



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Grafik Anasanat Dalı

TEMATİK MEKAN DÜZENLEMELERİNDE GRAFİK TASARIM UYGULAMALARI

Müge Burcu CODUR

Sanatta Yeterlik Tezi

Ankara, 2010

**TEMATİK MEKAN DÜZENLEMELERİNDE
GRAFİK TASARIM UYGULAMALARI**

Müge Burcu CODUR

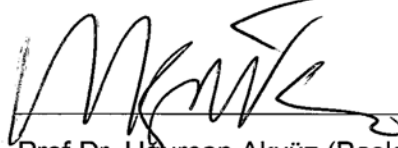
Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Grafik Anasanat Dalı

Sanatta Yeterlik Tezi

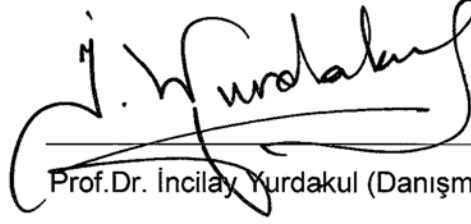
Ankara, 2010

KABUL VE ONAY

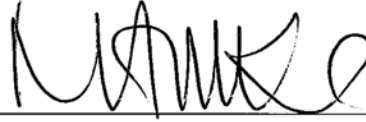
Müge Burcu Codur tarafından hazırlanan "Tematik mekan Düzenlemelerinde Grafik Tasarım Uygulamaları" başlıklı bu çalışma, 19.07.2010 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Sanatta Yeterlik tezi olarak kabul edilmiştir.



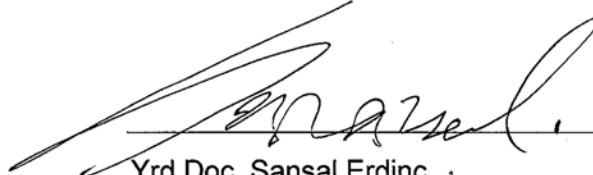
Prof.Dr. Ugurcan Akyüz (Başkan)



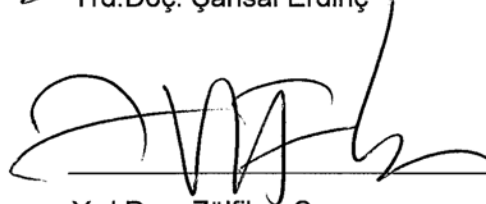
Prof.Dr. Incilay Yurdakul (Danışman)



Doç. Namık Kemal Sarıkavak



Yrd.Doç. Şansal Erdiç



Yrd.Doç. Zülfikar Sayın

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Enstitü Müdürü

Prof.Dr. İrfan Çakın

BİLDİRİM

Hazırladığım tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kağıt ve elektronik kopyalarının Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- ☐ Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- ☐ Tezim/Raporum sadece Hacettepe Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- ☒ Tezimin/Raporumun iki yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

19.07.2010



Müge Burcu Codur

Hayattaki en iyi arkadaşım ve rehberim olan
annem Ayşe Codur'a...

TEŞEKKÜR

Bu tezi planlama, araştırma ve hazırlama sürecinde danışmanım olarak bilgisini, deneyimini ve desteğini esirgemeyen sevgili hocam Prof.Dr. İncilay Yurdakul'a, tez izleme sürecinde ortaya koydukları farklı bakış açıları ve fikirleriyle nitelikli bir çalışma yapmamı sağlayan değerli hocalarım Doç. Namık Kemal Sarıkavak ve Yrd.Doç. Şansal Erdinç'e, deneyimlerini paylaşarak çok yönlü düşünmemi sağlayan sevgili hocam Prof.Dr. Uğurcan Akyüz'e, değerlendirme sürecinde yaptığı katkılardan dolayı değerli hocam Yrd.Doç. Zülfikar Sayın'a, çalışkan ve azimli yapısıyla bana örnek olan babam Kadir Codur'a, her konuda bana yardımcı olan ve her koşulda yanımda bulunarak zorlukları aşmamı sağlayan kardeşim Kemal Burak Codur'a, sevgisiyle beni sürekli yüreklendiren anneannem Ganime Sever'e; hoşgörülü sevgisi, kendime örnek aldığım güçlü, prensiplerine sadık duruşu ve yolumu aydınlatan fikirleriyle annem Ayşe Codur'a teşekkür ederim.

ÖZET

CODUR, Müge Burcu. *Tematik Mekan Düzenlemelerinde Grafik Tasarım Uygulamaları*, Sanatta Yeterlik Tezi, Ankara, 2010.

İletişim teknolojileri gelişimini sürdürdükçe, yeni ileti araçlarına, yeni ortamlara duyulan gereksinim de artmaktadır. Kitle iletişim araçlarının sunduğu olanaklarla yetinmeyen kişiler / markalar yeni ortam arayışlarını sürdürmüşlerdir. 20. yy'ın başlarında büyük boyutlu çevre grafiklerinin kullanılmaya başlaması ve iç mekanlarda hazır desenlerin kullanımının yaygınlaşmasıyla “mekan imgesi” kavramı öne çıkmaya başlamıştır. Böylece iletinin alıcıya ulaşması için mekanların yeni “ortam” rolünü üstlenebileceği görülmüştür.

Çalışmanın birinci bölümünde tematik mekan düzenlemeleri, mekansal imge, hedef kitleye yönelik ileti kurgusu, temanın mekan içinde kurgulanması ve uygulamalardaki biçim-içerik ilişkisi incelenmiştir. Kaynak, ileti, alıcı, geribildirim ve etkileşim döngüsünde, belirlenen tema kapsamında iç mekana kurgulanan imgenin nasıl bir ileti aracına dönüştüğü verilen örnekler eşliğinde incelenmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde imge planlaması yapılmış mekan için grafik ürünlerin oluşturulması süreci incelenmiştir. Renk kullanımının iletiye etkisi, görsel öğe kullanımının mekan algısına ve işleve etkileri üzerinde durulmuştur.

Çalışmanın üçüncü bölümünde tematik mekan düzenlemelerinde kullanılan görsel öğelerin üretimi ve çeşitli teknikler incelenmiştir. İllüstrasyon, fotoğraf, fotografik, duvar resimleri ve hazır desenlerin konu edildiği bu bölümde, Türkiye’den ve dünyadan örneklerle, her tekniğin farklı yönleri, kullanım alanları ve fiziksel koşullarla ilişkileri üzerinde durulmuştur.

Dördüncü bölümde, iç mekanda kullanılacak grafik ürünlerin tasarlanmasının ardından, var olan teknolojik olanaklarla üretiminin nasıl yapılacağı incelenmiştir. Dijital baskı malzemelerindeki çeşitlilik, planlanan mekan imgesine özgü çözümler üretilmesinde büyük kolaylık sağlamaktadır.

Değişik türde mekanlara uygulanmış imgelerin ve grafik ürünlere dayalı çözümlerin incelendiği beşinci bölümde, Türkiye ve dünyadan, bir çok farklı

teknikle çözülmüş örneklere yer verilmiştir. Bu bölümde verilen örnekler ve sunulan çözümler planlanan imgeye uygunluk, işlevsellik ve “doğru grafik tasarım” açılarından gözlemlenmiştir.

“Doğal yaşam” temalı uygulama çalışmasının anlatıldığı son bölümde, Hacettepe Üniversitesi Beytepe Yerleşkesi’nde bulunan konukevi için tasarlanan dokuz adet tasarıma yer verilmektedir. Tez çalışması boyunca incelenen konular ve gözlemlenen örneklerin de yardımıyla, konukevlerinin kullanım amacı, konuk profili ve fiziksel koşulları göz önüne alınarak konukevinin imgesiyle örtüşeceği düşünülen, işlevsel bir tasarım önerisi olarak sunulmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Grafik Tasarım, İç Mekan, Mekan İmgesi, Tematik, İmge, İletişim, Mekan Düzenlemesi.

ABSTRACT

CODUR, Müge Burcu. *Graphic Design Applications in Thematic Space Organizations*, Sufficiency in Arts Thesis, Ankara, 2010.

As communication technologies continue its progress, the need for new communication tools and for new media grows as well. People / brands, who are not satisfied with the opportunities offered by mass media, have continued their search for new media. At the beginning of the 20th century, the “space imagination” concept began to stand out by using large scale environmental graphics and with the widespread of ready designs used indoors. So, it was seen that spaces can undertake the role of new “media” in terms of that a message can be reached by the receiver.

In the first part of this thesis, thematic space organizations, spatial image, message fiction aimed for the target audience, editing themes within spaces and the form-content relationship of applications is investigated.

In the second part of the study, the process of graphical products formation for conducted image planning is examined. The effect of color use on messages and the effect of visual element use on space and functions are emphasized.

In the third part of the study, the production of visual elements used in thematic space organizations and various techniques are examined. In this section in which illustrations, photographs, photographic wall paintings are referred, different aspects of techniques, using areas and their relation with physical conditions are considered with examples from Turkey and from around the world.

In the fourth section it has been examined how production will be carried out with current technologies upon having designed graphic products to be used in interior. The variety in digital material equipment provides great convenience in producing specific solutions for the planned space image.

In the fifth section in which images applied to various spaces and solutions based on graphic products are examined, examples solved with many different techniques from Turkey and from around the world are given. The examples given in this section and the presented solutions are observed in terms of compliance with the planned image, functionality and in terms of “the right graphic design”.

In the final section in which the “natural life” themed implementation study is explained, nine designs are given that were designed for the guesthouse located in Hacettepe University Beytepe Campus. With the help of the issues examined and observed examples all along the thesis, it is presented as a functional design proposal thought to be in correspondence with the guesthouse image, by taking into consideration the intended use of the guesthouse, guest profile and the physical conditions.

Key Words: Graphic Design, Interior, Spatial Image, Thematic, Image, Communication, Space Organizations.

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	i
BİLDİRİM	ii
ADAMA	iii
TEŞEKKÜR	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vii
İÇİNDEKİLER	ix
GÖRÜNTÜLER DİZİNİ	xii
GİRİŞ	1
1. BÖLÜM : TEMATİK MEKAN DÜZENLEMELERİ	4
1.1. Mekan Kimliği / Mekansal İmge (İmaj)	9
1.2. Hedef Kitleye Yönelik İleti Kurgusu	11
1.3. İleti Aracı Olarak Mekan.....	13
1.4. Temanın Mekana Yansıtılması.....	18
1.5. Tematik Mekan Düzenlemelerinde biçim-İçerik ilişkisi	24
2. BÖLÜM : TEMATİK MEKANLAR İÇİN GÖRSEL ÖĞE TASARIMI	27
2.1. Görsel Öğe Tasarımında Renk Kullanımının İletiyeye Etkisi.....	31
2.2. Görsel Öğe Kullanımıyla Sağlanan Mekan Algısı	35
2.3. Görsel Öğe Kullanımının İşleve Etkisi	44

3. BÖLÜM : TEMATİK MEKAN DÜZENLEMELERİNDE GÖRSEL ÖĞE KULLANIMI	51
3.1. İllüstratif Uygulamalar	51
3.2. Fotoğraf Uygulamaları	53
3.3. Fotografik Uygulamalar	57
3.3. Duvar Resimlemeleri ve Panolar	60
3.4. Hazır Desenler	64
4. BÖLÜM : BASKI TEKNİKLERİ VE OLANAKLAR	67
4.1. Büyük Format Baskılar	67
4.2. Baskı Malzemeleri	68
4.2.1. Duvar Kaplama Sistemleri	69
4.2.2. Cam Üzerine Görsel Uygulama	72
4.2.3. Kumaş Üzerine Görsel Uygulama	74
4.2.4. Fotoblok ve PVC Uygulamaları	76
4.3. Projeksiyon ve LCD Ekran Uygulaması	78
4.4. Duvar Üzerine Boya Uygulaması	82
5. BÖLÜM : İÇ MEKANDA GÖRSEL TASARIM UYGULAMALARI	84
5.1. Özel Mekanlar / Yaşam Alanları	84
5.2. Kültürel Mekanlar	89
5.3. Eğlenceye Yönelik Mekanlar	94
5.4. Turizme Yönelik Mekanlar	99

6. BÖLÜM : HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ BEYTEPE YERLEŞKESİ MİSAFİRHANESİ İÇİN TASARLANMIŞ “DOĞAL YAŞAM” TEMALİ UYGULAMA ÇALIŞMASI	104
6.1. “Doğal Yaşam” Temalı Uygulama Çalışması	107
6.1.1. Kutup Ayısı	108
6.1.2. Penguen	110
6.1.3. Baykuş	111
6.1.4. Kelebek	113
6.1.5. Panter	115
6.1.6. Balina	117
6.1.7. Papağan	118
6.1.8. Yunus	121
6.1.9. Kedi	122
6.2. “Doğal Yaşam” Serisinin 3 Boyutlu Canlandırması	124
6.3. “Ankara” Serisi	132
6.3.1. Hitit Güneşi Kursu	133
6.3.2. Anıtkabir	135
6.3.3. Atakule	137
SONUÇ	140
KAYNAKÇA	143
YARDIMCI KAYNAKÇA	149

GÖRÜNTÜLER DİZİNİ

Görüntü 1:	Mira Entu tasarım firması tarafından tasarlanan duvar görseli	2
Görüntü 2:	Annie Walter tarafından tasarlanan duvar görseli tasarımı	6
Görüntü 3:	Marc Pacay tarafından tasarlanan fotografik çalışma	7
Görüntü 4:	Eka Abdul Jabar'ın Bandar Baru Bangi'deki bir kafe için hazırladığı seri görsel çalışması	8
Görüntü 5:	Nippon Otel'in dıştan görünümü, İstanbul	10
Görüntü 6:	Oturma grubu, Nippon Otel lobisi, İstanbul	10
Görüntü 7:	Saat & Saat Firması Girişi, İstanbul	11
Görüntü 8:	İç mimar Ellen Brill'in Nip / Tuck dizisi için yaptığı salon tasarımı	12
Görüntü 9:	İç mimar Ellen Brill'in Nip / Tuck dizisi için yaptığı yatak odası tasarımı	13
Görüntü 10:	Maurer Modüler Bölme Duvar Sistemleri'ne ait şeffaf bölme tasarımı	15
Görüntü 11:	Maurer Modüler Bölme Duvar Sistemleri'ne ait şeffaf bölme tasarımı	16
Görüntü 12:	İtalyan seramik firması Vitruvit tarafından tasarlanan lavabo	19
Görüntü 13:	Iwan Baan tarafından Selgas Cano için tasarlanan mimarlık ofisi	20
Görüntü 14:	Iwan Baan tarafından Selgas Cano için tasarlanan mimarlık ofisi	21
Görüntü 15:	Mira Entu tasarım ofisi tarafından tasarlanan ofis bölme aparatı	22

Görüntü 16: Mira Entu tasarım ofisi tarafından mesken için tasarlanan duvar görseli	23
Görüntü 17: Hannah Liongoren'in kendi odası için yaptığı tasarım	25
Görüntü 18: Children's Healthcare of Atlanta'nın duvar görsellerinden biri	28
Görüntü 19: Children's Healthcare of Atlanta'nın duvar görsellerinden biri	29
Görüntü 20: Children's Healthcare of Atlanta'nın karşılama masasının arkasında yer alan duvar görseli	30
Görüntü 21: Milton Glaser'in Bob Dylan için yaptığı afiş	33
Görüntü 22: Dan Reisinger tarafından tasarlanmış Tel Aviv sahil şeridi grafiği.....	38
Görüntü 23: Hotel Fox'ta "Sleep Seasons" isimli 121 numaralı oda	39
Görüntü 24: Hotel Fox'ta "Imataca" isimli 115 numaralı oda	41
Görüntü 25: Kanser Hastalarına Yardım Derneği'nin (CPAA - Cancer Patients Aid Association) sigara karşıtı kampanyası için tasarlanan tavan görseli	42
Görüntü 26: Lars Stroschen'in Propeller Island Oteli'nin bir odası için yaptığı tasarım	43
Görüntü 27: Commerce Color firması tarafından Missouri'de bulunan The Moto Museum için tasarlanan bölme aparatı	45
Görüntü 28: Balina Tasarım Ofisi tarafından Bodrum Kuum Otel için tasarlanan iç mekan grafikleri	45
Görüntü 29: Balina Tasarım Ofisi tarafından Bodrum Kuum Otel için tasarlanan iç mekan grafikleri	46

Görüntü 30:	Balina Tasarım Ofisi tarafından Bodrum Kuum Otel için tasarlanan iç mekan grafikleri	46
Görüntü 31:	Tha Lab at Belmar Tasarım Ofisi'nin Tribute World Trade Center için tasarladığı yönlendirme grafikleri	47
Görüntü 32:	Tha Lab at Belmar Tasarım Ofisi'nin Tribute World Trade Center için tasarladığı yönlendirme grafikleri	47
Görüntü 33:	L2M3 Kommunikationsdesign firması tarafından Kreissparkasse Ludwigsburg için tasarlanan yönlendirme grafikleri	48
Görüntü 34:	L2M3 Kommunikationsdesign firması tarafından Kreissparkasse Ludwigsburg için tasarlanan yönlendirme grafikleri	48
Görüntü 35:	L2M3 Kommunikationsdesign firması tarafından Kreissparkasse Ludwigsburg için tasarlanan yönlendirme grafikleri	49
Görüntü 36:	Pandarosa tarafından Rich Text grup sergisi için tasarlanan bilgilendirme ve yönlendirme grafiği	50
Görüntü 37:	Blik Tasarım Ofisi tarafından California'da bulunan Hotel Erwin için yapılan illüstrasyon	52
Görüntü 38:	E-Glue firması tarafından yapılan illüstrasyon çalışması	53
Görüntü 39:	Teo Jasmin'e ait fotoğraf çalışmaları	54
Görüntü 40:	Flash Photobition tarafından Balencea Display Suite için yapılan sergileme odası uygulaması – Vinil üzerine fotoğraf baskı	55
Görüntü 41:	Little Chef restoranı için Praline tasarım ofisi tarafından tasarlanan tavan görseli	56

Görüntü 42: Universal Graphics tarafından Ford için hazırlanan duvar görselleri	57
Görüntü 43: Man Ray'in "Le Violon d'Ingres" isimli çalışması, 1924	58
Görüntü 44: Erwin Olaf'ın Lacroix için hazırladığı fotografik çalışması	59
Görüntü 45: İç mekana uygulanmış resimleme örneği	60
Görüntü 46: Vedat Dalokay'ın tasarladığı Şah Faysal Camii	61
Görüntü 47: Mengü Ertel'in Şah Faysal Camii için tasarladığı duvar panoları.....	62
Görüntü 48: Mengü Ertel'in Şah Faysal Camii için tasarladığı duvar panoları.....	63
Görüntü 49: Mengü Ertel'in Şah Faysal Camii için tasarladığı duvar panoları.....	63
Görüntü 50: Mutfak tezgahının gövdesine kaplanmış hazır desen	65
Görüntü 51: Mira Entu tasarım ofisi tarafından tasarlanan duvar yapıştırması / çıkartması örneği	66
Görüntü 52: Queensland Art Gallery'de açılan Picasso sergisi için Fiona Lee tarafından tasarlanan büyük format duvar grafikleri	68
Görüntü 53: Road Rage Designs tarafından uygulanan, büyük boy baskı tekniğiyle ve vinyl malzemeyle yapılan kaplama	69
Görüntü 54: Duvar resmi uygulaması	70
Görüntü 55: Duvar kağıdı uygulaması	71
Görüntü 56: Duvar kağıdı uygulaması	71
Görüntü 57: Cam üzerine folyo uygulaması	72
Görüntü 58: Cam üzerine "one way vision" uygulaması	73

Görüntü 59:	Hugo Boss için tasarlanan tematik görsel (Cam üzerine “one way vision” uygulaması)	74
Görüntü 60:	Kumaş üzerine dijital baskı alınarak üretilmiş mobilya	75
Görüntü 61:	Kumaş üzerine dijital baskı tekniğiyle oluşturulmuş banner uygulaması	75
Görüntü 62:	Dave Matthews Band grubunun konseri için kumaş üzerine dijital baskı tekniğiyle oluşturulmuş dekor uygulaması	76
Görüntü 63:	Dijital baskının fotoblok üzerine uygulanması	77
Görüntü 64:	PVC malzeme ile üretilmiş fuar standı	78
Görüntü 65:	Kişiye özel mekanda projeksiyon uygulaması	79
Görüntü 66:	Çalışma alanları için projeksiyon uygulaması	80
Görüntü 67:	Galeri (showroom) içinde şeffaf projeksiyon uygulaması	80
Görüntü 68:	LCD ekran uygulaması	81
Görüntü 69:	Hotel Fox’un 107 numaralı odasına fırça ile boya uygulaması	82
Görüntü 70:	Bir eğlence mekanının duvarına şablon (stencil) ve püskürtme (sprey) tekniğiyle uygulanan tasarım	83
Görüntü 71:	ZEK Tasarım Ofisi tarafından 3FS - Third Frame Studios için tasarlanan ofis grafikleri	85
Görüntü 72:	ZEK Tasarım Ofisi tarafından 3FS - Third Frame Studios için tasarlanan ofis grafikleri	86
Görüntü 73:	ZEK Tasarım Ofisi tarafından 3FS - Third Frame Studios için tasarlanan ofis grafikleri	86
Görüntü 74:	ZEK Tasarım Ofisi tarafından 3FS - Third Frame Studios için tasarlanan ofis grafikleri	87

Görüntü 75: Tomislav Bišof tarafından özel bir mekan için tasarlanan panda temalı duvar grafiği	88
Görüntü 76: Morris&Co için AdGraphix firması tarafından tasarlanan duvar görseli	88
Görüntü 77: Wexner Center for the Arts için Jeff Smith tarafından yapılan illüstrasyon	90
Görüntü 78: Wexner Center for the Arts için Jeff Smith tarafından yapılan illüstrasyon	90
Görüntü 79: Theresa Anne Mackintosh sergisi	91
Görüntü 80: Spin Tasarım Ofisi tarafından “Mythologies” sergisi için tasarlanan duvar görselleri	92
Görüntü 81: The Lion King isimli oyun için yapılan tanıtım çalışması	93
Görüntü 82: The National Discovery Museum için tasarlanan bilgilendirme amaçlı görseller	94
Görüntü 83: Design Museum için tasarlanan tanıtım ve bilgilendirme amaçlı görseller	95
Görüntü 84: Manhattan Bagel için Kym Foster tarafından tasarlanan duvar görseli	96
Görüntü 85: Kafes Fırın için Elif Varol Ergen tarafından tasarlanan duvar görseli	97
Görüntü 86: Grafik Tasarımcı Karina Olina’nın, Hong Kong’da bulunan Cristal Bar için yaptığı tasarım	98
Görüntü 87: Florida Keys’de DJ’s Diner isimli kafenin duvarında bulunan illüstrasyon	99
Görüntü 88: Simone Legno (Tokidoki) tarafından Fox Hotel için yapılan tasarım.....	100

Görüntü 89:	Propeller Island City Lodge Oteli, Castle Room	101
Görüntü 90:	Onward Display tarafından mutfak duvarlarına ve tavanına uygulanmış desenler	102
Görüntü 91:	D&R alışveriş merkezine uygulanmış illüstrasyon çalışması ..	103
Görüntü 92:	Hacettepe Üniversitesi Beytepe Yerleşkesi misafirhanesinin bir odası	104
Görüntü 93:	Hacettepe Üniversitesi Beytepe Yerleşkesi misafirhanesinin bir odası	105
Görüntü 94:	Hacettepe Üniversitesi Beytepe Yerleşkesi misafirhanesinin bir odası	105
Görüntü 95:	Hacettepe Üniversitesi Beytepe Yerleşkesi misafirhanesinin bir odası	106
Görüntü 96:	Hacettepe Üniversitesi Beytepe Yerleşkesi misafirhanesinin bir odası	107
Görüntü 97:	Kutup ayısı illüstrasyonu	108
Görüntü 98:	“Kutup ayısı” temalı oda için yatak yanına yapılan tasarım	109
Görüntü 99:	Kutup ayısı illüstrasyonunun oda içinde sanal uygulaması	109
Görüntü 100:	Penguen illüstrasyonu	110
Görüntü 101:	“Penguen” temalı oda için yatak yanına yapılan tasarım	110
Görüntü 102:	“Penguen” temalı oda için sol taraftaki duvara yapılan tasarım.....	111
Görüntü 103:	Penguen illüstrasyonunun oda içinde sanal uygulaması	111
Görüntü 104:	Baykuş illüstrasyonu	112

Görüntü 105: Baykuş illüstrasyonunda yatağın yan kısmı için düşünülmüş tasarım	112
Görüntü 106: Baykuş illüstrasyonunun oda içinde sanal uygulaması	113
Görüntü 107: Kelebek illüstrasyonu	114
Görüntü 108: Kelebek illüstrasyonunun oda içinde sanal uygulaması	115
Görüntü 109: Panter illüstrasyonu	116
Görüntü 110: Panter illüstrasyonunun oda içinde sanal uygulaması	117
Görüntü 111: Balina illüstrasyonu	117
Görüntü 112: Balina illüstrasyonunun oda içinde sanal uygulaması	118
Görüntü 113: İskender Papağanı	118
Görüntü 114: İskender Papağanı	119
Görüntü 115: Papağan illüstrasyonu	119
Görüntü 116: “Papağan” isimli tasarımda sol duvar için yapılmış uygulama	120
Görüntü 117: Papağan illüstrasyonunun oda içinde sanal uygulaması	120
Görüntü 118: Yunus illüstrasyonu	121
Görüntü 119: Yunus illüstrasyonunun oda içinde sanal uygulaması	122
Görüntü 120: Kedi illüstrasyonu	123
Görüntü 121: Kedi illüstrasyonunun oda içinde sanal uygulaması	123
Görüntü 122: 3DS Max programında oluşturulan misafirhane odası	124
Görüntü 123: 3DS Max programında oluşturulan misafirhane odası	125
Görüntü 124: 3DS Max programında oluşturulan misafirhane odası	125
Görüntü 125: 3DS Max programında oluşturulan misafirhane odası	126

Görüntü 126: “Baykuş” isimli çalışmaya ait foto-gerçekçi görüntü	126
Görüntü 127: “Baykuş” isimli çalışmaya ait foto-gerçekçi görüntü	127
Görüntü 128: “Baykuş” isimli çalışmaya ait foto-gerçekçi görüntü	127
Görüntü 129: “Baykuş” isimli çalışmaya ait foto-gerçekçi görüntü	128
Görüntü 130: “Penguen” isimli çalışmaya ait foto-gerçekçi görüntü	128
Görüntü 131: “Penguen” isimli çalışmaya ait foto-gerçekçi görüntü	129
Görüntü 132: “Penguen” isimli çalışmaya ait foto-gerçekçi görüntü	129
Görüntü 133: “Penguen” isimli çalışmaya ait foto-gerçekçi görüntü	130
Görüntü 134: “Kutup ayısı” isimli çalışmaya ait foto-gerçekçi görüntü	130
Görüntü 135: “Kutup ayısı” isimli çalışmaya ait foto-gerçekçi görüntü	131
Görüntü 136: “Kutup ayısı” isimli çalışmaya ait foto-gerçekçi görüntü	131
Görüntü 137: “Kutup ayısı” isimli çalışmaya ait foto-gerçekçi görüntü	132
Görüntü 138: Hitit Güneşi Kursu Anıtı	133
Görüntü 139: Hitit Güneşi Kursu illüstrasyonu	134
Görüntü 140: Hitit Güneşi Kursu illüstrasyonunun oda içinde sanal uygulaması	134
Görüntü 141: Anıtkabir	135
Görüntü 142: Anıtkabir illüstrasyonu	136
Görüntü 143: Anıtkabir illüstrasyonunun oda içinde sanal uygulaması	136
Görüntü 144: Atakule	137
Görüntü 145: Atakule illüstrasyonu	138
Görüntü 146: Atakule illüstrasyonunun oda içinde sanal uygulaması	138

GİRİŞ

Kişiselleşen ya da özelleşen yaşam biçiminin en önemli yansımalarından biri iç mekanlarda göze çarpmaktadır. Günümüzde iletişim, sesli ve görsel medya olanaklarının yanı sıra mekansal oluşumlarla da sağlanmaktadır. Farklılaşmış, tematik yaşam alanları yaratılması, bu alanların iletişim aracı olarak kullanılmasını da olanaklı kılmaktadır.

Son on yıllarda resim, fotoğraf ya da afişler gibi grafik ürünlerin iç mekan düzenlemesine katkıda bulunan elemanlar olarak kullanılması eğilimi, yerini bu çalışmaların mekan düzenlemesinin kendisi olarak kullanılması eğilimine bırakmıştır. Bu uygulamaların değişik örnekleri son zamanlarda özellikle kişisel yaşam alanları, kafeler, restoranlar, sinema ve tiyatrolar, sergi salonları , alışveriş merkezleri ve otellerde görülmektedir. Bu mekanlara ait kurumsal kimliğe ve mekanın temasına uygun görseller hazırlanmakta, tasarımda kullanılmakta ve hatta mekan düzenlemesinin kendisi olarak ortaya çıkmaktadır. Verilmek istenen iletinin yaşamın ve mekanın doğal bir parçası olarak ortaya konulması, ileti verme kaygısının yarattığı zorlama etkiyi ortadan kaldırmakta; aynı zamanda, tasarımın iç mekan düzenlemesinin kendisi olarak kullanılması sayesinde, kullanıcı ile “ileti aracı” arasında etkileşim de daha güçlü sağlanmaktadır.

Birer tasarım sorunu olarak karşılaşılan bu kavramların, süreç boyunca irdelenerek, grafik tasarımın günden güne önem kazanan ve etkili bir ifade yolu haline gelen illüstrasyon, fotoğraf ve fotografik teknikleri yardımıyla çözüme ulaştırılması; görsel kirlilik ve karmaşadan uzaklaştırılan iletilerin hedefine ulaşmadaki başarısının incelenmesi ve iç mekan düzenlemesinde çevresel koşullara, tematik kavramlara uygun olarak yaratılan illüstratif / fotografik çalışmaların ileti üzerindeki etkilerinin gözlemlenerek değerlendirilmesi hedeflenmektedir.

Bu kapsamda yapılan görsel araştırmalardan, benzer sorunlara getirilen çözümler incelenmiştir:

Araştırma süresince incelenen örneklerde mekanda kullanılan görselin, mekanın vermek istediği iletiyi iletmesinin yanı sıra, sadece estetik kaygı güdülerek oluşturulabildiği / uygulanabildiği de gözlemlenmiştir. Tematik düzenlemeye sahip mekanların bir kısmında ileti, oluşturulan görsel sayesinde hedef kitleye doğrudan ulaştırılırken, bir kısmında izleyicinin hayal gücüne bırakılmakta; bu yolla izleyici tasarımın bir parçası haline getirilmektedir. Kimi mekanlarda, mekanın derinliğini arttırmak, kimisinde mekan içinde yaratılan küçük bölmeleri estetik bir şekilde birbirinden ayırmak, kimisinde yaratılan sanal gerçeklikle izleyicinin / alıcının mekanla etkileşimini sağlamak ve kimisinde de yaratılan atmosferle izleyicinin kendini farklı ve özel bir mekanda hissetmesini sağlamak için görseller tasarlandığı ve uygulandığı görülmüştür. Bazı mekanlarda temanın, mekanın tamamına yayılan bir görsel bütünlükle öne çıktığı gözlemlenmiştir. Örneğin, minimalist yaklaşımla oluşturulmuş, duvar üzerine uygulanmış bir görselin, mekandaki diğer aksesuarlarla bütünlük göstermesi sayesinde, mekanın netlik kazanmış bir görsel dile ve iletiye sahip olması sağlanmıştır (Bkz. Görüntü 1).



Görüntü 1: Mira Entu tasarım firması tarafından tasarlanan duvar görseli.

(<http://www.miraentuinterior.com>)

Bazı mekanlarda ise hedef kitlenin algısını yakalamaya yönelik düzenlemeler yapılmıştır.

Araştırma kapsamında incelenen tematik mekan görsellerinin; elle boyama, püskürtme gibi alışılmış teknikler dışında, büyük boyutlu baskı olanakları, değişik baskı materyalleri ve hatta duvar kağıtlarıyla oluşturulduğu gözlemlenmiştir. Çeşitli malzemeler üzerine baskı yapılabilmesi ya da görselin aktarma yoluyla uygulanabilmesi sayesinde mekana ait diğer aksesuarlarla birlikte bütünlük sağlanmış; bu da temaya uygun “dil”in oluşmasını sağlamıştır.

Grafik tasarımcının, iç mekan düzenlemesine uygun grafikleri hazırlama süreci, mekansal imgeyi (*imaj*) algılama, anlama ve değerlendirme aşamalarıyla başlamaktadır. Tasarımcının ortaya koyacağı çalışmayı, mekana ait fiziksel koşullar ve tasarlanan mekansal imgenin çizdiği sınırlar etkilemektedir. Hazırlanacak görsellerin mekandan farklı değil, mekan imgesine ait bir parça olarak algılanabilmesi, grafik tasarım ve iç mimari disiplinlerinin uyumlu bir çalışma ortaya koymalarıyla olanaklıdır.

1. TEMATİK MEKAN DÜZENLEMELERİ

Sanat ve tasarım, insana özgü olgular olmaları itibariyle, özlerinde ileti verme kaygısı da barındırırlar. Bir fotoğrafla ya da illüstrasyonla oluşturulan görsellik sadece estetik kaygılarla ortaya konulmamış; aynı zamanda onları tasarlayan sanatçı ve izleyenler arasında iletişim kurma kaygısı da taşımıştır. Bu bağlamda denebilir ki iletişimi şekillendiren olgulardan biri de iletinin verilme tarzıdır. İçerikleri ve verdikleri ileti, sanatçının / tasarımcının dönemsel koşullar ve olaylardan etkilenmesi sonucu değişkenlik gösterse de; yaşadığımız zamanı biçimlendiren, yaşamla etkileşimimizi düzenleyen sanat ve tasarımdır. Sanat ve tasarım bu noktada birer iletişim aracı olarak kullanılmaktadır.

İçinde bulunulan zamanın gerekleri, koşulları ve teknolojik olanaklarıyla şekillenen iletişim, her dönemde kendine yeni araçlar bulmayı başarmıştır. Özellikle Modern sonrası dönemde biçim değiştirmeye başlayan sosyal koşullara uyum sağlaması gereken iletişim kaynakları, kendine ait yeni modeller yaratma yoluna gitmiştir.

Yeni dönemim sosyal, ekonomik ve çevresel şartlarında modern estetiğin artık kaynakları tükenmeye başlayan bir post-endüstri (endüstri-sonrası) toplumuna dönüşmekte olan dünyayı temsil edemeyeceği görüşünün yaygınlık kazanmasıyla, sanat, tasarım, politika ve edebiyatta Modern devrin kapanmakta olduğu düşüncesi belirginleşmiştir. Yeni teknolojiler ve yeni sosyal şartlar, yaratıcı alanlarda ürün veren sanatçıları her zaman yeni dönemin duygularını ve gereksinimlerini ifade etmek üzere, yeni anlatımlar ve çözümler bulmaya itmiştir (Bektaş, 1992, s. 229).

1900'lerin ortalarında başlayan büyük boyutlu çevre grafiklerinin tasarımı, günümüze dek uzanan ve zaman içinde kendini sürekli yenileyip geliştirerek; en etkili iletişim yollarından biri haline gelen tematik mekan tasarımında Grafik Tasarım'ın kendine sağlam bir yer edinmesinin de yolunu açmıştır.

Günümüzde kişisel ya da kurumsal temelde iletişim kurabilmek için, teknolojinin hızına paralel gelişim gösteren iletişim araçları çok çeşitlidir. Tüketim

toplumlarının kaçınılmaz hayat tarzı haline gelen “hızla tüketme” olgusu; çok çeşitliliğin arasından sıyrılarak, fark edilmek, tanınmak veya kendini ifade etmek isteyen kişi ya da kurumların, yeni iletişim araçlarını ve ortamlarını kullanmalarını zorunlu hale getirmiştir. Yazılı, sesli ve görsel iletişim ortamlarının birbirine seçenek oluşturabilen ve bu alandaki rekabeti tetikleyen zenginliği bir yandan çok yönlü ve çok sesli iletişime olanak sağlarken, diğer yandan da ileti bombardımanı altında kalan tüketicinin ilgisini çekebilmek giderek zorlaşmaktadır.

Markalar ya da firmalar, zorlu rekabette öne çıkabilmek adına yeni iletişim ortamlarını kullanmak ya da yaratmak yoluna gitmeye başlamışlardır. Bir anda ortaya çıkan ve milyonlarca insanı peşinden sürükleyebilen yeniliklere ayak uydurabilmek, hem “yeni”nin cazibesinden faydalanmak, hem de çağı yakalayan bir imge tasarlayabilmek, firmalar ya da markalar açısından önemli görünmektedir. Hedef kitleyle kurulmak istenen iletişimi sağlamanın en etkili yollarından biri, ileti bombardımanı altında kalan tüketiciye daha dolaylı ve zorlamalardan uzak bir şekilde yaklaşmaktır. Tematik mekan düzenlemeleri bu anlamda, firmalara / markalara gerekli hareket özgürlüğünü ve alan (mecra) seçeneklerini sunmaktadır. Mekan içerisinde kurgulanan temayla bir yandan kurumsal kimliğine vurgu yaparken; diğer yandan da vermek istediği iletiyi dolaylı olarak tüketiciye ulaştırabilmektedir. Bu uygulama sayesinde çağımızda marka olmanın gereklerinden biri olan kurumsal kimlik bütünlüğünü de sağlamaktadır. Bir markanın / firmanın imgesinin bütün parçalarıyla değerlendirildiğinde bütünlük göstermesi, açık bir ileti içeriyor olması tüketici açısından bakıldığında açıklığın ve güvenilirliğin bir göstergesi olabilmektedir.

İletişimde bir diğer yenilik arayışı da kişiye özel mekanlarda yaşanmaktadır.

İç mekan tasarımı anlayışında yalnızca mobilyalar ve bunların yerleşim düzenleri insanları tatmin etmemektedir. Alıcı, kendine has bir mekan yaratmak ve bu mekanı hedef kitlesi ile iletişim aracı olarak kullanmak amacını taşımaktadır.... Eşi olmayan bir kimlik oluşturma ve yaratıcı

problem çözümü her tasarımda olması gerektiği gibi, burada da ön planda yer alır (Taşçıoğlu, 2007, s. 83).

Kişilerin, özel yaşam alanlarında kendilerini ifade edebilmeleri, tarzlarını yansıtabilmeleri ve mekanı kendilerine özel bir yaşam alanı haline getirebilmeleri için kişiye özel iç mekan tasarımları yapılmaya başlanmıştır. Kişiye özel mekan tasarlanırken tema, artık sadece resim, seramik, heykel ya da fotoğraf gibi farklı sanatlara ait objelerle tamamlanmamakta; artık illüstrasyon ve fotografik gibi uygulamalardan da yararlanılmaktadır (Görüntü 2 ve 3).



Görüntü 2: Annie Walter tarafından tasarlanan duvar görseli tasarımından bir görüntü. (<http://my-name-is-annie.deviantart.com/art/My-Mural-2-77273003> Erişim: 16 Nisan 2008)



Görüntü 3: Marc Pacay tarafından tasarlanan fotografik çalışma.

(<http://saimacko.deviantart.com/art/Bedroom-6753752>)

Bu uygulamaların tercih nedeni olmasında bir önemli etken de günümüzde kişiye özel üretim yapılabiliyor olmasıdır.

Seri üretilmiş tüketim nesnelerinin yarattığı tekdüzelik ve aynılık, küresel trendlerin bireyler üzerinde yarattığı kimlikler, bu kimliklerin bireylerin beden ve ruhlarına olan uyumsuzluğu en önemli sebeplerdendir. İnsanlar kendine has, kendi kişiliğini betimleyen bir kimlik arayışındadırlar ve bu arayışı günlük yaşamının her alanında görmek ve göstermek arzusunu giderek daha yoğun olarak hissetmektedirler. Popüler kültürde farklılık ve yeniliğe olan sürekli ihtiyaç, popüler olandan çok, özel olana yerini bırakmakta ve farklılığı vurgulama yolu olarak kişisel kimliği ön plana çıkarmaktadır (Taşçıoğlu, 2007, s. 82).

Güzel Sanatlar üzerine yayın ve koleksiyon yapan firmalardan biri olan Deljou'dan Daniel Deljou, bu alanda yapılan özel çalışmalar için "... Bu aslında sanatçının tuval ya da panel üzerinde oluşturduğu etkilerle ilgili. Ancak sonuçta

ortaya çıkan tasarımı ‘güzel’ yapan; tekniğinin, daha önceki tekniklerden farklı olması ve tasarımın eşsiz olmasıdır” demiştir (Lyons, 2005).

Aynı şekilde markalar / firmalar da kurumsal kimliklerine vurgu yapan, imgelerini en doğru biçimde yansıtacak bir tematik mekan oluştururken, yeni ve özgün çalışmalardan yararlanmaktadırlar. Bu ister bir duvar görseli olsun, ister bir aksesuar ya da ister çalışma alanlarını birbirinden ayıran bir ayıraç, her durumda o firmaya / markaya özgü, onun için yapılmış bir çalışma olması tercih edilmektedir. Örneğin bir kafe için tasarlanmış duvar görseli ile aynı anda birden çok olguya vurgu yapabilmek mümkündür: Mekanın işlevi, imgesi ve önerdikleri. Söz konusu kafe, sunduğu kahve seçenekleriyle tüketiciyi kendine çekerken; bir yandan iç mekan tasarımıyla tüketicinin konforunu sağlamaya çalışmakta, diğer yandan da mekanın temasına uygun görsellerle de kurumsal imgesini öne çıkarmaktadır (Bkz. Görüntü 4).



Görüntü 4: Eka Abdul Jabar’ın Bandar Baru Bangi’deki bir kafe için hazırladığı seri görsel çalışması. (<http://ekster.deviantart.com/art/My-Illustrations-on-a-Wall-25254806>)

Bu nedenle firmaların / markaların dışa dönük imgesinin bütün olarak algılanabilirliğini sağlamak amacıyla, kuruma ait mekanda tematik yaklaşımlar sergilenmesi gereklilik halini almıştır. Kurumsal kimliğin, kuruma ait imgeyi en iyi şekilde ortaya koyan olgu oluşu, “özel mekan tasarımı” kavramını da ortaya çıkarmıştır.

Böylelikle kişiler ya da kurumlar, kendilerini ifade edebilmek ve imgelerini yansıtabilmek için daha dolaylı ama etkili bir yol izlemeye başlamışlardır. Bu yol tematik mekan tasarımıdır.

1.1. MEKAN KİMLİĞİ / MEKANSAL İMGE (İMAJ)

Mekanın renk, şekil, nesne ve yanı sıra tasarlanmış tüm parçalarıyla yansıttığı görsel bütünlük aynı zamanda mekanın kimliğini de oluşturmaktadır. Bir başka deyişle, mekansal imge tasarımı kişiye ya da kuruma ait kimliğin vitrinini oluşturmaktadır. Bu kimliği oluştururken iki temel noktadan hareketle çalışma yapmak mümkündür: Birincisi, yapılacak tasarımın, mekanın kullanım amacına uygunluğudur. Mekanın amaca hizmet edebilir nitelikte olması, kullanım alanı ve işlevsellik gözetilerek tasarlanmasına bağlıdır. İkinci nokta ise verilmek istenen iletiye uygun imge çalışmasıdır. Mekansal kimlik oluşturulurken, mekanı kullanacak kişi ya da kuruma ait özellikleri içeren verilerden yola çıkılmaktadır. Kişiye özel mekanlarda, mekanı yaşam ya da iş alanı olarak kullanan kişiyi ifade eden bir mekan düzenleme anlayışı geliştirilirken; kurumlara ait mekanlarda da, söz konusu mekan, işlevselliğinin yanı sıra, kurumsal kimliğin bir parçası olarak düşünülmekte ve tasarım bu çerçevede yapılmaktadır. Mekansal imge kurgulanırken hedef, kişisel ya da kurumsal imgenin mekana yansıtılması ve böylelikle kimliğin mekanla bütünlük oluşturmaktır. Bu nedenle, mekansal imge tasarımı yapılırken, ele alınan mekanın konumu, işlevi, yaşam kalitesi etkileşimi, çevresel etkenler, aidiyet duygusu, özgünlük, vb. gibi değişkenler dikkate alınmaktadır.

İstanbul’da bulunan Nippon Otel, kurumsal özelliklerin mekan imgesi üzerindeki etkilerini yansıtan bir örnektir (Bkz: Görüntü 5).



Görüntü 5: Nippon Otel’in dıştan görünümü, İstanbul.

Otele ismini veren “Nippon” kelimesi Japonca’da “Japon” anlamına gelmektedir. Otelin dekorasyonu da isminden hareketle Uzakdoğu’ya özgü motiflerden oluşmaktadır. Sade bir anlayışla dekore edilen otelde kullanılan mobilyalar Japon kültüründen izler taşımaktadır (Nippon Otel Halkla İlişkiler Müdürü Kerem Gün ile kişisel iletişim, 27 Temmuz 2009).



Görüntü 6: Oturma grubu, Nippon Otel lobisi, İstanbul.

Mekansal imgenin kişisel ya da kurumsal kimliği ifade etmesinin yanı sıra aynı zamanda da etkileşim içinde olacağı insanlar üzerinde yaratacağı etki de önem taşımaktadır. Günümüzde çevremizde bulunan her nesne “ileti aracı” olarak kullanılabildiğinden, mekanlardan da aynı amaçla yararlanılması, alıcılar üzerinde istenilen etkinin bırakılabilmesi için önem taşımaktadır. Örneğin bir saat markasına ait ofis binasının mekansal imgesi kurgulanırken, “zaman” kavramı, “genişlik” ya da “boşluk” etkisi olarak ortaya konabilir. Böylelikle dolaylı bir ileti verilmiş ve yarattığı hisle, mekanda bulunan insanlarla etkileşim sağlanmış olur (Bkz: Görüntü 7).



Görüntü 7: Saat & Saat Firması Girişi, İstanbul (B.O.B. Best of Best, 2007).

1.2. HEDEF KİTLEYE YÖNELİK İLETİ KURGUSU

Mekansal imge tasarımının kişi ya da kurum için yapıyor olması hedef kitleye yönelik ileti kurgusunun başlangıç noktasıdır. Kişisel yaşam alanlarında, kişinin kendini tanımlamasına bağlı olarak çizilecek imge, aynı zamanda iletinin de iskeletini oluşturacaktır. Örneğin, sadelikten, basit yaşamaktan hoşlanan ama

aynı zamanda da konforuna düşkün bir kişi, evindeki çizgilerin olabildiğince minimalist, kullanılan aksesuar ve gereçlerin de işlevsel olmasını tercih edebilmektedir. İç mekan tasarımı, aksesuar seçimi, renk ve mobilya tercihleri bir araya geldiğinde ortaya çıkan sonuç kişinin çevresi tarafından algılanan imgesini de oluşturmuş olacaktır. İç mimar Ellen Brill'in Nip/Tuck dizisi için tasarladığı iç mekan, dizide kurgulanan iki ana karakterden biri için tasarlanmış ve tamamen sadelik ile işlevsellik üzerine kurulmuştur. Dizide konu edilen iki plastik ve rekonstrüktif cerrahıtan biri olan Christian Troy, başarılı bir cerrah olmasının yanı sıra bağlılık kavramına sıcak bakmayan, gündelik maceraların peşinde koşan, fazla derinliği olmayan; bunun yanı sıra yaşadığı maceraların bedeli olarak da ufak tefek tehlikeleri göze alan biridir. Ellen Brill'in, Christian Troy'a uygun olarak minimalist tarzda tasarladığı mekanlarla, hem dizinin genelinde verilen "boşluk / anlamsızlık" kavramlarına, hem de yer yer kırmızı rengin vurgulanmasıyla "tehlike" kavramlarına da gönderme yapılmıştır (Bkz: Görüntü 8, 9).



Görüntü 8: İç mimar Ellen Brill'in Nip / Tuck dizisi için yaptığı salon tasarımı.

(<http://www.ellenbrill.com/index2.htm>)



Görüntü 9: İç mimar Ellen Brill'in Nip / Tuck dizisi için yaptığı yatak odası tasarımı.
(<http://www.ellenbrill.com/index2.htm>)

Ellen Brill, 2007 yılında Melis Göker'e verdiği röportajında şöyle der:

Minimalizmi kullanmamızın asıl sebebi karakterlerin geçmişlerini çok basit, yalın bir şekilde vererek ilginin karakterlerin üzerinde yoğunlaşmasını sağlamak. İlginin, geçmişlerine veya başka yönlelere kaymasını engellemek. Aynı zamanda karakterlerin hayatlarının aslında ne kadar boş olduğunu vurgulamak istiyoruz.

Bu noktada hedef kitle olan dizi izleyicisine ileti, mekan tasarımı yoluyla verilmiştir.

Mekansal imge tasarımında kullanılan tüm unsurların bir arada sağlayacağı bütünlük hissi, mekanla etkileşimde olan kişinin bilincinde de algıyı yönlendirici olacaktır.

1.3. İLETİ ARACI OLARAK MEKAN

İletişim, iki insan ya da insan grubunun, kendilerini ifade etmeye, birbirlerini anlamaya ve ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olarak verdikleri fiziksel ve sözel tepkiler ile gösterdikleri davranış biçimleri aracılığıyla duygu ve düşüncelerin

aktarılmasıdır. Theodorson ve Theodorson'dan aktaran Mutlu'ya (1998, s: 168) göre ise iletişim, esas olarak simgeler aracılığıyla bir kişiden ya da gruptan diğerine (veya diğerlerine) bilginin, fikirlerin, tutumların veya duyguların iletimidir. İletişim üzerine yapılmış birçok tanım, iletişimin en az iki insan arasında gerçekleşen bir duygu ve düşünce aktarımı olduğunu belirtmekle birlikte; sürece etki eden birçok etmen nedeniyle de karmaşık bir olgu olduğunu da vurgulamaktadır.

İletişim, William Raymond'un en yalın ve özgü tanımlamasına göre bilgi, düşünce ve davranışların aktarılması sürecidir. Bu yalın tanımlamanın analizi ise insanlar arasındaki iletişimde sürecin temel öğeleri olarak ileti, üreten kaynak ve iletinin tüketicisi olarak yapılabilir. Bu aşamada en önemli nokta ise iletişimin temelde iki yönlü bir süreç olduğudur. Buna göre iletişim süreci iletiyi aktaran kaynak, ileti ve iletinin alıcısı bireyden oluşan çift yönlü çizgisel – bireysel bir yapıdadır. Aslında ise bu denli yalınlaştırılması çok güç olan karmaşık bir süreçtir (Yurdakul, 1998, s.79).

Göndericinin algıladığı bir olayı ya da veriyi, alıcıyla arasındaki ortak uzlaşım noktalarına uygun biçimde kodlayarak, bir araç kanalıyla alıcıya iletmesi; alıcının da iletiyi algılayabildiği takdirde, bunu belirten bir geribildirim ile gönderene iletmesi, iletişim sürecinin temel anlamda akışını açıklamaktadır. Bu veri aktarımının sağlıklı sürdürülebilmesi ise bazı değişkenlere bağlıdır. Bunlar iletiyi alması istenen kişi / kişiler ile göndericinin yapısından, iletinin aktarımına aracılık eden her türlü aracının yapısına, çevresel koşullara ve iletinin içerdiği ortak uzlaşım noktalarının açıklığına bağlı olarak değişebilmektedir.

Anlaşmaya varmanın ilk ve en önemli yolu uzlaşım ve kullanımdır. Bununla yazılı olmayan, ifade edilmeyen, bir kültürün üyelerinin paylaştığı deneyimden türetilen beklentileri ifade ediyoruz. ... Uzlaşım tekrara dayanır: Kod açımını kolaylaştırır, kültürel üyeliği ifade eder, deneyim benzerliğine dayanır, güven vericidir (Fiske, 2003, s.106).

Verilmek istenen iletiye aracılık eden 'mekan' olduğunda, bu değişkenler hem mekanın ait olduğu kişi / kurumun yapısı ve beklentileri; hem de onu tasarlayan tasarımcının mekanı tanıma, tanımlama, olanaklarını ve sınırlılıklarını belirleme,

hedef kitleyi inceleme süreçlerinde elde ettiği verileri sağlıklı bir biçimde bir araya getirmesine bağlı olarak farklılık göstermektedir.

İster çalışmak, ister yaşamak, ister eğlenmek amaçlı olsun, bir mekanın kullanışlı ya da yaşanır kılan etkenler işlevsellik ve verdiği aidiyet duygusudur. Çalışma ortamından keyif alan insanların, işlerinde daha verimli oldukları ya da evlerini seven kişilerin evde zaman geçirmekten mutluluk duydukları göz önüne alındığında iç mekan tasarımının önemi ortaya çıkmaktadır. Mekan, onu kullananlar tarafından algılandığı biçimde işlevini sürdürmektedir. Çalışanlar tarafından olumlu olarak algılanabilecek / algılanan iletiler içeren bir iç mekan, planlanan iletişimin sağlanmasına, verimliliğin artmasına ve aidiyet duygusunun oluşmasına olanak verebilmektedir. Örneğin, ileti olarak kurumsal açıklığı ya da şeffaflığı vermek isteyen bir kurumun, ofis tasarımında şeffaf bölme aksesuarları kullanması bu iletiyi güçlendirecektir (Bkz: Görüntü 10 ve 11).



Görüntü 10: Maurer Modüler Bölme Duvar Sistemleri'ne ait şeffaf bölme tasarımı.

(<http://www.maurer.com.tr>)



Görüntü 11: Maurer Modüler Bölme Duvar Sistemleri'ne ait şeffaf bölme tasarımı.

(<http://www.maurer.com.tr>)

Bu nedenle iyi çözümlenmiş mekan tasarımları günümüzde hem kişiler hem de kurumlar için önem taşımaktadır.

Mekansal imgenin, mekanla etkileşim halinde olan insanlar tarafından algılanabilirliği -düşünce ya da kültür farklılıklarına dayalı olarak kişisel temelde farklı değerlendirilebilecek olsa da- tasarımın genel yapısıyla verilmek istenen iletinin, ortak uzlaşım noktalarından hareketle verilmesine bağlıdır. Tasarımcının ortak uzlaşım noktalarına hakim olabilmesi ve bu noktaları tasarımının içinde doğru kullanabilmesi için, öncelikle mekanın ait olduğu kişi / kurumun yapısını özümsemesi ve bu yapıyla, iletinin ulaştırılmak istendiği alıcılar arasındaki kesişme noktalarını belirlemesi gerekmektedir. Bu şekilde tasarımın vereceği iletiye ait kodlar ortaya çıkabilecektir.

Bütün kodlar ortaklaşma, yani –içerdiği birimler, bu birimlerin seçimin ve birleştirilmesini sağlayan kurallar, alıcıya açık olan anlamlar ve yerine getirdikleri toplumsal ve iletişimsel işlevler gibi- temellerine ilişkin kullanıcılar arasında varolan bir anlaşmaya dayanır (Fiske, 2003, s.106).

Mekan tasarımıyla sağlanmak istenen iletişim biçimi, mekanda bulunan kişinin iletiyi okumasına bağlı olduğundan, bu iletişim türünün dolaylı olduğu söylenebilir. Dolaysız iletide alıcı görünen veriyi algılamaktadır. Diğer bir deyişle dolaysız ileti, kaynakla bire-bir iletişim kuran alıcının, kaynakla etkileşimini ifade eder. Alıcı, alt anlamlardan çok, görünen anlamla ilgilenir. Ancak dolaylı iletide, alıcı, ortak uzlaşım noktalarından hareketle, iletinin içerdiği kodların açılımını yapabilmekte ve iletiyi bu şekilde algılayabilmektedir. Görsel sanatlarda hem dolaylı hem dolaysız iletinin birlikte verildiği birçok örnek vardır. Örneğin Peter Jackson'ın yönettiği *Yüzüklerin Efendisi* üçlemesinde “Orta Dünya” isimli bölgede yaşayan dört ayrı ırk vardır: İnsanlar, Hobbitler, Cüceler ve Elfler. Hikayenin temelinde Karanlık Efendisi Sauron'un Orta Dünya'yı yok etme arzusuna karşılık, Orta Dünya halklarının Sauron'a karşı verdikleri mücadele yatar. Sauron her ırka güç yüzükleri vermiş ancak hepsine hükmedebilecek tek bir yüzüğü onlardan gizlemiştir. Amacı hepsini kontrolü altına almak ve böylece Orta Dünya'yı yok etmektir. Bir yandan da emrindeki kötücül yaratıklar olan Orklar'a büyük çukurlar açtırarak, ormanları talan ederek kestirdiği ağaçlardan faydalanıp, yeni bir savaşçı ırk olan “Uruk-hai”leri yaratmaya çabalamaktadır. Filmdeki iyi karakterlerin görüldüğü, yaşadığı yerler güneşli, yeşillik ve olumlu bir imgeye sahip mekanlar olmasına karşın; kötülerin yaşadığı yerler kurak, karanlık ve havası – suyu kirli yerlerdir. Bu görsel ayrım, iyi-kötü arasındaki farkın altını çizen bir ileti içermektedir. Ayrıca filmde Sauron tarafından ucube bir ırk yaratmak amacıyla katledilen ağaçların, sonrasında insanların çabalarıyla başkaldırarak, O'nun yarattığı tüm düzeni yıkıp yok etmeleri de “doğayı yok etmeye dayalı her tür harekete karşı doğanın intikam alacağı” yönünde bir ileti içermektedir. Filmin uyarlandığı kitabın yazarı J.R.R. Tolkien ve “*Yüzüklerin Efendisi*” kitabı hakkında Bulduk'un (1998) yorumu şöyledir: “...Yüzüklerin Efendisi, yok ettiğimiz dünyayı imar etmemiz için fırsatımız olduğunu da ima eder. Gözümüzü tabiata çeviren yazar; kartalları, ağaçları, atlarıyla bir dünyanın boş yere seferber olmadığını anlatır.” Filmdeki bu dolaylı iletileri, arka planda verildiği biçimde algılamayan, filmi yüzeysel biçimde seyreden izleyici, film ile etkileşim kuramamış demektir. İzleyici yalnızca üst plandaki anlamla ilgilenmiş ve dolaylı iletiyi algılayamamıştır.

Dolayısıyla dolaylı iletinin alıcı tarafından algılanabilirliği önem taşımaktadır. Verilen iletinin içerdiği kodlar, alıcı tarafından, gönderenin planladığı şekilde algılanıyorsa, ileti amacına ulaşmış demektir.

Mekansal imgenin oluşturulması süreci, iki farklı disiplini bir araya getirmektedir: Grafik Tasarım ve İç Mimari. Mekanı tanıma, tanımlama, olanaklarını ve sınırlılıklarını belirleme, hedef kitleyi inceleme süreçlerinde her iki disiplin de kendi alanlarında çalışma yapabilmek için gerekli verileri sağlamaktadırlar. Elde edilen veriler kapsamında İç Mimari mekanın tasarımını gerçekleştirirken; Grafik Tasarım, mimarinin ortaya koyduğu olanak ve sınırlılıklar çerçevesinde hareket etmekte ve mekan kimliğine uygun görseller oluşturmaktadır. İç mekanda kullanılan ve dekorun bir parçası olarak kabul edilen her türlü grafik ürün aynı zamanda verilmek istenen iletinin de bir parçasıdır. Her iki disiplin de iletiyi kodlarken ortak uzlaşım noktaları ve kod açılımlarından yola çıkmaktadır. Alıcının iletiyi kolaylıkla ve etkili bir biçimde algılamasını sağlamak üzere tasarımın iletiyi çok yönlü –dolaylı ve dolaysız- verebilme yetisinden yararlanmaktadır.

1.4. TEMANIN MEKANA YANSITILMASI

Tematik mekan tasarımında, tasarımcıya yol gösteren, tasarımını oluşturmasını sağlayan en önemli veriler; mekanın kullanılma amacı, kullanacak kişiye ya da kişilere ait özellikler ve hedeflenen imge çalışmasıdır. Tasarımcı, mekanı kullanacak kişi / kişilere ait verileri, planlanmış tema çerçevesinde değerlendirip, tasarımına aktarmaktadır. Birçok değişkeni bünyesinde barındıran bu tasarım sorununu doğru ve işlevsel biçimde çözebilme ise söz konusu değişkenlerin hepsini aynı anda göz önünde bulundurarak tasarımı planlamak ve hayata geçirmekle olanaklıdır. Temanın vermek istediği iletinin, alıcılar tarafından doğru algılanabilir olmasını sağlamak amacıyla, görsel iletişimin olabildiğince net ve dolaysız olmasında yarar vardır. Bu nedenle de tasarımcının kurgulayacağı dilin alıcıları zorlamayan, kolay anlaşılabilir ve algılanabilir olması gerekmektedir.

Temayı oluşturacak tasarımın dili bu yönde açıklık kazanırken, teknik olanaklarla da bu dil desteklenmelidir. İç mimarlık, bu noktada grafik tasarımın mekan kimliğini şekillendiren kavramların en önemlilerinden olduğunun bilincinde olarak, bu dala ait tüm olanaklardan, hem yüzey kaplamaları hem de görsel tasarım öğeleri açısından yararlanmaktadır.

Kişiye özel bir mekanda oluşturulacak tema için planlama yapılırken; kişinin yapısal özellikleri, eğilimleri, zevkleri, yaşam alışkanlıkları, günlük yaşamına ait hareket noktaları ve kişinin kendi imgesi öncelikle dikkate alınması gereken verilerdir. Örneğin bir ev için yapılacak iç mekan tasarımında, belirlenen tema “sadelik” ise seçilecek renklerin dingin ve birbiriyle olabildiğince uyumlu kullanılması gerekir. Canlı ve karşıt renklerin kullanılmasının neden olabileceği gürültüden kaçınılması, gerekli dinginliğin yakalanmasına yardımcı olacaktır. Ev içinde kullanılacak mobilya ve aksesuarların da işlevsel ve abartıdan uzak olmaları yine aynı iletiyi verecektir. Kullanılacak görsel materyal ise belirlenen temaya uygun, mekanın enerjisini yansıtan ve destekleyen nitelikte olmalıdır. Örneğin mekan için belirlenen tema çiçekli desenler kullanmayı gerektiriyorsa, aksesuar ve nesneler üzerinde temayla bire-bir örtüşen ya da gönderme yapan grafik tasarımlar yer alabilir (Bkz. Görüntü 12).



Görüntü 12: İtalyan seramik firması Vitruvit tarafından tasarlanan lavabo.
(<http://www.momoy.com>)

Iwan Baan tarafından Selgas Cano için tasarlanmış mimarlık ofisi tematik mekan tasarımıda temanın mekana uygulanması konusunda çarpıcı bir örnek oluşturmaktadır (Bkz: Görüntü 13).



Görüntü 13: Iwan Baan tarafından Selgas Cano için tasarlanan mimarlık ofisi.

(<http://www.tasarimplus.com/ofis-ic-mekan-tasarimi.html>)

Ağaçlarla çevrili bir alanda, olabildiğince yere yakın biçimde planlanmış ofis, uzun bir tüp gibi görünmektedir ve tavanının yarısı ile bir cephesi tamamen camdan oluşmaktadır. Mekanın iç tasarımıda olabildiğince canlı ve doğada sıklıkla rastlanan renklere yer verilmiştir. Aynı zamanda minimalist yapısıyla da dikkat çeken tasarımıda, mekanda yer alan hiçbir aksesuar ya da objenin işlevsellik dışında bir amacı bulunmamaktadır. Böylece mekanı çevreleyen orman ile mekanın kendisi bir bütünlük sağlamaktadır. Hem “doğa” kavramından uzaklaşmayan hem de teknolojiyle doğayı birleştiren imgesel bir bütünlük yaratılmıştır.



Görüntü 14: Iwan Baan tarafından Selgas Cano için tasarlanan mimarlık ofisi.
(<http://www.tasarimplus.com/ofis-ic-mekan-tasarimi.html>)

Bir diğer önemli değişken de mekanın fiziksel olanakları ve sınırlılıklarıdır. Mekanı kullanacak olan kişi / kişilere uygun bir ortam yaratılması ve buna paralel bir tema çalışması yapılması bu koşulların doğru gözlemlenip değerlendirilmesiyle olanaklıdır.

Bir organizmanın yaşamını etkileyen tüm dış faktörler ve koşullar toplamı olan çevre; biyolojik, sosyolojik, psikolojik özellik ve eylemlerle insanı ve tüm fiziksel, simgesel özellikleriyle ortamı içermektedir. Karmaşık bir sistem olarak çevre, etkili faktörlerin çokluğu, karmaşıklığı, değişkenliği ve çeşitliliği ile özellik kazanmaktadır. Çevrenin iki ana bileşeni fiziksel çevre ve sosyal çevredir (Aydınlı, 1986, s. 7).

Fiziksel çevre, tasarıma ait tüm bileşenlere ayrı ayrı ve toplamda etki edebilecek koşullara sahip olabilir. Tasarımcı temayı planlarken bu olanak ve sınırlılıkları göz önünde bulundurmak zorundadır. Mekan tüm çevresiyle etkileşim halinde olduğundan, tasarıma etki edebilecek tüm etkenler dikkate alındığında, temanın doğru uygulanması olanaklıdır. Aksi halde mekan dışı etkenlere bağlı olarak ortaya çıkan bir takım sınırlılıklar ve sorunlar, temanın uygulanması sırasında güçlükler çıkmasına neden olabilir. Örneğin fazla ışık almayan bir mekan için

planlanan tema “aydınlık” olduğunda, mekana etki eden bu doğal sınırlılık göz önüne alınarak planlama yapılmalıdır. Böyle bir durumda, mekan içinde gerekli doğal ışığı sağlayacak aydınlatma gereçlerinden yararlanılması düşünülmelidir. Metrekare olarak küçük bir alanda ise sabit bölme aparatları kullanarak mekanı daha da daraltmak yerine, şeffaf ve modüler bölme aparatlarından yararlanılması halinde hem genişlik hissinden ödün verilmemiş, hem de gerekli düzenleme sağlanmış olacaktır.

Özellikle ofis gibi çok sayıda kişinin bir arada bulunduğu mekanlarda fiziksel sınırlılıkların getirdiği tasarım sorunlarına, temaya uygun aparatlarla çözüm bulunması hem kurum kimliğiyle örtüşen bir imgesel bütünlük sağlamakta hem de işlevselliğe katkıda bulunmaktadır. İspanya’da faaliyet gösteren Mira Entu tasarım ofisinin, bir firma için tasarladığı modüler bölme aparatıyla (Bkz: Görüntü 15) oldukça geniş bir alanın bir kısmının toplantı odası olarak kullanılmasını sağlamıştır.



Görüntü 15: Mira Entu tasarım ofisi tarafından tasarlanan ofis bölme aparatı.

(<http://www.miraentuinterior.com/>)

Böylece, istendiğinde mekanın tamamının yeniden değerlendirilmesine olanak tanınırken, diğer yandan da bu bölme işlemini sadece küçük ve modüler bir aparatla sağladığı için, şeffaflık ve iletişime açıklık gibi iletileri verebilmektedir. Bu ileti hem firma çalışanları hem de firmanın iletişimde bulunduğu kişiler için rahat hareket edebilecekleri, konforlu bir iletişim yolunu işaret edebilmektedir. Ayrıca bölme aparatı üzerine uygulanan tasarım, aparatla sınırlı kalmayıp, tavan ve duvarlarda da devam etmiştir. Bu sayede çalışanlara olabildiğince geniş bir çerçeveden bakma, esneklik, kalıpların dışında fikirler üretebilme ve düşünebilmeye dair bir ileti de verilmektedir.

Mira Entu tasarım firmasının tasarladığı bir diğer görsel de özel bir yaşam alanı için hazırladıkları duvar görselidir (Bkz: Görüntü 16). Bir cephesi boydan boya cam kaplı olan ve önünde ağaçların bulunduğu bir bahçeye sahip olan bu meskende, oturma grubunun yer aldığı odada kullanılan kahverengi ve yeşil tonlarla doğaya gönderme yapılmış; bitkisel desenlerle tasarlanan duvar görseliyle de bu imge desteklenmiştir. Bu sayede mobilya, görsel tasarım ve çevresel koşulların bütünlüğü sağlanmıştır.



Görüntü 16: Mira Entu tasarım ofisi tarafından mesken için tasarlanan duvar görseli.
(<http://www.miraentuinterior.com>)

Tasarlanan temanın bir mekana uygulanması / yansıtılması, tema oluşturma sürecinden başlayarak, tasarımcının belirlediği temaya etki eden / edebilecek tüm fiziksel ve kavramsal değişkenler dikkate alınarak tasarımın oluşturulması, disiplinler arası işbirliği sayesinde biçim – içerik ilişkisinin doğru kurulması ve kalıcı çözümler üretilmesi ile olanaklıdır.

1.5. TEMATİK MEKAN DÜZENLEMELERİNDE BİÇİM – İÇERİK İLİŞKİSİ

Biçim, belirli bir amaçla üretilen nesneye ait şekildir. Üretilen nesneye kimliğini kazandıran dış çizgilerdir. Tasarım sorunu olarak ele alındığında ise biçim sadece bir nesneye ait şekil olmanın ötesinde bir anlam ifade eder: Anlam, form ve işlevin bir arada düşünülerek tasarlanması sonucu ortaya biçim çıkar.

Mekana ait görsel kimliğin, imgenin oluşturulması sürecinde, estetik kaygıların yanı sıra, oluşturulan, kullanılması planlanan formların (biçim), tasarlanan temaya uygunluğu ve yüklendiği işlev, tasarımın amacına ulaşmasına etki eden önemli etmenlerden biridir. 1.4'te de belirtildiği gibi, bu noktada biçim – içerik ilişkisinin doğru kurulmasında disiplinler arası işbirliği büyük önem taşımaktadır. Hem İç Mimarlık hem de Grafik Tasarım açısından bakıldığında, her iki disiplinin de formu oluştururken gözettikleri belirli kavramsal ve teknik veriler ile projeye özel koşullar vardır. Bir oturma grubu tasarlanırken, ortak kabul görmüş tasarım kurallarından hareketle tasarlanan nesne, hem oturma işlevine hizmet eden hem de ona verilen biçimle birlikte iletiyi taşıyan nesne haline gelir. Örneğin Filipinli tasarımcı Hannah'nın kendi odası için tasarladığı tematik tasarımda (Bkz: Görüntü 17) hazırlanan duvar görseli ve aksesuarlar uyum içindedir ve birbirini desteklemektedir. Duvar görselinde yer alan ağacın kovuğundaki yaratık, yastık olarak da üretilerek, yatağın üzerinde yerini almıştır. Yastık, “yastık olma” işlevinden bir şey kaybetmemiş olmakla birlikte, oda için planlanmış tematik tasarımın bir parçası olarak verilmek istenen iletiyi güçlendirmektedir. Aynı durumu tam tersi olarak ele alacak olursak, yani yastıkların ve diğer aksesuarların daha önceden üretildiğini, iç mekan dekoru yapıldıktan sonra duvar görselinin oluşturulduğunu var sayarsak, bu durumda

yine aynı sonuca ulaşırız: Yapılan tasarım, planlanan tematik yaklaşımla örtüşmüş, meydana gelen biçim, içeriği olduğu gibi yansıtmış, amacına tam olarak hizmet etmiştir. Her iki koşulda da imgesel bütünlük sağlanmıştır.



Görüntü 17: Hannah Liongoren'in kendi odası için yaptığı tasarım.

(<http://www.hannahliongoren.com>)

Mimarlığın en problematik alanlarından biri işlev ile biçim kavramları arasında yaşanan gerilimdir. Her tasarım eyleminde işlev ve biçim birbiri ile yarışır, biri diğerinin önüne geçmeye çalışır. Tasarım ürünü olan nesne “işlevsel” olmak ile “design” olmak arasında salınır. Bu iki kavram görünürde bir türlü uzlaşamazlar. Bu noktada işlev ve biçim kavramlarını yeniden düşünebilmek için yeni bir kavramı, biçim ve işlevin birbirini ürettikleri “kullanım” kavramını devreye sokmak gerekli. Her nesne salt işlevsel bir bakışla anlaşılamayacağı gibi sadece bir biçimden de ibaret değildir. Onu değerli ve anlamlı kılan şey gündelik hayattaki kullanımıdır. Kullanım kavramı nesneye ait tasarım bilgisini dışardan bir bilgi olmaktan çıkarır; iç gereksinimleri ve olasılıkları da dahil eden yeni bir anlayış geliştirilmesine yardımcı olur (Yırtıcı, 2007).

Kullanım, biçim – içerik ilişkisinin çerçevesini bir noktaya kadar belirleyen bir olgudur. Tasarım her ne kadar belirlenen imgeye uygun biçimde ortaya

çıkarılmaya çalışılsa da kullanımla ilgili sınırlılıklar, biçime müdahale edebilmektedir. İçeriğin biçimle yansıtıldığı tasarımlarda, biçime yapılan bir müdahale ise içeriğin farklı algılanmasına neden olabilmektedir. Yumuşaklığın ya da esnekliğin vurgulanmaya çalışıldığı mekanda, fazlasıyla sivri ve köşeli aksesuarlara yer verilmesi ya da tasarlanan bir mobilyanın formuna “sertlik / keskinlik” ifadesi verecek biçimde müdahale edilmesi biçim – içerik uyumunu olanaksız hale getirebilmekte ve iletinin doğru algılanmasını engelleyebilmektedir.

Grafik Tasarım’da ise ileti kaygısı tasarımın temelinde vardır. Tasarımcı, tasarımına başlarken öncelikle vermeyi amaçladığı iletiyi kurgular ve tasarım süreci boyunca da bu çerçevede hareket eder. Bir tiyatro oyununa ait afişin tasarımı yapılırken göz önünde bulundurulması gereken olgulardan biri oyunun tanıtılması ise diğeri de afişin oyunun konusu / içeriği ile ilgili bilgi verecek olan ileti aracı oluşudur. Ortaya çıkacak afiş hem bilgilendirme, tanıtma işlevini yerine getirecek hem de bunu belirli bir estetik kaygı gözeterek, tasarım kuralları çerçevesinde oluşturacaktır. Her iki disiplinde de estetik değerler ve işlev bir arada planlanması gereken kavramlar olarak önümüze çıkmaktadır. Ancak Grafik Tasarım söz konusu olduğunda, ortaya çıkan ürün daima biçim – içerik uyumunu gerektirmektedir. İşlev ise Grafik Tasarım’ın doğasından kaynaklı olarak zaten tasarımın oluşmaya başladığı ilk andan itibaren oluşturulma amacından ayrı düşünülemez.

Grafik Tasarım sayısız düzeyde etkindir; gücü ve yararı geniş bir olasılık yelpazesi oluşturur. Görünmeden yüzeyi tarayabilir ya da daha derinlere inebilir. Ve neyse ki tasarımın biçim ve işlev arasında bir seçim yapması gerekmemektedir; ikisi için de vasıta olabilir (Twemlow, 2008, s. 32).

Grafik Tasarım’ın ileti aracı olmasından kaynaklı bu zorunluluğu aynı zamanda onun etki alanını da genişletmektedir. Alıcıya hem görsel olarak hem de hedeflendiği biçimde içerikle ulaşmak olanaklı hale gelmektedir.

2. TEMATİK MEKANLAR İÇİN GÖRSEL ÖĞE TASARIMI

Mekana uygulanması planlanan temaya uygun görsel öğelerin tasarımı; tema tasarımıyla birlikte şekillenmeye başlar. Hedef kitleyi yakalayacak, verilmek istenen iletiyi doğru aktaracak bir tema tasarımı yapılırken, Grafik Tasarımcı, tasarımına başlamadan önce hem tasarımcı hem de “iletici alıcı” olarak iki ayrı rolü üstlenmek durumundadır. Mekani kullanacak olan kişinin gözünden mekanın nasıl algılanabileceğini / algılandığını anlayabilmek için tasarımcı kimliğinden önce alıcı kimliğiyle gözlem yapmalı; ardından elde ettiği bulgularla, planlanan temaya ait verileri birlikte değerlendirip, tasarımcı kimliğini ancak bu noktada devreye sokmalıdır. Görsel öge tasarımı yapılırken, tasarımcıyı zorlayacak konulardan biri mekana ait koşullar ise bir diğeri de alıcının temayı doğru anlamasını sağlayacak bir ürün ortaya koyabilmektir.

Görsel öge tasarımını yaparken, Grafik Tasarımcı'nın yararlanabileceği bir çok teknik vardır: Fotoğraf, illüstrasyon, fotografik ya da desen; seçilen teknik hangisi olursa olsun hem temayla bağdaşmalı hem de mekana özgü olmalıdır. Örneğin son dönem teknolojiye vurgu yapan, destekleyen bir tema tasarımında organik maddelerle oluşturulmuş bir kolaj çalışmasını duvar görseli olarak kullanmak temaya aykırı bir imge yaratılmasına neden olacaktır. Özel mekan ya da iş yeri olması fark etmeksizin, mekanda daralma hissi yaratacak, ışığın kullanımını kötü yönde etkileyecek, şiddet ya da karmaşa etkisi yaratabilecek bir duvar görseli de aynı zamanda, mekana estetik değer katmak ve temayı desteklemekten çok uzak bir görüntü çizecektir. Tasarımı yaparken mekana özgü özelliklerden yararlanmak ve biçim-içerik ilişkisini vurgulayarak çalışmak, etkili bir tasarımın oluşturulmasını sağlayacaktır.

Sağlık merkezleri, gösteri merkezleri, kütüphaneler, vb. gibi özel amaçlara yönelik hizmet veren mekanlarda özel uygulamalarla çözümlerler getirilmesi gerekebilir. Böyle mekanların kullanım amaçları, tasarımcıya olağanın dışında sınırlılıklar getirebilir ya da alışılmadık koşullar tasarımcıyı çok sayıda değişkeni dikkate alarak tasarım yapmaya zorlayabilir. Atlanta'da çocuklar için kurulmuş bir sağlık merkezi olan Children's Healthcare of Atlanta, hem iç mekan tasarımı

hem de duvar görsellerinin tasarımıyla, farklı değişkenlerin tasarım üzerindeki etkilerini inceleyebilmek bakımından oldukça iyi bir örnektir. Tasarımları gerçekleştiren Amerikalı tasarım firması Stanley Beaman & Sears'ın kurguladığı tema birden fazla işlevi yerine getirmektedir. Aynı zamanda da İç Mekan Tasarımı ile Grafik Tasarım işbirliğinin mekan üzerinde sağladığı etki bakımından önemlidir (Görüntü 18, 19, 20).



Görüntü 18: Children's Healthcare of Atlanta'nın duvar görsellerinden biri.

(<http://www.isdesignet.com>)

Stanley Beaman & Sears'ın tasarımcıları, görselleri tasarlarken bir yandan çocuklara uygun, cıvı cıvı renkler seçmeye gayret etmişler; bir yandan da duvarların koridorlar boyunca uzanması ve çok geniş olmalarından faydalanarak, bu alanları çocukları bilgilendiren görsellerle kaplamayı tercih etmişlerdir. Çocuklara doğa tanıtılırken, bilimsel bilgilerden yola çıkılmış ve öğretici duvar görselleri oluşturulmuştur. Temaya uygun bir biçimde ve

çocuklara yönelik olarak kullanılmış oturma grupları da destekleyici öğeler olarak mekanda yer almaktadır.



Görüntü 19: Children's Healthcare of Atlanta'nın duvar görsellerinden biri.

(<http://www.isdesignet.com>)

Konular, çocukların çevrelerinde rastlayabilecekleri hayvanlardan ve bitkilerden seçilmiştir. Oluşturulan görsellerle öğrenme süreci ilgi çekici hale getirilerek, çocukların çevrelerinde bulunan bu canlıları tanımaları hedeflenmiştir.

Görseller tasarlanırken seçilen renkler, binanın iç mekan tasarımında seçilen renklerle ve temayla uyumludur. Children's Healthcare of Atlanta'nın çocuklar için kurulmuş bir sağlık merkezi olması, mekana ait tema tasarlanırken, tasarımcıların, mekanın özellikleri ve amacı dışında bir de çocuklara özgü bazı değişkenleri de göz önüne almalarını gerektirmiştir. Çocukların, üzerlerinde olumlu bir etki bırakacak, gerilim yaşamalarını engelleyecek ve kendilerini rahat

hissetmelerini sağlayacak bir lobiyle karşılanmaları öncelikli olarak düşünülmüş bir konudur. Bu özelliğiyle de Children's Healthcare of Atlanta bir sağlık merkezi görüntüsü çizmekten çok bir okul öncesi eğitim merkezi imgesi yaratmaktadır. Bireysel mutluluğun ve pozitif düşüncenin sağlık üzerindeki olumlu etkileri düşünülecek olursa, yapılan çalışmanın bu anlamda da yararlı olduğu söylenebilir.



Görüntü 20: Children's Healthcare of Atlanta'nın karşılama masasının arkasında yer alan duvar görseli. (<http://www.isdesignet.com>)

Mekan düzenlemesinde kullanılmak üzere tasarlanan görsel öğeyi oluşturan bileşenlerden bazıları algıyı yönlendirebilmektedir. Bu nedenle renk seçimi, boyut gibi mekansal imgeyi etkileyebilecek bazı konuların tasarım sürecinde planlı bir biçimde ele alınması gerekmektedir.

2.1. GÖRSEL ÖĞE TASARIMINDA RENK KULLANIMININ İLETİYE ETKİSİ

Tasarım sürecinde Grafik Tasarımcı'nın amacı, verilmek istenen iletiyi hedef kitleye en doğru kurguyla aktarabilmektir. Çok parçalı bu sorunun dikkatle ele alınması gereken noktalarından biri de renk kullanımıdır. Grafik tasarımcı kavramsal çözüm, tipografi, kompozisyon gibi pek çok sorun ile başa çıkmaya çalışırken bir yandan da renk ögesini tasarımının bir elemanı olarak oluşturmak durumundadır (Uçar, 2004, s.45). Bir bütün olarak tasarım düşünüldüğünde, “renk” de en az diğer değişkenler kadar tasarıma yön verebilmektedir. Bu noktada tasarımcı, rengin tasarımına etkilerini çok iyi düşünüp değerlendirmelidir.

Renk aynı zamanda bir tasarım ögesidir, renk ve ton değerleri sayesinde biçimleri, tipografiyi, ön planı görünür kılar veya arka plana iteriz. Renk görsel hiyerarşiyi organize etmek aşamasında önemli bir etmendir. Renk konusu içinde renklerin tek başlarına analizinin yanı sıra, birbirleriyle olan ilişkileri de değerlendirilmelidir. Renkler müzik notalarına benzetilebilir; nasıl her nota tek başına güzel bir ses verirse, her renk de tek başına güzeldir (Uçar, 2004, s. 45).

...Tasarımda renk kullanımı konusunda genel kurallar koymak ve bunları temel tasarım yasaları şeklinde sunmak imkansızdır. Önerilen sistemler ve kurallar ancak yol gösterici bir yapıya sahiptir (Uçar, 2004, s. 46).

Çünkü her tasarım kendine özgü bir yapıya, koşullara ve sınırlılıklara sahiptir. Tasarımın doğasında var olan bu değişkenler, tasarımcıyı “renk” konusunda kendine özgü çözümler üretmesi konusunda zorlar. Bu da sayısız miktarda seçeneğin ortaya çıkması anlamına gelir.

Eski çağlardan beri renk teorisyenleri, renk ilişkileri hakkında fikirler ve yorumlar geliştirmişlerdir. Leonardo da Vinci karşıt ve tamamlayıcı renkleri araştırırken belli renklerin birbirini güçlendirdiğini belirlemiştir. Almanya'nın ünlü şiir ve oyun yazarı Johann Wolfgang von Goethe renk teorisini daha da ileri taşımıştır. Goethe tüm renkleri iki gruba ayırmıştır: Artı tarafa sıcak renkleri (kırmızı – turuncu – sarı) ve eksi tarafa soğuk renkleri (yeşil – mavi – mor) koymuştur. Artı taraftaki renklerin izleyicide ilgi uyandırdığını ve

heyecanı canlı tuttuğunu; bununla beraber eksi taraftaki renklerin izleyici üzerinde huzursuz bir etki bıraktığını belirtmiştir (Stone, 2006, s. 18).

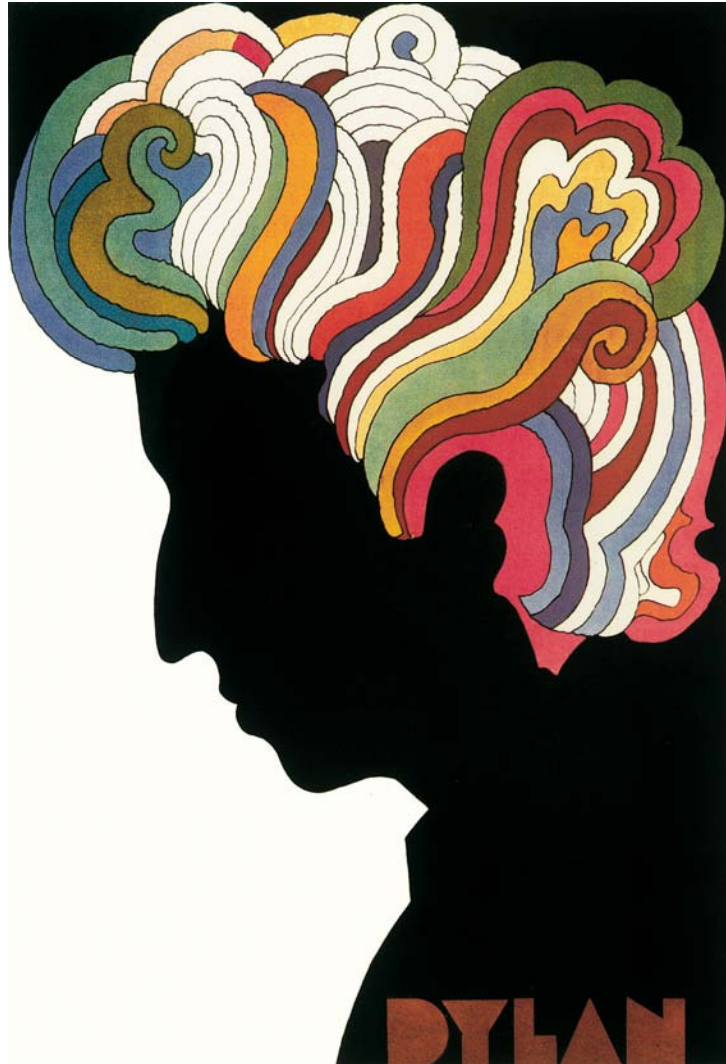
Tasarımcılar renk algısını dikkat çekmek amaçlı olarak, estetik kaygılarla, iletiyi güçlendirmek adına ya da göstergebilimsel nedenlerle bilinçli olarak değiştirebilirler. Örneğin algı ve deneyimlerimizde “kırmızı” olarak yer etmiş olan kiraz, bir tasarımda alıcıya “mavi” olarak sunulduğunda, alıcı alışık olmadığı bu durum karşısında şaşırarak ve algısı uyarılmış olacaktır. Böylece iletiye farklı bir yönden dikkat çekilmesi sağlanacaktır. İleti bombardımanı arasında kalan alıcının dikkatini çekebilmek öncelikli hedeflerden biri olduğundan, tasarımcı renk ve içerik ilişkisinde ezber bozarak hedefine bir adım daha yaklaşacaktır. Kimi zaman da renk kullanımında dikkat edilmesi gereken noktalardan biri: Ortak uzlaşıda belirli bir anlama sahip olan renk ile tasarımın renge yüklediği anlamın birbiriyle örtüşmesi gerekliliğidir. Örneğin temizliği ve hijyeni ifade ettiği için çoğunlukla temizlik ürünlerinin reklam ve tanıtımlarında kullanılan beyaz renk yerine siyahın tercih edilmesi, izleyiciye yanlış bir ileti verilmesine neden olabilir.

Renk, tasarımın içeriğine anlamsal olarak da etki edebilmektedir. Değişik toplumlarda, değişik anlamlar ifade edebildiği gibi; tüm dünyada kabul gören anlamları da içerebilmektedir.

İnsan gözü ve beyni rengi fiziksel, zihinsel ve duygusal olara algılamaktadır. Sonuç olarak renklerin anlamları vardır. Sembol olarak genelde kültürel uzlaşma bağlı anlamlar içerebilirler ve renk kombinasyonlarıyla ilgili görüşler çeşitli ve kimi zaman birbiriyle uyumsuzdur (Stone, 2006, s.24).

İzleyici tasarımla ilk karşılaştığında, ileti hakkında renge dayalı bir karara varabilmektedir. Grafik tasarımcı, tasarımını oluştururken sadece renklerden yola çıkarak iletiyi verebilme imkanına sahiptir. Sadece renklere yüklenen anlamlar üzerinden kurguyu tamamladığında, izleyici verilmek istenen iletiyi koşullanmış algısıyla anlamlandıracaktır. Araştırmalar göstermiştir ki insanlar, doksan saniyelik bir ilk izlenim sonunda, bir kişi, çevre ya da obje

hakkında farkında olmadan renge dayalı bir değerlendirme yapmaktadır (Stone, 2006, s.36).



Görüntü 21: Milton Glaser'in Bob Dylan için yaptığı afiş.

(<http://www.etapes.com/agenda/expositions/agenda-milton-glaser>)

Milton Glaser'in Bob Dylan için yaptığı tasarımda renk, içe dönük ancak zengin ve duyarlı bir kişiliğin göstergesi olarak kullanılmıştır (Uçar, 2004, s.45). Glaser, bu tasarımda yüz silüeti için seçtiği "siyah" renk ile Bob Dylan'ın derin, kapalı ve gizemli duruşunu ifade ederken; saçlarda kullandığı çok sayıda renkle de O'nun zengin kişiliğini ortaya koymuş ve böylece sadece renklerin ortak uzlaşısındaki anlamlarından faydalanarak tasarımını oluşturmuştur.

Ortak uzlaşım alanında renklerin simgelediği bazı duygu ve kavramlar şunlardır:

Beyaz: Işığın, saflığın, temizliğin, barışın, huzurun, teslimiyetin, ruhun, masumiyetin, yumuşaklığın, sadeliğin ve olumlu düşüncenin simgesi olmasının yanında, kimi toplumlarda ölümü ve sonsuzluğu da simgelediği görülmektedir. Temizliği ve saflığı simgelediği için temizlik ürünlerinin ambalajlarında kullanılmaktadır. Evlilik kurumunun kutsallığını ve saflığını simgelemek için de kullanılır. Renk skalasında tonu olmayan iki renkten biridir.

Siyah: Gecenin, ölümün, karamsarlığın, kötücül düşüncenin, gücün, otoritenin, gizemin, matemin, korkunun rengidir. Beyaz gibi, renk skalasında tonu olmayan bir renktir. Işığı soğurma özelliğine sahiptir. Diğer renkleri öne çıkaran bir etkisi vardır.

Kırmızı: Birçok toplumda kanın, ateşin, öfkenin, hareket enerjisinin, tehlikenin ve aşkın rengi olarak kabul görmektedir. Ayrıca fiziksel olarak dikkat çekici uyarıcı bir etkiye sahip olduğu için, tehlikeyi ve yasakları işaret eden uyarı levhalarında kullanılmaktadır. Ambalaj tasarımcılarının da ürün ambalajlarında sıklıkla tercih ettikleri bir renktir.

Sarı: Güneşi, sıcaklığı, neşeyi, eğlenceyi ve ısıyı simgeler. Kolaylıkla fark edilebildiği için uyarı levhalarında kullanılır. Ayrıca altının rengini de ifade ettiği için kimi kültürlerde statü simgesi olarak da kabul edilmektedir. İnsan gözünün algıladığı ilk renktir ve beyazdan daha parlaktır (Stone, 2006, s.27).

Mavi: Gökyüzünün, denizlerin, saflığın, dinginliğin, huzurun, barışın ve sonsuzluğun simgesidir. Kullanıldığı yere bağlı olarak içsel derinliği, hüznü ve melankoliyi de sembolize edebilir. Temizliği ve saflığı çağrıştırdığı için hem su ambalajlarında hem de temizlik ürünlerinin ambalajlarında sıklıkla tercih edilir.

Yeşil: Yeşil, mavi ve sarının birleşiminden oluşur ve her iki rengin özelliklerinin ahenkli bir birlikteliğini bünyesinde barındırır (Uçar, 2004, s.56). Doğanın, bitkilerin, barışın, huzurun, canlılığın, sağlığın, olumlu düşüncenin rengidir.

Mor: Ruh, asaleti, hayal gücünü, karmaşıklığı, gizemi, deliliği ve aşırılığı simgeler. Birçok toplumda feminen bir renk olduğu düşünülmektedir.

Turuncu: Yaratıcılığı, enerjiyi, hareketi ve eğlenceyi ifade eder. Görünürlüğü kolaylaştırdığı için kask, can yeleği, işçi tulumu gibi materyallerde özellikle kullanılmaktadır.

Ortak uzlaşıda genel olarak bu şekilde kabul gören renklerin, kültürden kültüre farklılık gösteren anlamları da olabilmektedir. Örneğin matem rengi olarak bazı toplumlar siyahı, bazıları da beyazı kullanmaktadırlar: Doğu'da matem rengi beyaz, Batı'da siyahtır (Uçar, 2004, s.49).

Renklerin, ortak uzlaşıda sahip oldukları anlamlar dışında, izleyici üzerinde algıya bağlı olarak değişen etkileri vardır. Bu da onları güçlü birer ileti aracısına dönüştürür.

2.2. GÖRSEL ÖĞE KULLANIMIYLA SAĞLANAN MEKAN ALGISI

Algısal süreç, algıya etki eden uyaranlara bağlı veri aktarımı ve bu verilerin değerlendirilmesi sürecidir. Kendi içinde de bazı aşamalara ayrılmaktadır.

Algısal süreç nesnel uyaranların duyumsanmasını içeren “fizyolojik süreç”leri ve bu duyumsama sonucu oluşan bilişsel girdilerin yorumlanma, anlamlandırılması gibi işlemleri kapsayan “bilişsel süreç”leri içeren iki aşamalı bir yapı göstermektedir...

...Birincil hisler fizyolojik sürece dahildir ve tamamıyla biçim ve renk tarafından oluşturulur. Bunlar insanlık için sabittir ve evrenseldir. Bilişsel süreçte ortaya konan ikincil hisler ise kişisel katılıma ve kültürel geçmişe bağlı olarak değişir. İkincil hisler kişiseldir, evrensel değildir ve onlar son

derece çeşitli ve değişkendir. Böylelikle algı-biliş sürecinde insan mekanla ilişki kurduğunda öncelikle onun en somut, pragmatik boyutuna ulaşır ve bu somutluk deneyimle soyutlaşır. Fizyolojik süreç içindeki subjektif olgular herkes için genellenebilirken, bilişsel süreç içindeki subjektif olgular çok daha kişisel özellik göstermektedir (Başkaya ve diğerleri, 2003, s.79).

Görsel algılama; görme yoluyla elde edilen verilerin, kişinin sahip olduğu ya da algıladığı diğer birikimlerle birlikte değerlendirilerek algılanması olarak nitelenebilir. Diğer bir ifadeyle, görsel algılama; görme duyusunun beyne ilettiği verilerin, deneyimler ve çevresel değişkenler çerçevesinde değerlendirilip, anlam kazanmasıdır. Görsel algılamaya etki eden birçok etmen vardır. Nesnelerin formları, konumları, boyutları ve ışığı yansıtma oranları gibi fiziksel etmenlerin yanı sıra; kişinin deneyimleri, bilgi birikimi, eğitim seviyesi, içinde yaşadığı kültür de algılama sürecinde önemli rol oynamaktadır. Dolayısıyla her kişinin algılama biçimi diğerinden farklı olabilir. Ancak ortak uzlaşım noktaları ya da öğrenilmiş refleksle dayalı algılama biçimleri, nesnenin benzer biçimlerde algılanmasını sağlayabilir.

Algıya etki edebilecek, onu uyarabilecek nesnenin ya da olgunun çevresel koşullardan en az düzeyde etkilenir ve kendi başına farklılık yaratabilir durumda olması da onun fark edilebilirliğini arttıracaktır. Nesneyi ya da olguyu oluşturan bileşenlerin birbiriyle uyumlu olabilmesi ve bir araya geldiklerinde aynı bütüne hizmet edebilir oluşları önem kazanmaktadır. Bir algısal örüntü, ne denli örgütlü ise ve çevresinden ne denli açıkça farklılaşıyorsa, kolaylıkla tanınma şansı da o denli artar (Arnheim, 2007, s.45).

1920'lerde Alman ve Avusturyalı psikologların ortaya attıkları "Gestalt" kavramı, temelde insan gözünün görsel deneyimleri nasıl organize edip algıladığını araştırır (Uçar, 2004, s.65). Gestalt Teorisi'nin tasarımcıları ilgilendiren tarafı, Gestalt'ın görsel algı üzerine araştırmalarıdır. Özellikle de parçalar ve görsel deneyimin bütünü arasındaki ilişkiyle ilgilenmektedirler (Saw, 2000). Teoriye göre görsel bir imaj, onu oluşturan parçaların bütün olarak algılanması sonucu anlam kazanmaktadır; ancak parçalar kendi başlarına da anlamlıdır.

Karmaşık bir nesne, gerçekte basit nesnelerin beyin tarafından bir araya getirilerek tek bir birim gibi algılandığı bir gruptur. Bir yüz; gözler, kulaklar, burun, ağız, vb.den oluşmuş bir derlemedir. Bir parçası şapka ya da güneş gözlüğü ile gizlenmiş olsa bile tanıdık bir yüzü bilirsiniz. Eğer kayda değer parçalar görünüyorsa, beyniniz kalan kısımları tamamlayacaktır (Saw, 2000).

Kuramdan hareketle iç mekanda, mekanın temasına uygun olarak tasarlanan görsel öğelerin, mekanla bütünlük sağlamaları gerekirken; aynı zamanda da kendi başlarına anlam ifade etmeleri gerektiği ortaya çıkmaktadır. İzleyicinin tasarlanan mekan temasını algılama süreci de aynı şekilde ilerlemektedir. Bütünü algılayan izleyici, bütüne ait parçalara indiğinde onlara da kendi deneyimlerine ve birikimlerine dayalı olarak anlam yükleyecektir. Bu sayede mekanın, izleyici tarafından, tasarımcının planlandığı şekilde algılanma oranı artacaktır. Bir algısal örüntü, ne denli örgütlü ise ve çevresinden ne denli açıkça farklılaşıyorsa, kolaylıkla tanınma şansı da o denli artar (Arnheim, 2007: 45).

Tematik mekan tasarımında görsel öğe kullanımının mekansal algıya yaptığı etkiler, 1900'lerin ortalarında tasarımcıların büyük duvar görsellerini hayata geçirmeleriyle ön plana çıkmaya başlamıştır.

1960'larda, büyük boyutlu çevre grafiklerinin mimariye uygulanması "Art Concret" ve "Uluslararası Tipografik Stil"ın temel kavramlarını yaygınlaştırmıştır. Canlı renklerle uygulanan büyük geometrik biçimler, dev Helvetica harf karakterleri (613) ve duvarları kaplayan, döşemeden tavana kadar uzanan devasa piktografılardan oluşan bu yeni yaklaşıma popüler bir isim verildi: "Süpergrafikler" (614). Bu grafikler kullanıldıkları mimari ortamdaki boyut seçimleriyle, mekanı optik olarak geniş veya dar gösterebilmekteydi. Tasarımcılar, kasvetli mimari kurumları renklendirmek, sonsuz koridorların perspektifini kısaltmak veya değiştirmek ve inşa edilmiş çevreye renk ve canlılık getirmek üzere biçimler yaratırken (615), dekoratif olduğu kadar psikolojik değerlere de başvurmaktaydılar (Bektaş, 1992, s.229).

Dan Reisinger'ın 1970 yılında Tel Aviv sahil şeridinde uyguladığı süpergrafikler (Bkz: Görüntü 22), Armin Hofmann'ın Disentis Din Okulu için tasarladığı

tipografik duvar rölyefi ve Stuart Gengling'in bir binanın duvarına yaptığı 50 metre boyundaki dev fermuar gibi örnekler, büyük boyutlu grafik tasarımların mekan algısına etkileri açısından önemli örneklerdir.



Görüntü 22: Dan Reisinger tarafından tasarlanmış Tel Aviv sahil şeridi grafiği.

(<http://www.danreisinger.com>)

Süpergrafiklerin, mekandan ayrı bir öge olarak değil, mekana ait ve mekan algısına etki eden bir parça olarak algılanması, bu alandaki çalışmaların gelişerek devam etmesini sağlamıştır. Tasarımın form, renk ve kompozisyon gibi bileşenleriyle algıda yarattığı etkiyi fark eden tasarımcılar, bu güçlü etkiyi temaya hizmet eden bir öge olarak kullanmaya devam etmişlerdir.

Mekanın temaya uygun bir bütün olarak algılandığı tematik mekan tasarımına verilebilecek ilginç örneklerden biri Kopenhag'da bulunan Hotel Fox'tur. Proje, Volkswagen firmasının piyasaya sürdüğü Fox 21 modelinin tanıtımını yapmak için Kopenhag'da bulunan Fox Otel'in uluslar arası sanatçıların tasarımlarıyla farklı bir kimliğe bürünmesini sağlamasıyla ortaya çıkmıştır. Şehrin merkezinde

bulunan otelin 61 odası, grafik tasarım, kentsel sanat ve illüstrasyon gibi farklı alanlarda başarılı sanatçılar tarafından tasarlanmış ve 61 odanın her biri eşsiz birer kimlik kazanmıştır (<http://www.hotelfox.dk/>).

“Sleep Seasons” isimli odanın tasarımcısı Rinzen (Bkz: Görüntü 23), tasarımını yaparken “Kış uykusu” kavramından ilham aldığını belirtmiştir. Akıp giden zamana rağmen, çevredeki her türlü olgudan habersiz biçimde uyumaya devam eden hayvanlardan etkilendiğini ve tasarımını bu çerçevede gerçekleştirdiğini söylemiştir (<http://www.hotelfox.dk/rooms/121.html>).



Görüntü 23: Hotel Fox'ta “Sleep Seasons” isimli 121 numaralı oda.
(<http://www.hotelfox.dk/rooms/121.html>)

Rinzen'in tasarımında, odanın içinde illüstrasyon tekniğiyle küçük bir orman yarattığı ve mekandaki mobilyaların da bu temaya uygun parçalar olduğu görülmektedir. Çadır biçimindeki yatak ve yine temaya uygun bir tasarıma sahip olan perde de tasarımı desteklemektedir. Ayrı ayrı parçalar olarak değerlendirildiklerinde kendi başlarına da anlamlıken, bir araya geldiklerinde ortak bir temanın uyumlu parçaları olarak yer almaktadırlar. Bununla birlikte

duvara uygulanan illüstrasyonda yarattığı çeşitlilik ve hareketlilik de “orman” temasıyla örtüşür niteliktedir.

Hotel Fox’un “Imataca” isimli 115 numaralı odasını tasarlayan Masa (Bkz: Görüntü 24) ise Caracas’taki evinin yatak odasından gördüğü manzara ve duyduğu seslerden ilham aldığını söylemiştir ve tasarımını yaparken neyi hedeflediğini şöyle özetlemiştir:

Bir apartman katında yaşıyorum ama dışarıda bir orman ve yeşil tepeler var. Doğal bir çevrenin özgürlüğü ve tazeliği korunup bir otel odasına getirilmiş oldu. Konuklar, geceleri yaşayan formların canlandığı, yeşil organik formların ‘yağmur ormanı’ ambiyansı ile kentsel çevreyi kamufle ettiği bir ortamda rahatlamış hissedecekler (<http://www.hotelfox.dk/rooms/115.html>)

Masa’nın tasarladığı bu odaya bakıldığında, mobilyalarda kentsel yaşama özgü keskin geometrik formlar görülmektedir. Ancak illüstrasyon tekniğiyle tasarladığı görseller, odaya saklı bir doğa parçası izlenimi vermekte; formların yumuşaklığı ve akışkanlığı aynı doğadaki gibi çevresel olarak mekanı kaplamaktadır. Yeşilin tonlarıyla da desteklenen tazelik ve doğallık kavramları, yumuşak ve dinlendirici görünen bir atmosfer yakalanmasına yardımcı olmuştur. Aynı zamanda zeminde kullanılan koyu yeşil renk ile tavanda kullanılan beyaz renk ise küçük olan odanın biraz daha büyük ve derin algılanmasını sağlamaktadır.



Görüntü 24: Hotel Fox'ta "Imataca" isimli 115 numaralı oda.

(<http://www.hotelfox.dk/rooms/115.html>)

Mekan algısına etki eden etmenlerden biri de mekanın boyutlarının olduğundan farklı algılanmasına neden olabilen uygulamalardır. Bu uygulamalar, mekanın derinliğini, büyüklüğünü ya da formunu izleyiciye farklı biçimlerde sunabilen uygulamalardır. Kimi zaman küçük bir odayı daha büyük göstermek ya da işlevselliğe katkıda bulunmak için; kimi zaman da izleyiciye yan anlamlar sunabilmek için de bu uygulamalardan yararlanılabilir. Görsel öge tasarımı iç

mekanda kullanılırken, tasarlanan temaya uygun olmasının yanı sıra, istenildiği şekilde algıya etki etmesi de planlanmaktadır.

Merkezi Hindistan'da bulunan Kanser Hastalarına Yardım Derneği'nin (CPAA - Cancer Patients Aid Association - <http://www.cpaaindia.org>) sigara karşıtı kampanyası için Everest Brand Solution firmasının hazırladığı (www.ineverest.com) görsel, hem tematik yaklaşıma hem de buna paralel tasarlanan görsel öge kavramına verilebilecek ilginç bir örnektir (Bkz: Görüntü 25).



Görüntü 25: Kanser Hastalarına Yardım Derneği'nin (CPAA - Cancer Patients Aid Association) sigara karşıtı kampanyası için tasarlanan tavan görseli.
(<http://www.cpaaindia.org/aboutus/awards.htm>)

Firmanın sigara içenler için ayrılmış odanın tavanında kullandığı görsel, bir fotografik uygulamadır. Bir din görevlisi ve etrafında toplanan kederli insanların aşağıdan çekilmiş görüntüsü, fotoğrafın bir mezarın içinden çekildiği izlenimini vermektedir. Ölmüş olan kişinin gözlerinden, yukarıdakilerin ya da diğer bir deyişle yaşayanların görüntülerinin verilmesi, ölüm kavramına gönderme yapmaktadır. Bu sayede sigara içmek için odaya giren kişi, tavana baktığında bu görüntüyle karşılaşmakta ve sigara içmeye devam ettiği takdirde ölebileceği fikriyle karşı karşıya bırakılmaktadır. “Sigara karşıtı” temasının işlendiği bu görsel aynı zamanda yarattığı derinlik hissiyle de mekan algısına etki etmektedir.

Lars Stroschen'in Propeller Island Oteli'nin bir odası için yaptığı tasarım (Bkz: Görüntü 26), 300 farklı piktogramlardan oluşan ve kare formlu ahşap plakalarla hem duvar üzerine hem de odadaki diğer mobilyaların üzerine uygulanmış bir tasarımdır. Piktogramların belirli bir mesaj vermekten ziyade ayrı ayrı figürleri simgeliyor oluşu ve hepsinin gelişigüzel bir yerleştirmeye uygulanışı, odaya bir karmaşa havasının hakim olmasına neden olmuştur. Piktogramların yarattığı imgesel karmaşa mekanın derinlik kavramının kaybolmasını sağlamıştır.



Görüntü 26: Lars Stroschen'in Propeller Island Oteli'nin bir odası için yaptığı tasarım.

(http://www.propeller-island.com/rooms_neu/room_detail/02/index.php)

Görsel öge kullanımı, temayla bütünlük oluşturmaya ve mekansal algıya etki etmesi nedeniyle iletinin etkisini de arttırmaktadır.

2.3. GÖRSEL ÖGE KULLANIMININ İŞLEVE ETKİSİ

Mekan için planlanan temaya uygun görsel öğelerin temayı, iletiyi güçlendirmesi ve mekan algısına etki etmesi dışında, önem kazandıkları bir diğer nokta da işleve yaptığı etkilerdir. Bu noktada mekana ait dekoratif malzeme, mobilya ve diğer ünitelerle sağladığı işbirliği, işleve yaptığı etki üzerinde belirleyici rol oynamaktadır. Önceki bölümde belirtildiği üzere, görsel öğenin mekan algısına yaptığı etkiler, bazı noktalarda işleve yönelik olarak da değerlendirilebilir. Yönlendirme ya da bilgilendirme amaçlı olarak tasarlanan iç mekan grafikleri bu işlevlerinin yanı sıra; dar mekanları daha geniş ve ferah gösterebilmek, geniş mekanları bölmelere ayırabilmek ya da mekanın aydınlatmasına katkıda bulunabilmek amaçlı olarak da kullanılabilirler.

Commerce Color firmasının, motosikletin tarihçesinin ve geçirdiği evrimin sergilendiği “The History of Motorcycle” isimli sergiye ev sahipliği yapan Missouri’deki The Moto Museum için tasarladığı büyük boyutlu bölme aparatları, görsel öge kullanımının işleve etkisini gösteren örneklerden biridir. 100 motosikletin sergilendiği sergi alanını düzenleyebilmek için vinil malzemeden büyük boyutlu bölme aparatları yapılmış, bu aparatlar sayesinde motosikletler belirli sınıflara ayrılmış ve ziyaretçilerin sergiyi izlemeleri kolaylaştırılmıştır. Aynı zamanda motosikletlerin gruplara ayrılabilmesi de bu görseller sayesinde olanaklı olmuştur. Görseller mekanın genişliğine uygun olarak büyük formları belirli bir estetik kaygı gözeterek yapısında barındırırken, bir yandan da içeriği ile de işleve destek olmaktadır (Bkz: Görüntü 27). Sadece bölme aparatı olarak değil, bilgilendirme amaçlı olarak da bu görsellerden yararlanılmıştır.



Görüntü 27: Commerce Color firması tarafından Missouri’de bulunan The Moto Museum için tasarlanan bölme aparatı. (<http://www.commercecolor.com/products/Specialty-Graphics>)

Bir diğer örnek de Bodrum’da bulunan Kuum Hotel için tasarlanan iç mekan grafikleridir. Mimar Gökhan Avcıoğlu'nun tasarlayıp hayata geçirdiği; Çağlayan Tual'in iç mimarisini üstlendiği Bodrum Kuum Hotel Projesi'nde (Bkz: Görüntü 28, 29, 30) Balina Tasarım Ofisi de Aslı Kuriş ile birlikte otel odaları için iç mekan grafiklerini tasarlamış ve uygulamıştır (<http://www.balina.com.tr>).



Görüntü 28: Balina Tasarım Ofisi tarafından Bodrum Kuum Otel için tasarlanan iç mekan grafikleri. (<http://www.kuumhotel.com>)



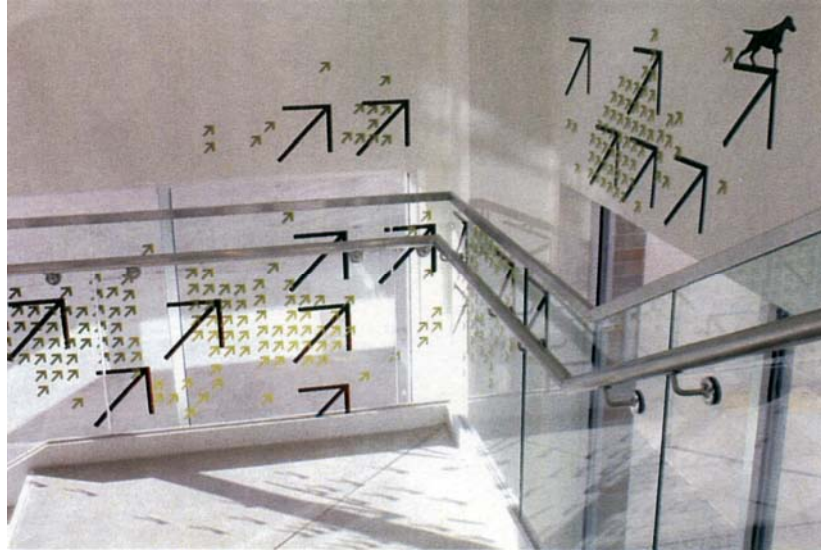
Görüntü 29: Balina Tasarım Ofisi tarafından Bodrum Kuum Otel için tasarlanan iç mekan grafikleri. (<http://www.kuumhotel.com>)



Görüntü 30: Balina Tasarım Ofisi tarafından Bodrum Kuum Otel için tasarlanan iç mekan grafikleri. (<http://www.kuumhotel.com>)

Şeffaf bölme aparatlarıyla banyo ile yatak odası ayrılmış; böylece iç mekan daraltılmadan işlevsellik sağlanmıştır.

Görsel öğeler yönlendirme ve bilgilendirme amaçlı olarak da kullanılmaktadır. Tha Lab at Belmar Tasarım Ofisi'nin Tribute World Trade Center için tasarladığı görseller (Bkz: Görüntü 31, 32), dekoratif olmalarının yanı sıra konukların bina içinde yönlerini kolaylıkla bulabilmeleri için tasarlanmıştır ("Space and Information", 2008, s.89).



Görüntü 31: Tha Lab at Belmar Tasarım Ofisi'nin Tribute World Trade Center için tasarladığı yönlendirme grafikleri.



Görüntü 32: Tha Lab at Belmar Tasarım Ofisi'nin Tribute World Trade Center için tasarladığı yönlendirme grafikleri.

Yönlendirme ve bilgilendirme amaçlı olarak kullanılan grafiklere verilebilecek örneklerden biri de L2M3 Kommunikationsdesign firmasının Kreissparkasse Ludwigsburg için tasarladığı yönlendirme grafikleridir (Showroom: European Design Awards, 2008). L2M3 Kommunikationsdesign, bu yönlendirme

grafiklerini tasarlarken optik yanılsamadan faydalanmış ve belirli bir açıdan bakıldığında anlaşılabilen büyük boyutlu harflerle sayıları kullanmıştır (Bkz: Görüntü 33, 34, 35). Bu sayede ziyaretçileri yönlendirmek için fazladan bir yönlendirme arabirimine gerek kalmamış; duvar üzerine uygulanan grafikler sayesinde ziyaretçilere hangi katta oldukları bilgisi verilebilmiştir.



Görüntü 33: L2M3 Kommunikationsdesign firması tarafından Kreissparkasse Ludwigsburg için tasarlanan yönlendirme grafikleri



Görüntü 34: L2M3 Kommunikationsdesign firması tarafından Kreissparkasse Ludwigsburg için tasarlanan yönlendirme grafikleri.



Görüntü 35: L2M3 Kommunikationsdesign firması tarafından Kreissparkasse Ludwigsburg için tasarlanan yönlendirme grafikleri.

Ariel Aguilera ile Andrea Benyi isimli iki tasarımcının oluşturduğu “Pandarosa” grubu 2007’de Melbourne’de düzenlenen Rich Text Sergisi için duvar görselleri tasarlamışlardır. Bu görsellerin bir kısmı sergi alanının duvarlarını kaplamakta ve dekor işlevi görmektedir. Görsellerinin bazıları konukları bilgilendirme amaçlıdır: Giriş kısmında yer alan tasarım, serginin ismini ve bazı detay bilgileri içermektedir (Bkz: Görüntü 36).



Görüntü 36: Pandarosa tarafından Rich Text grup sergisi için tasarlanan bilgilendirme ve yönlendirme grafiği. (<http://www.pandarosa.net>)

Verilen örnekler incelendiğinde, mekanın temasına uygun görsel öge tasarımının birçok noktada işleve etki ettiği görülmektedir. Kimi zaman bilgilendirme ve yönlendirme birimlerinin işlevini yerine getirecek şekilde tasarlanmışlar; kimi zaman büyük mekanları küçük ve işlevsel bölmelere ayırabilmek için kullanılmışlar; kimi zaman da izleyicinin algısına etki ederek mekanda farklılık yaratmışlardır.

3. TEMATİK MEKAN DÜZENLEMELERİNDE GÖRSEL ÖĞE KULLANIMI

Mekan düzenlemesinde görsel öğe kullanımı, mekanın fiziksel koşullarına ve mekanı kullanacak kişi ya da kurumun tercihlerine bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Temaya uygun görsel öğenin tasarlanması ve üretilmesi sürecine geçilmeden önce, kullanılacak grafik dil belirlenmelidir. Seçilen grafik dil, temanın yansıtılmasında ve iletinin aktarılmasında etkin rol üstlenmektedir.

3.1. İLLÜSTRATİF UYGULAMALAR

İlk çağlarda insanlar yaşamlarını mağara duvarlarına resimleyerek, hem kendilerinden iz bırakmak hem de yaşananları belgelemek istemişlerdir. Yazının bulunmasının ardından hızla gelişmeye başlayan iletişim teknolojileri sayesinde ileti araçları çoğalmıştır. Önceleri sadece iletiyi vermek amaçlı olarak kullanılan illüstrasyon, daha sonraları süsleme amaçlı olarak da kullanılmaya başlanmıştır. Kitap içi süslemelerde, afişlerde, diğer basılı materyallerde yoğunlukla kullanılırken; zamanla iç ve dış mekan tasarımında da yer almıştır.

İllüstrasyon, kişiye ya da kuruma özel mekan düzenlemelerinde kullanılmak üzere tasarlanan grafik ürünler incelendiğinde, hazır malzemelere oranla çok daha fazla seçeneğin yaratılmasına olanak tanımaktadır. İllüstrasyonun diğer tekniklere oranla daha fazla seçenek sunmasının nedeni, tasarımın tamamen tasarımcının hayal gücüne dayanmasıdır. Planlanan temaya uygun bir biçimde ve tasarımcının yaratım gücüne bağlı olarak sonsuz sayıda seçenek yaratılabilir. Fotoğrafçılığın gerçeküstü ve güçlü duygusal görüntüleri yaratma imkanı olmasına rağmen illüstrasyon hala daha esnektir. Saf hayalden görüntüler çıkarma kapasitesine sahiptir (Arntson, 1998, s.156). Fotoğraf ve yazılı metinler belirli bir gerçeklik sınırı içinde iletiyi verirken, illüstrasyon bu konuda çok daha özgür hareket edebilmektedir. İllüstrasyon yazılı metnin sınırlarını aşma yetisine sahiptir (Use of Illustration, 2002).

İllüstrasyonun mekan düzenlemelerinde tercih edilme nedenlerinden bir diğeri de tamamen kişiye ya da kuruma özel tasarlandığı için özgün olma niteliğidir. Uygulama sırasında yararlanılan teknik ne olursa olsun, tasarım özgün olacaktır. Ayrıca kişinin ya da kurumun vermek istediğı iletiyi ya da sergilemek istediğı imgeyi yansıtabilmesi açısından da tercih edilmektedir. Son yıllarda butik oteller iç mekan düzenlemelerinde illüstrasyon ağırlıklı görselleri kullanmaktadırlar. Bunun nedenlerinden biri, mekan düzenlemesinin benzersiz olmasını sağlamak; diğeri de konuklarına özel oldukları, özel bir mekanda kaldıkları hissini verebilmektir (Bkz: Görüntü 37).



Görüntü 37: Blik Tasarım Ofisi tarafından California'da bulunan Hotel Erwin için yapılan illüstrasyon. (<http://www.whatisblik.com/blog/customize/hotel-erwin>)

İllüstrasyon, benzer nedenlerle kişiye özel mekanlarda da sıklıkla kullanılmaktadır (Bkz: Görüntü 38).



Görüntü 38: E-Glue firması tarafından yapılan illüstrasyon çalışması.

(http://www.behance.net/e_glue)

3.2. FOTOĞRAF UYGULAMALARI

Teknolojik gelişmeler, olanakların sınırlarını olabildiğince genişletmekte ve tasarımcıların çalışmalarını kolaylaştırarak yaratıcılığın önünü açmaktadır. Fotoğraf makinasının bulunuşu ve teknolojik gelişimi de 19. yüzyıldan itibaren tasarıma ve sanata farklı bakış açıları kazandırmış; biçim, anlatım ve estetik değerler yeni yorumlar kazanmıştır. Belgeleme amaçlı kullanılacağı düşünülen fotoğraf, zamanla illüstrasyonun ve resimin üstlendiği bilgilendirme görevini de önemli ölçüde üzerine alarak toplumsal belleğin oluşmasında da etkin olmaya başlamıştır. Fotoğrafın çoğaltılabilir olması, belgeleme özelliğinin yanında, iletiyi daha geniş bir kitleye ulaştırabilme olanağı da sağlamaktadır.

Fotoğraf, tekniklerinin ve ekipmanlarının teknolojik gelişimi sonucu ortaya çıkan deneysel çalışmalar ve belgeleme niteliğinin yanında sanatsal açıdan da

değerlendirilebileceğinin fark edilmesiyle birlikte, yeni bir anlatım dili olarak da sanatın içindeki yerini almaya başlamıştır. Fotoğraf sanatçısı çekeceği her kare fotoğrafı kurgulayabilmekte ve kendi yorumunu katabilmektedir. Fotoğrafın, esnek bir yapıya sahip oluşu, yönlendirilebilir / kurgulanabilir bir ileti aracı olmasını da sağlamaktadır.

Fotoğraf zamanın olduğu kadar boşluğun da bir dilimidir. Fotografik görüntülerle yönetilen bir dünyada tüm sınırlar ("çerçeveleme") keyfidir sanki. Herhangi bir şey, herhangi başka bir şeyden ayrılabilir, kesintili hale getirilebilir: Bunun için gerekli olan tek şey, konuyu farklı biçimde çerçevelemektir (Sontag, 1993, s.36).

Resim sanatının mekan düzenlemelerinde sahip olduğu özel yer, farklı anlatımlara ve uygulamalara açık yapısı nedeniyle fotoğrafın da benzer bir yere sahip olmasını sağlamıştır. Çerçevenenerek iç mekan düzenlemelerinde dekoratif öğe olarak kullanılmaya başlanmasının ardından, gelişen büyük format baskı olanaklarıyla mekan düzenlemesinin bir parçası olmaya başlamıştır (Bkz: Görüntü 39).



Görüntü 39: Teo Jasmin'e ait fotoğraf çalışmaları.

(<http://www.greatinteriordesign.com/wp-content/uploads/2009/06/ethnique-jungle-tribal-wall-photo-by-teo-jasmin.jpg>)

Fotoğrafın mekan düzenlemelerinde tercih edilir olmasının nedenlerinden biri kurgulanabilir olmasıdır. Fotoğraflanan her kare, aktardığı hikaye ve nesnelerin simgelediği olgular nedeniyle anlamsal zenginliğe sahiptir. Kurgulanan bir fotoğrafta, onu kurgulayan sanatçı bu anlamsal zenginliği nasıl yönlendireceğine ve aktaracağına karar vermektedir. Fotoğraf, yer alacağı mekan için özel olarak tasarlanmakta / kurgulanmakta ve simgelediği tek bir "an" ile mekan imgesini vurgulayan açık bir anlam içerebilmektedir. Yanı sıra izleyicinin, kendi birikimleri ve deneyimleri çerçevesinde, fotoğrafın yansıttığı o tek "an"ı farklı yorumlaması da olanaklıdır. Tasarımcının yansıttığı kavramın dışında, izleyicinin bireysel farkındalığını harekete geçiriyor olması, durağan görüntüleri yansıtmasına rağmen, fotoğrafın mekansal algıya değişken bir öge gibi etki edebildiğini göstermektedir. Kimi zaman mekanda küçük bir alanı kimi zaman da boyulu boyunca bir duvarı kaplayabilen fotoğraf, bazı noktalarda izleyicinin mekan algısını yönlendirmektedir. Fotoğraf, mekansal imgeye vurgu yapabilmekte ya da tek başına imgeyi oluşturabilmektedir.



Görüntü 40: Flash Photobition tarafından Balencea Display Suite için yapılan sergileme odası uygulaması – Vinil üzerine fotoğraf baskı. (<http://www.flash.com.au/displaysuites.php>)

Farklı mekanlarda, mekan düzenlemesinin ihtiyaç duyduğu yardımcı elemanlardan biri olan fotoğraf, verdiği gerçeklik duygusu nedeniyle de mekanın algılanmasında etkin rol üstlenmektedir. Özellikle ferah ve rahat gösterilmek istenen mekanlarda kullanılan ve derinlik etkisi veren büyük boy fotoğraflar, mekanın genişlik algısına etki edebilmektedir (Bkz: Görüntü 41).



Görüntü 41: Little Chef restoranı için Praline tasarım ofisi tarafından tasarlanan tavan görseli.
(<http://www.eatmedaily.com/2009/02/little-chef-graphic-and-interior-redesign>)

Mekansal imgenin bir parçası olarak kullanıldıkları yerlerde, izleyicinin algısını başka yönler çekmeyecek kadar net ve dolaysız fotoğraflar tercih edilmektedir. Böylece ileti doğrudan verilmekte ve izleyicinin yorum yapmasına olanak tanınmamaktadır. Özellikle firmaların sergi salonlarında, müzelerde, galerilerde bu tür bilgilendirme amaçlı fotoğraflar kullanılabilmektedir (Bkz: Görüntü 42).



Görüntü 42: Universal Graphics tarafından Ford için hazırlanan duvar görselleri.
(<http://www.uni-graphics.com/images/portfolio/InteriorExterior-Ford.jpg>)

Akar görüntülerin izleyici üzerinde yarattığı güçlü ve etkili mesaj bombardımanına rağmen, fotoğraf gösterdiği tek bir 'an'la etkisini korumaya devam etmektedir. Fotoğraflar bir akış değil, ancak gerçek birer zaman dilimi oldukları için hareketli görüntülerden daha fazla akılda kalırlar (Sontag, 1993, s.32).

3.3. FOTOĞRAFİK UYGULAMALAR

Fotoğraf sanatı konusunda kaydedilen ilerleme, teknolojik ilerleme ile birleşerek yeni anlatım dillerini ortaya çıkarmıştır. Böylece fotoğraf, sadece görünenin aktarılması olarak algılanmak yerine, gelişmeye devam eden bilgisayar teknolojilerinin de sayesinde yeni ve kavramsal bir anlatım diline sahip olmuştur.

Fotoğrafta uygulanan teknik, estetik ve ideolojik amaçlı müdahale yöntemleri fotoğrafın kendine özgü dilinin oluşmasını sağlamış ve anlatım olanaklarının sınırsızlığının farkına varılmıştır. Günümüzün teknik olanaklarıyla da fotoğrafa müdahale anlayışı yeni bir boyut kazanmıştır. Elektroniğin gelişmesi bilgisayar teknolojisini yaratmıştır. Bilgisayarların sağladığı olanaklarla ortaya çıkan sayısal (dijital) fotoğrafik dil, yeni anlatım olanakları kazanmış ve fotoğrafta farklı estetik arayışlar zorunlu hale gelmiştir (Özdemir, t.y.) (<http://www.beyhanozdemir.com/showarticle.asp?article=18>).

Bu sürecin sonunda ortaya çıkan “fotografik” terimi, belirli bir kavram ve kompozisyona bağlı olarak oluşturulan fotoğraf ya da görüntü işleme (Photomanipulation) tekniğiyle üretilen grafik ürünler için kullanılan terimdir. Analog ya da sayısal ortamda fotoğrafa müdahale edilerek üretilen fotografik ürünler; fotoğrafın gerçekçiliğine tasarımcının yorumunu katan, kimi zaman belirli bir kavram çerçevesinde kurgulanan, gerçekçi ya da gerçeküstü imgeleri kullanan görsellerdir.



Görüntü 43: Man Ray'in “Le Violon d'Ingres” isimli çalışması, 1924. (Stepan, 2005, s.26)

İllüstrasyonda olduğu gibi, fotografik çalışmalarda da ortaya çıkan tasarım, özgün bir ürün olmaktadır.



Görüntü 44: Erwin Olaf'ın Lacroix için hazırladığı fotografik çalışması.
(<http://www.erwinolaf.com>)

3.4. DUVAR RESİMLEMELERİ VE PANOLAR

Mekan düzenlemesinde kullanılan görsel öğelerden biri de duvar resimlemeleridir. Hazır desenlerin ve duvar kağıtlarının yaygınlaşmaya başladığı dönemin öncesinde duvar üzerine boyama yapılarak oluşturulan bu resimlemeler, günümüzde de daha çağdaş yorumlarla kullanılmaya devam etmektedir. Cass'a (1988) göre duvar resmi, belirli bir alan için içinde yaşadığımız mekanı genişletme amaçlı dekoratif bir çalışmadır. En güzel halinde ise mimarinin bir devamı olmalıdır.



Görüntü 45: İç mekana uygulanmış resimleme örneği. (<http://thecontaminated.com/cool-wall-painting>)

Duvar resimleri mekanı farklı algılatmak ya da temaya vurgu yapmak için kullanılabilir. Mekan düzenlemesinin gerektirdiği biçimlerde tasarlanan duvar resimleri, kimi zaman soyut bir betimlemeden oluşan panolar halinde de kullanılabilir. Bunun en iyi örneklerden biri, Grafik Tasarımcı Mengü Ertel'in İslamabad'da bulunan Şah Faysal Camii için yaptığı duvar panolarıdır. Pakistan'ın İslamabad kentinde bulunan camiinin projesi, o dönemde açılan yarışmayı kazanan Vedat Dalokay tarafından çizilmiştir. Şah Faysal Camii, alışılmış cami mimarisinden farklı çizgilere sahiptir. İslam inancına paralel olarak kubbe kullanılan klasik cami mimarisinden farklı olarak, Vedat Dalokay

projesinde caminin önünde konumlandığı yer olan Mangala Dağları'nın yapısına paralel bir görüntü elde etmek üzere piramit formunu benimsemiştir. Kral Faysal Cami'nin iç mekanında da, camilerin insan üzerinde bıraktığı gözlemlenen hüzünlü havadan kaçınılmasıyla, Tanrı sevgisi ve yaşam sevinci vurgulamak amaçlanmış.(Mimarizm, 2008)

Vedat Dalokay, “Thoughts on Faisal Mesjid” başlıklı yayınlanmamış makalesinde projesini anlatırken

Şah Faysal Camii'nin tasarımındaki ana tema 'yaşama sevinci'dir. Belki de bu Moğol ve Osmanlı camilerine aşinalığının bir sonucudur. Bu camilerde iç mekan bana görkemin ve neşeli ilahilerin bir ifadesi gibi gelir. Ben bu sevinci mekan, ışık, su hava ve renkle ifade ettim (Naz, 2005, s.59).

demektedir. Vedat Dalokay belirlediği temaya uygun tasarımını hayata geçirmiş ve ortaya özgün çizgilere sahip, modern bir mimari yapı çıkmıştır.



Görüntü 46: Vedat Dalokay'ın tasarladığı Şah Faysal Camii.
(<http://dic.academic.ru/dic.nsf/dewiki/427225>)

Bu modern mimari örneğinin iç mekan süslemelerinin de tasarımın ana fikrine uygun nitelikte süslemeler olması gerekmektedir. Süslemeler Mengü Ertel tarafından yapılmıştır. Mengü Ertel projesini şöyle açıklar:

... ‘Rahmet ve bereket’ ana fikrinden hareket edince, temelde geleneği bozmayacak ama çok daha yalın bir motif özelliği taşıyan ‘buğday başağı’ nı stilize ederek kullanmayı düşündüm. Ama bu kullanım, iki değil üç boyutlu, yani hacimli olacak ve İslam Mimarisi’nin en belirgin özelliklerinden biri olan mukarnas etkisini çağrıştıracaktı. Buğday başağının stilize edilmiş, hacimli görünümünü bir modül olarak benimseyerek, panonun bütününün bu modüllerden oluşması için genel bir kompozisyon tasarladım. 12 x 25 cm boyutlarındaki modül buğday motifi, panonun alt kısımlarında yeşil ve sarı renklerde kullanıldığı zaman buğday tarlası oluşturuyor, yukarı kısımda ise çeşitli mavilerin kullanımıyla aynı motif gökyüzü ve yağmuru anlatmaya yarıyordu...

...Tamamen özgün bir grafik tasarım olarak hazırladığım bu projede kırkbin kişinin karşısında kutsal bir amaçla saf tuttuğu bir duvarın bir engel değil, sonsuza açılan bir pencere niteliğinde olmasını amaçladım (Aktaran: Sarıkavak, 2005, s.143).



Görüntü 47: Mengü Ertel’in Şah Faysal Camii için tasarladığı duvar panoları
(www.menguertel.com)



Görüntü 48: Mengü Ertel'in Şah Faysal Camii için tasarladığı duvar panoları
(www.menguertel.com)



Görüntü 49: Mengü Ertel'in Şah Faysal Camii için tasarladığı duvar panoları
(www.menguertel.com)

Mengü Ertel'in bu çalışması, temanın mekan düzenlemesine yansıtılmasının önemli örneklerinden biridir. Mekanın temasına uygun olarak tasarlanmış bu panolarda da görüldüğü gibi, duvar resimleri ve panolar mekan düzenlemesini bütünleyen çalışmalar olabilmektedir.

3.5. HAZIR DESENLER

Tarihi M.S. 200'lü yıllara dayanan duvar kağıtları, kağıdın icadından, boyanarak duvarlara asılmasına kadar çok değişik evrelerden geçerek günümüze ulaşmıştır. Çinliler'in pirinçten ürettikleri kağıtları duvarlara yapıştırılmalarından, sipariş üzerine boyanarak duvarlara asılan kağıtlara kadar çeşitli biçimlerde kullanılarak 1500'lü yıllara kadar gelen duvar kağıdı, bu tarihten itibaren baskı tekniklerinin de devreye girmesiyle çeşitlilik kazanmaya başlamıştır.

1970'li yıllarda duvar kağıtlarının yaygınlaşmaya başlaması, tematik mekan düzenlemelerine farklı bir bakış açısıyla bakılmasını sağlamış ve tasarımcıların ellerindeki olanakların genişlemesine neden olmuştur. Baskı teknolojileri günümüzde sahip olduğumuz olanaklara henüz kavuşmamış olsa da tasarımcılar duvar kağıtlarını sadece bir kaplama aracı olarak değil, mekan dekoruna ait bir parça olarak sunmaya başlamışlardır. Birbirini tekrar eden desenler dışında, tematik tasarımlara da yer verilmeye başlanmıştır. Modernizm gereksiz ve abartılı süslemeleri hoş karşılamıyordu; bu yüzden bu dönem boyunca bu tarzdaki duvar kağıtları gözden düşmüştür. Ancak 20. yy sona erdikten ve kalıplaşmış ev dekorasyonu ile steril ofis ortamları aşıldıktan sonra, bazıları desenli duvarların romansını ve güzelliğini yeniden hatırlatmıştır (Schunck, t.y.).

Hazır desenler; birbirini tekrar eden dekoratif desenler, fotografik çalışmalar ya da illüstratif örnekler olarak gruplandırılabilir. Seri üretimi yapılan bu malzeme, kağıt, folyo ya da vinil gibi değişik baskı materyallerinin üzerine basılmaktadır.

Uygulanacak yüzeye göre değişkenlik gösteren malzemeler, kullanım ve uygulama kolaylığı da sağlayacak şekilde tasarlanmaktadır.



Görüntü 50: Mutfak tezgahının gövdesine kaplanmış hazır desen.

(<http://www.wallpaps.com/view/5014/1>)

Hazır desenler günümüzde büyük boy baskılar dışında, herkesin kolayca alıp uygulayabileceği boyutlarda yapıştırmalar / çıkartmalar olarak da üretilmektedir (Bkz: Görüntü 51). Seri üretim olarak basılabilmelerinin yanı sıra kişiye ya da kuruma özel tasarım olarak da üretilmektedirler.



Görüntü 51: Mira Entu tasarım ofisi tarafından tasarlanan duvar yapıştırması / çıkartması örneği. (www.miraentuinterior.com)

4. BASKI TEKNİKLERİ ve OLANAKLAR

Tematik mekan düzenlemelerinde yararlanılan grafik ürünlerin çok çeşitli ve gelişen teknolojiyi yakından takip eden uygulama olanakları vardır. Grafik tasarımcı, tasarımını bitirdiği andan itibaren, mekan için uygun olan teknik seçilerek uygulamaya gidilebilir. Uygun tekniğin seçilmesinde temel alınacak ölçüt, tasarımın planlandığı şekilde ortaya konabilmesidir. Görüntü kaybına uğratmayan, iletiye istenmeyen müdahalelerde bulunmayan, mekan düzenlemesinin temasına uygun etki bırakan teknik, o tasarımın uygulanması için doğru tekniktir.

Dijital baskı olanaklarının gelişmesiyle birlikte üretim ve uygulama konusunda tasarımcıların işi oldukça kolaylaşmıştır. Tasarımcının geleneksel yöntemlerle tasarladığı işin, tarayıcıdan geçirilerek bilgisayara aktarılmasıyla ya da zaten bilgisayar ortamında hazırlanmış olan bir tasarımın büyük boyutlarda baskı alabilen dijital baskı makinelerine aktarılmasıyla, uygun malzeme üzerine baskı alınması sağlanmaktadır. Geleneksel matbaa yöntemleriyle karşılaştırıldığında dijital baskı yöntemlerinin çok fazla olumlu yönü bulunmaktadır. Her şeyden önce matbaalarda belirli boyutlarla sınırlı kalan baskı, dijital baskı makineleri sayesinde çok daha büyük formatlara ulaşabilmektedir. Ayrıca dijital baskı teknolojisi sayesinde sadece kağıt üzerine değil, folyo, vinyl, duratrans, muşamba ve kumaş gibi malzemeler üzerine baskı alınabilmektedir. Dijital baskı teknolojisi hem tasarım hem de baskı için en uygun malzemenin seçilebilmesine olanak tanımaktadır.

4.1. BÜYÜK FORMAT BASKILAR

Büyük format baskılar geniş alanlarda kullanılacak grafik ürünler için tercih edilmektedir. Bir binada cepheyi ya da iç mekanda bütün bir duvarı kaplayabilen tasarımlar söz konusu olduğunda bu uygulamadan yararlanılır. Bu uygulamada, tasarım baskı makinesinin sağlayabileceğinden çok daha büyük boyutlu ise,

parça parça üretilip daha sonra parçaların birleştirilip tek ve dayanıklı bir malzeme haline getirilmesiyle oluşturulur. Kullanılacağı mekana göre üzeri hava koşullarına uygun kaplama malzemeleriyle kaplanarak dayanıklı hale getirilir. Kolay taşınabilir, takılıp - sökülebilir olması ve ağırlık yaparak yüzeye zarar vermemesi açısından hafif malzemelerden üretilir.



Görüntü 52: Queensland Art Gallery’de açılan Picasso sergisi için Fiona Lee tarafından tasarlanan büyük format duvar grafikleri.

(<http://bonsaifoi.com/2009/04/24/picasso-kids-interior-graphics>)

4.2. BASKI MALZEMELERİ

Tematik mekan düzenlemelerinde kullanılmak üzere tasarlanan görseller, kimi zaman farklı malzeme gereksinimleri doğurabilir. Örneğin mekanın temasını en doğru biçimde yansıtabilmesi için cam, kumaş ya da muşamba malzeme üzerine uygulama yapılması gerekebilir. Gelişen teknoloji kağıt dışındaki

materyaller üzerine de baskı alınmasını olanaklı hale getirmiştir. Üzerine baskı alınması mümkün olmayan malzemeler de kaplama yöntemiyle temanın bir parçası haline getirilebilmektedir.

İç ve dış mekanda kullanılan baskı materyalleri farklılık göstermektedir. İç mekanda kullanılan baskı malzemesinin neme, kire ve temizlik malzemelerine dayanıklılık göstermesi beklenirken; dış mekanda kullanılan malzemelerin ve üzerlerine yapılan baskıların şiddetli hava koşullarına ve ışık etkilerine dayanıklılık göstermesi beklenmektedir.

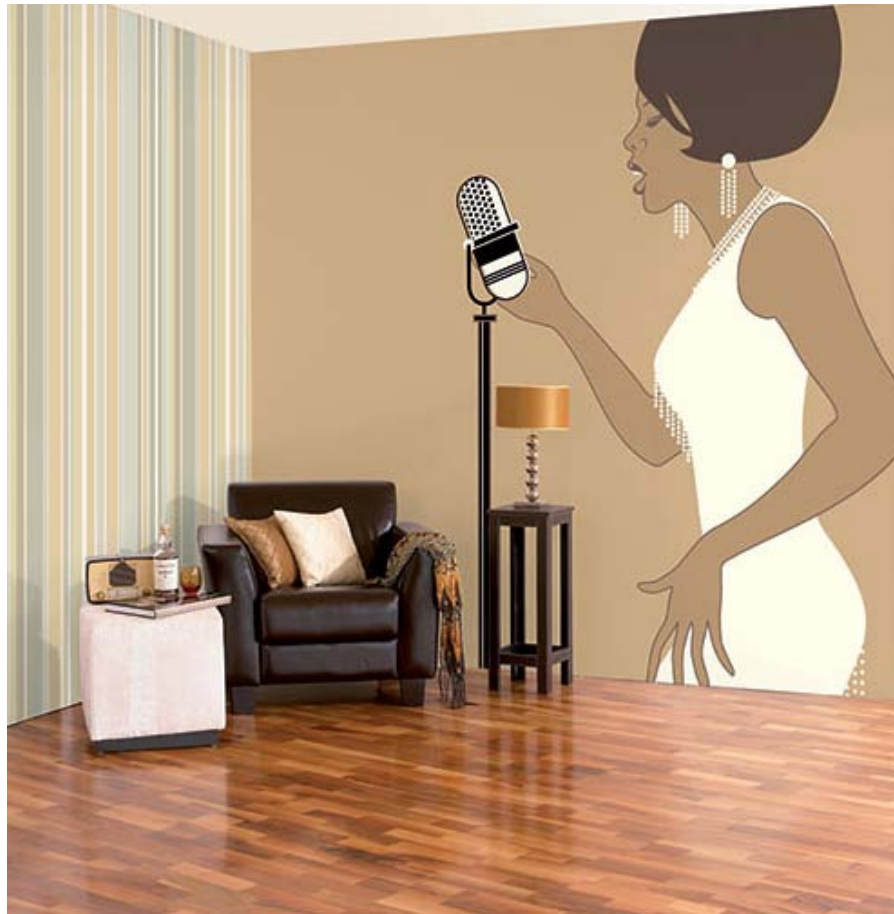


Görüntü 53: Road Rage Designs tarafından uygulanan, büyük boy baskı tekniğiyle ve vinyl malzemeyle yapılan kaplama. (http://fabricgraphicsmag.com/articles/0908_nw7_beer.html)

4.2.1. Duvar Kaplama Sistemleri

Duvar kaplamasında sıklıkla tercih edilen sistem hazır duvar kağıtlarıdır. Günümüzde çok farklı desenlerde ve dokularda duvar kağıdı üretimi

yapılabilmektedir. Kendinden kabartmalı ya da değişik açılardan bakıldığında ışığın yansımından dolayı farklı algılanabilen duvar kağıtları iç mekan tasarımında kullanılmaktadır. Kendini tekrar eden desenlere sahip olduğu için uygulaması kolaydır. Tematik mekan düzenlemelerinde klasik duvar kağıdı uygulaması dışında, “duvar resmi” (wall murals) de denilen bir malzeme de tercih edilebilmektedir. Duvar resimleri, yapışkanlı folyo üzerine dijital baskısı alınmış özel tasarım görsellerdir. Birbirini tekrar eden desenlerden oluşan hazır duvar kağıtlarının aksine, bir imgeden yola çıkan bu görseller tematik mekan düzenlemelerinde uygulama kolaylığı ve kişiye özel tasarım yapılabilmesi açısından tercih edilebilmektedir.



Görüntü 54: Duvar resmi uygulaması. (<http://www.frenchdressing.com.au>)



Görüntü 55: Duvar kağıdı uygulaması. (<http://www.frenchdressing.com.au>)



Görüntü 56: Duvar kağıdı uygulaması. (<http://www.frenchdressing.com.au>)

4.2.2. Cam Üzerine Görsel Uygulama

Cam üzerine yapılan görsel uygulamalarında normal folyo, yarı şeffaf folyo, “one way vision” isimli özel delikli bir folyo türü ya da “mesh vinyl” denilen özel delikli bir vinil türü kullanılmaktadır. Normal folyo uygulamalarında izleyici içeriden ya da dışarıdan diğer tarafı göremez. Yarı şeffaf folyo uygulamalarında izleyici her iki taraftan da diğer tarafı rahatlıkla görebilir. Diğer iki malzeme olan “one way vision” ve “mesh vinyl” uygulamalarında ise malzemenin üzerindeki görseli izleyici rahatlıkla algılayabilirken, camın arkasında kalanlar da yaklaşık % 30'luk bir görüntü kaybıyla diğer tarafı görebilmektedir.



Görüntü 57: Cam üzerine folyo uygulaması.

(http://www.pyramidvisuals.co.uk/services/window_graphics/manifestation/)

Cam üzerine yapılan folyo, one way vision gibi uygulamalar hem sergiledikleri estetik görüntü açısından, hem bölme aparatı olarak kullanılmaya uygun olduklarından, hem de fazla ışık kaybı olmadan geniş mekanların tanıtım amaçlı olarak kullanılmasını sağlayabildikleri için tercih edilebilmektedirler.



Görüntü 58: Cam üzerine “one way vision” uygulaması.

(http://www.signindustry.com/vinyl/articles/2007-08-15-Calendered_Vinyl_Films_Rundown_SGIA.php3)

Ayrıca kişiye ya da markaya özel tasarım yapılabilir olması, fazla görüntü kaybı yaşanmadan dijital baskı alınabilir ve kolay üretilip uygulanabilir bir malzeme olması da tematik mekan düzenlemelerinde tercih edilmelerini sağlamaktadır.



Görüntü 59: Hugo Boss için tasarlanan tematik görsel (Cam üzerine “one way vision” uygulaması)

(http://www.bpconcepts.com.au/Content_Common/pg-hugobossworldsquaresydney.seo)

“One way vision” türü cam üzerine görsel uygulamaları tek taraflı görme olanağı sağladığından ofislerde bölme aparatı olarak da kullanılmaktadır. Toplantı odası ya da yönetim birimi ofisleri gibi mekanların dışarıdan görünürliğini engellerken, içeriden %30'luk bir görüntü kaybı ile mekanın dışı görülebilmektedir. Uygulandığı mekana özerklik, mekanın dışıyla da bağlantının devamlılığını sağlamaktadır.

4.2.3. Kumaş Üzerine Görsel Uygulama

Dijital baskı sistemlerinin tasarıma sağladığı katkılardan biri de kumaş üzerine baskı alınabilmesidir. Mekanın temasına uygun bir biçimde tasarlanan görseller dijital baskı tekniğiyle kumaş üzerine geçirilerek, duvar, mobilya ya da aksesuarlar üzerinde uygulanabilmektedir. Geleneksel yöntemlerle hazırlanan

kumaşlarda belirli bir renk sayısı ve tonda sınırlı kalınırken; dijital baskı teknolojisinin gelişmesiyle bu kısıtlama ortadan kalkmıştır. Bu sayede çok daha karmaşık ve renkli görseller kumaş üzerine aktarılabilmektedir.



Görüntü 60: Kumaş üzerine dijital baskı alınarak üretilmiş mobilya.
(<http://blog.alwaysmod.com/page/4/>)



Görüntü 61: Kumaş üzerine dijital baskı tekniğiyle oluşturulmuş banner uygulaması.
(http://3.bp.blogspot.com/_fVPZeXJobmk/Snnrw_70aGI/AAAAAAAABDk/P78MeDkPu6M/s1600-h/fabric_banner.jpg)

Kumaş üzerine baskı alınmasıyla oluşturulmuş ürünlerin tercih edilmelerinde en önemli etkenler taşıma, montaj ve temizleme kolaylığı sağlamasıdır. Bir diğer önemli etken ise ürünün dayanıklılığıdır. Özel boyalar kullanılarak yapılan baskı, sonrasında kumaş üzerine sabitlenmektedir. Böylece ürünün kullanım süresi uzamaktadır. İç mekan düzenlemelerinde, sergi ve fuar grafiklerinde, sahne dekorlarında, dış mekan reklamcılığında sıklıkla tercih edilmektedir (Bkz: Görüntü 62).



Görüntü 62: Dave Matthews Band grubunun konseri için kumaş üzerine dijital baskı tekniğiyle oluşturulmuş dekor uygulaması.

(http://www.sewwhatinc.com/portfolio_rock.php)

4.2.4. Fotoblok ve PVC Uygulamaları

Fotoblok, polisitren köpüğünün çeşitli işlemlerden geçirilerek, çift tarafının da özel kağıtlarla kaplanmasıyla elde edilen ve sergileme sistemleri ile mimari maket yapımında kullanılan bir malzemedir. Kolay işlenmesi, hafif oluşu, düz bir yüzeye sahip oluşu, üzerine baskı ve boyama yapılabilmesi gibi nedenlerden ötürü sıkça kullanılmaktadır. Dijital baskısı alınan görsel fotoblok üzerine

yapıştırılarak sergilenebilmektedir. Ayrıca malzemenin üzerine baskı almak da olanaklıdır. Baskının ardından üzerine laminasyon malzemesiyle kaplandığında dayanıklılığı artmakta ve daha uzun süre kullanılabilir. Çok hafif bir malzeme olduğundan takma - çıkarma işlemleri kolaylıkla yapılabilen ve taşınabilmektedir (Bkz: Görüntü 63).



Görüntü 63: Dijital baskının fotoblok üzerine uygulanması.
(<http://www.durakcopy.com.tr/durakimage/fotoblok.jpg>)

PVC ise Polivinil Klorür denilen ve geniş kullanım olanakları bulunan bir plastik malzemedir. Sergi salonlarında, fuar standlarında, duvara monte edilen sergileme sistemlerinde, iç ve dış mekan reklamcılığında, yönlendirme sistemlerinde kullanılmaktadır. Hafif ve dayanıklı bir malzemedir. Kolay şekil verilebildiği için uygulama kazanımı sağlamaktadır. Fotobloğa oranla ısı değişimlerine ve darbelere daha dayanıklı olduğundan uzun süreli kullanım sağlamaktadır (Bkz: Görüntü 64).



Görüntü 64: PVC malzeme ile üretilmiş fuar standı.
(http://www.aresajans.com/images/cor_orumcek.jpg)

4.3. PROJEKSİYON VE LCD EKRAN UYGULAMASI

Projeksiyon kelimesi, bir film veya belgenin ışık kaynağından çıkan ışınlarla ekran veya perde üzerinde görüntüsünün oluşturulma işi, iz düşümü anlamına gelmektedir (www.tdk.org.tr). Projeksiyon uygulaması, sayısal görüntüyü uygun zemine yansıtan bir cihaz yardımıyla gerçekleşmektedir. Uygulamada önem verilmesi gereken teknik ayrıntı, yansıtılan görselin görüntü kalitesinin, diğer bir deyişle çözünürlüğünün yüksek olması gerektirir. Düşük çözünürlüklü görseller projeksiyon cihazından yansıtıldığında pikseller ortaya çıkmakta, görüntü bozulmaktadır.

Projeksiyon uygulamasının diğer teknik olanaklardan farkı, anlık olarak bile değiştirilebilir ve akar görüntünün kullanılabilir olmasıdır. Yansıtılmak istenen

görüntü mekanın kullanım nedenine, ışığa, mekanı kullanacak kişilere ya da mekansal imgeye göre yeniden oluşturulabilir ve değiştirilebilir. Ev, ofis, fuar ve sergi alanı, konser alanları, alışveriş merkezleri ve galeriler (*showroom*) gibi mekanlarda tercih edilen bu sistemler, yer alacağı mekana uyum sağlayabilen teknik olanakları nedeniyle de tercih edilebilmektedir.



Görüntü 65: Kişiyi özel mekanda projeksiyon uygulaması.

(<http://www.sunumsistemleri.com/images/projeksiyon-tr/mb4.html>)

Ev içi uygulamalarda basit sistemler tercih edilirken, geniş alan uygulamalarında, uygulanan metrekare göz önüne alınarak çok daha büyük perdeler kurulabilmektedir.

Sistemin kolay uygulanabilirliği, çok seçenekli oluşu, anlık değişimlere ve akar görüntüye izin veren bir yapıya sahip oluşunun yanında, zayıf olan yönü de ortamdaki ışığın sisteme etki edebilir olmasıdır. Işığın perde üzerinde yoğunlaşabilmesi için olabildiğince loş ortamlara ihtiyaç duyulduğundan, bu sistem sabit baskı materyalleri ya da LCD ekranlar gibi sürekli olarak tercih edilmemektedir.



Görüntü 66: Çalışma alanları için projeksiyon uygulaması.
(<http://www.sunumsistemleri.com/images/projeksiyon-tr/mk1.html>)



Görüntü 67: Galeri (showroom) içinde şeffaf projeksiyon uygulaması.
(<http://www.sunumsistemleri.com/images/projeksiyon-tr/sttrans.htm>)

Projeksiyon cihazları TV ya da geniş ekran görüntü sistemleri kadar parlak ve kaliteli bir sonuç sağlamamakla birlikte, sergi alanı, fuar ve konser organizasyonu gibi tanıtımın ön plana çıkması gereken durumlarda modüler yapıları ve akar görüntü sağlayabiliyor olmaları nedeniyle tercih edilmektedir.

LCD paneller adını İngilizce “Liquid Cristal Display” kelimelerinin kısaltmasından alır. Televizyonlarda, bilgisayar ekranlarında, cihazların dijital gösterge sistemlerinde kullanılmakta ve kaliteli görüntü sağlamaktadır. LCD paneller katmanlardan oluşur ve bütün katmanlar üst üste gelerek sonuçta görüntüyü oluşturur (http://en.wikipedia.org/wiki/Liquid_crystal_display).



Görüntü 68: LCD ekran uygulaması.

(<http://www.signagelive.com/index.php/2009/06/worlds-largest-lcd-makes-big-impact-at-in-store-show>)

LCD ekran uygulamasının sergi, fuar ve konser organizasyonlarında tercih edilmesinin nedeni kaliteli sabit ya da akar görüntü vermesi, hafif bir malzeme

olması, inceliği nedeniyle duvar modüllerinin içine gömülebilir ve dekorla bütünlük sağlayabilir oluşudur.

4.4. DUVAR ÜZERİNE BOYA UYGULAMASI

Duvar üzerine boya uygulaması iç ve dış mekanda sıklıkla tercih edilen uygulamalardandır. İç mekanda kullanılan boya ile dış mekanda kullanılan boya türleri farklılık gösterir. Dış mekanlar için değişik hava koşullarına dayanıklı ve ışığın olabildiğince az etkisinde kalan, solmadan ve dökülmeden uzun süre dayanabilecek türde boyalar tercih edilir.

İç mekanda ise ısı değişimine ve silinebilmeye dayanıklı olan boya türleri tercih edilmektedir. Boya uygulamalarında, fırçayla uygulanabilen türler dışında püskürtme (Sprey) tekniği de kullanılmaktadır. Her iki tekniğin de iyi sonuç verdiği durumlar vardır. Örneğin fırça kullanılarak uygulanan boyama tekniğinde düzgün ve bir renkten diğerine eşit dağılmış renk geçişleri yapmak olası değilken, püskürtme tekniğiyle bu olanaklıdır. Ancak püskürtme tekniğinde de maskeleme yapılmadığı takdirde boyanın kontrolü zorlaşmaktadır.



Görüntü 69: Hotel Fox'un 107 numaralı odasına fırça ile boya uygulaması.

(<http://www.hotelfox.dk>)

Her iki teknik de yüzey üzerinde doğal bir doku oluşturmaktadır. Bu özellikleriyle görsel açıdan mekana canlılık katabilmektedirler.



Görüntü 70: Bir eğlence mekanının duvarına şablon (stencil) ve püskürtme (sprey) tekniğiyle uygulanan tasarım. (<http://ac3monitor.deviantart.com/art/AC-3MONITOR-BODEGAS-wall-85815919>)

5. İÇ MEKANDA GÖRSEL TASARIM UYGULAMALARI

Kişisel ya da kurumsal yaşam alanlarında tematik yaklaşımlar, mekanın işlevine ve kullanılma amacına göre değişkenlik gösteren formlarda ortaya çıkmaktadır. Bütün yaklaşımların odak noktasında ise mekanı kullanıcı için yaşanılabilir bir alan olarak tercih nedeni haline getirme amacı yer almaktadır. Bu noktada iç mimar ve grafik tasarımcının işbirliği yapmaları ve öznel yaklaşımlarla kullanıcıyı yakalamaları gerekmektedir. İletişim yoğunluğu arasında bunalmış kullanıcıyı yakalamak ancak bire-bir sağlanan iletişimle mümkün olabilmektedir. Böylece mekanın temasına paralel olarak tasarlanan grafik ürünlerin, özgün ve etkileyici olmaları zorunluluğu ortaya çıkmaktadır. Gelişen teknoloji tasarımların uygulama olanaklarını arttırmış ve artan uygulama olanakları da beraberinde özgün fikirleri getirmiştir.

Tasarımcıya yeni bir boyut açan yeni teknoloji ve üretim biçimleri, popüler bir üretim anlayışında, ancak sınırsız bir yaratıcılıkta karşımıza çıkmaktadır. Tasarımcının, seri üretime yönelik bir kalıba ya da şablona ihtiyaç duymadan uygulayabildiği bu tasarımlar, böylece mekana, zamana ve konuya dair eşsiz yorumlar içerebilme esnekliğine de kavuşmuş olmaktadır (Taşcıoğlu, 2007, s. 83).

5.1. ÖZEL MEKÂNLAR / YAŞAM ALANLARI

Tematik mekan düzenlemeleri, bireyselleşmenin doğal sonucu olarak ortaya çıkan yeni ifade ve iletişim biçimlerinden biridir. Ev ya da ofis olarak kullanılan yaşam alanlarında işlevsellik ve estetiğin uyumlu birlikteliğiyle ortaya konan tematik düzenlemelerle kişiler / markalar kendilerini ifade edebilmekte, verilmek istenen iletiye vurgu yapılmaktadır. Bu anlamda mekan düzenlemesinde grafik öğe kullanımı kimi zaman bu olguları destekleyen, kimi zaman ön plana çıkaran, kimi zaman da temelini oluşturan bir unsur haline gelmiştir.

Merkezi Slovenya'da bulunan ZEK Tasarım Ofisi'nin, internet, bilgisayar oyunları, mobil uygulamalar ve masaüstü sistem çözümleri üreten 3FS - Third Frame Studios (<http://www.3fs.si>) için yaptığı tematik tasarımlar, Third Frame Studios'un kurumsal imgesini ofisin her noktasına taşır niteliktedir. Ofisin iç mekan tasarımını Jana Rot yapmış ve ZEK Tasarım Ofisi de özel kesim siyah ve beyaz çıkartmalardan oluşan görselleri mekana uygulamıştır. Ofiste çalışma alanı, toplantı odası, yemek odası gibi belirli amaçlar için kullanılan her mekanın girişi için tasarlanan bilgilendirici ve yönlendirici nitelikteki görseller dışında, mekanın içi için de her biri mekanın kullanılış amacına uygun olan görseller de tasarlanmıştır. Örneğin toplantı odası olarak kullanılacak alan için tasarlanan görsellerde, savaş temalı bilgisayar oyunlarını çağrıştırır nitelikte simgeler dikkat çekmektedir (Bkz: Görüntü 71 ve 72).



Görüntü 71: ZEK Tasarım Ofisi tarafından 3FS - Third Frame Studios için tasarlanan ofis grafikleri. (<http://www.zek.si/projects/3fs-offices>)



Görüntü 72: ZEK Tasarım Ofisi tarafından 3FS - Third Frame Studios için tasarlanan ofis grafikleri. (<http://www.zek.si/projects/3fs-offices>)

Ofisin diğer alanlarında da 3FS - Third Frame Studios'un faaliyet alanına uygun, esprili bir dille tasarlanmış grafiklere rastlamak olanaklıdır (Bkz: Görüntü 73 ve 74).



Görüntü 73: ZEK Tasarım Ofisi tarafından 3FS - Third Frame Studios için tasarlanan ofis grafikleri. (<http://www.zek.si/projects/3fs-offices>)



Görüntü 74: ZEK Tasarım Ofisi tarafından 3FS - Third Frame Studios için tasarlanan ofis grafikleri. (<http://www.zek.si/projects/3fs-offices>)

Minimalist mekan tasarımlarıyla ilgilenen tasarımcı Tomislav Bišof, Uzakdoğu etkileri barındıran tasarımında sadeliği ön planda tutmuştur. “Bambu” temalı bir tasarım yapmak isteyen Bišof, siyah-beyaz olarak çalıştığı ve olabildiğince sadeleştirdiği bambu illüstrasyonlarını yine siyah ve beyazın dengeli bir biçimde bir arada bulunduğu yatak odasına uygulamıştır (Bkz: Görüntü 75) (Tomislav Bišof ile kişisel iletişim, 2009).



Görüntü 75: Tomislav Bişof tarafından özel bir mekan için tasarlanan panda temalı grafik.

Özel mekanlarda kullanılan görsel öğelere verilebilecek örneklerden biri de Viktorya tarzı duvar kağıtları ve kumaş üreten Morris ve Co. (<http://www.william-morris.co.uk/index.aspx>) firmasına ait mağazadaki duvara uygulanan görseldir (Bkz: Görüntü 76).



Görüntü 76: Morris&Co için AdGraphix firması tarafından tasarlanan duvar görseli. (<http://www.adgraphix.co.nz/murals-extra-large-format-print-sizes-xidc27620.html>)

AdGraphix firması, Morris&Co için firmanın imgesine ve ürettiği ürünlerin tarzına uygun bir duvar görselini mağaza içine uygulamıştır. Mağazanın içindeki duvarlarda şampanya rengi ve bordo bir arada kullanılarak kontrast yaratılmıştır. Mekanın genelinde sadelik hakimdir. Giriş kısmında yer alan karşılama masasının hemen arkasında bulunan duvara ise kurumsal imgeyi ve ürünleri yansıtan bir görsel uygulaması yapılmıştır. Bu uygulamanın olumsuz yanı ise görselin üzerine ortalanarak yerleştirilen firma logosunun oldukça detaylı ve gösterişli olan arka zeminde kayboluyor olmasıdır.

5.2. KÜLTÜREL MEKANLAR

Sergi salonu, sinema, tiyatro, gösteri merkezi gibi kalabalık insan gruplarının kullandığı ve görsel etkinliklere ev sahipliği yapan mekanlarda mekan tasarımı ayrıca önem kazanmaktadır. Mekanın görsel kimliğinin yansıtılmasının yanı sıra, kullanıcıların kendilerini rahat hissedebilecekleri ve etkinlikleri mekandan kaynaklanan bir problem olmadan takip edebilecekleri bir mekan tasarlamak gerekmektedir. Mekanın genişliği, aydınlatma sistemi, ısıtma sistemi ve dekoratif öğeler gibi fiziksel değişkenler mekan tasarımına etki etmektedir. Bunlarla birlikte tasarlanan temaya uygun görsel öğelerin kullanımı söz konusu olduğunda, mekanın yapısına ve mekana etki eden fiziksel değişkenlere uyum sağlayacak görsellerin kullanımı, mekan üzerinde olumlu etkilere neden olabilmektedir.

Sergi salonlarına uygulanan tasarımlar kurumsal kimliğin bir parçası olarak ya da sergiye ait bir tanıtım elemanı olarak da kullanılabilir. Bone and Beyond adlı çizgi roman için Ohio - Amerika'daki Wexner Center for the Arts sergi salonunda düzenlenen sergide, salonun bir duvarı çizgi romandan bir kare kullanılarak kaplanmıştır.



Görüntü 77: Wexner Center for the Arts için Jeff Smith tarafından yapılan illüstrasyon.
(<http://www.boneville.com/2008/05/14/opening-night-pics-of-the-bone-exhibit-at-the-wexner>)



Görüntü 78: Wexner Center for the Arts için Jeff Smith tarafından yapılan illüstrasyon.
(<http://www.boneville.com/2008/05/14/opening-night-pics-of-the-bone-exhibit-at-the-wexner>)

Sergi salonlarında görsel öge kullanımı konusuna verilebilecek bir diğer örnek de Theresa Anne Mackintosh'un Güney Afrika – Johannesburg'da yer alan Art on Paper galerisinde 2005 yılında açılan sergisidir. Bu sergide heykeller, illüstrasyonlar, desenler ve resimler bulunmaktadır. Büyük format baskılar alınarak ve mekanın genişliğinden yararlanılarak duvarlara yerleştirilen illüstrasyonlar ve duvar görselleri tek tek projenin parçası olmanın yanında, mekana aitmiş gibi duran birer görsel öge olarak da yer almaktadır.



Görüntü 79: Theresa Anne Mackintosh sergisi.

(<http://www.mackintosh.co.za/index.php?franchise2005/installation-view>)

Londra'daki Haunch of Venison galerisinin "Mythologies" sergisi için tasarlanan duvar görselleri ise Spin Tasarım Ofisi (<http://www.studiospin.com>) tarafından yapılmıştır. Sergi için oluşturulan kimliğin bir parçası olan bu tasarım salonun giriş kısmında yer almakta; sergiyi görmeye gelen ziyaretçileri karşılama görevi de üstlenerek sergiyi tanıtmakta ve detaylı bilgi vermektedir.



Görüntü 80: Spin Tasarım Ofisi tarafından “Mythologies” sergisi için tasarlanan duvar görselleri.
(<http://www.creativereview.co.uk/cr-blog/2009/april/mythologies-exhibition-graphics-by-spin>)

Tiyatro ve sinema salonlarında ise görsel öge kullanımının, diğer mekanlara görece biraz daha dikkatle planlanması gerekmektedir. Sürekli olarak yeni oyunlara ve filmlere ev sahipliği yapan salonlarda, bu gösterilere ait afişler ve büyük standlar yer aldığı için, görsel karmaşa yaratmayacak biçimde tasarımlara yer verilmesi önem taşımaktadır. Filmlere ya da oyunlara ait tanıtım ürünleri kimi zaman mekanı büyük ölçüde kaplamaktadır. Bu nedenle mekanın dışında ya da içinde bu tür tanıtım ürünlerinin sergilenmesini engelleyecek ya da algılanmasını zorlaştıracak uygulamalardan kaçınılması gerekmektedir. Örneğin, Minskoff Theatre’ın girişine “The Lion King” isimli oyun için uygulanan grafik bu duruma iyi bir örnek oluşturmaktadır. Oyunun tanıtımı için tasarlanan grafik tüm girişi kaplamakta ve hem oyuna ait bir tanıtım aracı hem de izleyiciyi salondan önce oyunun içine çeken bir dekor gibi işlev görmektedir (Bkz: Görüntü 81).



Görüntü 81: The Lion King isimli oyun için yapılan tanıtım çalışması. ([http://www.wide-formatimaging.com/print/Wide-Format-Imaging/The-King-of-Broadway-Graphics/2\\$4623](http://www.wide-formatimaging.com/print/Wide-Format-Imaging/The-King-of-Broadway-Graphics/2$4623))

Mekan düzenlemesinde kullanılan grafik ürünlere, kültürlerin tarihi ve sosyal belleklerini koruyan ve sergileyen müzelerde de yer verilmektedir. Müzelerde kullanılan grafik ürünler, sergilenen eserlerin ya da nesnelerin yer aldığı bölümlerde bilgilendirme amaçlı olarak bulunabildiği gibi, mekan imgesinin bir parçası olarak da kullanılabilir. Sanat eserlerinin sergilendiği müzelerde, ziyaretçilerin eseri algılamasını zorlaştıracak ya da kavramsal etkiler bırakacak düzenlemelerden kaçınılırken; tarihi olaylar ya da kişiler için hazırlanmış müzelerde dönemin daha iyi anlaşılabilmesini sağlayabilmek için grafik ürünlerden yararlanılabilmektedir.

Tayland'da bulunan The National Discovery Museum için tasarlanan grafiklerde Tayland halkının kimliği, gelenekleri, inançları ve kültürlerinin gelişimi ziyaretçilere görsel bir dille anlatılmıştır. Mekan düzenlemesinin bir parçası olarak kullanılan bu grafikler, ziyaretçilere tarihsel sürecin somut bir biçimde aktarılabilmesine yardımcı olmakta; paneller üzerinde yer alan camekanların içinde bulunan nesneler ve resimlerle de anlatım desteklenmektedir.



Görüntü 82: The National Discovery Museum için tasarlanan bilgilendirme amaçlı görseller.
(<http://www.aesthetec.net/catalogue.php?NDMI>)

5.3. EĞLENCEYE YÖNELİK MEKÂNLAR

Eğlenceye yönelik mekanlarda kullanılan görsel öğeler, mekansal imgeyi yansıtmanın yanı sıra, insanları olabildiğince uzun süre mekanda tutmak ve mekandan faydalanmalarını sağlamak açısından önemli bir işleve de hizmet etmektedirler. Önceki bölümde söz edildiği gibi, tiyatro ve sinema gibi mekanlarda kullanılan grafik ürünlerin mekansal imgeyi yansıtırken görsel karmaşaya neden olmaması gerekliliği, cafe ve restaurant gibi mekanlar için de geçerlidir. Özellikle yiyecek-içecek sektörüne hizmet eden mekanlarda, kullanıcının mekanda uzun süreler geçirmesini sağlamak için, rahat edebileceği, konforlu, görsel kirlilikten uzak bir atmosfer yaratılması gerekmektedir. Nasıl ki fast-food tarzı ürünler sunan mekanlarda, tüketicinin kısa sürede ürünü tüketip mekandan ayrılması için iç mekanda kırmızı ağırlıklı renkler tercih ediliyorsa; restaurant ve cafe gibi mekanlarda da olabildiğince yumuşak ve huzur verici renkler tercih edilmelidir. Tasarlanan görseller mekansal imgeyi destekler nitelikte olmalı ancak tüketiciyi rahatsız edecek tarzda ve sertlikte vurgular yapmaktan kaçınılmalıdır.

Graphic Thought Facility tasarım ofisi, Londra'da bulunan Design Museum'un kurumsal kimliğini tasarlamış ve iç mekan düzenlemelerinde de bu kimliğe uygun grafik ürünlere yer verilmiştir. Design Museum'un içindeki cafe için tasarlanan duvar görseli iki işlevi bir arada yerine getirmektedir: Kurumsal kimliğin bir parçası olarak cafeyi tanıtmakta ve müze içindeki katlarda yer alan sergilerle ilgili bilgi vererek ziyaretçileri bilgilendirmektedir (Bkz: Görüntü 83).



Görüntü 83: Design Museum için tasarlanan tanıtım ve bilgilendirme amaçlı görseller.

(<http://www.graphicthoughtfacility.com/projects/8/3>)

Manhattan Bagel isimli cafe-restaurant için Kym Foster tarafından tasarlanan ve kafenin duvarına uygulanan illüstrasyon, kafenin ismini aldığı Manhattan bölgesine ait binaları ve şehir karmaşasını yansıtır niteliktedir. Ancak bu hareketli ve baskın görünümlü işi, kullandığı yumuşak renklerle dengelemiş ve

iç mekanda kullanılan nesnelerle de uyum sağlayan tonları kullanarak görsel bütünlüğe katkı sağlamıştır.



Görüntü 84: Manhattan Bagel için Kym Foster tarafından tasarlanan duvar görseli.

(http://www.kymfosterdesign.com/assets/images/slides/manhattan_bagel_mural_pic.jpg).

Bir diğer örnek de Ankara'da bulunan Kafes Fırın için Elif Varol Ergen tarafından yapılan duvar görselidir. Yeniden oluşturulan mekansal imgeyi destekler nitelikteki bu duvar görseli, diğer yandan bilgilendirme işlevi de görmektedir: Kafede sunulan ürünler tipografik bir tasarımla duvar görseli üzerinde yer almakta ve estetik bir görüntü sunmasının yanı sıra, alışveriş sırasında tüketiciye kolaylık sağlamaktadır (Bkz: Görüntü 85).



Görüntü 85: Kafes Fırın için Elif Varol Ergen tarafından tasarlanan duvar görseli
(Elif Varol Ergen kişisel fotoğraf arşivi, 2009)

Grafik Tasarımcı Karina Olina'nın, Hong Kong'da bulunan Cristal Bar için yaptığı tasarım, eğlenceye yönelik mekanlarda yapılan düzenlemelere verilebilecek bir diğer örnektir. İç mekan bir bütün olarak grafik sanatı ve görsel dilin uygulanması etrafına kurulmuştur. Katrin Olina bu projede birbirine bağlı dört alanı kaplamak için büyük format baskı teknolojilerinden yararlanmıştır. Bar içinde kullanılan mobilyalar da özel olarak Michael Young tarafından tasarlanmıştır (Bkz: Görüntü 86).



Görüntü 86: Grafik Tasarımcı Karina Olina'nın, Hong Kong'da bulunan Cristal Bar için yaptığı tasarım.

(<http://www.yossawat.com/2008/12/cristal-bar-and-reykjavik-art-museum-by-katrin-olina>)

Mekan içinde kullanılan görseller mekan imgesine katkıda bulunmanın yanında, derinlik algısına da etki edebilmektedir. Örneğin Florida Keys'de DJ's Diner isimli kafenin duvarında bulunan illüstrasyon kafenin derinlik algısına etki etmiş; mekanın duvarla birlikte son bulmak yerine, sokağın bir parçası olduğu izlenimi yaratmıştır. Büyük format baskılar sayesinde mekana ait bir duvarı kaplayarak derinlik algısına olumlu yönde etki eden görseller mekanın daha geniş ve ferah algılanmasını sağlamaktadır. Ancak DJ's Diner isimli kafenin duvarında bulunan görsel, yarattığı perspektif etkisiyle mekanı daha geniş göstermiş olmasına

rağmen, gereğinden fazla hareketli ve çok fazla öğeyi içinde barındıran bir çalışma olması nedeniyle mekânı ferah bir alan olarak göstermekten uzaktır.



Görüntü 87: Florida Keys'de DJ's Diner isimli kafenin duvarında bulunan illüstrasyon.

(<http://www.flickr.com/photos/osgoodphotography/1007985725>)

5.4. TURİZME YÖNELİK MEKÂNLAR

Turizme yönelik mekanlarda, mekana uygulanacak tema iki işleve birden hizmet etmektedir: Mekanın imgesini vurgulamak ve mekânı kullanacak kişileri olabildiğince uzun süre mekanda tutabilmek. Mekanın imgesini yansıtmak ya da güçlendirmek adına yapılan düzenlemeler ve bu düzenlemelere paralel tasarlanan grafik ürünler aynı zamanda ziyaretçilerin ilgisini çekebilmeli, uzun süre mekânı kullanmalarına neden olacak şekilde kendilerini mekanda rahat hissetmelerini sağlamalıdır. Özellikle oteller için hazırlanan tematik görsellerin bu şekilde tasarlanmış, özgün ürünler olması önem taşımaktadır (Bkz: Görüntü 88).

Hotel Fox'un 212 numaralı odasına ait illüstrasyonu yapan Simone Legno (Tokidoki), tasarımı için şöyle demiştir: “Bu tasarım, Japon geleneğinin, batılı bir gözle yeniden yorumlanmasıdır. Tazelik hissi vermek; çağdaş ve güncel bir tasarım stilini, geçmişteki Japonya'ya benzeyen minimal ve huzurlu bir yaklaşımla vermek istedim.” (<http://www.hotelfox.dk/rooms/212.html>).



Görüntü 88: Simone Legno (Tokidoki) tarafından Fox Hotel için yapılan tasarım.

Lars Stroschen tarafından Propeller Island City Lodge oteli için tasarlanan odalardan biri olan Castle Room'da, büyük ve renkli bir kale şeklinde tasarlanmış yatak odanın merkezinde yer almaktadır. Odanın duvarları, tavana kadar uzanan büyük format baskılarla kaplanmıştır. Bu baskıların üzerinde ise kalabalık ve çok renkli bina illüstrasyonları yer almaktadır. Odanın merkezinde yer alan kale görünümlü yatağın aksine, modern görünümlü bina silüetlerinden oluşan bu illüstrasyon, gereğinden fazla renkli ve hareketli görünümüyle mekan içinde karmaşa etkisi yaratmaktadır.



Görüntü 89: Propeller Island City Lodge Oteli, Castle Room. (<http://www.propeller-island.com>)

Alışveriş merkezleri ve mağazalarda kullanılan görsel öğeler mekan düzenlemesine uygun bir imge anlayışıyla uygulanabilmekle birlikte, mağazalara ya da mağazaların içindeki bölümlere özgü biçimlerde de uygulanabilmektedir. Markanın imgesine paralel bir şekilde uygulanan tasarımlar, çoğunlukla görsel bütünlüğü sağlar nitelikteyken; marka imgesiyle ilgili olmayan uygulamalarda mekan düzenlemesine olumsuz etki eden sonuçlar da alınabilmektedir.

Sergi sistemleri üzerine Londra'da faaliyet gösteren firma Onward Display tarafından tasarlanan örnekte, mutfak duvarlarına ve tavanına folyodan üretilerek uygulanmış desenler göze çarpmaktadır. Desenler için seçilen renkler mutfağın geneline hakim olan siyahla uyumlu olmakla birlikte; tavanda ve duvarlarda birbiriyle bağlantısız olarak yer almaları ve kompozisyon bütünlüğü sağlamıyor olmaları nedeniyle görsel bir gürültü yaratmaktadırlar (Görüntü 90).



Görüntü 90: Onward Display tarafından mutfak duvarlarına ve tavanına uygulanmış desenler.
(<http://www.onwarddisplay.com/gallery.html>)

D&R mağazasının Ankara'da bulunan bir şubesine uygulanan duvar görselleri incelendiğinde, mağazada bulunan ürünleri simgeleyen bir kompozisyon yaratılmaya çalışıldığı gözlenmektedir. Ancak bu illüstrasyonlar reyonlarda yer alan ürünlere göre konulara ayrılmadığından ve yapay duran geçişlerle bir araya getirilmeye çalışıldığından, görsel bütünlük elde edilememiştir. Reyonlardaki ürünlerin yarattığı görsel hareketliliği dengelemek ve ziyaretçiye ferah bir alışveriş ortamı sunmak yerine, karmaşık bir görüntü oluşturmuştur (Bkz: Görüntü 91).



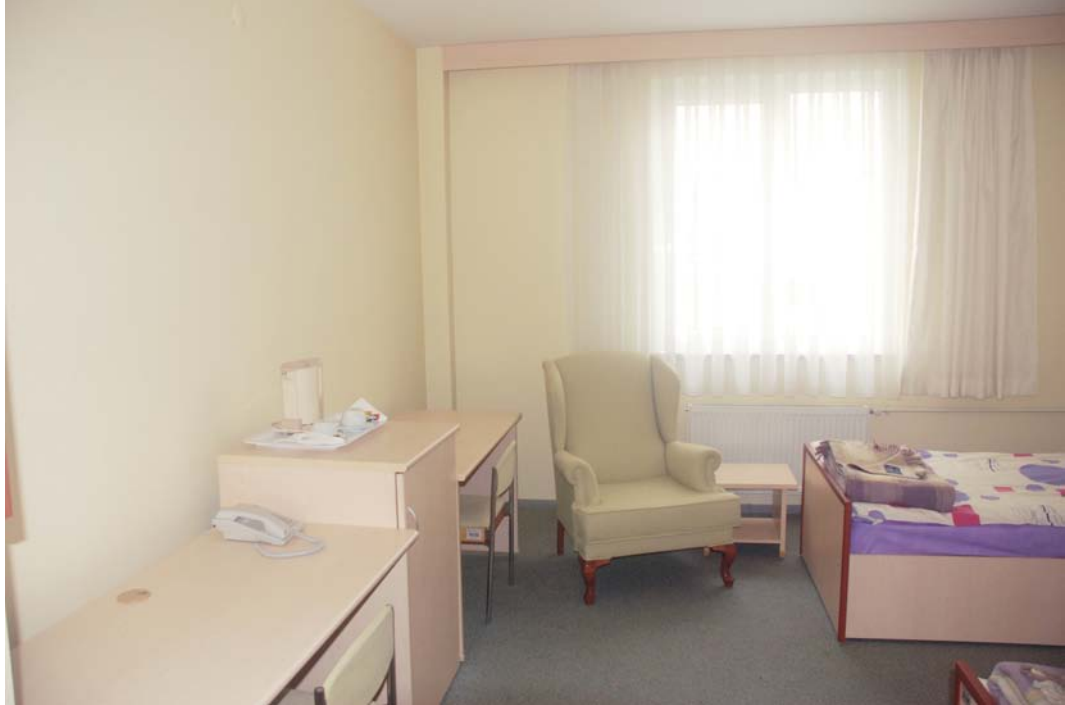
Görüntü 91: D&R alışveriş merkezine uygulanmış illüstrasyon çalışması.

(Fotoğraf: Müge Burcu Codur kişisel fotoğraf arşivi, 2009)

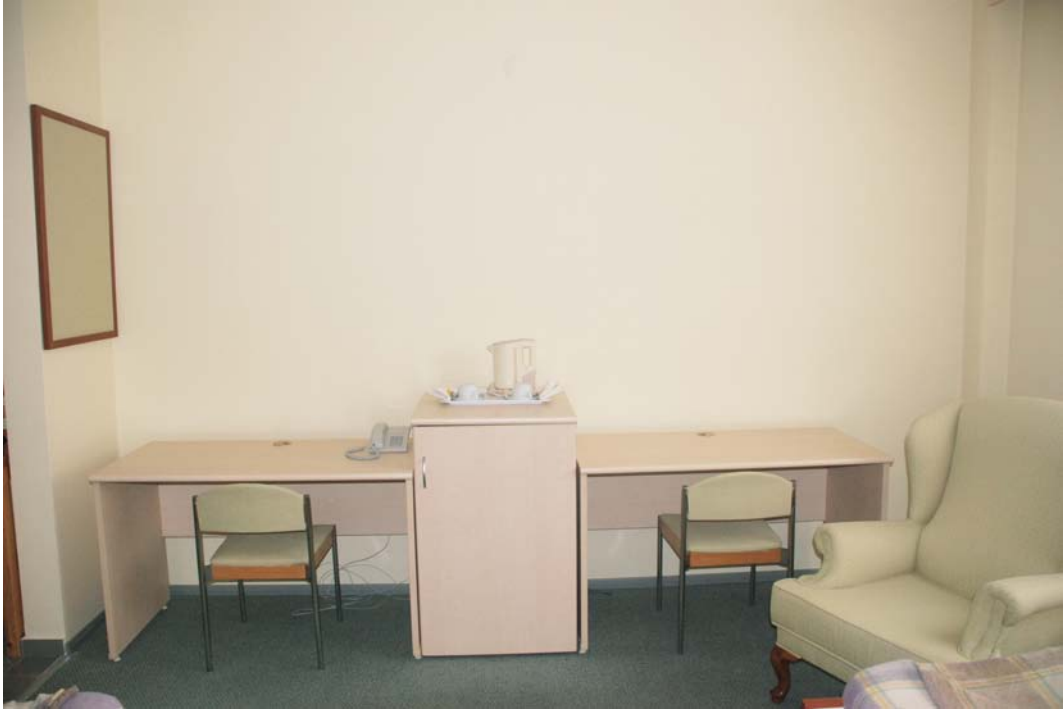
6. HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ BEYTEPE YERLEŞKESİ MİSAFİRHANESİ İÇİN TASARLANMIŞ “DOĞAL YAŞAM” TEMALİ UYGULAMA ÇALIŞMASI

Bu çalışmada uygulama alanı olarak belirlenen mekan, Hacettepe Üniversitesi Beytepe Yerleşkesi içinde konumlanmış olan misafirhane binasının odalarıdır. Bina Hacettepe Üniversitesi'nde öğrenim gören öğrencilere ve onların birinci dereceden yakınları ile yine üniversitemiz bünyesinde görev yapan öğretim elemanlarına hizmet vermektedir.

Bina içindeki odalarda 1 banyo, 2 yatak, 2 komodin, 2 çalışma masası, 1 buzdolabı, 2 dolap, 2 sandalye, 1 koltuk, 1 sehpa ve 1 telefon standart olarak bulunmaktadır. Odanın duvarları açık sarı – bej arası bir renktedir. Mobilyalar akçaağaç görünümlüdür. Pencerelerde beyaz güneşlik ve beyaz tül kullanılmıştır (Bkz. Görüntü 92, 93, 94, 95 ve 96).



Görüntü 92: Hacettepe Üniversitesi Beytepe Yerleşkesi misafirhanesinin bir odası



Görüntü 93: Hacettepe Üniversitesi Beytepe Yerleşkesi misafirhanesinin bir odası



Görüntü 94: Hacettepe Üniversitesi Beytepe Yerleşkesi misafirhanesinin bir odası



Görüntü 95: Hacettepe Üniversitesi Beytepe Yerleşkesi misafirhanesinin bir odası

Yataklarda mor renkli çarşaf ve yastık kılıfı ile beyaz, pembe ve mor renkli desenlere sahip nevresim takımları kullanılmıştır. Ayrıca her yatakta yatak takımlarıyla uyum sağlayabilecek tonlarda renklerin kullanıldığı battaniyeler de bulunmaktadır. Odaların olabildiğince yalın ve kullanışlı olmasına özen gösterilmiştir.



Görüntü 96: Hacettepe Üniversitesi Beytepe Yerleşkesi misafirhanesinin bir odası

6.1. “DOĞAL YAŞAM” TEMALI UYGULAMA ÇALIŞMASI

Günden güne bozulan ekolojik denge tüm dünya için ciddi bir tehlike olmaya başlamıştır. Çeşitli nedenlerle soyları tükenen ya da tükenmekte olan bitki ve hayvan türlerine dikkat çekebilmek ve bu konuda duyarlılık yaratabilmek için tüm dünyada birçok çalışma yapılmaktadır. Beytepe Yerleşkesi şehir merkezinin gürültü ve karmaşasından uzakta, çok çeşitli bitki ve hayvan türlerine ev sahipliği yapan, yeşilin çevrelediği bir yerleşkedir. Yerleşkenin yeşillendirme, bakım ve çevre düzenleme çalışmaları düzenli olarak yapıldığı için bu doğal ortam tüm mevsimlerde korunmaktadır. Dolayısıyla gerek yerleşke içinde bulunan, gerekse yanındaki ormanda yaşayan çeşitli hayvanlarla da her an karşılaşabilmek olanaklıdır. Yerleşkenin bu önemli özelliğinden ve gösterdiği duyarlılıktan yola çıkarak, konukevi için yapılacak çalışmanın teması “doğal yaşam” olarak belirlenmiştir.

“Doğal yaşam” teması için belirlenen çerçeve suda ve karada yaşayan hayvanların yanı sıra kanatlıları da içermektedir. Hayvan seçimlerinde bölge

gözetilmemiştir ancak Türkiye’den örneklerin de yer almasına çalışılmıştır. Böylece kutup ayısı, penguen, balina, yunus, kelebek, baykuş, papağan, panter ve kediden oluşan 9 farklı tasarım üzerinde çalışılmaya başlanmıştır.

Tüm çalışmalar –daha önceki çalışmalarda olduğu gibi- odanın sağında kalan ve birbirini 90 derecelik açıyla kesen iki duvar üzerinde yoğunlaştırılmıştır. Bazı çalışmalarda ise soldaki duvar da kullanılmış ve esas illüstrasyona gönderme yapan zarif detaylar eklenmiştir. Ancak bu detayların çok güçlü bir etki bırakmamasına özen gösterilmiştir. Odaların yalın görüntüsü, uygulama çalışmaları için elverişli şartları büyük ölçüde sağlarken; yatak takımlarındaki canlı renkler ve hareketli desenler tasarımların oluşturulması sürecinde bazı sınırlamalara gidilmesine neden olmuştur. Sıcak-soğuk renklerin dengeli kullanılmasına ve çok sayıda farklı rengin bir arada kullanılmamasına dikkat edilmiştir.

6.1.1 Kutup Ayısı

“Kutup ayısı” isimli çalışmada mavinin tonları ve beyaz renk kullanılmıştır. Derinlik algısı yaratabilmek amacıyla dalga formları üst üste bindirilerek kullanılmıştır. Renk tonlarında koyudan açığa doğru yapılan geçişle derinlik algısı güçlendirilirken; dalgalar üzerinde kullanılan çizgisel formlarla da denizdeki hareketlilik vurgulanmıştır (Bkz. Görüntü 97).



Görüntü 97: Kutup ayısı illüstrasyonu.

Kutup ayısı figürü için yapılan görsel kaynak taramasında pek çok fotoğrafa ve illüstrasyona ulaşılmış; figürün ana hatları oluşturulurken bu kaynaklardan edinilen izlenimlerden yararlanılarak olabildiğince yalın bir ifade biçimi benimsenmiştir. Duvar üzerine uygulanan tasarımın yanında mobilyalar üzerine yapılacak küçük müdahalelerin odayla tasarımın bütünleşmesine katkı sağlayacağı düşünülerek, yatakların yan kısımları için de ayrıca parçalar hazırlanmıştır (Bkz. Görüntü 98).



Görüntü 98: “Kutup ayısı” temalı oda için yatak yanına yapılan tasarım.

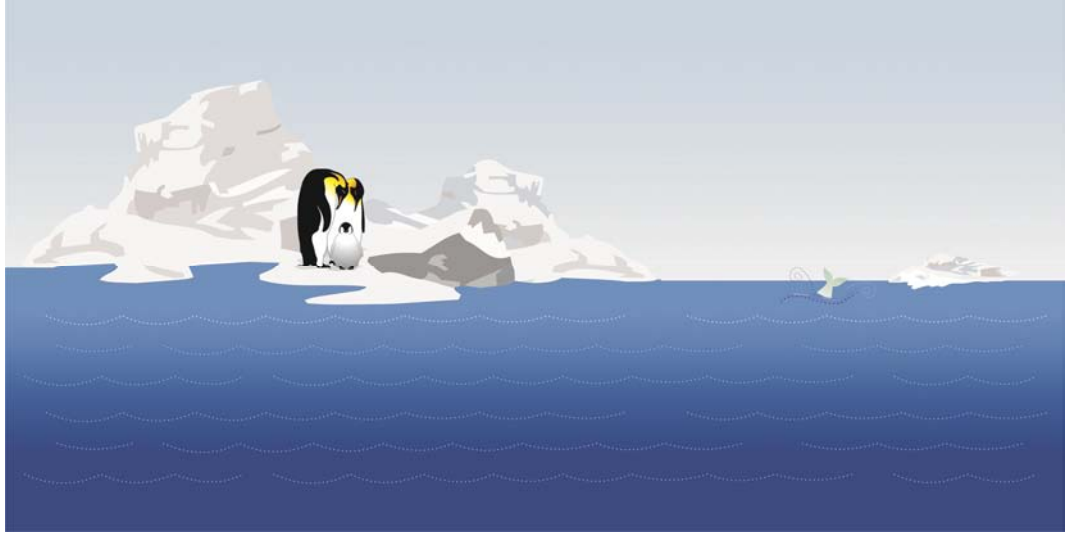
Tasarımın CorelDraw’da tablet kullanılarak tamamlanmasının ardından Photoshop’ta sanal uygulaması yapılmıştır (Bkz. Görüntü 99).



Görüntü 99: Kutup ayısı illüstrasyonunun oda içinde sanal uygulaması.

6.1.2 Penguen

“Penguen” isimli tasarım için yapılan görsel kaynak taramasında değişik türlerde birçok penguen gözlemlenmiş ve “kral penguen” olarak isimlendirilen türün resimlenmesine karar verilmiştir. Olabildiğince yalın bir kompozisyon oluşturulmasına çalışılmıştır. Dingin bir etki bırakabilmek için kompozisyonu hareketlendirebilecek fazladan hiçbir tasarım elemanı kullanılmamıştır. Penguenlerin doğal yapısında bulunan siyah ve sarı renkler ve çevresel renkler uyumlu kullanılmıştır. Derinlik algısı sudaki renk geçişleri ve yine çizgisel olarak ifade edilen dalga formlarıyla sağlanmaya çalışılmıştır (Bkz. Görüntü 100).

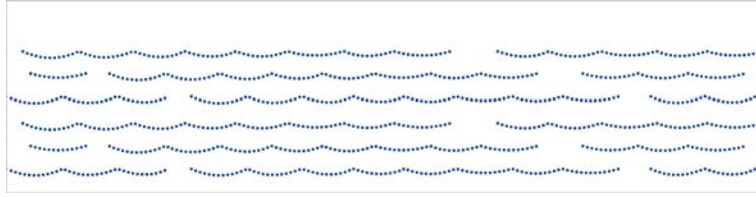


Görüntü 100: Penguen illüstrasyonu

Tasarımın odayla bütünleşmesini sağlaması açısından yatak yanları ve sol tarafta kalan duvar için de parçalar hazırlanmıştır (Bkz. Görüntü 101 ve 102).



Görüntü 101: “Penguen” temalı oda için yatak yanına yapılan tasarım.



Görüntü 102: “Penguen” temalı oda için sol taraftaki duvara yapılan tasarım.

Tasarım tablet yardımıyla CorelDraw’da tamamlanarak, sanal uygulamasının yapılabilmesi için Photoshop’a aktarılmıştır (Bkz. Görüntü 103).



Görüntü 103: Penguen illüstrasyonunun oda içinde sanal uygulaması.

6.1.3. Baykuş

“Baykuş” isimli tasarımın araştırma sürecinde yapılan görsel kaynak taramasında birçok fotoğraf ve illüstrasyon gözlemlenmiştir. Çok sayıdaki baykuş türleri incelenmiştir. Bu incelemelerden edinilen izlenimler sonucunda oluşturulan baykuş tasarımı bu çalışmaya özgü bir ifade biçimine sahiptir (Bkz. Görüntü 104).



Görüntü 104: Baykuş illüstrasyonu.

Baykuşların sert bakışlı görünümlerine esprili bir bakış açısıyla yumuşaklık katabilmek için anne baykuş ile yavru baykuş arasındaki iletişim gözlerdeki ifadeyle sağlanmaya çalışılmıştır. Resimleme, başının üzerindeki tüylerin bir kısmını pembeye boyatan yavru baykuşa, annesinin eleştiren bakışlarla karşılık vermesi ve bunun üzerine yavru baykuşun çekingen bir ruh haline bürünmesi üzerine kurulmuştur. Bu espriyle sert, keskin bakışlı yırtıcı kuşlar olarak algılanan baykuşlara biraz daha farklı bir gözle bakılmasını sağlayabilmek hedeflenmiştir. Kompozisyonun solunda yer alan bir ağaç üzerinde resimlenmiş olan iki baykuşun etrafında uçuşan yapraklar, kompozisyona çok hafif bir hareket katmaktadır. Baykuşlar olabildiğince detaylı çalışılmış olmasına karşın, diğer tasarım elemanlarının detaylardan arındırılmış, yalın biçimleri kompozisyonun genelinde yakalanması hedeflenen sadeliği sağlayabilmek içindir (Bkz. Görüntü 105).



Görüntü 105: Baykuş illüstrasyonunda yatağın yan kısmı için düşünülmüş tasarım.



Görüntü 106: Baykuş illüstrasyonunun oda içinde sanal uygulaması.

Ayrıca yatağın yan tarafı için düşünülmüş olan parça ile birlikte tasarımın oda ile olabildiğince bütünleşmesi hedeflenmiştir. İllüstrasyonun vektörel tasarımı tamamlandığında, sanal uygulamanın vereceği sonucun görülebilmesi için Photoshop'a aktarılmıştır.

6.1.4. Kelebek

“Kelebek” isimli çalışmanın tasarım sürecinde diğer çalışmalardan farklı bir durum gözlemlenmiştir. İllüstrasyonu yapılan diğer hayvanlarda, doğal yaşam ortamları biraz daha geniş bir açıyla çalışılırken, kelebeğin yaşam ortamı yakın plan çalışılmıştır. Bunun nedeni, diğerlerine göre çok daha küçük boyutlarda olan bu hayvanın algılanabilir bir büyüklükte çalışılması gerekliliğidir. Diğer yandan, üzerine konduğu bitki parçası ve arka planda algılanan çiçek tasarımlarında da olabildiğince sadeleştirmeye gidilmiş; detaylardan tamamen arındırılmış, ana formu çizgilerle sağlayan ve renk geçişleriyle fon olma görevi de üstlenen bir çalışma yapılmıştır (Bkz. Görüntü 107).



Görüntü 107: Kelebek illüstrasyonu.

Kelebek illüstrasyonu ise olabildiğince detaylı çalışılmış ancak 3 boyutlu etkisi verecek efektlerden kaçınılmıştır. Pembe renk yatak takımlarıyla uyum sağlamakla birlikte, çok yoğun kullanımı boğucu bir etki bırakabilir öngörüsüyle, fonda kullanılan hafif yeşil ve mavi tonlarıyla hem doğal bir ortam yaratılmaya çalışılmış hem de pembenin güçlü etkisinin hafifletilmesi hedeflenmiştir. Kelebeğin üzerine konduğu bitki iki duvarın kesiştiği noktaya yerleştirilmiştir. Bu şekilde bitkinin, kelebek figürünün önüne geçmesi önlenmiştir. Tasarım CorelDraw'da tablet yardımıyla tamamlandıktan sonra Photoshop'a aktarılarak, sanal uygulaması yapılmıştır (Bkz. Görüntü 108).



Görüntü 108: Kelebek illüstrasyonunun oda içinde sanal uygulaması.

6.1.5. Panter

“Panter” isimli çalışma için kedigillerden değişik türler incelenmiştir. Birçok fotoğraf ve illüstrasyon üzerinde yapılan incelemeler ve yapılan eskiz çalışmaları sonucunda Anadolu’da yaşamış bir panter türü olan Anadolu Panteri’nden yola çıkan bir çalışma yapılmasına karar verilmiştir. Anadolu panterine ait fazla sayıda görüntüye ulaşılamamıştır. Yaşayan son Anadolu Panteri’nin 1974 yılında öldürüldüğüne dair bir görüş bulunmaktadır (http://www.ergir.com/son_anadolu_panteri_yazi.htm Erişim: 12 Mayıs 2010).



Görüntü 109: Panter illüstrasyonu.

Ulaşılan birkaç fotoğraf üzerinde yapılan gözlemlere dayanarak oluşturulan panter illüstrasyonu olabildiğince detaylı çalışılmış; diğer panterlerden farklı olan göz yapısı üzerinde önemle durulmuştur. Baykuş tasarımında olduğu gibi, panter tasarımında da yırtıcı hayvan imgesinden uzaklaşılması ve daha sempatik bir figür haline gelebilmesi için yardımcı elemanlar kullanılmıştır. Panterin etrafında uçan kelebek figürü, panterin gözü hizasında sabitlenerek kompozisyonun ağırlık merkezinin bu bölümde olması sağlanmıştır. Yaşam alanında ise yeşilin değişik tonları dışında renk kullanılmayarak sadeliğin korunması amaçlanmıştır. Tasarım vektörel olarak sonuçlandırılmış ve duvar üzerindeki etkisinin gözlemlenebilmesi için Photoshop'a aktarılmıştır (Bkz. Görüntü 110).



Görüntü 110: Panter illüstrasyonunun oda içinde sanal uygulaması.

6.1.6. Balina

“Balina” isimli tasarımda “Kutup ayısı” tasarımında kullanılan yöntem tekrarlanmıştır: Dalga hareketleri hem renk geçişleriyle hem de bu renk geçişlerinin üzerinde kullanılan çizgisel formlarla sağlanmıştır. Balina figürünün tasarımı sürecinde yapılan görsel araştırmasında incelenen fotoğraflar ve illüstrasyonlardan edinilen izlenimler, bu tasarımda oldukça yalın bir ifadeyle ortaya çıkarılmıştır (Bkz. Görüntü 111).



Görüntü 111: Balina illüstrasyonu.

Kompozisyonun oldukça hareketli olmasına neden olan dalga formları, mavinin tonları ve beyaz dışında bir renk kullanılmadan dengelenmeye çalışılmıştır. CorelDraw'da tamamlanan tasarım Photohop'a aktarılmış ve sanal uygulaması yapılmıştır (Bkz. Görüntü 112).



Görüntü 112: Balina illüstrasyonunun oda içinde sanal uygulaması.

6.1.7. Papağan

“Papağan” isimli tasarımın hazırlık sürecinde değişik papağan türleri araştırılmış ve Türkiye’de yaşayan bir tür olan İskender Papağanı’ndan yola çıkılmıştır (http://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0skender_papa%C4%9Fan%C4%B1. Erişim: 14 Mayıs 2010).



Görüntü 113: İskender Papağanı

(http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Alexandrie_parakeet_on_tree.JPG Erişim: 14 Mayıs 2010)



Görüntü 114: İskender Papağanı

(http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/1/13/Psittacula_eupatria.jpg Erişim: 14 Mayıs 2010)

Bu papağan türünün, gagası ile boyun ve bir parça kanat kısmında bulunan kırmızı – turuncu tüyleri dışında tamamen yeşilin tonlarında bir papağan olduğu gözlemlenmiştir. Bu nedenle illüstrasyonda da yeşilin tonları kullanılmıştır. Diğer tasarımlarda olduğu gibi “papağan” tasarımında da sadelik ön planda tutulmuştur (Bkz. Görüntü 115).



Görüntü 115: Papağan illüstrasyonu.

Kompozisyonun sağında ve solunda bulunan ağaçların dallarının yaklaşık göz hizasında yerleştirilmesiyle, odada kalacak konuklara, dallarla aynı yükseklikte oldukları hissinin yaşatılması düşünülmüştür. Tüm diğer tasarımlarda da yer alan çizgisel formlar, bu tasarımda da odanın solunda bulunan duvar üzerinde çiçek figürleri ile birlikte yer almıştır (Bkz. Görüntü 116).



Görüntü 116: “Papağan” isimli tasarımda sol duvar için yapılmış uygulama.

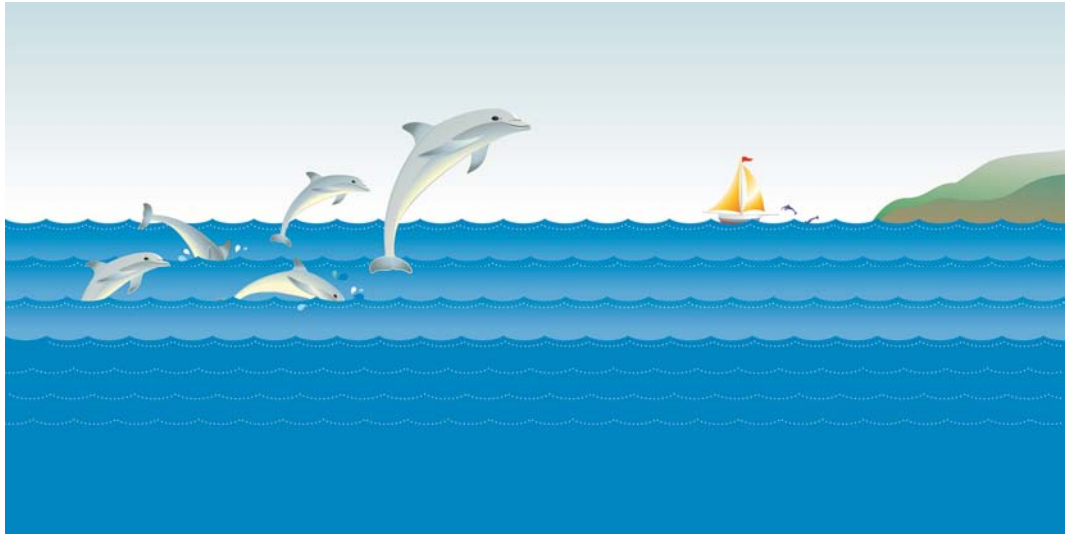
Buradaki çiçek figürleri özellikle en az yoğunlukta tutulmuş; çalışma alanında konsantrasyonu zorlayacak bir etki bırakmamasına özen gösterilmiştir. Tüm tasarımlar vektörel olarak tamamlandığında ise Photoshop’a aktarılarak sanal uygulaması yapılmıştır (Bkz. Görüntü 117).



Görüntü 117: Papağan illüstrasyonunun oda içinde sanal uygulaması.

6.1.8. Yunus

Bu tasarımın hazırlık sürecinde gözlemlenen farklı yunus görsellerinden edinilen izlenimler sonucunda, yunusların kıvrak hareketlerini ve sevimli duruşlarını yansıtan bir illüstrasyon oluşturulmuştur. Denizin betimlendiği diğer tasarımlarda da olduğu gibi dalga etkisi çizgisel formlarla ve renk geçişleriyle verilmeye çalışılmıştır. Tasarımın sadeliğine etki etmemesi için yine farklı renklerin bir arada yoğunlukla kullanımından kaçınılmıştır (Bkz. Görüntü 118).



Görüntü 118: Yunus illüstrasyonu.

Kompozisyonda hareket yönü soldan sağa doğru bir arada yüzen yunus sürüsüyle belirlenmiştir. Derinlik algısını güçlendirmek için kompozisyonun sağında ufak bir tekne figürü kullanılmıştır. Teknenin boyutlarının daha net algılanabilmesi için de yanında yüzen iki yunus eklenmiştir. Oldukça hareketli bir sahne olmasına rağmen yatay eksenindeki kararlı çizgilerle hareket dengelenmeye çalışılmıştır (Bkz. Görüntü 119).



Görüntü 119: Yunus illüstrasyonunun oda içinde sanal uygulaması.

Tasarımın CorelDraw'da tablet yardımıyla tamamlanmasının ardından duvar üzerindeki sanal uygulamasının yapılabilmesi için Photoshop'a aktarılmıştır.

6.1.9. Kedi

“Kedi” isimli çalışmada çalışılacak kedi figürünün ülkemize özel birkaç hayvan türünden biri olan Ankara Kedisi'nden hareketle oluşturulması düşünülmüştür. Ankara kedileri için iki ayrı figür çalışılmıştır. Kompozisyonun sağında bir ağaç kütüğünün üzerinde otururken resimlenen figür yetişkin bir kediye, sol taraftaki ağacın dalına uzanmış olan ise bebeklik döneminden henüz çıkmış bir kediye betimlemektedir (Görüntü 120).



Görüntü 120: Kedi illüstrasyonu.

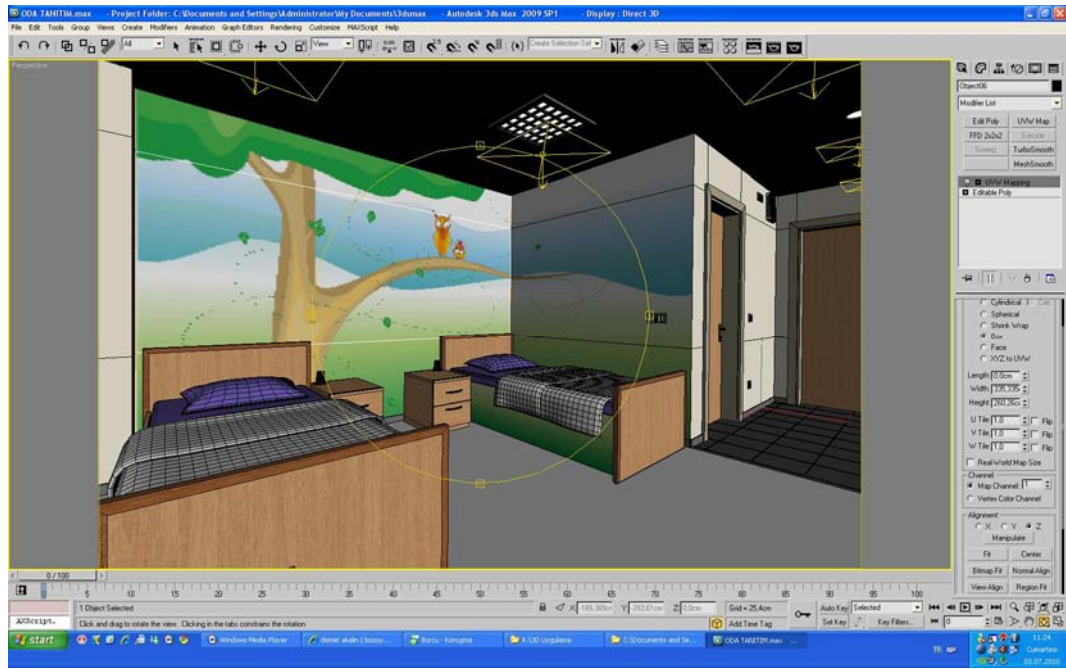
Kedilerin yaşam alanlarında yeşilin ve kahverenginin tonları kullanılmıştır. Yine diğer tüm tasarımlarda kullanılan çizgisel formlar, bu tasarımda da kullanılarak hem sahneye bir parça hareket getirmesi hem de diğer tasarımlarla ortak bir dil geliştirme konusunda yardımcı olması hedeflenmiştir. Vektörel olarak sonuçlandırılan tasarımlar sanal uygulamaların yapılması için Photoshop'a aktarılmıştır (Bkz. Görüntü 121).



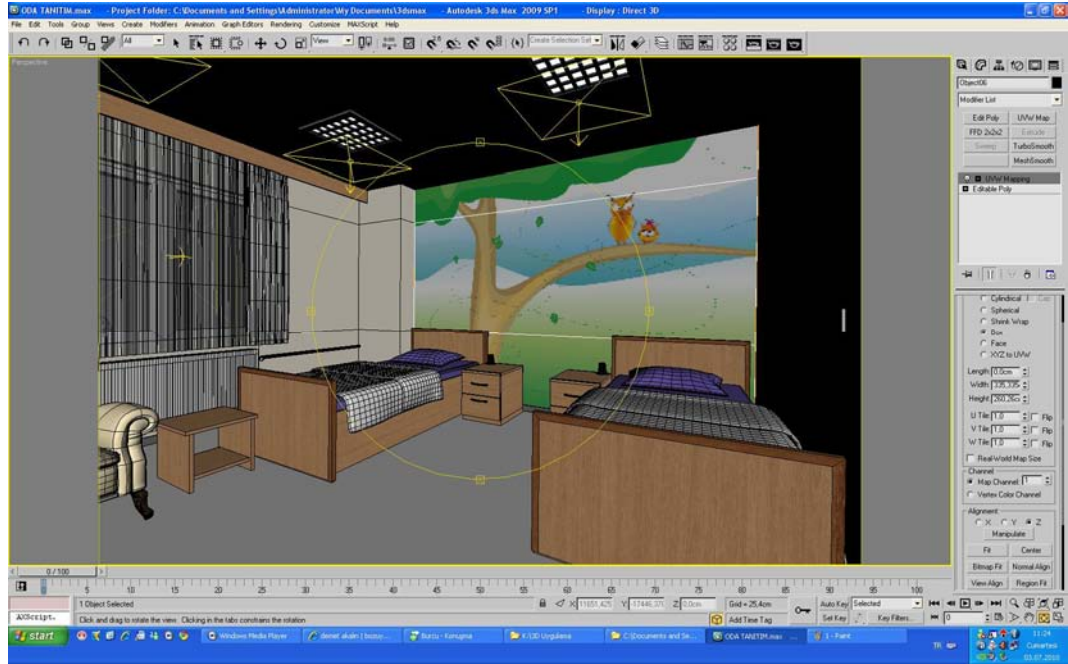
Görüntü 121: Kedi illüstrasyonunun oda içinde sanal uygulaması.

6.2. “DOĞAL YAŞAM” SERİSİNİN 3 BOYUTLU CANLANDIRMASI

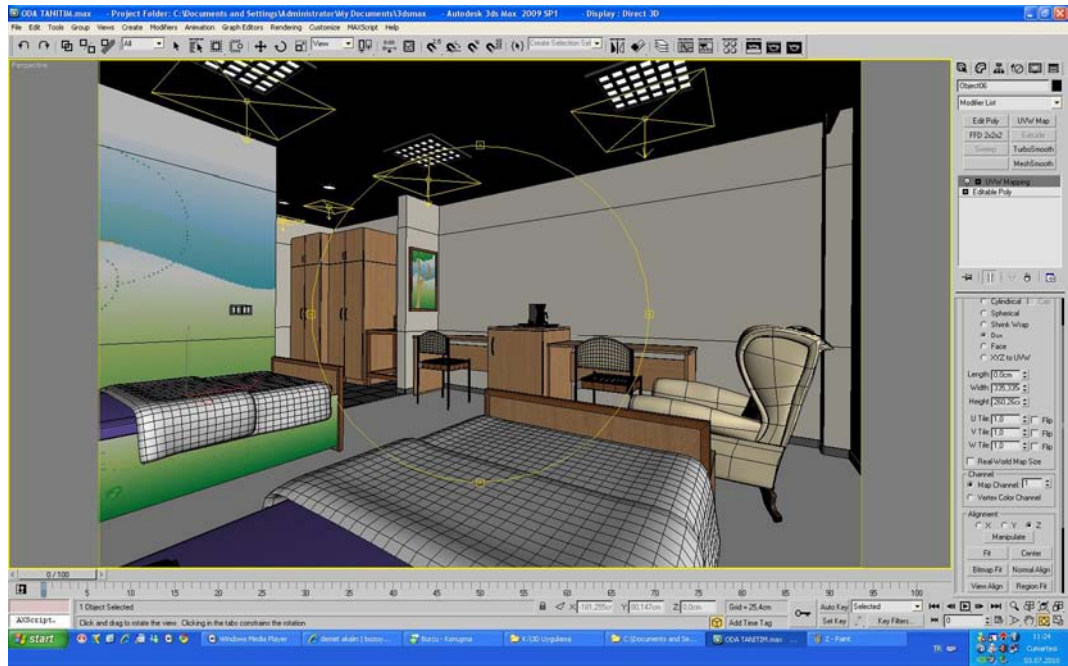
Çalışmaların gerçek bir odada nasıl sonuç vereceğinin anlaşılması için Photoshop'ta yapılan uygulamalar belirli ölçüde fikir veriyor olmasına karşın, daha gerçekçi görüntüler üzerinde gözlem yapabilmenin de önemli olduğu düşünülmüştür. Bu amaçla konukevi odası bilgisayar ortamında 3DS Max programı yardımıyla 3 boyutlu olarak yeniden oluşturulmuştur. Bu çalışma sırasında, odanın gerçek boyutlarına, odada bulunan mobilyalara, renklere ve odanın doğal ışığına bire-bir sadık kalmaya özen gösterilmiştir. Bu sayede birden fazla tasarımı bu ortama aktararak, alınan sonuçları gözlemlemek olanaklı olmuştur (Bkz. Görüntü 122, 123, 124 ve 125).



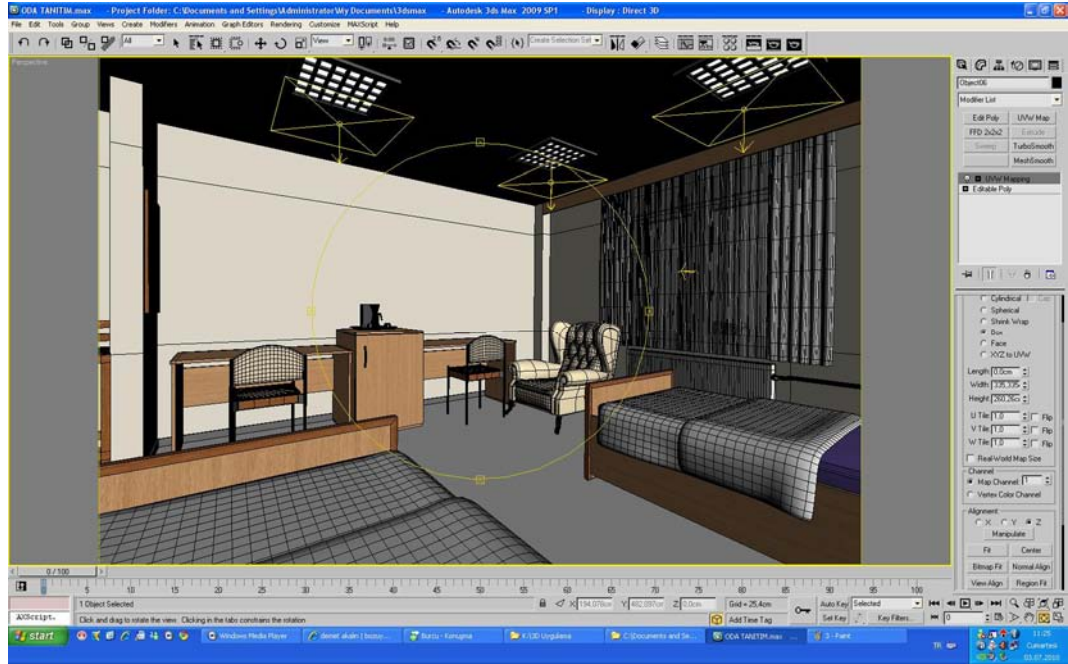
Görüntü 122: 3DS Max programında oluşturulan konukevi odası.



Görüntü 123: 3DS Max programında oluşturulan konukevi odası.



Görüntü 124: 3DS Max programında oluşturulan konukevi odası.



Görüntü 125: 3DS Max programında oluşturulan konukevi odası.

Ardından tasarımlardan üç tanesi seçilerek, oluşturulan 3 boyutlu oda üzerinde denemeler yapılmıştır (Bkz. Görüntü 126, 127,128,129,130, 131,132,133, 134, 135, 136 ve 137).



Görüntü 126: “Baykuş” isimli çalışmaya ait foto-gerçekçi görüntü.



Görüntü 127: “Baykuş” isimli çalışmaya ait foto-gerçekçi görüntü.



Görüntü 128: “Baykuş” isimli çalışmaya ait foto-gerçekçi görüntü.



Görüntü 129: “Baykuş” isimli çalışmaya ait foto-gerçekçi görüntü.



Görüntü 130: “Penguen” isimli çalışmaya ait foto-gerçekçi görüntü.



Görüntü 131: “Penguen” isimli çalışmaya ait foto-gerçekçi görüntü.



Görüntü 132: “Penguen” isimli çalışmaya ait foto-gerçekçi görüntü.



Görüntü 133: “Penguen” isimli çalışmaya ait foto-gerçekçi görüntü.



Görüntü 134: “Kutup ayısı” isimli çalışmaya ait foto-gerçekçi görüntü.



Görüntü 135: “Kutup ayısı” isimli çalışmaya ait foto-gerçekçi görüntü.



Görüntü 136: “Kutup ayısı” isimli çalışmaya ait foto-gerçekçi görüntü.



Görüntü 137: “Kutup ayısı” isimli çalışmaya ait foto-gerçekçi görüntü.

6.3. “ANKARA” SERİSİ

“Doğal Yaşam” serisinin çalışmaları tamamlandıktan sonra, konukevinin ağırlıklı olarak şehir dışından gelen öğrenci ve öğrenci yakınlarına barınma olanağı sağladığı göz önüne alınarak, ek olarak Ankara’yı tanıtıcı bir seri de yapılması düşünülmüştür. Ankara’nın simgesi haline gelmiş belirli yapılar ve bu yapılara ait bilgilerin yer aldığı kompozisyonlar üzerinde çalışılmıştır. Anıtkabir, Atakule ve Hitit Güneşi Kursu Ankara denince ilk akla gelen yapılardan olduğundan, ilk çalışmalar bu üç yapı üzerinde yoğunlaşmıştır. Görsel kaynak taraması ve yapılara yapılan ziyaretler sonucunda her yapı için uygun olabilecek açılar belirlenmiştir. Ayrıca yapılarla ilgili tarihi ve teknik bilgiler de grafik uygulamada yerini alabilmesi için araştırılmıştır. İlk eskizler vektörel çalışmalara elverişli olan CorelDraw programıyla tablet kullanılarak yapılmış, oda üzerindeki uygulamalar ise Photoshop’ta gerçekleştirilmiştir.

6.3.1. Hitit Güneş Kursu Anıtı



Görüntü 138: Hitit Güneşi Kursu Anıtı

(<http://ankaraheykelleri.wordpress.com/2007/01/28/sihhiye-hitit-gunesi/>)

Hitit Güneşi Kursu Ankara için önemli yapıtlardan biridir ve Sıhhiye Meydanı'nda bulunmaktadır. Kızılay'dan Sıhhiye'ye geçişte, meydanın ortasında yer alan anıt için tasarım çalışması yapılırken binalar ve motorlu araçlar gibi çevresel etkilerden arındırarak, olabildiğince yalın bir kompozisyon oluşturulmaya çalışılmıştır. Kompozisyon, odanın sağında kalan ve birbirini 90 derecelik açı ile kesen iki duvara yayılacak biçimde planlanmıştır. Solda kalan duvarın tercih edilmeme nedeni, duvarın önünde çalışma masalarının oluşudur. Bu duvarda yer alabilecek yoğun bir tasarım elemanının çalışma koşullarına olumsuz etki edebileceği düşünüldüğünden diğer duvar tercih edilmiştir. Hitit Güneş kursu tasarımın solunda yer almakta ve kompozisyonun ağırlık merkezini oluşturmaktadır.



Görüntü 139: Hitit Güneşi Kursu illüstrasyonu.

Özgün hali koyu gri olan anıtın, bu tasarımda sarı ve tonlarıyla ifade edilmesinin nedeni ise yoğun gri kullanımının konuklar üzerinde olumsuz bir etki bırakmasını engellemektir. Kompozisyonun sağ tarafında ise anıtlı ilgili tarihçeye ve teknik detaylara yer verilmiştir. Tasarımın tamamlanmasının ardından, odadaki etkisinin incelenebilmesi için Photoshop programında sanal bir uygulama yaratılmıştır.



Görüntü 140: Hitit Güneşi Kursu illüstrasyonunun oda içinde sanal uygulaması.

6.3.2. Anıtkabir

Ankara için önemli bir diğer yapı da şüphesiz Anıtkabir'dir. Atatürk için yapılmış bu anıt mezar her yıl ülkenin her yanından ve Ankara içinden binlerce kişi tarafından ziyaret edilmektedir. İçinde bulunan müzeler nedeniyle de önem taşıyan bu yapının görsel kaynak araştırması yapılırken pek çok farklı açıdan fotoğraflarına ulaşılmıştır.



Görüntü 141: Anıtkabir (<http://www.tsk.tr/anitkabir/images/imageesson/mozole.jpg>)

Yapı, ulu önderimiz için yapılmış bir mezar ve anıt niteliği taşıyor olması nedeniyle, etkileyici görünümünü ve O'na duyulan saygıyı ifade edebilmek için göz hizasının altından yukarı doğru bakan bir açıyla resimlenmiştir. Anıtkabir yatay ve düşey ekseninde çok fazla doğrusal elemana sahip, hareketli görünümü olan bir yapı olduğu için illüstrasyon yapılırken yalınlaştırma yoluna gidilmiştir. Etrafındaki ağaçlar, duvarlardaki kabartmalar ve kuleler gibi çevresel elemanlar kompozisyona dahil edilmeyerek gerekli yalınlık sağlanmaya çalışılmıştır. Yatay ve düşey eksenindeki doğrusal hareketin keskinliğini yumuşatabilmek için fonda dalgalı formlardan yararlanılmıştır. Tarihçe ve teknik detayları içeren bilgiler de fondaki yumuşak dalgalı formlara uyum sağlayacak şekilde kompozisyonun sağ

6.3.3. Atakule

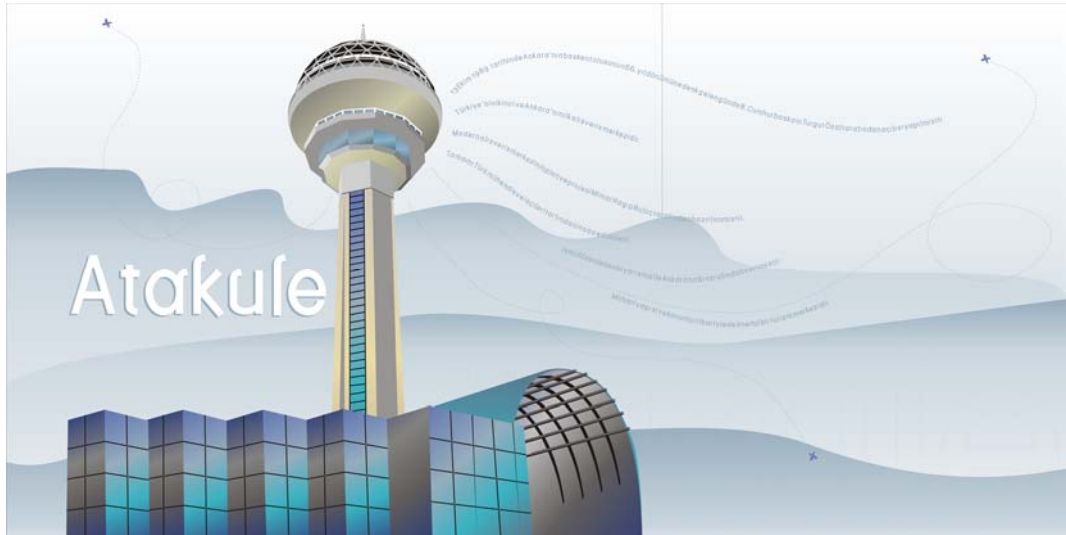
Ankara’da bulunan ve şehir için önemli olan bir diğer yapı ise Atakule’dir. Yapı, bir alışveriş merkezi ve onun yanında konumlanan bir kuleden oluşmaktadır. Çankaya’da bulunan Atakule, alışveriş merkezine sahip olmasının yanı sıra kulesinin içinde dönen kısmıyla da ziyaretçilerin ilgisini çekmektedir. Çankaya’nın en yüksek kısmında konumlandığı için neredeyse Ankara’nın her yerinden görülebilmektedir.



Görüntü 144: Atakule (Müge Burcu Codur kişisel fotoğraf arşivi).

Dış cephesi ağırlıklı olarak camla kaplı olan Atakule gökyüzünü bu camlar aracılığıyla yansıtmaktadır. Kompozisyon oluşturulurken bu etkiyi yansıtabilmek için mavinin tonlarından yararlanılmıştır. Atakule’nin çevresinde kendisinden daha yüksek bir yapının bulunmayışı çevresel elemanları sadeleştirme konusunda kolaylık sağlamıştır. Yüksek bir yapı olması nedeniyle göz hizasının üzerinde kalan bir açıyla resimlenmiştir. Bu açıdan bakıldığında gökyüzü

dışında bir başka çevresel elaman görülmediği için mavi tonların dışına çıkılmamıştır. Yine önceki çalışmalarda olduğu gibi bilgilendirme metinleri arka fonda yer alan dalgalı formlara uygun biçimde yerleştirilmiştir. İlk çalışmalar Corel Draw'da tablet kullanılarak yapılmıştır.



Görüntü 145: Atakule illüstrasyonu.

Ardından çalışmanın odada nasıl sonuç vereceğinin anlaşılabilmesi için Photoshop yardımıyla sanal uygulama yapılmıştır.



Görüntü 146: Atakule illüstrasyonunun oda içinde sanal uygulaması.

Bu üç çalışma incelendiğinde, illüstrasyonlar kendi başlarına başarılı sonuç vermiş olsa da odaya uygulandığında çok güçlü ve baskın etkilerinin olduğu, daha geniş mekanlarda ve yüzeylerde daha iyi sonuçlar verebileceği üzerinde durulmuştur. Çevresel elemanlardan ne kadar arındırılmış olsa da yapıların kendilerine ait detaylar fazlasıyla hareket sağladığı için odanın yalın haliyle karşıtlık oluşturmaktadır. Ayrıca bilgilendirme metnlerinin kalıcı olması nedeniyle bir süre sonra odayı kullanan misafir açısından sıkıcı olabileceği de öngörülmüştür. Bu nedenlerle Ankara'yı tanıtıcı tema uygulamasının uygun olmadığına karar verilmiştir.

SONUÇ

Günümüzde iletişim, sesli ve görsel medya olanaklarının yanı sıra mekansal düzenlemelerle de sağlanmaktadır. Kişisel / kurumsal imgeler mekan içinde verilen iletilerle pekiştirilmekte; mekan-insan etkileşimiyle söze dökülmemiş bir iletişim kurulmaktadır. Farklılaşmış, tematik yaşam alanları yaratılması, kişiler ya da kurumlar için bu alanların iletişim aracı olarak kullanılmasını olanaklı kılmaktadır. Çağın gereklerine uyum sağlayarak sürekli değişen ve gelişen iletişim teknolojilerinin yeni ortam gereksinimleri doğurmaya başlaması da insana ulaşabilen her türlü ortamın araç olarak kullanılması sonucunu doğurmuştur. Buna paralel olarak da uygulama alanları genişlemiştir. Bu anlamda, mekanların iletişim teknolojilerinden, iletişim teknolojilerinin de mekanlardan yararlandığı söylenebilir.

Araştırma sürecinde tematik mekan düzenlemeleri konusunda yurt içinde ve dışında çok sayıda çalışmaların bulunduğu ancak akademik araştırma ve çalışmaların çok yetersiz olduğu gözlemlenmiştir. Grafik Tasarım'ın temel ilkelerine ve uygulama alanlarına yönelik birçok yazılı ve görsel kaynağa ulaşılmış olmasına rağmen, iç mekan düzenlemelerinde yapılan uygulamalara yönelik çok az sayıda makale dışında kaynağa ulaşılammış olması bu alanda daha çok araştırma yapılması gerekliliğini ortaya koymuştur. Disiplinler arası çalışmaların artmasıyla bu konudaki araştırmaların da artacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmanın hazırlanması süresince yapılan araştırmalarda ulaşılan her türlü görsel malzeme ve yazılı kaynaktan edinilen izlenimler, iç mekanda yaratılan temanın çok güçlü bir ileti aracı olduğu yönündedir. Ortak uzlaşım noktalarında kabul görmüş göstergeler, renkler ve ifade biçimleri, ister istemez birer ileti aracı halini almaktadır. Mekan düzenlemesinde kullanılan objeler, seçilen renkler ve bu kombinasyonları bütünleyen tüm yardımcı elemanlar, mekanı kullanan kişileri belirli bir noktaya doğru yönlendirebilmektedir. Burada önemli olan konu ise bunun bilinçli bir seçim olması gerekliliğidir. Verilmek istenen ileti doğrultusunda yapılacak her seçim ve düzenleme, rastlantısallığın yarattığı riskleri ortadan kaldıracaktır.

Çalışma boyunca edinilen izlenimlerle Grafik Tasarım ve İç Mimarlık alanlarının ortak yürüttüğü projelerin başarılı sonuçlar verdiği kanısına ulaşılmıştır. Tema planlaması yapılırken, proje aşamasında her iki alanın birlikte hareket etmesi ve kendi uzmanlık alanlarını mekan düzenlemesi sırasında ortak bir dille buluşturmaları işlevsellik, estetik ve iletişimin bir arada başarıyla uygulanabileceğini ortaya koymuştur.

İncelenen çok sayıda örnekte yalınlığın iletiyi vermede daha başarılı olduğu; tasarımın karmaşıktığı ölçüde algı sorunlarına yol açabildiği gözlemlenmiştir. Özellikle çevresel etkenlerin zorlayıcı olduğu mekanlarda olabildiğince mekanla bütünleşen, mekana ait bir parça olarak algılanan ve hareket dengesini sağlayabilen tasarımların daha doğru ve etkin sonuçlar vereceği düşünülmektedir.

Renk kullanımında çok seslilikten kaçınarak az sayıda rengin tonlarından yararlanmak, görsel gürültüyü engelleyebilmektedir. Konukevi için yapılan tasarımlarda bu konuya özen gösterilmiş; renkler doğadaki uyumlarına bağlı kalacak biçimde seçilmiştir. Farklı renklerden bolca bir arada kullanmak yerine, tonlardan yararlanılmış; bu sayede çeşitlilik sağlanırken, gürültü engellenmiştir.

Konukevinin kullanıcı profiline öğrenciler ve öğrenci yakınları olduğu göz önüne alınarak, kullanıcı profiline yönelik birçok olasılık da hesaplanmıştır. Her bir çalışmanın yer alacağı nokta, aldığı ışık, yaratacağı etki ve mekana ait tüm diğer parçalarla uyumu değerlendirilmiştir. Konukevinin dekorasyonunun, odaların yıl boyunca dolu olması nedeniyle sıklıkla değiştirilemeyeceği ve çalışma odası olarak da kullandıkları odanın görsel olarak karmaşık görünmemesi için mobilyaya uyum sağlayacak, yalın tasarımlar elde edilmeye çalışılmıştır. Alınan sonuçlardan doğayla uyumlu, yalın tasarımların daha dingin ortamlar yaratabileceği ve kullanıcıya olumlu bir ileti verme konusunda başarı sağlayacağı düşünülmektedir.

Son yıllarda sanat ve tasarımın farklı dallarının bir araya gelerek çalışmalar ürettiği ve etkileşimde bulunduğu görülmektedir. Alanlara özgü farklılıkların, çalışmaları daha nitelikli kıldığı, sorunlara daha etkili çözümler üretildiği ve ortak

uzlaşım noktalarını zenginleştirdiği göz önüne alınarak; farklı disiplinlerin etkileşiminden yararlanabilmek, bu etkileşimin sağladığı değişik bakış açılarıyla kavramları irdeleyebilmek ve özgün tasarımlar ortaya koyabilmek lisans ve lisansüstü eğitimde önem kazanmaktadır. Bu çalışmada, grafik tasarım eğitimi alan öğrencilerin, farklı disiplinlerle sağlayacakları etkileşimden yararlanarak eğitimlerini yaşadıkları döneme ait tasarım anlayışının da ötesine götürebilecek bir bilinçle sürdürebilmeleri için gerekli olacak araştırmalara yer verilmiştir.

Grafik tasarım eğitimini daha nitelikli bir hale getirebilmek adına, disiplinler arası çalışmaların ön plana çıktığı bu dönemde, yapılan bu çalışmanın hem lisans hem de lisansüstü eğitimde yararlanılabilecek bir kaynak olabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

- Arnheim, R. (2007). *Görsel Düşünme* (Rahmi Ögdül, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Arntson, A. E. (1998). *Graphic Design Basics*. Fort Worth: Harcourt Brace College Publishers.
- Aydınlı, S. (1986). Mekansal Değerlendirmede Algısal Yargılara Dayalı Bir Model. İstanbul: İ.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi.
- Başkaya A., Dinç P., Aybar U. Ve Karakaşlı M. (2003). Mekansal İmaj Üzerine Bir Deneme: Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Eğitim Bloğu Giriş Holü. *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi, cilt (18)*, 79-94.
- Bektaş, D. (1992). *Çağdaş Grafik Tasarım'ın Gelişimi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları
- Bulduk, Z. (1998). Orta Dünya'dan Kalbe Doğru. Erişim: Mart 2009, <http://www.metiskitap.com/Scripts/Catalog/Text.asp?ID=9176&BGID=2>
- Cass, C. (1988). *Grand Illusions: Contemporary Interior Murals*. Singapore: Phaidon Press Limited.
- Ellen Brill (t.y.). Erişim: 16 Aralık 2008, <http://www.ellenbrill.com/index2.htm>
- Fiske, J. (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş* (Süleyman İrvan, Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Good Illustrations Express a Point of View. (Kasım 2008) *Novum*, 10, 51-53.
- Göker, M. (2007) Nip / Tuck'ın Sahne Tasarımları. Erişim: 27 Kasım 2008, <http://www.arkitera.com.tr/news.php?action=displayNewsItem&ID=13803&month=2&year=2008&month=1&year=2008>
- History of Illustration. (t.y.). Erişim: 15 Aralık 2007, <http://www.megaessays.com/viewpaper/36938.html>

Hotel Fox. (t.y.). Erişim: 5 Ocak 2008, <http://www.hotelfox.dk>

Jupiter Hotel (t.y.). Erişim: 28 Mayıs 2008,
<http://freshome.com/2007/11/14/photo-wall-murals/>

Lyons, J. (2005). Mixed media draws new audience; buyers represent three distinct and important sources of business. *Art Business News*. Erişim: 04.05.2009,
http://findarticles.com/p/articles/mi_m0HMu/is_11_32/ai_n15888095/

Mimarizm Mimarlık ve Tasarım Yayın Platformu. Son Yüzyıla ait Cami Örnekleri: İşlam Mimarlığı'nda Çağdaşlaşma. Erişim: 18 Eylül 2009,
<http://www.mimarizm.com/kentintozu/Makale.aspx?id=376&sid=387>

Mitchell, W.J.T. (1980). *The Language of Images*. Chicago: The University of Chicago Press.

Mutlu, E. (1998). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Naz, N. (2005). Contribution of Turkish Architects to the National Architecture of Pakistan: Vedat Dalokay. *Middle East Technical University Journal of the Faculty of Architecture*, cilt 22, 51-77.

Nippan (1996). *Cyber Design: Computer Manipulated Illustration*. Düsseldorf: Nippan

Saat ve Saat Genel Merkez, İstanbul. (şubat 2007). *B.O.B. - Best of Best*, 2, 78-85.

Showroom: European Design Awards. (Ağustos 2008). *Novum*, 8, 78-80.

Sontag, S. (1993). *Fotoğraf Üzerine*. (Reha Akçakaya, Çev.). İstanbul: Altıkırkbeş.

Pace and Information. (Mart / Nisan 2008). *Communication Arts*, 84-93.

Özdemir, A. B. (t.y.). *Teknolojik Gelişim ve Toplumsal Değişim Çağında Fotoğraf Sanatı*. Erişim: 8 Eylül 2009,
<http://www.beyhanozdemir.com/showarticle.asp?article=18>

P.I.E. Books (1996). *Illustration in Graphics*. Tokyo: P.I.E. Books.

Playing the Straight Card. (Ağustos 2006). Novum, 08, 30-34.

Saat ve Saat Genel Merkez. (Şubat 2007). BOB – Best of Best İç Mimarlık Dergisi, 2, 78 - 85.

Sarıkavak, N. K. (2005). *Sayısal Tipografi: 2 Batı'da ve Ülkemizde Sayısal Harf / Font Tasarımcıları*. Ankara: Başkent Üniversitesi Yayınları

Saw J. T. (2000). Gestalt. Erişim: 08 Ekim 2009,
<http://daphne.palomar.edu/design/gestalt.html>

Schunck R. (t.y.). Wallpaper History. Erişim: 17 Kasım 2009,
http://www.wallpaperinstaller.com/wallpaper_history.html

Space and Information. (Nisan 2008). *Communication Arts, Mart-Nisan*, 84-93.

Stephan, P. (2005). *Icons of Photography*. New York: Prestel

Şenyapılı, Ö. (1999). Mimarlık (Yapılarının) Anlam (sızlığı) Beğeni (yor muyuz?), Mimar Anlam Beğeni. İstanbul: Yapı- Endüstri Merkezi Yayınları.

Taşçıoğlu, M. (2007). *Mekan İçerik Grafik Tasarımda Haute Couture*. Grafik Tasarım Görsel İletişim Kültürü Dergisi, 4, 82-85.

Twemlow, A. (2008). *Grafik Tasarım Ne İçindir?* (Dalsu Özgen, Çev.). İstanbul: Yapı – Endüstri Merkezi Yayınları.

Uçar, T. F. (2004). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. İstanbul: İnkılâp Kitabevi.

Use of Illustration. (2002). Erişim: 23 Ekim 2009,
<http://www.aiga.org/content.cfm/use-of-illustration>

- Yırtıcı, H. (2007). Biçim, İşlev ve Kullanım. Erişim: 12 Nisan 2009,
<http://forum.arkitera.com/mimarlik/14231-bicim-islev-ve-kullanim.html>
- Yurdakul, İ. (1998). Çevre Bilinci ve Grafiksel İşaretlerin Değerlendirilmesi.
 Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Yazıları Dergisi, 7,
 79 – 84
- Wiedemann, J. (2007). *Illustration Now!*. Köln: Taschen
- Zelanski P., Fisher M. P. (2007) *The Art of Seeing*. New Jersey: Pearson
 Education, Inc.
<http://www.hannahliongoren.com> Erişim: 8 Ocak 2009
- http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Alexandrie_parakeet_on_tree.JPG
 Erişim: 14 Mayıs 2010
- <http://ekster.deviantart.com/art/My-Illustrations-on-a-Wall-25254806> Erişim: 8
 Şubat 2008
- <http://saimacko.deviantart.com/art/Bedroom-67537527> Erişim: 18 Nisan 2008
- http://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0skender_papa%C4%9Fan%C4%B1 Erişim:
 14 Mayıs 2010
- http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/1/13/Psittacula_eupatria.jpg
 Erişim: 14 Mayıs 2010
- <http://www.balina.com.tr> Erişim: 22 Ekim 2009
- http://www.behance.net/e_glue Erişim: 18 Ekim 2009
- <http://www.commercecolor.com/products/Specialty-Graphics> Erişim: 8 Kasım
 2008
- <http://www.cpaaindia.org/aboutus/awards.htm> Erişim: 8 Ekim 2009
- <http://www.ellenbrill.com/index2.htm> Erişim: 5 Mayıs 2008
- http://www.ergir.com/son_anadolu_panteri_yazi.htm Erişim: 12 Mayıs 2010

<http://www.etapes.com/agenda/expositions/agenda-milton-glaser> Erişim: 17 Eylül 2009

<http://www.flickr.com/photos/tulip-enterprises/1063051155/> Erişim: 28 Mayıs 2008

<http://www.frenchdressing.com.au> Erişim: 30 Ekim 2009

<http://www.glasgowmuseums.com/venue/page.cfm?venueid=4&itemID=68> Erişim: 17 Eylül 2009

<http://www.greatinteriordesign.com/wp-content/uploads/2009/06/ethnique-jungle-tribal-wall-photo-by-teo-jasmin.jpg> Erişim: 16 Nisan 2010

<http://www.hannahliongoren.com> Erişim: 12 Mayıs 2010

<http://www.hotelfox.dk/> Erişim: 15.05.2008

<http://www.isdesignet.com/articles/detail.aspx?contentID=5725> Erişim: 20 Ekim 2009

<http://www.kuumhotel.com> Erişim 22 Ekim 2009

<http://www.kymfosterdesign.com> Erişim: 3 Kasım 2009

<http://www.l2m3.com> Erişim: 23 Ekim 2009

<http://www.mackintosh.co.za/project/franchise-show/> Erişim: 28 Mayıs 2008

<http://www.maurer.com.tr/logolar/strahle/87.jpg> Erişim: 2 Ocak 2009

<http://www.momoy.com/2007/10/20/modern-decorated-sink-by-vitruvit-a-rich-addition-to-minimalist-bathroom-designs> Erişim: 19 Nisan 2010

<http://www.pandarosa.net> Erişim 12 Kasım 2008

http://www.propeller-island.com/rooms_neu/room_detail/02/index.php Erişim 08.01.2009

<http://www.tasarimplus.com/ofis-ic-mekan-tasarimi.html> Erişim: 2 Ekim 2009

<http://www.whatisblik.com/blog/customize/hotel-erwin> Erişim: 22 şubat 2010

<http://www.yossawat.com/2008/12/cristal-bar-and-reykjavik-art-museum-by-katrin-olina> Erişim: 18 Ekim 2009

YARDIMCI KAYNAKLAR

- Barnard, M. (2002). *Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür* (Güliz Korkmaz, Çev.). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Becer, E. (2002). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Berger, J. (2007). *Görme Biçimleri* (Yurdanur Salman, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Feininger, A. (1973). *Principles of Composition in Photography*. London: Thames and Hudson Ltd.
- Gikow, J. (1991). *Graphic Illustration in Black and White*. New York: Design Press.
- Kahraman, B.H. (1993). *Sanatsal Gerçeklikler, Olgular ve Ötekileri*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Kahvecioğlu, H. (1998). *Mimarlıkta İmaj: Mekansal İmajın Oluşumu ve Yapısı Üzerine Bir Model*. Doktora Tezi, İ.T.Ü., İstanbul.
- Küçükerman, Ö. (1994). *Görsel Bildirişim ve Tasarım İlişkileri*. Yapı Dergisi, 3, 26-27.
- Lupton, E. (t.y.). *Modern Design Theory*. Erişim: 22 Aralık 2008, <http://www.elupton.com/index.php?id=47>
- Mitchell, W. J. T. (1980). *The Language of Images*. Chicago : University of Chicago Press.
- Moriarty, S. (1995). *Visual Communication Theory: A Search for Roots*. Visual Communication Division, 14(2).
- Myers, J. F. (1989). *The Language of Visual Art*. Chicago: Holt, Rinehart and Winston, Inc.

Özdemir, A. B. (t.y). *Çağdaş sanat akımları ve fotoğraf*. Erişim: 15 Aralık 2007, http://www.ifod.org/ifod/index.php?option=com_content&task=view&id=17&Itemid=11

Uçar, Z. (2003). *Algılar Neyi Yansıtır?* Art + Dekor Dergisi, 120.

Urry, J. (1995). *Mekanları Tüketmek* (Rahmi G. Ögdül, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.