

MODERN YAŞAMIN TASARIM EĞİTİMİNDE YENİ BİR ALAN; MEKAN GRAFİĞİ

Elif ATAMAZ

Son yarım yüzyılda, ekonomik, kültürel ve teknolojik değişimlerin de etkisiyle küreselleşme; toplumları, yaşam biçimlerini ve gündelik hayatı büyük ölçüde etkilemektedir. Gelişen ve gelişmekte olan ülkelerde “tüketim” olgusu üretimin yerini almış, modern kent gelişimi ve yönetiminde temel belirleyici olmuştur. Yüksek seviyedeki telekomünikasyon; bilgiye kolay erişimi ve bankacılık, alışveriş, eğitim, eğlence, turizm gibi çeşitli aktivitelere uzaktan katılımı olanaklı kılmıştır. İnsanlar yarı gerçek veya elektronik imaj ve işaretlerden oluşmuş simulasyonlarla çevrelenmiş bir yaşama itilmektedirler. Geçmişteki eğlence ve sosyalleşme alışkanlıkları değişikçe yalnızlık ve kaybolma hissi artmaktadır. Pazarlama stratejilerinin yeni yapı kompleksleri ile inşa ettikleri kent yaşamı, bireyselliği ve ayrışmayı belirginleştirmektedir.

Günümüzde, gittikçe büyüyen, kalabalıklaşan ve çok-kültürlülüğü beraberinde taşıyan kentleri organize edebilmek ve anlaşılır kılmak için anahtar sözcük “tasarım”dır. Gündelik hayatın araçlarından gazetelere, otobüs duraklarından dev binalara kadar, her detay ve noktada, profesyonel tasarımcılara ihtiyaç duyarız. Özellikle de yön-bulma, bilgi alma ve mekanların anlaşılabilirliği için görsel çözümlere artan bir ihtiyaç vardır. Stellin ve Mason’un sözleri ile (2000); “son otuz yılda, mekan grafiği tasarım alanı, iletişim ve mimari uzmanlığın bütünleşmesi olarak ortaya çıkmıştır. Uygulayıcılar sadece görsel bir dil yaratmıyorlar, kullanıcıları mekana yönlendirirken tüm duyulara açık bir deneyim yaşatmakta ve mekana farklı bir imaj veya tema verebilmektedir.” Mekan grafiği tasarımı, grafik tasarım, mimarlık, endüstriyel tasarım, peyzaj ve kent tasarımı gibi pek çok tasarım disiplini kapsayan yeni bir uzmanlıktır.

Mega kentlerde mekan ve zaman hissini güçlendirirken, ilişkileri iyileştirmek ve hayatı basitleştirmek için gelecekte mekan grafiklerine daha fazla ihtiyaç duyulacaktır. Bu alanda eğitilmiş uzmanlara gereksinim artacaktır. Bu bildirinin amacı; mekan grafiği üzerine eğitim almış uzmanların yetişebilmesi için tasarım fakültelerinde eğitim programlarının açılabilceğini irdelemektir.

Anahtar Kelimeler; grafik, tasarım, eğitim, küreselleşme, çevre

ENVIRONMENTAL GRAPHIC DESIGN AS A NEW AREA FOR DESIGN EDUCATION OF MODERN LIFE

In the last half-century, globalization greatly influences society, life styles and practices by the cultural, economic and technological currents that it creates. In both developed and developing countries, consumption has replaced production and has become the main driver for modern urban development and urban policy. The high level of telecommunications has resulted in excessive information and growing distance participation (electronic access) of individuals in various social activities such as work, banking, shopping, education, recreation, leisure, tourism, etc. People are literally mobile or only experience simulated mobility through the incredible fluidity of multiple signs and electronic images. People do not socialize and entertain themselves as they do in the past and they feel alone and lost. Marketing strategies also aggrandize individualism and resolution of communities by constructing new type buildings and places that have no relation with public.

Today, to organize and simplify the cities those are getting bigger, crowded and multi-cultural, the key word is “design”. From daily life equipment to newspapers, from bus-stops to huge buildings, on every detail and points, we need professional designers. Especially there is rising need for visual solutions about way-finding, information and place-making design. The new terminology is environmental graphic design. By the words of Stelling and Mason (2000); “In the last three decades the field of environmental graphic design has emerged as the integration of the communications and architecture professions. Practitioners are creating not only a visual language but a full sensory experience that orients users to a space and may reflect a distinct image or theme”. Environmental graphic design is new profession embracing many design disciplines including graphic design, architecture, industrial design, landscape design and urban design.

In the future, it can be predicted that, we will require much more environmental graphics for healing relations, and making life easier in the mega-cities fostering a sense of place and time. There will be more need for educated professions on this area. In this paper, it will be examined that, education programs can be opened for environmental graphic design in the design faculties to train experts in this field.

Keywords; graphic, design, education, globalization, environment

MEKAN GRAFİĞİNİN GELİŞMESİNE NEDEN OLAN SEBEBLER

Son yarım yüzyılda gelişen teknoloji ve küreselleşme tüm dünyayı büyük ölçüde etkisi altına almıştır. Gelişen ve gelişmekte olan ülkelere baktığımızda “tüketim” olgusunun “üretim”in yerine geçtiği ve bunun yeni kentlerin biçimlenmesinde temel faktör haline geldiği görülmektedir (Lloyd ve Clark, 2001). Kentler, uluslararası pazarın önemli aktörleridir ve kent imajlarını belirleyen de pazara dönük yapı komplekslerinin ve onları çevreleyen kentsel mekanların tasarımlarıdır. Günümüz kentlerinde, Baudrillard’ın sözleri ile (2002), “ürünün imaj değeri işlevsel değerlerin üstündedir”.

Küreselleşme ve teknoloji ile birlikte hız kazanan bilgi, medya ve para akışı toplumları da etkilemiştir. Bilgiye kolay ulaşım ve interaktif katılım olanağı, gündelik hayatları kolaylaştırmış ancak insanların sosyalleşme alışkanlıklarını alt-üst etmiş, bu da kente dahil olmaktan ürken, fiziksel temas kurmayan yalnız bireylerin artmasına neden olmuştur. Günümüzün yükselen bir diğer problemi “bireysellik”tir. Küresel pazarlama stratejileri de bu olguyu yeni tip yapı ve mekan kompleksleri ile güdümlenmektedirler. Tek amaçları toplumu tüketime zorlamak olan ve geçici süre ile kullanılan bu yapıları -alışveriş merkezleri, oteller, havaalanları ve süpermarket zincirleri- Augé (Ayna 2011) “non-places” - mekan dışı- diye tanımlamıştır. Kamuya açık gibi görünmelerine karşın tamamen kendi içlerine çevrilmiş, güvenli kapılardan giriş yapılan bu büyük yapıların konumlarına göre kent trafiği düzenlenmekte ve kamu gereksinimleri yok sayılmaktadır. Yüksek cam duvarları görsel bir geçiş sağlıyor gibi görünse de, geçmişin küçük pencereci yapıları ile karşılaştırıldığında çok daha fazla sokaktaki hayattan yalıtılmıştır. Sennett (1999:s.131) “ışitemeyeceğiniz, dokunamayacağınız ya da hissedemeyeceğiniz bir şeyi görmek, içeridekinin erişilmez olduğu duygusunu artırır” sözleri ile bu ayrışımı özetlemiştir. Kırsaldan kentlere doğru yaşanan göç dalgaları, son zamanlarda artan sığınmacıların nüfusu, kentlerin turizme açılma politikaları ile birlikte gelen ziyaretçilerin yoğunluğu, kentleri kalabalık ve karmaşık hale getirmiş; bu da mevcut bireylerdeki kente dahil olma korkusunu günden güne arttırmıştır.

Son zamanlarda yapılan araştırmalar göstermektedir ki; fiziksel çevre insan davranışını etkilemekte ve insan faaliyetlerini, düşüncelerini ve duygularını şekillendirebilmektedir. Buradan yola çıkarak, yaşadığımız yerlerin, dokunduğumuz, gördüğümüz, temas halinde olduğumuz her öğenin inceliklerle tasarlanması gerektiği yüzyılımızın temel düşüncelerinden biridir. Anahtar kelime “Tasarım”dır. Tibor Kalmann için (Price 2000) “tasarım sadece bir dil’dir, asıl mesele anlamı vurgulamak için o dilin nasıl kullanıldığı”dır. Farklı alanlarda çok çeşitli tasarım disiplinlerinin ortak bir amacı vardır; insanları etkilemek, yardımcı olmak, memnuniyetlerini sağlamak ve daha yaşanılabilir güzel bir dünya yaratmak. Günümüzde tek bir tasarım disiplinin birçok alana hakim olması yerine, alanında uzmanlaşmış tasarımcıların birarada çalışarak sorunlara daha iyi çözümler getirdiği görülmekte ve bilinmektedir. Bu da, yeni alt-disiplinlerin doğup gelişmesine zemin oluşturmuştur.

Yaşadığımız mekanların tasarımı denildiğinde akla ilk gelen şüphesiz mimarlıktır. Mimari yapıtlar, geçmişten günümüze çeşitli medeniyetlerin, kültürlerin, yaşam biçimlerinin değer bulduğu, insanlığın ayak izleridir. Mimarlık sadece yapıları inşa etmez, insanların birbirleri ile etkileşime geçtiği sosyal hareket alanlarını tasarlar. Louis Hellman’ın (Price 2000) ifade ettiği gibi; “Binalar kendine özel

bağımsız tesisler değildir; hem kullanıcılarına hem de önünden geçip gidenlere toplumsal verim kazandırır”.

Mimarlıkta modern döneme gelinceye kadar, her yapı tipi için işlevine uygun, yıllar içinde biçimlenmiş ortak şemalar vardı. Örneğin, okulun anlamı herkes için ne ifade ediyorsa mimarlıktaki karşılığı biçimsel özellikler de ortak hafızada kayıtlıydı ve insanlar nerde bu tip bir yapı ile karşılaşsa herhangi bir tabela aramaksızın onun okul olduğunu bilirdi. Konut denildiğinde de her toplumun kendi yaşam biçimini ifade eden mimari tipolojisi vardı. Bu tür mimari gelenekler, ne yazık ki, modern teknolojinin baskısı altında bozulmaya başladı ve modern mimari ile birlikte tamamiyle değişti (Berger 2009).

Ludwig Mies van der Rohe ve Walter Gropius başını çektiği Modern Mimarlığın öncüleri, “biçim fonksiyonu izler” diyerek bina tasarımına akılcı yaklaşımı getirdiler. Onlara göre; Mimari Biçimin yaratılması, geçmiş deneyimlerin imgelerinden kurtulmuş, sadece program ve strüktür ile zaman zaman da sezginin yardımıyla belirlenen mantıklı bir süreç olmalıydı (Venturi 1993: s. 8). Biçimin içeriği güçlendirecek veya anlatacak her türlü simgeselliğinden sakınan tutucu modernistlere göre anlam, eskiden beri bilinen biçimlerin anırtılması yoluyla değil, biçimin içkin ve fizyonomik özellikleri aracılığıyla iletilmeliydi.

Gittikçe kalabalıklaşan ve karmaşık hale gelen bina komplekslerinde yön bulma ihtiyacına daha akılcı çözüm üretebilmek için mantıkla biçimlendirilmiş mekanların daha büyük problemlere yol açtığı anlaşılmıştır. Çünkü biçimlenmiş çevre ve mekana dair toplumsal kodlar bozulmuş, yerine birbirine benzeyen, gelenekten uzak, insanların alışkın olmadığı yapılar inşa edilmiştir. İşaret ve harita gibi temel yön bulma aparatlarına bu dönemde ihtiyaç doğmuştur (Bkz Görüntü 1 ve 2).



Görüntü 1 ve 2: Mies van der Rohe'un Illinois Institute of Technology Üniversitesi Kampüsü; Binalar geleneksel kampüs özelliklerini tamamiyle yok sayan modern bir anlayışla tasarlanmıştır. Tüm binalar birbirine benzemekte, belirgin bir giriş cephesi ve ana kapı algılanmamaktadır. Bundan dolayı kampüs içerisinde yönlendirme ve bilgilendirme amaçlı işaretlere, kiosklara ve haritalara ihtiyaç duyulmuştur (Berger 2009).

II. Dünya Savaşı'nın yıkımından sonra batıda, uygarlığın kendisi ve görünüşleri üzerine yaygın bir kendini sorgulama süreci başlamıştır. Özellikle 50'ler ve 70'ler arasında, Modernizm de, insan duyarlılığının kökenleriyle, beşeri hafızayla ilişkiyi ortadan kaldırdığı gerekçesiyle eleştirilir. Tarihin bir anlamda silinmesi,

insanın kökünü kaybetmesi, tutunamaması, yabancılaşma duygusu ve buna eklenen metalaşma postmodernizmin çıkış noktaları olmuştur. Postmodernizmin düşünsel alt yapısında Derrida, Barthes, Foucault, Eco gibi kuramcılar ön plana sürüldüğü göstergebilim alanının etkisi vardır. Göstergebilim kuramına göre; sanatların kullandığı kodlardan tekniklere, moda, reklama kadar her şey anlamlı gösterge bütünüleridir (Akyıldız 2013). Mekan ve kent, anlamlar ve simgeler ortamı olarak tartışılmaya başlanmıştır. Modern mimarinin yalın biçim dilini anlayamayan kamuoyu, simgelerin oluşturduğu, çevresiyle iletişim kuran grafik bir anlatım biçimini tercih etmiştir. Bunda küresel pazarın yönettiği “İkna Mimarlığı”nın payı büyüktür. Yeni ekonomi anlayışı; ihtiyaca göre üretilen mal ya da hizmet değil, kodlar ve kurallara göre düzenlenmiş, talep oluşturma amaçlı üretime yöneliktir. Üreten toplum anlayışı yerini tüketen topluma bırakmıştır. Birey, küresel ve tutarlı bir göstergeler sistemi içinde, tüketim mallarının kazandırdığı görece toplumsal prestiji belirleyen anlamlandırma düzeninin etkisi altındadır. Mekan da, 20. yüzyıldan beri ivme kazanarak değişen ekonomik yapı ile birlikte diğer her şey gibi (emek, üretim araçları, pazarlama) kapital sistemin karlılığını maksimize edecek bir altyapı olarak yeniden biçimlendirilmiştir. Asal fonksiyonları tüketim olmayan barınma, sağlık, eğitim gibi mekanlarda bile kimlik yaratma, teşvik etme, çekim merkezi oluşturma, popüler olma gibi kaygılar içeren, göstergelere ve imajlara dayalı yeni tasarım anlayışları ön plana çıkmaya başlar. Medyanın ve gelişen iletişim sistemlerinin aracılığıyla görselleştirmenin önem kazanması da bu süreci güçlendirir. Venturi’nin ifadesiyle (1993) “Konuşan Mimari”, bugünün sürekli değişen toplumunda canlı olan her şeyi kucaklamak ister. Venturi ve onun gibi düşünen postmodernizmin ve yeni simgesel mimarlığın savunucularına göre mimarlık, toplumun temel iletişim sistemlerinden biridir ve bu nedenle bilinen, öğrenilmiş bir dilin biçimine hakim olması gerekir. Buradaki dil, simgesel bir anlatımdır. Postmodern yapılar tek başına bir grafik dildir. Verdiği hizmet hakkında topluma doğrudan mesaj verir (Bkz. Görüntü 3).



Görüntü 3: ABD’de, sepet üreticisi Longaberger şirketinin 1990’ların sonunda inşa ettirdiği yedi kat üzerinde 3000 metrekareye yayılan merkez binası şirketin en çok satan ürününün tam 160 kat büyütülmüş hali olarak, yani kocaman bir sepet şeklinde tasarlanmıştır (Çaylı 2013).

1960'lardan sonra büyük bir hızla değişen, dönüşen metropoller, mega kentlerde -bina içi veya dışında- tüm mekanlar imajlarla çevrelenmeye başlamıştır. Gittikçe karmaşıklaşan ve çarpıklaşan bu kentlerde mimarlığın kendi grafik dili yeterli olamadığı için günden güne grafik tasarım desteğine ihtiyaç duyulmuştur. Binalar, geçmişte olduğu gibi okul, hastane, müze gibi net fonksiyonlara sahip değildir. Bir müze binası aynı zamanda farklı fonksiyonları barındıran çeşitli uzantılara sahip olabilmekte ve bu da karmaşayı arttırmaktadır. Ayrıca inşa edilen bir yapı başka bir şirkete veya yönetime devredildiğinde işlevi ve imajı yenilenebilmektedir. Sürekli gelişen ve değişen hayat da binalara ek fonksiyonlar ve yapılar eklenmesini zorunlu kılabilir. Küreselleşen dünya, seyahat olanaklarının artması ve turizm sektörünün gelişmesi, farklı dillerdeki insanların binalarda dolaşımını arttırmıştır. Bu da binaların daha evrensel grafik anlatımla ve farklı dillerde açıklamalarla desteklenme ihtiyacını getirmiştir.

Tüm bu sebeplerden dolayı, grafik tasarımın güçlü anlatım diline her zamankinden fazla ihtiyaç duyulmaktadır. Hem kentli için hem de daha fazla ölçüde kente yeni gelen ziyaretçiler için gerek dış mekanlarda gerekse binaların iç mekanlarında yönlendirme ve bilgilendirme amaçlı yeni bir grafik tasarım olgusu gelişmeye başlamıştır.

MEKAN GRAFİĞİ (ÇEVRESEL GRAFİK TASARIM)

İngilizcede “Environmental Graphic Design”, 2013’den beri “Experiencial Graphic Design” isimleriyle tanımlanan bu yeni tasarım alanı, Türkçede “Çevresel Grafik Tasarımı” veya “Mekan Grafiki” olarak anılmaktadır. Grafik, görsel iletişim, mimari, iç mimari, şehir planlama, peyzaj ve endüstriyel tasarım gibi pek çok tasarım disiplini kapsayan çevresel grafik tasarım, yönlendirme, iletişim kimliği, bilgilendirme ve mekandaki düşünceyi şekillendirme üzerine yoğunlaşan bir alandır.

Çevresel grafik tasarım; doğal ve yapılandırılmış çevrede yönlendirme, bilgi verme, tanımlama, tercüme etme ve mekan duygusunu arttırma gibi işlevleri olan iletişim dizgelerinin içerdiği grafik öğelerin planlanması, tasarlanması ve sunumudur. Çevresel grafik tasarım, iki ve üç boyutlu biçimler, grafikler ve işaretler kullanarak özel bir çevre duygusu ve atmosfer oluşturmaya yarar (12) (Karamustafa 2003:30).

Mekani ilgilendiren grafiklerin planlanması, tasarlanması ve uygulamasında çalışan farklı disiplinlerden tasarımcılar merkezi Amerika’da bulunan Çevresel Grafik Tasarım Kuruluşu’nu kurmuşlardır: Society of Environmental Graphic Design (SEGD). 1973’den beri aktif olan kuruluşun günümüzde 20 ülkeden 1505 üyesi bulunmaktadır. Üyelerin farklı alan ve disiplinlerden oldukları dikkati çekmektedir; grafikerler, iş adamları, galericiler, teknoloji uzmanları, mimarlar, interaktif tasarımcılar, yönlendirme uzmanları, eğitmenler ve öğrenciler v.b. gibi. Hepsinin ortak amacı, insanları mekana bağlayan deneyimleri tasarlayıp biçimlendirerek daha yaşanır mekanlar yaratmaktır. Bu amaçla; her sene verdiği ödüller ile nitelikli yönlendirme ve işaretleme dizgeleri (sistem), sergileme tasarımları, haritalandırma, perakende mekanlar, spor etkinlikleri ve yerleşke tasarımı gibi uygulamalarda daha iyi çalışmaların üretilmesini özendirmektedir (Bkz. Görüntü 4 ve 5).



Görüntü 4 ve 5: 2014'ün "Mekansal İmaj ve Kimliklendirme" alanında ödül alan çalışması; Monarch'da Cosmopolitan deneyimi. Las Vegas'daki Cosmopolitan, otel lobisinde 8 adet masif strüktürel kolonun üzerinde dijital panolarla, aynalı zemin ve tavan da kullanarak teknoloji ile deneyim yaratmaktadır. <https://www.segd.org/awards> 2014-06-26 (13)

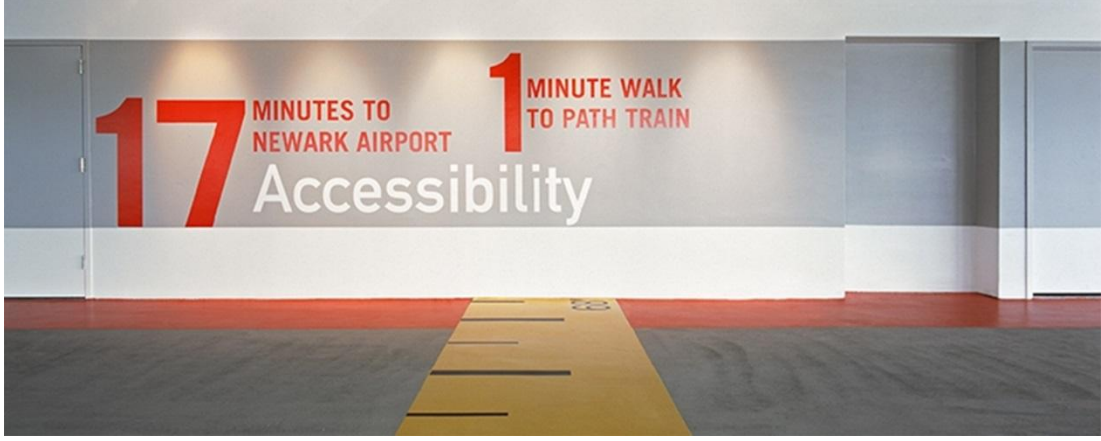
Mekan Grafîği; İhtiyaçlara göre, yönlendirme amaçlı, bilgilendirme amaçlı, mekansal imaj yaratma ve kimliklendirme amaçlı olmak üzere üç temel başlık altında gelişmiştir. Dijital tabelalardan, interaktif konsol unsurlara, geleneksel boyamadan dijital çıktılara, ses, koku ve doku duyularına kadar hitap edebilen çok çeşitli yelpazede ürün olanakları ile sınırları günden güne genişleyen bu tasarım alanının halen daha net bir tanımı yapılamamaktadır. Farklı alanlarda çok disiplinli bir uzmanlık gerektiren yeni bir tasarım alanıdır ve geniş kent mekanlarından küçük odacıklara kadar her ölçekte ihtiyaç duyulmaktadır (bkz. Görüntü 6).



Görüntü 6. Çin'in merkezinde Jianianhua Center. Bina cephesinde uygulanan renkli, cam ve görüntüsü değişebilen paneller, teknoloji ve sanatın birlikteliğine en iyi örneklerden biridir. Bu tasarım ile yapı bölgede çekim merkezi oluşturmuştur.

İnsanın en temel dürtülerinden biri korkudur. Kaybolma korkusu, günümüz metropollerinde yalnızlıkla beraber gelir ve toplumsal depresyona sürükler. Kentler büyüdükçe, yapılar göklere yükselip karmaşıklaştıkça yönlendirmeye her zamankinden daha fazla ihtiyaç duyulmuştur. Eskiden insanlar yön bulma için nirengi noktaları belirler, onun üzerinden tarif yaparlar ve kendi konumlarını

belirlerlerdi. Günümüzde kent meydanları, bir anıt, önemli bir mimari yapı, işlek bir ana cadde, heykel, park gibi öğeler kentin nirengi noktalarıdır ama bu mimari öğeler artık yeterli gelmemektedir. Hayatın çok hızlı yaşandığı ve zaman kavramının gittikçe önem kazandığı günümüzde, insanların nerede olduğunu ve gideceği yere en kolay nasıl gideceğini anlatan yardımcı unsurlara her zamankinden fazla ihtiyaç vardır (bkz. Görüntü 7).

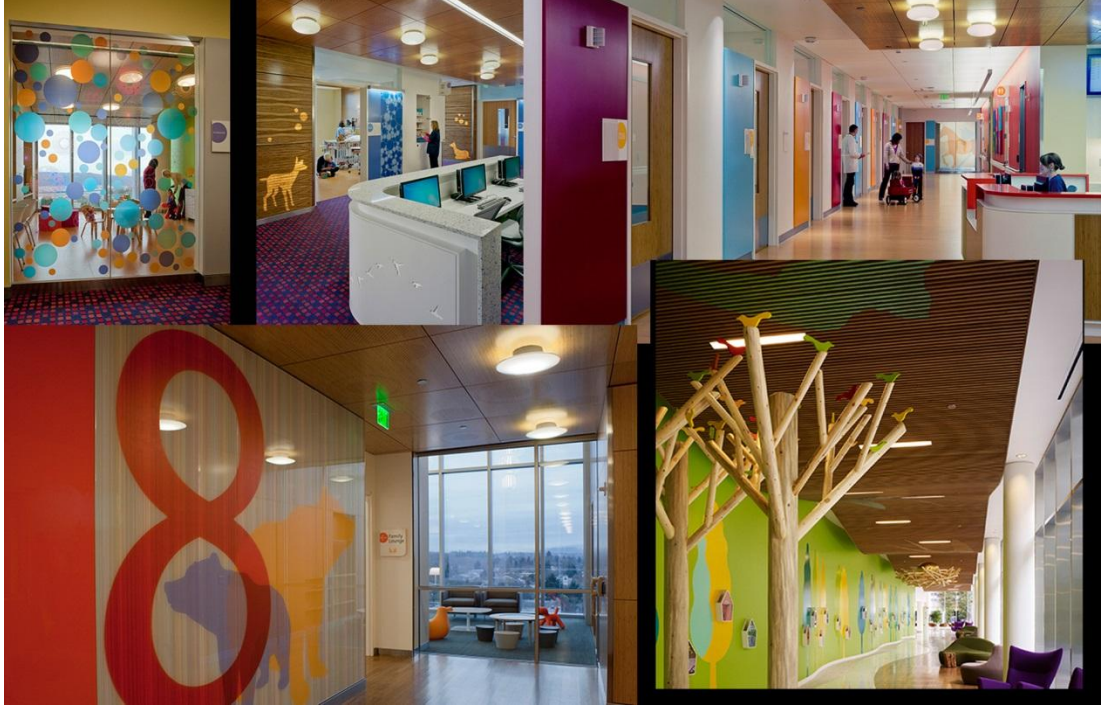


Görüntü 7. Newport Tower Pazarlama Merkezi, New Jersey.
<https://segd.org/content/newport-tower-marketing-center>, 2015

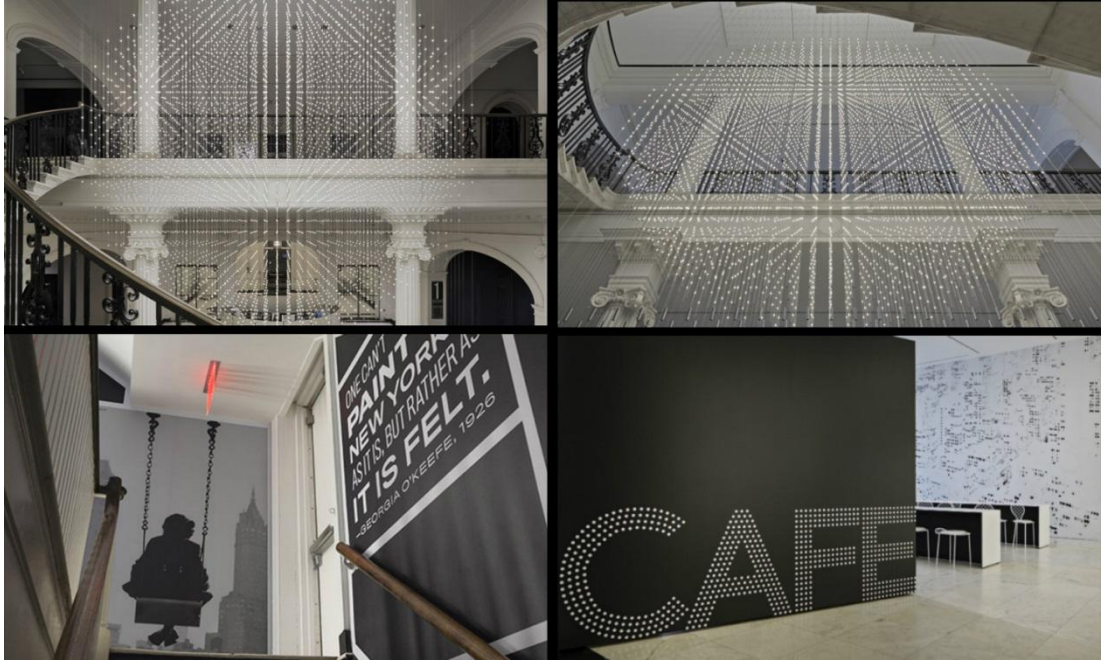
Berger (1999, s.7) “Bizi çevreleyen dünyada kendi yerimizi görerek buluruz” sözleri ile çevremizi anlamlandırmada görsel algılamamanın önemini vurgular. Mekan grafikleri etkili ve hızlı bir görsel iletişim sağlarken, kullanıcıların mekanı tüm yönleri ile de deneyimlemesine olanak tanır. Mekana güçlü bir grafik kimlik kazandırırken, bölgeyi canlandıran ve ilham veren nirengi noktaları yaratır. İyi bir yönlendirme ve bilgilendirme ile donatılmış bir bina, bir kent veya bir sokak, gelen ziyaretçilere ve kullanıcılarına güven duygusu verir. Özellikle hastane gibi karmaşık, risk faktörleri yüksek, kullanıcı profili büyük oranda -hasta ve hasta yakınları olduğu için- stresli, hassas, yardıma muhtaç insanlardan oluşmuş, yüksek tempolu mekanlar içerisinde iyi tasarlanmış ve yerleştirilmiş bilgilendirme grafiklerine büyük ihtiyaç vardır. Mekan grafikleri ile psikolojik destek sağlanabilir, bina daha iyi tanıtıldığı için zamandan ve işgücünden tasarruf edilebilir, binada kaybolmanın vereceği huzursuzluk hissinin yaratacağı stres faktörü azaltılabilir, kullanıcılar gereken konularda iyi bilgilendirildiklerinden riskli ve rahatsız edici durumlar en aza indirgenebilir (bkz. Görüntü 8).

Grafikler sayesinde mekanın anlaşılabilirliği artar. Mekana ilişkin gereken bilgileri edinen kullanıcının mekan içerisinde geçireceği süre boyunca yaşamı kolaylaşır, zamandan kazanır, iş-verimi artar.

Mekan grafikleri ile tasarım; mekanın markasını, ruhunu, kimliğini en iyi şekilde yansıtan, işlevi, hizmetleri, tarihi gibi tüm gereken bilgileri hızlı ve etkili biçimde ziyaretçi ve kullanıcılarına anlatan, iç mimari, peyzaj ve mimari öğeleri ile bütünleşmiş bir tasarımdır. Kısaca, kullanıcısı ile iletişim kuran, hikayesini anlatan mekanlar diye de özetlenebilir (bkz. Görüntü 9).



Görüntü 8. Randall Çocuk Hastanesi, Seattle. Hastanenin tüm bölümlerinde ve koridorlarda çocuk hastaların iyi hissetmesini sağlayacak illüstrasyon ve grafikler kullanılmış, hastanelerin bilinen soğuk havasının yerine çok daha sıcak bir atmosfer yaratılmıştır. <https://segd.org/awards/healthcare>. 2015



Görüntü 9. New York Rebranding şehir müzesi. Giriş holüne asılı yıldız-ışıklı LED enstalasyon ziyaretçileri merdivenlere yönlendirmektedir. Diğer tüm grafikler LED tasarım ile uyum içerisindedir ve müzeye kimlik kazandırmıştır. <https://www.segd.org/museum-city-new-york-rebranding> 2014

MEKAN GRAFİĞİ EĞİTİMİ NEDEN GEREKLİ?

Günümüzde mekan grafiği alanında profesyonel işlere imza atmış, ödül kazanmış şirketlerin profiline baktığımızda, farklı disiplinlerden uzmanların bir araya geldiği ekip çalışması dikkati çekmektedir. Bu ekiplerin bünyesinde mimarın yanında muhakkak bir grafik tasarımcının yer aldığı gözlemlenir. Fakat sadece bu alanda uzmanlaşmış, yetişmiş eleman ülkemizde ve hatta dünyada yok denilecek kadar az sayıdadır. Amerika’da bazı mimarlık okulları “environmental graphic design” üzerine eğitim için müfredat çalışmaları başlatmışlardır (Stelling and Mason 2000).

Bir yapı kompleksi veya kent içinde bir bölüm mekan grafikleri ile birlikte tasarlanmak istendiğinde bünyesindeki tüm mekanlar birlikte düşünülmelidir. Her öğe, belirli bir imaj, kimlik veya temayı destekler nitelikte ve mimarisi ile uyumlu olmalıdır. Bu yüzden tasarıma geçmeden önce mevcut projenin (mümkünse yapı inşa edilmeden) analizi ile mekanların bağlantıları, geçişleri ve nasıl bir grafik dile ihtiyaç duyduğuna karar verilmelidir. Hızla gelişen teknoloji ile birlikte yeni teknik ve olanaklar, interaktif katılımı mümkün kılan, sadece görsel algıya değil diğer algılarımıza da hitap edecek dijital çözümlmeleri mümkün kılmaktadır (bkz. Görüntü 10). Gelecekte tasarımın nerelere gideceğini tahmin etmek zordur. Projenin alt yapısının da iyi bilinmesi ve projenin başında grafiklerinin de tasarlanarak inşasından önce alt yapı ihtiyaçlarının karşılanması, sonrasında yıkım onarım yapılmadan tatbik edilebilmesi açısından önemlidir. Böylelikle grafik öğeler askı gibi yapı elemanları üzerine asılmazlar ve uygulamada daha ucuza mal olurlar.



Görüntü 10. Doğa Tarih Müzesi, Los Angeles. Doğa Laboratuvarı içerisindeki interaktif paneller özellikle çocuk ziyaretçilere 200’den fazla yaşayan canlı türünü eğlenceli biçimde tanıtmaktadır. <https://www.segd.org/nature-lab-exhibit> 2015.

Projenin iyi ve sağlıklı analiz edilebilmesi için mimari ve hatta kısmen inşaat bilgisine sahip olmak, teknik çizimleri okuyabilmek, elektrik ve mekanik alt yapıyı anlayabilmek, en başta da mekan ve insanı kavrayabilmek zorunludur. Projelendirme safhası için yaratıcı çizim ve iyi bir kompozisyon yeteneği, tipografi, iletişim, fotoğraf, illüstrasyon gibi alt disiplinlere hakimiyet gereklidir. Işık, renk, malzeme, ölçek ve oran gibi kavramlar da diğer gerekli alanlardır. Mekan grafiği üzerine uzman olabilmek için ayrıca baskı ve üretim tekniklerini, bilgisayar programları ve teknolojik gelişmeleri takip etmek ve sürekli kendini geliştirmek başarı için şarttır.

Tüm bu alanlarda bilgi sahibi olabilmek için ülkemiz koşullarında gençlerin öncelikle mimari eğitim almaları, üzerine de grafik tasarımın bu alt disiplinleri için ikinci lisans veya yüksek lisans eğitimi ile veya da dışarıdan kurslarla eğitimlerine devam etmeleri gerekmektedir. Ya da bunun tam tersi grafik tasarım eğitimi üzerine mekan, insan gereksinimleri ve mimari ve teknik çizim üzerine kendilerini geliştirmek zorundadırlar. Her ikisi de uzun bir eğitim sürecidir. Bundan dolayı da hem ülkemizde hem de dünyada, konuşan mekanlar için mimarlar ve grafikerler birlikte çalışmak zorunda kalmaktadırlar. Oysa bu alanda lisans düzeyinde yetiştirilecek uzmanlar ile zaman ve para tasarrufu sağlanacak ve yeni bir iş alanı gelişecektir.

SONUÇ

Küreselleşme, teknolojik gelişmeler, hızlı ulaşım ağları, gittikçe kalabalıklaşan ve ayrışan nüfus yapısı, mega yapı kompleksleri; kentleri ve kentlinin yaşamını gittikçe artan bir ivme ile değiştirirken, çok fazla problemi de beraberinde getirmiştir. Bu problemleri en aza indirmek ve çözümler üretmek için tasarımcılar, uzmanlar, akademisyeneler, yöneticiler ve sivil toplum kuruluşları bir arada çalışmaktadırlar. Her alanda olduğu gibi tasarımda da uzmanlaşma ihtiyacı öne çıkmaktadır. Artan gereksinimlere yetişebilecek daha fazla sayıda yetişmiş eleman için üniversiteler günden güne yeni alt disiplinlerde meslek yetiştiren bölümler açmaktadırlar. Nasıl ki bahçe tasarımı yapacak bir tasarımcının hem mimarlık hem de ziraat okuması zor olacaksa, mekan grafiği üzerine çalışmak isteyen bir gencin mimarlık ve grafik disiplinlerini birarada alması da zor ve uzun bir süreçtir.

Bu makalede günümüz koşullarında mekan grafiğinin neden gerekli olduğu ve bundan dolayı iyi donanımlı tasarımcıların daha hızlı ve iyi yetiştirilebilmesi için üniversitelerde yeni bir tasarım bölümü olarak açılabilceği irdelenmiştir.

KAYNAKLAR;

Akyıldız, Aslı (2013). “Mekan Tasarımında Anlam Üretme Sürecinin Göstergebilim ve Dilbilim Bağlamında İrdelenmesi”.

aisv2007.zxq.net/2GUN/4ANFI_B/4ASLI_%20AKYILDIZ.pdf

Ayna, Aylin (2011) “The Impact of Globalization on Architecture - Environment Relations: Housing Projects and Design Approaches.” In The Scale of Globalization. Think Globally, Act Locally, Change Individually in the 21st Century, 17-21. Ostrava: University of Ostrava.

http://conference.osu.eu/globalization/publ2011/17-21_Ayna.pdf. 2014

Baudrillard, J. (2002) “Tüketimin Tanımına Doğru”, Mimarlık ve Tüketim, Boyut Yayın Grubu, s. 67-72, İstanbul.

Berger, Craig (2009). “The Need for Environmental Graphic Design”, Wayfinding: Designing and Implementing Graphic Navigational Systems, Rotovision. <http://www.graphics.com/article-old/need-environmental-graphic-design>, 2014

Berger, John (1999). Görme Biçimleri, Çev. Yurdanur Salman. Metis Yayınları, İstanbul.

Çaylı, Eray (2013). “Gösterge Olarak Mimarlık: İkon mu, Simge mi?”, Radikal Gazetesi, Tasarım Gazetesi Kasım Eki.

Karamustafa, S (2003), 21. yüzyıl Türkiye’inde Görsel İletişim Tasarımı Eğitimi, Yayınlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi, Mimar Sinan Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, İstanbul.

Price Steven (2000). “Visualising the Boundaries of Architecture and Graphic Design”, MA Communication Design, Central St Martins, London. <http://www.slideshare.net/planbstudio/visualising-boundaries-between-architecture-and-graphic-design-ma-thesis>, 2014

Richard Lloyd, Terry Nichols Clark, 2001 “The city as an entertainment machine, in Kevin Fox Gotham (ed.) Critical Perspectives on Urban Redevelopment” (Research in Urban Sociology, Volume 6) Emerald Group Publishing Limited, pp.357 – 378,.

Sennett, Richard (1999). Gözün Vicdanı, Kentin Tasarımı ve Toplumsal Yaşam. Çev. Süha Sertabiboğlu, Can Kurultay, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Stelling Doug, AIA, and Mason John. (2000) “Environmental Graphic Design”, Excerpt from The Architect’s Handbook of Professional Practice, 13th edition ©2000.

Venturi R., Denise S. B., Izenour S. (1993). Las Vegas’ın Öğrettikleri. Şevki Vanlı Mimarlık Vakfı Yayınları.