amacıyla bazı duvarlar, bulunduğu katın çeşitli tonu ile boyanarak yüzeylerin birbirinden ayrışmasını sağlamıştır. Bu sayede mekan içerisinde uyumlu bir görünüm oluşturulurken, aynı zamanda dikkat çekici alanlar yaratılmıştır.



Şekil 38. OMÜ Fen Fakültesi binalar ve katlar arası geçişte uygulanan renkli yönlendirme tasarımları



Şekil 39. OMÜ Fen Fakültesi merdiven alanları için tasarlanan yönlendirme sistemi

Merdiven basamakları boyunca yer alan büyük boyutlu rakamlar, mekan içerisinde hem yönlendirme işlevini yerine getirirken hem de estetik bir görünüm oluşturarak görsel bir unsur olarak kullanılmıştır. Ayrıca tasarımda kullanılan oklar, kullanıcının gittiği yönden ve gitmiş olduğu alandaki laboratuvarlar hakkında bilgi sahibi olmasını sağlamaktadır.



Şekil 40. OMÜ Fen Fakültesi merdiven alanları için tasarlanan yönlendirme sistemi

OMÜ Fen Fakültesi'nde geniş ve boş duvarlara sahip birçok alan bulunmaktadır. Bu boş duvarlar, yönlendirme sistemlerinin hatırlatıcı ve destekleyici alanları olarak kullanılarak kullanıcı deneyimine katkı sağlayabilir. Karışık ve

kalabalık bir fakülte içerisinde, ara katlar arasındaki yönlendirme unsurları mekan içerisinde gösterilerek kullanıcılara eşlik etmek amaçlanmaktadır. Örneğin, üçüncü kat için oluşturulan yönlendirme tasarımı, bulunduğu kattaki kullanıcıların alt katlara kolayca ulaşmasını sağlamak için mekan içerisinde destekleyici yönlendirme tasarımları olarak kullanılabilir. Bu şekilde, birinci kattan dördüncü kata kadar olan yolculuklarda kullanıcılar bilinçli bir şekilde ilerlerken, üst kattan inen diğer kullanıcılar da yönlendirme sistemlerinden faydalananarak mekan içinde rahatça hareket edebilir. Bu durum, kullanıcı deneyimini olumlu yönde etkileyerek mekan içerisindeki kullanıcıların kolaylıkla yönlendirilmesini sağlar.



Şekil 41. OMÜ Fen Fakültesi asma katlar arası için tasarlanan yönlendirme sistemleri



Şekil 42. OMÜ Fen Fakültesi merdiven alanları için tasarlanan yönlendirme ve aydınlatma sistemi

Fen Fakültesi içerisindeki bina katları arasındaki merdivenler ve asma katlar, tavan yüksekliklerinin fazla olması nedeniyle oldukça karanlıktır. Kullanıcıların güvenli bir şekilde mekan içinde hareket etmelerini sağlamak için katları birbirine bağlayan merdivenlerin aydınlatılması gerekmektedir. Bu amaçla, basamak aralarına lineer aydınlatmalar eklenmiş ve mekan içerisinde kullanıcıların sorunsuz bir şekilde hareket edebilmesi sağlanmıştır. Basamaklarda kullanılan lineer aydınlatma sistemi

sensörlü olarak tasarlanmıştır. Sensörler sayesinde basamaklar üzerinde hareket algılandığında mekan otomatik olarak aydınlatılmaktadır. Bu, kullanıcıların mekan içerisinde dolaşırken daha iyi bir görünürlük sağlar ve kullanıcı deneyimini olumlu yönde etkiler. Sensörler aynı zamanda mekan içerisinde kullanıcının bulunmadığı zamanlarda enerji tasarrufu sağlamak için aydınlatmayı otomatik olarak kapatabilir. Bu sayede gereksiz enerji tüketimi engellenir ve sürdürülebilir bir yaklaşım benimsenmiş olur.



Şekil 43. OMÜ Fen Fakültesi merdiven alanları için tasarlanan yönlendirme ve aydınlatma sistemi

Merdivenlerin iniş ve çıkış yönünde yerleştirilen yönlendirme sistemleri, kullanıcıların hedefledikleri noktaya en kısa sürede ulaşmalarına yardımcı olur. Katlar arasında oluşturulan yönlendirme sistemlerinde büyük rakamlar kullanılarak katların vurgusu yapılmış ve kullanıcıların kolayca hatırlaması hedeflenmiştir. Ayrıca, asma katlar ve merdiven basamakları arasına yerleştirilen lineer aydınlatma sistemleri sayesinde mekan aydınlatılmaktadır. Merdiven içlerine yerleştirilen lineer aydınlatmalar, potansiyel kazaların önlenmesine yardımcı olduğu gibi mekan içerisinde kullanıcıların adımlarının ve hareketlerinin daha kolay algılamasına yardımcı olmaktadır. Bu aydınlatmalar, merdiven basamaklarının kenarlarına yerleştirildiğinde, kullanıcılara doğru bir şekilde ilerlemeleri için görsel bir rehberlik sunmaktadır. Mekan tasarımı sürecinde, kullanıcı deneyimini iyileştirmek ve mekan içerisindeki görsellerin basit bir şekilde algılanabilmesini sağlamak için çeşitli araştırmalar yapılmış ve proje başlangıcında en uygun aydınlatma sistemleri belirlenmiştir. Bu sistemler, mekanın fonksiyonu, kullanıcı ihtiyaçları ve estetik

beklentileri dikkate alınarak seçilmiştir. Yapılan araştırmalar, mekan içerisindeki görsellerin doğru bir şekilde aydınlatılmasını sağlamak için gerekli olan aydınlatma tekniklerini ortaya koymuştur. Bu sayede mekan içerisinde kullanıcılar, görselleri rahatlıkla algılayabilecek ve mekanı keyifle kullanabilecektir.



Şekil 44. OMÜ Fen Fakültesi kapı ve koridor alanı renklendirme ve aydınlatma sistemi

Bina içerisinde, katlar arasında dinamik bir görünüm elde etmek için monokrom birbirini tamamlayan renkler kullanılmıştır. Bu sayede koridor boyunca sadelik ve netlik korunmuş ve aynı zamanda canlı bir atmosfer yaratılmıştır. Zeminde antrasit renk zemin döşemesi ve aydınlatmada kullanılan gri tonlar, mekan içindeki canlı renklerin tamamlayıcı unsurları olarak kullanılmıştır. Ayrıca koridor boyunca kapılarda da tamamlayıcı renkler tercih edilerek laboratuvarların birbirinden ayrılması sağlanmıştır. Kapı üzerinde bölümle ilgili çeşitli ikonlara yer verilerek mekan görsellerle zenginleştirilmekte aynı zamanda bölüm hakkında çeşitli bilgilerin kullanıcıya aktarılmasına yardımcı olmaktadır. Kapı renkleri koyudan açığa veya açık renkten koyu renge doğru ilerleyerek kat içerisindeki laboratuvarların birbirinden ayrılmasına katkı sağlamaktadır. Kapı üzerindeki laboratuvarların ismini belirten yönlendirme sistemlerinde de monokrom renk geçişlerine yer verilerek koridor boyunca benzer renk tonlarının sürdürülmesi sağlanmıştır.



Şekil 45. OMÜ Fen Fakültesi kapı üzeri yönlendirme tasarımı



Şekil 46. OMÜ Fen Fakültesi kapılar için oluşturulan iki boyutlu tasarım

OMÜ Fen Fakültesi içerisindeki en büyük sorun mekan içerisindeki aydınlatma sistemleri olmuştur. Mekan içerisindeki aydınlatma sistemler, kullanıcı deneyimini, mekanın işlevselliğini ve atmosferini belirleyen etkenlerdendir. Proje kapsamında oluşturulan örnek proje önerisinde mekan içerisinde üç farklı aydınlatma tipi seçilmiş ve mekanın içerisine sırasıyla yerleştirilmiştir. Bu seçilen aydınlatma tipleri, çapraz, düz ve spot aydınlatmalardır. Bu aydınlatma düzenlemeleri, mekan içinde yapay ışık kaynağının homojen bir şekilde dağılmasına ve istenen atmosferin oluşturulmasına katkı sağlamaktadır. Mekanda kullanılan renkler kolay algılanabilirliğini sağlamak adına özenle seçilmiştir. Renklerin birbiriyle uyum içerisinde olması mekan içerisindeki görsellerin daha rahat fark edilebilmesini sağlar.



Şekil 47. OMÜ Fen Fakültesi kapılar için oluşturulan tasarım



Şekil 48. OMÜ Fen Fakültesi yeni tasarlanmış aydınlatma sistemi

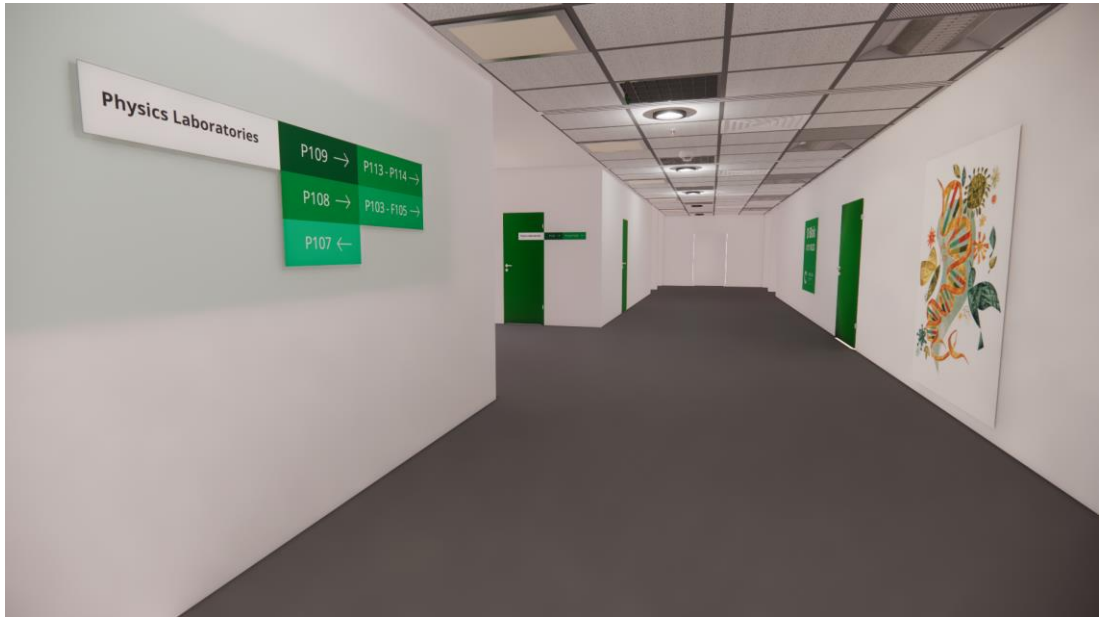
Mekânın önemli bir parçası olarak aydınlatma tasarımıyla mekan içerisinde tasarım bütünlüğü sağlanmıştır. Mekan içerisinde kullanılan aydınlatma sistemleri, fakülte içerisinde homojen bir ışık dağılımı oluşmasına katkı sağlamıştır. Spot ışıklar, mekanın merkezinde yer alarak birçok noktayı eşit olarak aydınlatmaktadır. Düz aydınlatma sistemleri genellikle duvar köşelerinde tercih edilerek mekan içerisinde dengeli bir aydınlatma elde edilmeye çalışılmıştır. Spot aydınlatmalar arasında yangın alarmı, havalandırma boşlukları oluşturulmuş ve mekan içerisinde kullanıcı ihtiyaçlarının tamamını karşılanmaya çalışılmıştır.

Mekân içerisindeki zemin döşemeleri, duvar yüzeyi, mekânın büyüklüğü, yer ve tavan arasındaki mesafe, objeler, renkler ve grafikler gibi birçok unsur çevre ile ilişki içerisinde. İç mimarlar ve tasarımcılar mekân içerisindeki formu gözeterek, sürdürülebilir konsept tasarımlar oluşturmayı amaçlar. Örneğin bir okul için tasarımı gerçekleştirilirken zemin döşemeleri, aydınlatmalar, yönlendirme sistemleri mekân içerisindeki aksesuarlar ve mekân içi sınırları oluşturan duvar tasarımları birbirini desteklemelidir. Mekân içerisinde oluşturulan bir görsel tasarım, mekânda bir obje tasarlanarak tamamlayıcı bir unsur olarak kullanılabilir.



Şekil 49. OMÜ Fen Fakültesi yönlendirme ve bilgilendirme grafiği tasarımı

Üniversite içerisinde bilgilendirme grafikleri ve yönlendirme sistemlerinin mekan içerisinde bir arada bulunması kullanıcıya çeşitli artılar kazandırmaktadır. Mekan içerisindeki yönlendirme tasarımı kullanıcının gitmek istediği alana gitmesine olanak sağlarken, infografik tasarımları ise kullanıcıya daha fazla bilgi sunulmasına katkı sağlamaktadır. Mekan içerisinde hem yönlendirme hem de bilgilendirme tasarımlarının birlikte kullanılması kullanıcı deneyimini olumlu etkilemekte ve mekana estetik bir görünüm kazandırmaktadır

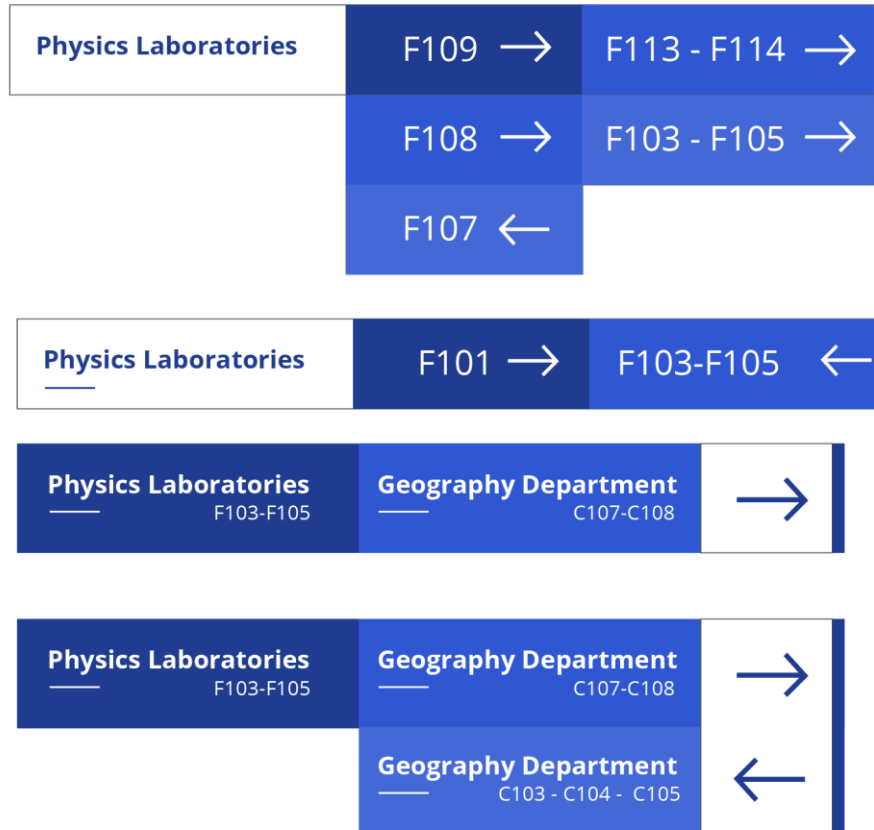


Şekil 50. OMÜ Fen Fakültesi yönlendirme tasarımı ve illüstrasyon uygulaması



Şekil 51. OMÜ Fen Fakültesi yönlendirme tasarımı ve illüstrasyon uygulaması

Mekanın büyüklüğüne bağlı olarak, yönlendirme tasarımlarının mekan içindeki alanlarda tekrarlanması ve kullanıcılara varış noktasına kadar eşlik etmesi planlanmaktadır. Dikdörtgen şekilleri kullanarak oluşturulan yönlendirme tasarımları, koridorlarda kullanıcının yanlış yönlendirilmesini engelleyerek doğru hareket etmelerini sağlamayı amaçlamaktadır. Yönlendirme tasarımlarında tamamlayıcı renkler kullanılarak dinamik bir görünüm elde edilirken, dikdörtgen formunun tekrarlanması, yönlendirme tasarımının daha kolay algılanmasını sağlar.



Şekil 52. OMÜ Fen Fakültesi dikdörtgen yönlendirme tasarımı



Şekil 53. OMÜ Fen Fakültesi yönlendirme ve bilgilendirme grafiği tasarımı

Mekan içerisinde sergileme tasarım uygulamasına yer verilerek kullanıcı deneyimini geliştirmek amaçlanmaktadır. Mekan içerisinde kullanıcıların dikkatini çekecek etkileyici bir deneyim sunmak hedeflenmektedir. Grafikler, renkler, tipografi ve çeşitli tasarım unsurlarıyla oluşturulan sergileme grafikleri, üniversitelere çeşitli avantajlar sağlamaktadır. Bu sergileme grafikleri, mekanlara ilgi ve canlılık katarken kullanıcıların dikkatini mekana odaklanmasını sağlamış ve mekan içerisindeki etkileşimi arttırmaktadır.



Şekil 54. OMÜ Fen Fakültesi yönlendirme tasarımı ve sergileme tasarımı

Renkler ve tipografi, grafiklerin okunabilirliğini ve etkileyciliğini artırarak mesajların daha iyi iletilmesini sağlar. Grafikler, karmaşık bilgileri basitleştirir ve anlaşılır hale getirerek kullanıcıların bilgi almasını kolaylaştırır. Aynı zamanda, grafikler ve sergileme tasarımları kullanıcıları yönlendirerek mekan içindeki hedef noktalara ulaşmalarını kolaylaştırır. Fakülte girişinde bulunan kat yerleşim planı, mekan hakkında detaylı bilgi sağlayan yönlendirme sistemlerinin birisinin geçmedi gerekiyor. Mekan içerisinde her kat, farklı bir renk ile konsept olarak tasarlanmış ve bu sayede kullanıcıların mekanı algılaması kolaylaştırılmıştır. İnsan gözü, benzer renklere ve nesnelere gruplama yapma eğilimindedir. Bu nedenle, mekan içerisinde katlar arasında farklılık yaratılırken, katlardaki renklerin çeşitlilik göstermesi, kullanıcı deneyimine olumlu olarak katkı sağlayacaktır.



Şekil 55. OMÜ Fen Fakültesi yönlendirme tasarımı ve sergileme tasarımı

Omü Fen Fakültesine özel tasarlanan iç mekan tasarım unsurları, yönlendirme sistemleri ile kullanıcıların mekan içerisindeki deneyimlerine katkı sağlarken ve mekana olan tutumlarını olumlu yönde etkilecek tasarımlar gerçekleştirilmiştir. Disiplinler arası ortak çalışma alanı olarak fakülte içerisinde yönlendirme tasarımları, mekânsal aydınlatmalar, çevresel grafik tasarım uygulamaları ve sergileme tasarım alanındaki örneklerle sürdürülebilir mekan tasarımına örnek olarak gösterilebilmektedir.



Şekil 56. OMÜ Fen Fakültesi dış mekan yönlendirme tasarımları



Şekil 57. OMÜ Fen Fakültesi dış mekan yönlendirme tasarımları

OMÜ Fen Fakültesi dış mekan yönlendirme tasarımları, Ondokuz Mayıs Üniversitesi kurumsal kimliğine uygun olarak tekrar ele alınmıştır. İç mekanda oluşturulan tasarım Üniversite kimliği ile dış mekana yansıtılmıştır.

5. SONUÇ

Çevresel grafik tasarım, mekan içerisindeki görsel unsurların kullanımıyla kullanıcılara iletilmek istenen mesajın aktarımında önemli bir role sahiptir. Mekan içerisindeki çevresel grafik tasarım unsurları, mekanın karakterini kullanıcılara yansıtarak hızlı ve etkili iletişimi gerçekleştirmeye yardımcı olurken aynı zamanda mekan kimliğini güçlendirmede önemli bir rol oynar. Logo tasarımları, illüstrasyonlar, tipografi ve diğer görsel unsurlar, mekanın vizyon ve misyonunu yansıtarak mekana bir kişilik kazandırır. Çevresel grafik tasarım unsurları, kullanıcılara sunduğu deneyimlerle onları etkiler ve hatırlanabilir kalıcı izler bırakmayı amaçlar.

Büyük ve karmaşık mekanlarda çevresel grafik tasarım, kullanıcıların mekan içinde rahatça dolaşabilmelerini ve aradıklarını hızlı bir şekilde bulabilmelerini sağlamak amacıyla yönlendirme işlevi görür. Yönlendirme işaretleri, haritalar ve bilgilendirici grafikler, kullanıcıların mekan içinde yönlendirilmelerini ve ihtiyaçlarına uygun hizmetlere ulaşmalarını kolaylaştırır. Bu, mekanın kullanılabilirliğini artırarak kullanıcıların memnuniyetini ve olumlu deneyimini sağlar. Mekan tasarımında çevresel grafik tasarımının bir diğer önemli yönü ise mekanın atmosferini ve duygusal etkisini belirlemesidir. Renk seçimleri, grafik öğeler ve tipografi, mekanın amacına ve kullanıcılara göre düzenlenerek farklı duygusal tepkiler ve atmosferler yaratılabilir.

Kurum kimlikleri, bir kurumun veya mekanın kimliğini ve karakter özelliklerini yansıtan görsel ve sözel öğelerin tümüdür. Mekan içerisindeki çevresel grafik tasarım uygulamaları etkileyici ve tutarlı bir şekilde kurum kimliğini yansıtarak kullanıcı deneyimini ve algısını şekillendirir. Çevresel grafik tasarım aracılığıyla kurum kimliğinin başarılı bir şekilde uygulandığı mekanlar, kullanıcılarla güçlü bir bağ kurma fırsatı sunar. Çevresel grafik tasarım, bir kurumun fiziksel mekanlarının etkili bir şekilde yönetilmesi ve marka kimliğinin güçlendirilmesi için vazgeçilmez bir araçtır.

Sonuç olarak, çevresel grafik tasarımı, mekan tasarımının temel bir bileşeni olarak mekanın kimliğini yansıtarak, kullanıcı deneyimini şekillendirerek, yönlendirme ve bilgilendirme sağlayarak ve marka imajını güçlendirerek mekanın etkili bir iletişim aracı olmasını sağlar. Mekan tasarımında çevresel grafik tasarımının doğru bir şekilde kullanılması, mekanın başarısı ve kullanıcıların olumlu deneyimleri

için kritik öneme sahiptir. Yönlendirme tasarımları da insan hayatında kalabalık mekanlarda büyük önem taşır. Kalabalık mekanlarda doğru yönlendirme tasarımları sayesinde insanlar hedeflerine kolayca ulaşır, zaman tasarrufu sağlar ve güvenli bir şekilde mekan içinde hareket ederler. Bu tasarımlar, kullanıcıların olumlu deneyimler yaşamasına yardımcı olurken, mekanın etkili ve verimli bir şekilde kullanılmasını sağlar. İnsanların doğru bilgiye ulaşmalarını ve mekan içinde rahatça dolaşmalarını sağlamak, kalabalık mekanlarda yönlendirme tasarımlarının en önemli katkılarından biridir. Tez kapsamında yönlendirme tasarımları eğitim ve kampüslere indirgenerek incelenerek, OM Fen Fakültesi üzerinde örnek bir proje uygulama nerisi oluşturulmuştur.



KAYNAKÇA

- Ak, A. G. (2002). *İletişim Ötesi İletişim ve Dinleyici İstekleri*, Afşaroğlu (2): 29-47
- Altıntaş, E., ve D. Çamur. (2001). *Beden Dili*. 40, 43, 137. Ankara.
- Altaş, N. E., (1994). *Kalite kavramı üzerine bir inceleme: Fiziksel çevrede kalite parametreleri modeli*. Journal of İstanbul Technical University, 52, 3-4, 37-48.
- Arntson, A. E. (1998). *Graphic Design Basics*. Fort Worth: Harcourt Brace College Publishers.
- Ashmore, (2004) *Environmental Graphic Design Wields Growing Influence*”, Fees [Elektronik Sürüm]. Design Intelligence, 10/7
- Ahmet, N., & Jaimini, S. (2020). *Interior Design: A Professional Guide*. BPB Publications.
- Alexander, C., Ishikawa, S., & Silverstein, M. (1977). *A Pattern Language: Towns, Buildings Construction*. Oxford University Press.
- Aydınlı, S., (1989). *Mekânsal Değerlendirmede Algısal Yargılara Dayalı Bir Model*, Doktora Tezi, İ.T.Ü. Mimarlık Fakültesi, İstanbul.
- Aydın, A. B., (2000). *İç Mekanda Kullanılabilecek Duvar Kaplama Malzemelerinin Akılcı Seçim Açısından Analizi ve Değerlendirilmesi*, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Programı, İstanbul
- Aytem, N. M. (2005). *Mimari Mekanda Renk Form ve Doku Değişkenlerinin Algılanması*, Yüksek Lisans Tezi, İTÜ, İstanbul
- Aydıntan, E. 2001. *Yüzey Kaplama Malzemelerinin İç Mekan Algısına Anlamsal Boyutta Etkisi Üzerine DeneySEL Bir Çalışma*. Karadeniz Teknik Üniversitesi, Mimarlık Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Trabzon.
- Bakan K. Ve Konuk G. (1987). *Türkiye’de Kentsel Dış Mekanların Düzenlenmesi*, Tübitak Yapı Araştırma Enstitüsü Yayınları, Ankara.
- Barker, S., & Hartman, S. (2006). *Ergonomics and design: A reference guide*. CRC Press.
- Balmer, J. M. (2001). *Corporate identity, corporate branding and corporate marketing*. *European Journal of Marketing*, 35(3/4), 248-291.
- Becer, E. (2006). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Dost Kitabevi Yayınları, Ankara
- Becer, E. (2015). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Beck, H. (2018). *Famous Graphic Designers*. Erişim: 22 Temmuz <https://www.famousgraphicdesigners.org/>
- Bektaş, D. (1992). *Çağdaş Grafik Tasarım’ın Gelişimi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bacon, E.N. (1967). *Design of Cities*, Viking, New York
- Baran, A. G. (1997). *İletişim Sosyolojisi*, Afşaroğlu Matbassı, Ankara.
- Ballast, D. K. (1998). *Architect's Handbook Of Formulas, Tables, And Mathematical Calculations*, N.J. : Prentice Hall.
- Bruce, V., & Young, A. (2012). *Face Perception Psychology Press*.
- Baltaş Z. ve Baltaş, A. (2010). *Bedenin Dili*. Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Bıçakçı, İ. (2000). *İletişim ve Halkla İlişkiler*, Mediacat Kitapları, Ankara.

- Brawn, P., & Adams, R. (2010). *Wayfinding: People, Signs, and Architecture*. Laurence King Publishing.
- Bitner, M. J., & Booms, B. H. (1981). Marketing strategies and organization structures for service firms. *Journal of Marketing*, 47(3), 33-46.
- Bowen, M. (2020). *The Digital Museum: A Think Guide*. Routledge.
- Carr, S.i Francis, M., Rivlin, LG ve Stone, AM (1992). Kamusal alanda ihtiyaçlar. M. Comona, &S.Tiesdell (Eds.), *Urban Design Reader* (s.230-240). Oxford , BK: Architectural Press.
- Canter, D. (1977). *The Psychology of Place*. The Architectural Press.
- Cooper, R.,&Karsenty, A. (2017). *Wayfinding Design: Creating Fuctional and Intuitive Environments*. Routledge.
- Cormona, M., Health, T., Oc, T., & Tiesdell, S. (2010). *Public Places, Urban Spaces: The Dimensions of Urban Design*. Architectural Press.
- Canter, D. (1977). *The Psychology of Place*. Architectural Press.
- Cass, C. (1988). *Grand Illusions: Contemporary Interior Murals*. Singapore: Phaidon Press Limited.
- Ching, K.F.D. (2010). *Mimarlık, Biim, Mekân ve Düzen*. (Sevgi Löke, Çev.),
- Ching D.K., (2005). *İ Mekân Tasarımı, İngilizceden eviren*: Belgin Elioğlu, Yapı Endüstri Merkezi, İstanbul.
- Ching, F. D. K., Binggeli, C., &Winkel, S. (2014). *Interior Design Illustrated*. John Wiley & Sons.
- Cüceloğlu, D. (2002). *İnsan ve davranış, psikolo- jinin temel kavramları*, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Cüceloğlu, D. (2002). *İletişim donanımları*, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Cüceloğlu, D., (1991). *İnsan ve Davranış, psikolo- jinin temel kavramları*, Remzi kitabevi. İstanbul.
- Coşkuner, A. (1994). *İletişim Becerisini Geliştirme Eğitiminin İşgörenlerin İletişim Çatışmalarına Girme Eğilimlerine, Yalnızlık Düzeylerine ve İş Doyumlarına Etkisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Davis, S., & Kalmbach, J. (2010). *Yön Bulmak: İnsanların Nasıl Buldukları ve İstediğimiz Yere Nasıl Gideceklerine Dair İpucu Veren İşaretler Yaratmak*.
- Davis, J.,& Martin, M. (2008). *Effective Guidebook for Cultural and Heritage Tourism*. Routledge.
- DeFleur, M. L., & Everette E. D. (1985). *Understanding Mass Communication*. Houghton Mifflin Company. Boston.
- Demirkaya, H. (1999). *Mekân Kavramının Tarihsel Süreç İçinde İncelenmesi ve Günümüzde Mekan Anlayışı*, Yüksek Lisans Tezi, Y.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Dinçer, Ö. (2005). *M Hemyüzey Birleşim ve Entegrasyon Kavramları ve Mimari Mekan Organizasyon Süreci*, Ege Mimarlık, 2-54, 24-27.

- Douglas, S.P. ve Craig, S.C. (1995) *Global Marketing Strategy*. Singapore: McGraw-Hill International Editions.
- Doğan, Eda. (2015). *Türkiye’deki Görsel İletişim Tasarımı Bölümleri Üzerine Genel Bir Durum Analizi*. İletişim Çalışmaları Dergisi, 1(1): 15-33.
- Dowling, G.R. (1994) *Corporate Reputations*. Strategies for Developing The Corporate Brand, London: Kogan Page.
- Downs, R. M., & Stea, D. (1973). Cognitive maps and spatial behavior: Process and products. In *Environmental psychology: Directions and perspectives* (s. 269-286). Brooks/Cole Publishing Company.
- Dökmen, Ü. (1988). *Empatinin Yeni Bir Modele Dayandırılarak Ölçülmesi ve Psikodrama ile Geliştirilmesi*. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi: 21 (1-2). Ankara.
- Dökmen, Ü. (2004). *Küçük Şeyler*. Sistem Yayıncılık, İstanbul. Erdoğan, İ. (2002). *İletişimi Anlamak*. Erk Yayınevi, Ankara.
- Erkman, U. 1998. *Mimaride Etki ve Görsel İdrak İlişkileri*, İstanbul Teknik Üniversitesi, Doktora Tezi.
- Ewing, R., & Handy, S. (2009). Measuring the Undmeasurable: Urban Design Qualities Related to Walkability. *Journal of Urban Design*, 14(1), 65-84.
- Downs, R. M., & Stea, D. (1977). *Maps in Minds: Reflections on Cognitive Mapping*. Harper&Row.
- Funder, D.C. (2016). *The Personality Puzzle: Seventh International Student Edition*. W.W. Norton&Company.
- Francis, M. (2019). *Urban Open Spaces: Enhancing the Sustainable Development of Cities*. Routledge.
- Garden, R. (2010). *The Meaning and Value of Diversity*.
- Gehl, J. (2010). *Cities for People*. Island Press.
- Gehl, J., & Svarre, B. (2013). *How to Study Public Life*. Island Press.
- Garland, K. (2007). *Mr. Beck's Underground Map*. Capital Transport Publishing.
- Garcia, R. (2018). *Museums: A Place of Education and Inspiration*. Rowman & Littlefield
- Gezer, H. (2007). Mekan ve Mekanın Algılanması, *Mimarlık ve Malzeme Dergisi*, 32-35.
- Goodman, M.B. (1998). *Corporate Communications for Executives*. New York: State University of New York Press
- Goldstein, E.B. (2018). *Sensation and Perception*. Cengage Learning. Goldstein, E. B. (2014). *Sensation and Perception*.
- Gökçe, O. (2001). *İletişim Birimine Giriş*, Turhan Kitapevi, Ankara.
- Gökçe, O. (2006). *İletişim Bilimi/ İnsan İlişkilerinin Anatomisi*. Siyasal Kitabevi. Ankara.
- Güler, T. (2008). *Grafik Tasarımda Yeni Bir Alan: Bilgilendirme Tasarımı ve bir Uygulama*. Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Grafik Anasanat Dalı Sanatta Yeterlilik
- Güney, S. (2000). *Davranış Bilimleri*. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Gürgen, H. (1997). *Örgütlerde İletişim Kalitesi*, Der Yayınları, İstanbul.

- Grefé, R. (2012). *The need for design can only increase. From the desk of richard grefé* (blog), 8 March 2021.
- Gibson, J.J. (1979). *The Ecological Approach to Visual Perception*. Psychology Press.
- Gürpınar, Ç. (2000). *Mekân Kurgusunun Kullanıcılar Üzerindeki Psikolojik Etkilerinin Örneklerle İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Y.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Göler, S. 2009. *Biçim, Renk, Malzeme, Doku ve Işığın Mekân Algısına Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Mimar Sinan G.S.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Hatch, M. J., & Schultz, M. (2001). *Are the strategic stars aligned for your corporate brand?*. Harvard Business Review, 79(2), 128-134.
- Hedges, A., & Quondam, A. (2005). *Exhibition Design*. Laurence King Publishing.
- Hedman, F. & Wästlund, E. 2008. *Sign Design: Design Guidelines for Wayfinding Systems*
- Designing for Human Behavior, Dowd, Hutchinson and Ross, 147-200, Pennsylvania
- Holmes, D. (2000). *Communicating Design: Developing Web Site Documentation for Design and Planning*.
- İnceoğlu, M.A.A., (2009). *Kentsel Mekanda Kalite Kavramı*, İstanbul Teknik Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, İstanbul.
- İzgi, U. (1999). *Mimarlıkta Süreç, Kavramlar, İlişkiler*. İstanbul: Yapı Endüstri Yayınları, İzmir.
- Jamieson, H. (2007). *Visual communication more than meets the eye*. Bristol. UK: Intellect.
- Jones, W. H., & et al. (1981). *The Persistence of Loneliness: Self and Other Determinants*. Journal of Personality. 49 (1). 27-48.
- John, U. (1999). *Mekânları Tüketmek*. İstanbul: Ayrıntı Yayınlar.
- Joedicke, J. (1985). *Raum und Form in der Architektur: Ä Über den behutsamen Umgang mit der Vergangenheit* (Space and Form in Architecture), Stuttgart, Germany, 208p.
- Kaplan, R., & Kaplan, S. (1989). *The Experience of Nature: A Psychological Perspective*.
- Karamustafa. (2003) 21. yüzyıl Türkiye'sinde Görsel İletişim Tasarımı Eğitimi, Yayınlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi, İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi 2003, s.21.
- Kahvecioğlu, H. (1998). *Mimarlıkta İmaj: Mekansal İmajın Oluşumu ve Yapısı Üzerine Bir Model*, Doktora Tezi, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, 144.
- Kaşıkcı, E. (2009). *Doğrucu Beden Dili*. Hayat Yayıncılık. İstanbul.
- Kepes, G. (1995). *Language of vision*. USA: Dover Publication.
- Kropf, K. (1996). Urban Tissue and The Character of Towns. Urban Design International Volume 1.3, s. 247-263.
- Ketizmen, Abbas. (2013). *Genel Eğitimde Güzel Sanatlar Ve Grafik Eğitimi Ve İlişkili Uzmanlık Alanları*. Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 33(2): 431-442.
- Lorenc, J., Skolnick, L., Berger C., *What is Exhibition Design?*, A RotoVision Book SA., Switzerland, 2007.
- Lankow, J., Ritchie, J., & Crooks, R. (2012). *Infographics: The Power of Visual Storytelling*.

- Lester, P. M. (2013). *Visual communication: Images with messages*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). *Universal Principles of Design*. Rockport Publishers.
- Lynch, K. (1960). *The Image of the City*. MIT Press
- Lynch, K. (1984). *Good City Form*. MIT Press.
- Lynch, K. (2011). (Çev. İrem Başaran), *Kent İmgesi, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları*, 215s.
- Lynch, K. (1960). *The Image of The City*. Massachusetts: The M.I.T. Press History of Illustration. (t.y.). Erişim: 13 Ekim 2022, <http://www.megaessays.com/viewpaper/36938.html>
- Neisser, U. (1976). *Cognition and Reality: Principles and Implications of Cognitive Psychology*. WH Freeman and Company.
- Norberg-Schulz, C. (1980). *Genius Loci: Towards a Phenomenology of Architecture*. Rizzoli.
- Norberg, S. C. (1971). *Existence, Space and Architecture*, Studio Vista, Londra.
- Noeberg, S., C. (1984). *Genius Loci*, Rizzoli New York, İtalya.
- Marshall, G. (2003). *Sosyoloji Sözlüğü*. (Çev: O. Akınhay ve D. Kömürcü). Bilim ve Sanat Yayınları. Ankara.
- Madanipour, A. (2003). *Public and Private Spaces of the City*. Routledge.
- Mazlum, Özge ve Ekmekçi, Hasan. (2016). *Görsel İletişim Tasarımı Eğitiminde Pedagojik Sanat Eleştirisi Yöntemine İlişkin Bir Örnek Olay Çalışması*. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (47): 64-73.
- Meiss, P. (1991). *Elements of Architecture*, E&Fn Spon; Switzerland.
- Miran, N. S., & Zawawi, E. M. A. (2018). *The impact of wayfinding design on the imageability of urban campuses*. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 328(1), 012054.
- Mollerup, P. (2005). *Wayshowing: A Guide To Environmental Signage Principles and Practices*. Lars Müller Publishers
- Mutlu, E. (1998). *İletişim Sözlüğü*. Ark Yayınları, Ankara.
- Nasar J.L., (1988). *Environmental Aesthetics: theory, research, and applications*, Cambridge University Press.
- Urde, M. (2003). Core value-based corporate brand building. *European Journal of Marketing*, 37(7/8), 1017-1040.
- URL 3. <http://dergi.mo.org.tr/dergiler/4/406/-5939.pdf> (Erişim: 14.06.2020).
- Urde, M. (2003). *Core value-based corporate brand building*. *European Journal of Marketing*, 37(7/8),
- Ostwald, M. J., & Williams, A. (2009). *Wayfinding in Architecture*. Routledge.)
- O'Hair, D., & et al. (2005). *Strategic Communication in Business and The Professions* (5th Edition). Boston: Houghton Mifflin Company.

- Oscay, Ü. (2001). *İletişimin ABC'si*, Der Yayınları, İstanbul.
- Öktem Dilşad. (2007). *Otel İç Mimari Tasarımında Mekân Algılama Ve Kimlik Oluşumu Ve Örnekler Üzerinde Analizi*, Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. İç Mimarlık Anabilim / Anasanat Dalı, Mayıs 2007
- Özen, A. 2006. *Mimari Sanal Gerçeklik Ortamlarında Algı Psikolojisi. Bilgi Teknolojileri Kongresi IV*, Akademik Bilişim 2006, Denizli, ab.org.tr/ab06/bildiri/81.doc.
- Palmer, S.E. (1999). *Vision Science: Photons to Phenomenology*. MIT Press.
- Pallasmaa, J., 2005, *The Eyes of the Skin: Architecture and Senses*, Wiley, Chichester
- Pallasmaa, J. and Holl, S. (2011). *Tenin Gözleri: Mimarlık ve Duyular, Yapı Endüstri Merkezi*, (Çev. Aziz Ufuk Kılıç), 89s.
- Perry, A. ve Wisnom D. (2003). *Before The Brand: Creating The Unique DNA of An Enduring Brand Identity*. New York: McGraw-Hill.
- Priemus, H. (1986). *Housing as a social adaptation process: A conceptual scheme*. Environment and Behaviour, 18.1, 31-52.
- Poggenpohl, S. H. (1993). *Graphic Design: A Career Guide and Education Directory* [Elektronik Sürüm]. The American Institute of Graphic Arts.
- Passini, R. (1984). *Wayfinding in Architecture*, Van Nostrand Reinhold Company, Newyork.
- Passini, R., Pigoot, H., & Rainville, C. (2000). *Wayfinding and metal maps*.
- Passini, R. (1992). *Wayfinding in Architecture*. Van Nostrand Reinhold.
- Piaget, J. ve Inhelder, B. (1967). *The Child's Conception of Space*. Norton, New York. <https://eric.ed.gov/?id=ED034694>
- Pile, J., & Gure, J. (2013). *Interior Design*. Laurence King Publishing.
- Rand, P. (1993). *Design form and chaos*. New Heaven: Yale University Press.
- Rapoport, A. (1987). *Pedestrian Street Use: Culture and Perception*, Public Streets for Public Use, New York, Colombia University Pres, 82-92.
- Rapoport, A. (1982). *The Meanin of the Built Environment*. University of Arizona Press.
- Relph, E. (1976). *Place and Placelessness*. Pion.
- Tolman, E. C.(1948). *Cognitive Maps in Rats and Men*
- Tanyeli, U., (2011). "Gehry'nin karşı dili", Gehry, Boyut Yayın Grubu, İstanbul.
- Taşcıoğlu, M. (2013). *Bir görsel iletişim platformu olarak kitap*. Yapı Endüstri Merkezi (YEM) Yayınları.
- Terakye G. (1995). *Hasta Hemşire İlişkileri*. Aydoğdu Ofset, s:16-34. Ankara.
- Thomas M. Evans P. (2003). *Exploring the Elements of Design* [Elektronik Sürüm]. Thomson Delmar Learning.
- Tuan, Y.F. (1977). *Space and Place: The Persperctive of Experience*. University of Minnesota Press.
- Tufte, E. R. (1983). *The Visual Display of Quantitative Information*. Graphics Press.

- Tümeç G. (2022). *Hippodamos, İlk Kent Planlayıcısı*. Erişim: 31 Nisan 2021, <http://v3.arkitera.com/k198-hippodamos.html>
- Tutarel-Kışlak, Ş. (1999). *Evlilikte Uyum Ölçeğinin Güvenilirlik ve Geçerlilik Çalışması*. *3P Dergisi*. 7(1). 50-57.
- Uçar, T. F. (2004). *Görsel iletişim ve grafik tasarım*. İnkılap Kitabevi.
- Uztuğ, F. (2009). *İletişim Engel ve Etmenleri*. (Editör: U. Demiray). Genel İletişim (3.Baskı). (s.: 197-218). Pegem Akademi Yayıncılık. Ankara.
- Uzoğlu, S. (2005). *Kurumsal Dizayn, Kurumsal Kültür, Kurumsal İmaj*, Kurumsal İletişim Yönetimi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, No: 859, 23-40
- Serota, N., & Obrist, H. U. (2006). *The Future of the Museum: 28 Dialogues*. Thames & Hudson.
- İrdelenmesi: Geçici Afet Konutları Örneği*, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İçmimarlık Ve Çevre Tasarımı Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 47-52
- Sarpkaya, P., ve Şekercioğlu, S. (1997). *Sözlü ve Yazılı Anlatım*. Şafak Basım, Manisa.
- Saville-Troike, M. (1989). *The Analysis of Communicative Events*. London: Communication Studies'de. J. Corner&Hawthord.
- SEGD. (2019) *A Multidisciplinary Community Creating Experiences That Connect People to Place*. Erişim: 08.10.2022 <https://segd.org/article/what-environmental-graphic-design-egd>
- Seylan, A. (2005). *Temel Tasarım*. Samsun: Dağdelen Basın Yayın Ltd. Şti.
- Schunck R. (t.y.). *Wallpaper History*. Erişim: 17 Kasım 2022, http://www.wallpaperinstaller.com/wallpaper_history.html
- Schramm, W. (1971). *Notes on Case Studies for Instructional Media Projects*. Working Paper for Academy of Educational Development, Washinton, DC.
- Steven D. H. Teresa F. (2002). *Becoming a Graphic Designer: A Guide to Careers in Design* [Elektronik Sürüm]. New York: John Wiley and Sons.Steiner, B., A. Ve Berelson G.A. (1964). *Human Behavior*. New York: Harcourt Brace & World.
- Şensoy, H. (1984). *İç Mekân düzenleme bilim dalı konferansları*
- Sümer, H. (2011). *İç Mekan Tasarımında İşlev-Eylem İlişkisi Kapsamında Zemin Döşeme Malzemeleri ve Seçim Ölçütleri*, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İç Mimarlık Anasanat Dalı Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Sönmez, N. (2006). *Sanat ve Tasarım İlişkisi*. Ankara: H.Ü. Sanat Yazıları 15.
- Smitshuijzen, E. (2007). *Signage Design Manual*. Switzerland: Lars Muller
- Schulz. N. C., (1971). *Existence, Space and Architecture*, Studio Vista, London.
- Van den Bosch, A.L.M., de Jong, M.D.T. ve Elving, W.J.L. (2006). *Managing Corporate Visual Identity*, *Journal of Business Communications*, Volume. 43, No.2, 138-157
- Yaban, N. T. (2012). *Sanat ve Görsel İletişimin Buluşma Noktası*: Ekslibris. Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi, 1(1), 973-984.
- Yazıcıoğlu, D.A. ve Meral, P.S. 2011. *İç Mekân Tasarımının Kurum Kimliğine Uygunluğunun Ölçülmesine Yönelik Yöntem Önerisi*, *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1):111-131
- Yüksel, E. (2003). *Yaratım Sürecinde Heykelin Mekânsal Sorunları*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Yüksel, A. H. (1989). *İletişim Biliminin Temelleri*. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Yayın No:273/132. Eskişehir.
- Ware, C. (2012). *Information Visualization: Perception for Design*. Morgan Kaufmann.
- Worth, S. (1981). *Studying visual communication*. L. Gross (Ed.), Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Whitehand, J. (2009). The Structure of Urban Landscapes: Strengthening Research and Practice. *Urban Morphology* Volume 13.1, s. 5-27.
- Slone, E., F. Burles, K. Robinson, R. M. Levy, and G. Iaria. 2015. “Floor Plan Connectivity Influences Wayfinding Performance in Virtual Environments.” *Environment and Behavior* 47 (9): 1024–1053.
- Zeisel, J. (2006). *Inquiry by design: Environment/behavior/neuroscience in architecture, interiors, landscape, and planning*. WW Norton & Company.



WEB KAYNAKLAR

<https://fen.omu.edu.tr/tr/fakultemiz/kurulus-ve-tarihce>

<https://dprofile.ru/case/13339/ostuzhev-mall>

<https://www.icmimarlikdergisi.com/2020/02/12/asirlik-agaci-cevreleyen-yapi-treehugger/>

<https://www.ndc.co.jp/en/works/umedahospital-2015/>

<https://sergi.gmk.org.tr/38/proje/1288>

<https://www.icmimarlikdergisi.com/2016/11/04/moduler-ic-mekan-tasarimi/>

