

GRAFİK TASARIM BAĞLAMINDA KENT KİMLİĞİNDE BİLGİLENDİRME VE YÖNLENDİRME GRAFİKLERİNİN ÖNEMİ*

THE IMPORTANCE OF INFORMATION AND WAYFINDING GRAPHICS IN URBAN IDENTITY IN THE CONTEXT OF GRAPHIC DESIGN

Tuğba Dilek Kayabaş, Zülfükar Sayın*****

Öz

Bilgilendirme ve yönlendirme grafiklerinin kent kimliğindeki yerinin grafik tasarım bağlamında irdelenmesi amaçlanan bu makalede kent, bir nesne olmanın ötesinde adeta bir özne olarak ele alınmaktadır. Tarih boyunca, bir yandan kültürlerin oluşumuna ve gelişimine tanıklık ederken, diğer yandan kültürler yaratılmasına beşiklik eden kentler, kaçınılmaz olarak içinde buldukları rekabet süreçlerinde ön sıralarda yer alabilmek için sahip oldukları kültürel değerleri ve bu bağlamda geliştirdikleri kimliği yansıtmaya ve aktarmaya gereksinimi içinde olurlar.

Kentlerin değerlerini, kimliklerini yansıtan temel öge ve ortamlardan biri grafik tasarım çalışmalarınıdır. Grafik tasarımın önemli disiplinlerinden ve kent kimliğini oluşturan göstergelerin en önemlilerinden biri de bilgilendirme ve yönlendirme grafikleridir.

Nitel araştırma yöntemleriyle gerçekleştirilen bu çalışmada, kentte yaşayan veya kente uğrayan insanların her an karşı karşıya olduğu ya da ulaşmak istediği bilgilendirme ve yönlendirme grafiklerinin niteliği, önemi ve gerekliliği üzerinde durulmakta, sorunları irdelenmekte ve bu bağlamda önerilerde bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Görsel İletişim, Grafik Tasarım, Kent Kimliği, Bilgilendirme – Yönlendirme Grafikleri.

Abstract

In this article, which aims to examine the importance of information and wayfinding graphics in identity of city in the context of graphic design, the city is considered as a subject beyond being an object. Throughout history, cities that witness development of cultures on the one hand and create cultures on the other, inevitably need to reflect and transfer their cultural values and identity they have developed in order to be at the forefront of competitive processes they are in.

One of the basic elements and environments that reflect values and identities of cities is graphic design works. One of the most important disciplines of graphic design and one of the most important indicators that make up identity of city is information and wayfinding graphics.

In this study, which was carried out with qualitative research methods, quality, importance and necessity of information and wayfinding graphics that people living in or visiting city are faced or want to reach at any time are emphasized, their problems are examined and suggestions are made.

Keywords: Visual Communication, Graphic Design, Urban Identity, Information – Wayfinding Graphics.

Araştırma Makalesi // Başvuru tarihi: 02.10.2022- Kabul tarihi: 29.11.2022.

*Bu makale çalışılmakta olan "Bilgilendirme ve Yönlendirme Grafiklerinin Kent Kimliği Bağlamında İncelenmesi Ve Ankara İçin Bir Uygulama Önerisi" başlıklı sanatta yeterlik tezinden hareketle yazılmıştır.

**Araş. Gör., Hacettepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Bölümü, t.dilekkayabas@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-6130-6914>.

***Doç., Hacettepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Bölümü, zulfikar.sayin@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-7123-6713>.

1. Giriş

“Çünkü kentler birçok şeyin bir araya gelmesidir. Anıların, arzuların; bir dilin işaretlerinin ve takasın; öyle ticari anlamda bir takasın değil; kelime, anı ve arzuların değiş tokuşudur.”

Italo Calvino

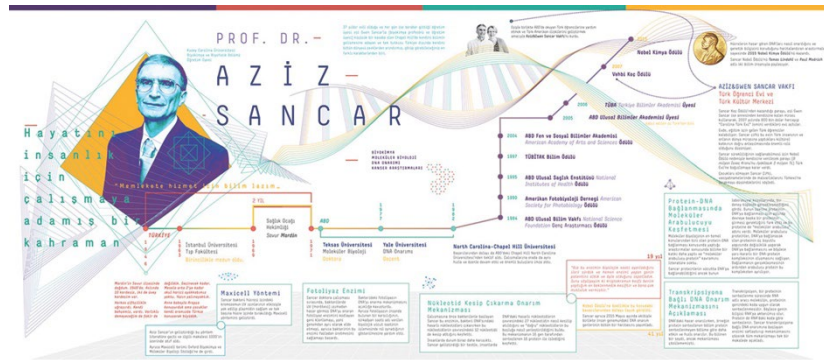
Ünlü İtalyan yazar Italo Calvino'nun “Görünmez Kentler” (1990) adlı kitabında özetlediği gibi birden fazla ögeyi bünyesinde barındıran, *kelimelerin, anıların ve arzuların değiş tokuşuna* tanıklık eden kentler; zamanla bu çok bileşenli yapının ve değiş tokuşun belki de en büyük mirası olan *kültürün* oluşumuna, gelişimine ve aktarımına da ev sahipliği yaparak değerini her geçen gün artırmayı başarmıştır ve başarmaya devam etmektedir. Bu süreç ile birlikte özellikle kozmopolit kültürün/kültürlerin yaşam alanı olma görevini üstlenen kentler, bu bağlamda zamanla üstlendikleri görevler sayesinde kendi benliklerine ve kimliklerine kavuşma olanağı bulurken aynı zamanda kazandıkları kimlikler ile de söz konusu kültürün bir parçası olmaktan kendilerini alamamışlardır. Birbiriyle etkileşim içerisinde sürüp giden bu karmaşık ama bir o kadar da etkileyici süreçte hem kültürüne/kültürlerine sahip çıkan hem de öznel kimliğine kavuşan kentler başarıya ulaşırken, kendi kültüründen ve kimliğinden uzaklaşan kentler ise bu yolculukta erken pes etmek durumunda kalmaktadırlar. Şehirlerin kendilerine özgü özelliklerini yansıtarak birbirlerinden farklılaşmasını sağlayabilecek etkinlik ve tasarı (proje) süreçleri, başarıya ulaşma arzusu içerisinde olan kentleri zorlu bir rekabet ortamına doğru sürüklemektedir.

Kendilerini -ister istemez- her geçen gün zorlaşmakta olan söz konusu rekabet ortamında bulan kentler, hayatta kalma savaşımı içerisinde varlıklarını sürdürebilmek ve seslerini duyurabilmek ereğiyle çeşitli çözüm yollarına başvurmak zorunda kalmaktadır. Başvurulan bu çözüm yollarından biri -kuşkusuz- kentlerde her an karşılaşılabilen bilgilendirme ve yönlendirme grafikleri ve bu bağlamda afişler, duyuru panoları (billboardlar), tabelalar vb. çeşitli grafik tasarım ürünleridir. Elindeki gücü hedef kitle ve ona yaşam ortamı sağlayan kentler arasındaki bağı kuvvetlendirmek ereğiyle kullanan grafik tasarım, bu bağlamda, hem hedef kitlenin kent ile ilgili karşılaştığı soru ve sorunlarını yanıtlama görevini yerine getirebilmekte hem de kentin gereksindiği nitelikli hayatta kalma çabasına görsel iletişim tasarımı yoluyla destek

olabilmektedir. Kentin gereksinim duyduğu kültür aktarımını gerçekleştirme ve kimliğini oluşturma çabası söz konusu olduğunda, bu iki değişkeni tek çatı altında buluşturan ve her biri için ayrı çözüm yolları sunabilen grafik tasarımın söz konusu süreçte başrol oynaması yadsınamaz bir gerçektir.

Kentler, içinde buldukları rekabet ortamında başarılı bir şekilde öne çıkma yolunu kendi kültür ve kimliklerini yansıtmakta ararken, bu çıkış yollarını özgün yaklaşımlarla yansıtmaya yeteneğine sahip grafik tasarımcıları, bu bağlamda üstlendikleri misyonları gereği, kültürel göstergeleri görsel iletişim uygulamalarıyla aktaran özneler olarak, üzerlerine düşeni en iyi şekilde yapmaya çalışmaktadırlar.

Kent yöneticilerinin, kentlerini nitelikli bir görsel kimliğe kavuşturma kaygısı ve anlayışının yanı sıra, kentin var olan ya da ulaşılması hedeflenen değerlerini/değerlerini bilgilendirme tasarımı (Görsel 1) diliyle anlatma ya da destekleme biçemlerinden biri olan ve özellikle kimliğinin görsel sunumunu olanaklı kılan grafik tasarımın ve bu bağlamda kültür aktarımcısı, görsel kimlik tasarımcısı görevlerini üstlenen grafik tasarımcının önemi, kent kimliği ve bilgilendirme tasarımı ilişkisi izleğinde öne çıkan göstergeler olmaktadır.



Görsel 1. Müge Hatipoğlu tarafından tasarlanmış, uluslararası bir değer; Prof. Dr. Aziz Sançar'ı anlatan bir bilgilendirme grafiği örneği, 2016.

Kent için bilgilendirme göstergeleri yaratma sürecinde, içinde bulunulan kent kültürünün ve/veya kimliğinin araştırılması ve görselleştirilmesinde başvurulan grafik tasarım düzenecileri, aynı zamanda gerçekleştirilen tasarımların kent kullanıcıları ve hedef kitle ile buluşturulması teknolojileri ile yöntemlerinin belirlenmesine etki edecek yükümlülöklere de sahiptir. Bu nedenle gerek yararlanılacak grafik çözümler yaklaşımı gerekse de kullanılacak uygulama

teknolojileri çokça önemli olmaktadır. Kentler, kendi içerisinde karmaşık, oldukça büyük ve çok boyutlu bir dizgesellik ile ve sorunlar yumağını barındırdığından, grafik tasarımın yalınlık ve işlevselliğe yönelik ilkelerinin bilgilendirme tasarımı çalışmalarında özenle uygulanması ayrı bir önem taşımaktadır. Ayrıca, soyut nitelikli kültür ve kimlik gösterenlerinin somut göstergelerle aktarımı ile bunu hedef kitleye benimsetme ereği de yüklenildiğinde, konunun önemi ve tasarımcı yükümlülüğü daha da artmaktadır. Bu durumda, sorumlu grafik tasarımcı, çıkmaza düşmemek ereğiyle kent ve hedef kitleyi odağına alarak, bir kentte hedef kitle tarafından çokça gereksinim duyulan kent ve hedef kitle bağına güçlendirerek bu ikili arasında estetik bir dil oluşmasına katkı yapan grafik tasarımın çeşitli uygulama alanlarına yönelmek durumunda kalabilmektedir. Buna koşut olarak, kent yöneticilerinin konu ile ilgili duyarlılığı ve kent kimliği yaratma ya da var olanı yükseltme düşüncesi ve/veya girişimi, kent kimliğini yansıtan nitelikli grafik tasarım yapıtları ve ürünlerinin oluşturulmasına olanak sağlayacak ortamı yaratabilmektedir.

Nitelikli bir kent kimliği tasarımını talep edecek kent yöneticilerinin varlığı, bu konuda kaliteli tasarımların gerçekleştirilmesi için olmazsa olmaz bir gerekliliktir. Bu talebi olan yöneticilerin konu ile ilgili alanda yetkin tasarımcılarla ya da tasarım kuruluşlarıyla çalışması ise sorunun çözümü için atılacak adımların en önemlilerindedir. Yani kent kimliğini nitelik açısından yükseltecek bilgilendirme ve yönlendirme tasarımlarının gerçekleştirilebilmesi için bu bağlamda iyi işler yapmak isteyen kent yöneticilerine, ilgili yöneticilerin yetkin grafik tasarımcılarla çalışma anlayışına ve söz konusu alanda niteliği kanıtlanmış tasarımcılara gereksinim vardır. Tüm bu süreçlerde, ancak, kaliteden ödün vermeyen yaklaşımlarla ortaya çıkacak tasarımların nitelikli olmasına olanak tanınabilir.

Kent kimliği yaratma ya da var olanı geliştirme süreçlerinde kent, kentli ve kent ziyaretçileri arasındaki bildirişimi sağlayan (Başkan,1980), insanları bilgilendirirken yönlendiren evrensel gösterge dizgelerinden *bilgilendirme ve yönlendirme tasarımlarının* vazgeçilmez gerekliliği gündeme gelir. Belirlenen gündem veya tasarı ile de, kentin görsel kimliği ve bu bağlamda bilgilendirme ve yönlendirme grafikleri ile grafik tasarım sacayağındaki estetik iletişim uygulamalarının hayata geçirilmesi önem kazanmaktadır.

Kurumsal kimlik göstergelerinden trafik işaretlerine, duyuru panolarından (Görsel 2; soldaki) tabelalara, afişlerden kiosklara (Görsel 2; sağdaki) kadar her çeşit grafik tasarım ortamı ve öğelerinin yanında -her an karşı karşıya olunan- bilgilendirme ve yönlendirme grafikleri gerek estetik düzen yönünden gerekse de insanların doğru ve hızlı bilgilenmesi ve yönelmesi açısından çokça önemli kent kimliği göstergeleridir. Dolayısıyla bu göstergelerin söz konusu alanda yetkin kimseler tarafından tasarlanması ve uygulanması oldukça önemlidir.



Görsel 2. Duyuru panolarına (billboard) dizgesel bir tasarım ve uygulama örneği (solda) ve sayısal kiosk örneği (sağda).

Yukarıda yapılan açıklamalarda da değinildiği üzere, kent kimliği bağlamında yurt içi ve yurt dışından çeşitli bilgilendirme grafiklerinin ele alındığı bu çalışmada; konunun önemi ve bu bağlamda çalışmalar yapmanın gerekliliği -nedenleriyle- ortaya konmakta, sorunlara değinilmekte ve öne çıkan sorunların çözümü için önerilerde bulunmaktadır.

2. Kent Kimliği ve Grafik Tasarım

Keşfedildiğinden bugüne kadar tarihin hemen hemen her döneminde çeşitli gelişmelere konu olmuş devimsel bir varlıktır kent. Ünlü kentbilimci Lewis Mumford, "Kentlerin Kültürü" adlı yapıtında; kenti, "Bir topluluğun kültürünün ve erkinin yoğunlaştığı yer, zamanın bir ürünü, birikimi" (Mumford'dan akt. Keleş, 2014:9-10) olarak tanımlamaktadır. Zamanın birikiminden aldığı güçle geçmişten günümüze kent; birbirinden farklı birçok parçayı, anlamlı bir bütün oluşturacak şekilde tek çatı altında toplayan, bu parçaların ona kattıkları ile olduğu kadar o parçaları birbirleriyle eşleştirenlerin de söz sahibi olduğu, oldukça karmaşık, çok bileşenli ve bütünleşik bir yapıdır. Sahip olduğu bu çeşitlilik, zamanla, her kentin; kendine özgü yapısını,

kişiliğini ve karakterini yansıtmaya gereksinimini gündeme getirmiştir. Bu durum, kentler için kimlik kavramı üzerine düşünmeye, konuşmaya ortam hazırlamış ve böylece kent kimliği tartışmaları da yazındaki/literatürdeki yerini almıştır.

Kent kimliği tanımı ile çeşitli kaynaklarda farklı şekillerde karşılaşılmaktadır. Bu kavramı oldukça ayrıntılı bir şekilde açıklayan tanımlamalardan birinde *kent kimliği*nden şu şekilde söz edilmektedir:

Kent imajını etkileyen; her kentte farklı ölçek ve yorumlarla kendine özgü nitelikler taşıyan; fiziksel, kültürel, sosyo-ekonomik, tarihsel ve biçimsel faktörlerle şekillenen; kentliler ve onların yaşam biçimlerinin oluşturduğu; sürekli gelişen ve sürdürülebilir kent kavramını yaşatan, geçmişten geleceğe uzanan büyük bir sürecin ortaya çıkarttığı anlam yüklü bütünlüktür (Çöl, 1998:14).

Tanımdan da anlaşılacağı üzere kent kimliği, bir kentin geçmişinden aldığı gücü, bu günü ile harmanlayıp geleceğe ışık tutmasını sağlayan, tüm öge ve özelliklerini izleyicisine sunarak onların zihninde kendi kent imgelerinin oluşumuna izin veren ortaklaşa/kolektif bir süreci ve sonucu kapsamaktadır.

Bu anlatımlardan yola çıkarak son derece karmaşık ve çok yönlü bir yapıya sahip olan kent ile paydaşları arasında iletişimi kuran, hedef kitlenin beklentilerini karşılayarak yaşamlarını kolaylaştıran, bilgilendirme etkinliklerini şekillendiren ve yöneten bir aracıya gereksinim duyulması kaçınılmaz bir gerçektir. Kentlerde gereksinim duyulan bu araçların, hedef kitlenin dikkatini ve ilgisini çekmenin yanı sıra hedef kitleyi doğru ve yeterli şekilde bilgilendirme ve yönlendirme görevini de üstlendiğini vurgulayan Fişenk (2012:12), bunun yanında çevre ile bağlantısını güçlendirmesine yardım eden, güçlü ve sağlıklı görsel iletişim kurulmasını sağlayan kent kimliğini de vurgulaması gerektiğini belirtmektedir.

Uzun soluklu ve karmaşık bir süreç sonucunda oluşan kent kimliğinin görsel olarak izleyici ile buluşmasını sağlayan, hedef kitlenin estetik beğenisine katkı yapan ve kentin halka açılan yüzü olma görevini üstlenen ürünlerin tasarlanmasına beşiklik eden *grafik tasarım* ile; tıpkı kurumsal markalaşma ve kimlik çalışmalarında olduğu gibi, gereksinimleri karşılamak ve sorunlara çözüm bulmak ereğiyle başvurulan önemli bir görsel iletişim sanatı olarak karşılaşılmaktadır.

Kurumsal markalaşma gündeme geldiğinde; karşılaşılan amblem, logo, simgesel işaretler vb. gibi grafik öğeler, temsil ettikleri ilgili kurum veya ürüne kimlik ve kişilik kazandırma görevini

üstlenmektedir (Becer, 1997:194). Bu bağlamda markalaşma kavramı, kimlik ve marka ruhu birleşiminin ürünü olarak sürece katılmaktadır. Bir ürüne ya da kuruma atfedilen bu durum, kentin ve kente ait kimliğin yansıtılması söz konusu olduğunda kent için de geçerlidir.

Kurumsal marka anlayışı, geri planında kurumsal kimlik yapısı ve marka ruhu birlikteliğinin yattığı bir bakıştır. Dolayısıyla, kurumsal kimlik yerine kent kimliği konduğunda, kent markası için de geri planda bir kent kimliği yapısı ve marka kent ruhunun birlikteliği söz konusu olabilmektedir (Yayınoğlu ve Susar, 2008:28).

Durumu kısaca özetleyen bu cümleden de anlaşılacağı üzere, grafik tasarım çerçevesinde varlık bulan *kurumsal kimlik tasarımı*nın kent kimliği bağlamında yorumlanması, bir kentin ve kimliğinin de grafik tasarım sayesinde görsel olarak ifade edilmesinin yolunu açmaktadır. Yani “Kent, mesajını bir kitap içinde grafik tasarım ile verir. Kitap kenti anlatır, grafik tasarım kitabı tasarlar, kitapsa kentin en küçük parçası odayı tasarlar. Grafik tasarım kenti anlatırken bir taraftan da onun bir parçasını değiştirir.” (Benzel’den akt. Mercin, 2013:4).

Kenti anlatma, onu yansıtabilme ve değiştirebilme gizilgücüne (potansiyeline) sahip olan grafik tasarım; tarihsel, kültürel, çevresel, yapısal, mimari vb. öge ve özelliklere göre ve de onlarla birlikte fiziksel görünüme dayalı tanımlanmakta olan kente ve kimliğine görsel bir boyut ve çeşitlilik kazandırabilen çokça önemli bir görsel iletişim tasarımı alanıdır. Bu sayede kendini ifade edebilmek adına yeni bir dile kavuşan kentler, rakipleri arasından sıyrılıp dikkat çekebilme ve kendi kulvarında söz sahibi olabilme fırsatını elinde tutabilmektedir.

Kentin görsel kimliği tasarlanırken, özgün niteliklerini görsel yöntemlerle ifade etme süreçlerinde en ayırt edilebilir farklı biçemi yakalamak çokça önemlidir. Çünkü ancak böylece gerçekleştirilen özgün görsel kimlik tasarımı sayesinde -diğer bir deyişle fiziksel görünüş ve bu görünüşü/varlığı temsil edecek grafik görsel kimlik sayesinde- diğerlerinden ve/veya rakiplerinden farklılaşmak, ayrılmak, tek başına teşhis edilebilmek ve yeniden karşılaşıldığında tekrar hatırlanabilmek olasıdır (Yayınoğlu ve Susar, 2008:30).

Farklı dönemlerde sahip olduğu olanakları grafik tasarım yoluyla etkili bir şekilde değerlendiren ve tasarlanan görsel kimlik uygulamaları ile alanda özellikli varlığını hissettiren, farklı kent örnekleriyle karşılaşmak olasıdır. Bu örneklerden bazıları değişim ve gelişim süreçlerinin anlaşılması ve başarının keşfedilmesi bakımından önem taşımaktadır.

Çeşitlilik, yenilikçilik ve yaşanabilirlik kavramlarının hayat bulduğu şehir olarak tanımlanan Melbourne, söz konusu özelliklerini yansıtacak, şehirle uyumlu bir marka stratejisi ve yeni bir kimlik dizgesi yaratma arayışıyla çıkılan yolun başarıyla sonuçlandırıldığı güzel örneklerden birine ev sahipliği yapmıştır.

Melbourne, Avustralya'nın Victoria eyaletinin başkenti ve en kalabalık şehridir. Kente ait çeşitliliğin sunulmasına olanak tanıyacak bir gösterge olarak tasarlanan logosu; bu süreçte benimsenen tasarım anlayışı ve seçenekli uygulama biçimleri ile görsel kimlik tasarımı bağlamında kentin kimliğini yansıtmaya niteliği ve grafik tasarımın bu niteliği yansıtmadaki rolü izleğinde kanıt niteliği taşımaktadır (Görsel 3).



Görsel 3. Landor&Fitch Company, *Melbourne City Branding*, 2009, Melbourne kenti için çokça seçenekli olarak gerçekleştirilmiş görsel kimlik tasarımı uygulamalarından örnekler, Only Graphic Design.

Bu çalışma ile, kentin kullanılmakta olan görsel kimliğinin (Görsel 4) yetersiz kalması sonucunda kimliğinin parçalara ayrılarak her biri birbirinden bağımsız birer tasarım halinde sunulması sorunuyla karşı karşıya kalan Melbourne şehri yönetimi; çözümü yeni, esnek ve bütünlük bir görsel kimlik tasarımında bulmuştur.



Görsel 4. Landor&Fitch Company, *Melbourne City Branding*, 2009, Melbourne kentinin eski görsel kimlik tasarımı ve alt markalarından örnekler, Only Graphic Design.

Kentin kültürünü, yaratıcılığını, sürdürülebilirliğini yansıtan, birleşik, esnek ve geleceğe odaklı bir tasarım anlayışının benimsendiği tasarımda, temel öge olarak kentin baş harfinden hareketle tasarlanan “M” harfi, hem sonsuz görsel ifade için zemin oluşturmakta hem de zamanla büyüyen ve gelişen Melbourne’ne bu değişimine ayak uyduracak esnekliği ve dinamikliği sağlayabilecek niteliktedir (Görsel 5) (<http> 1).



Görsel 5. Landor&Fitch Company, *Melbourne City Branding*, 2009, Melbourne kentinin yeni görsel kimliği bağlamında tasarlanmış uygulamalardan örnekler, Only Graphic Design.

Kent için vurgulanması gerekenler, kentin kimliği ve grafik tasarım olanaklarıyla birleştirilerek, oldukça etkili ve anlamlı bir bütüne kavuşturulan tasarıda; uygulandığı günden itibaren kendi kimliğini grafik tasarım yoluyla aktarma girişiminde bulunan kent yönetimlerine öncülük edilmiştir ve öncülük etmeye devam edilmektedir.

3. Grafik Tasarım ve Bilgilendirme / Yönlendirme Grafikleri

Grafik tasarım; hedeflenen insan öbeklerine, toplumlara ulaştırılması amaçlanan iletilerin görsel, görsel-dokunsal, görsel-işitsel, görsel-devimsel, görsel-işitsel-devimsel vb. çeşitli görsel yönü ağır basan yöntemlerle aktarılması amacıyla grafik tasarımcılar/görsel iletişim tasarımcıları tarafından biçimler, yazılar, görüntüler, renkler, dokular, kurumsal veriler vb. tasarım öğeleri kullanılarak gerçekleştirilen anlam yüklü görsel iletişim ögesi ve ortamlarını tasarlama ve uygulama çalışmalarını ifade eder (Sayın, 2019:6).

İnsan yaşamının vazgeçilmezleri arasında adeta sarsılmaz yerini almaya başlamış cep telefonlarındaki, bilgisayarlardaki o durağan, devimsel, etkileşimli emoji, ikon, piktogram gibi bilgilendirici ve yönlendirici göstergelerden ekranlardaki arayüz tasarımlarına; bina adlandırma ve numaralandırma uygulamalarından sokak, cadde, durak, mağaza, kurum ve kuruluş adlarının yazılı olduğu tabelalara; trafik işaretlerinden arabaların göstergeler düzeneğindeki yakıt miktarını, motorun sıcaklık durumunu, gidilecek yere ne zaman varılabileceğini vb. imleyen gösterenlere; paralardan, ambalajlara; kitaplardan, afişlere, duyuru/tanıtım panolarına; logolardan maskotlara, karakter tasarımlarına; canlandırma (animasyon) çalışmalarından, video uygulamalarına; taşıt plakalarından, tabelalardan işaretleme, bilgilendirme ve yönlendirme tasarımlarına, kısaca; insanı görsel yönü ağırlıklı gösterenler yoluyla bilgilendirerek, yönlendirerek etkileyen tüm tanıtma, bilgilendirme, yönlendirme öğeleri birer grafik tasarım yapıtı ve/veya ürünüdür (Sayın, 2019:7).

Yukarıda sıralananlar arasındaki bilgilendirme grafikleri; diyagram, prospektüs, kullanma kılavuzları gibi; nesnelere, olaylar, buluşlar, olgular vb. hakkında bilgiler veren tasarımlar olarak tanımlanabilir. Kentlerdeki şehir haritaları, kiosklar, “şu anda buradasınız” uygulamaları vb. sıklıkla karşılaşılan bilgilendirme tasarımlarından bazılarıdır. Trafikte, yollarda, okullarda, hastanelerde, alışveriş merkezlerinde karşılaşılan ve sokaklara, caddelere, katlara, tuvaletlere,

yangın merdivenlerine ok vb. grafik gösterenlerle yönlendiren grafik göstergeler de birer yönlendirme grafiği ürünü olarak nitelendirilebilir.

Sürekli bir başkalaşım içinde olan insan, yaşanan değişim ve dönüşümlere ayak uydurabilmek ereğiyle, doğal olarak içinde bulunduğu durumu, çevreyi, ortamı tanıma ve anlamlandırma gereksinimi duymaktadır. Her geçen gün artan görsel yöntemlerle tanıtma ve iletme gereksinimlerine yanıt bulacak çözüm arayışına giren insanların yolu, sorunları görsel iletişim dilleriyle çözüme kavuşturan grafik tasarım/grafik tasarımcı ile bir şekilde kesişmektedir.

Gün geçtikçe bilgi edinme, bilgilendirme ve beraberinde gelen yönlendirme gereksiniminin duyumsanabilir derecede artması, söz konusu gereksinimlere yönelik yanıtlar verebilen alanların ve ürünlerin doğmasına düzlem hazırlamıştır. Bu da, grafik tasarımın sunduğu olanakları belirli kalıplara sığdırarak daha dizgesel ve düzenli bir başlık altında toplamının yolunu açmıştır. “Bilginin, insanlar tarafından etkin ve verimli bir şekilde kullanımına olanak tanıyacak şekilde hazırlanma sanatı ve bilimi” (Horn, 2009:30) olarak da tanımlanan bilgilendirme grafikleri (Görsel 1) ile benzer adımlarla onu izleyen yönlendirme grafikleri (Görsel 10/b), çıktıkları yolda birbirlerine kılavuzluk ederek ve zaman zaman bütünleşerek gelişmeye devam etmektedir. Bu değişim sürecinde, teknolojik gelişmeler ve ona koşut olarak gelişen grafik tasarım uygulamalarının çokça önemli bir yeri vardır.

Bilgilerin geniş kitleler için daha anlaşılır ve etkili hale getirilmesi için onun dizgeli bir yaklaşımla görselleştirilerek aktarılması çok önemlidir (Uyan Dur, 2018, s. 1). Bilgilendirme ve yönlendirme uygulamalarıyla bilginin yalın, etkili ve verimli bir şekilde düzenlenmesinde ve hedef kitlenin hareketlerine yön vermede önemli rol oynayan grafik tasarım, bu etkinlikleri ortak paydada buluşturarak onların izleyiciye sunulma yolunu şekillendirmektedir. Bu sayede bilginin yalın ve çarpıcı görsel sunumuna hayat veren bilgilendirme grafikleri ile insanı zaman kaybına uğramadan hedefine ulaştıran yönlendirme grafikleri ve de grafik tasarımın diğer uygulamaları arasındaki bağ daha da önemli hale gelmektedir.

Sürekli bir etkileşim halinde olan grafik tasarım ile bu düzencenin/disiplinin uygulama alanlarından biri olan bilgilendirme ve yönlendirme grafikleri; tarih boyunca ikisine de ev sahipliği yapan kentlerin sahipliğinde oldukça uzun ve zorlu süreçlerin mimarları olmuştur. Bu zorlu

süreçlerde; birden fazla bileşene ve katmanlı yapılara sahip olan bilgilendirme ve yönlendirme grafikleri, bir o kadar karmaşık olan kent ve kimliği ile her ikisi için de ayrı düşünülmüş çözüm önerileri sunan grafik tasarım, estetik dünyalar yaratma çabasıyla güçlerini buluşturarak bugüne kadar gelmiştir.

4. Kent Kimliği ve Bilgilendirme / Yönlendirme Grafikleri

Küreselleşmenin yanı sıra sanayileşme ve teknolojik gelişmelerin hızlı ilerleyişi, her alanda olduğu gibi kentleri de çeşitli değişim ve dönüşüm süreçlerine sürüklemektedir. Bu süreçlerde göç alan, büyüyen ve farklılaşan kentler ile yeni kent düzenine uyum sağlamak durumunda kalan hedef kitle için bilgilendirilme ve yönlendirilme ihtiyacı her zamankinden daha fazla duyumsanmaya başlamıştır.

Söz konusu gelişmeler, aynı zamanda, ortak sorunlarla karşılaşan kentleri, benzer çözüm yöntemlerini kullanmaya yöneltmektedir. Böylece birbirinden farklı özellik ve kimliklere sahip olan kentler giderek birbirlerine benzeme ve/veya aynışma sorunu ile karşı karşıya kalabilmektedir. Yaşanan benzeşme sorunlarını aşmak ereğiyle geliştirilen çözüm yöntemleri kent kimliği ve kent markalaşması kavramlarını gündeme getirmekte ve bu bağlamda yapılan tasarımlarla sonuçlanmaktadır.

Gelişmelerle birlikte kalabalıklaşan ve bu nedenle karmaşa yaşanan kentlerde, hem ortaya çıkan bilgilendirme ve yönlendirme gereksinimine, hem de kent kimliği geliştirme ve markalaşma gerekliliğine çözümler arama süreçlerinde kaçınılmaz olarak grafik tasarım alanına ve bu bağlamda bilgilendirme ve yönlendirme tasarımlarına başvurulmaktadır. Çünkü kentler, ancak görsel iletişim tasarımının bu uygulamalarıyla algılanabilir özgün bir kimliğe ve daha yaşanabilir bir ortama dönüştürülebilmektedir.

Grafik tasarım bağlamında kurumsal kimliğin en önemli uygulamalarından biri olan “kent logoları kentlerin ve kent yönetimlerinin kartvizitleridir, aynı zamanda hedef kitlelerin arzu ettiği kalite ve güvenilirlik sözünü veren *güven işaretidir*” (Duane'den akt. Pilici, 2019:101). Dolayısıyla kent logolarının niteliği tüm kent grafiklerine de yansıtacağı ya da yansıması beklendiği için bu göstergelerin özgünlüğü ve kente özgülüğü apayrı bir önem taşımaktadır. Bu bağlamda, kentlerin görsel kimliğinin grafik biçimi ancak duyuru panoları, tabelalar ve diğer kent grafiklerinin yanı

sıra kent için tasarlanmış bilgilendirme ve yönlendirme grafiklerinde de yansıtıldığında gerekli görsel bütünlük, dolayısıyla da nitelikli bir görsel kimlik sağlanabileceği söylenebilir.

Bilgilendirme ve yönlendirme grafiklerinin kent kimliği ile aynı biçimde tasarlanması, dolayısıyla da aynı dilde konuşan bütüncül bir bakış açısı ile ele alınması sayesinde, hem görsel biçim ile anlam karmaşasının ve görsel kirliliğin önüne geçilebilmekte hem hedef kitle ile tasarım arasındaki estetik ilişki güçlenebilmekte hem de tasarımların akılda kalıcılığı ve tanınırlığı artabilmektedir.

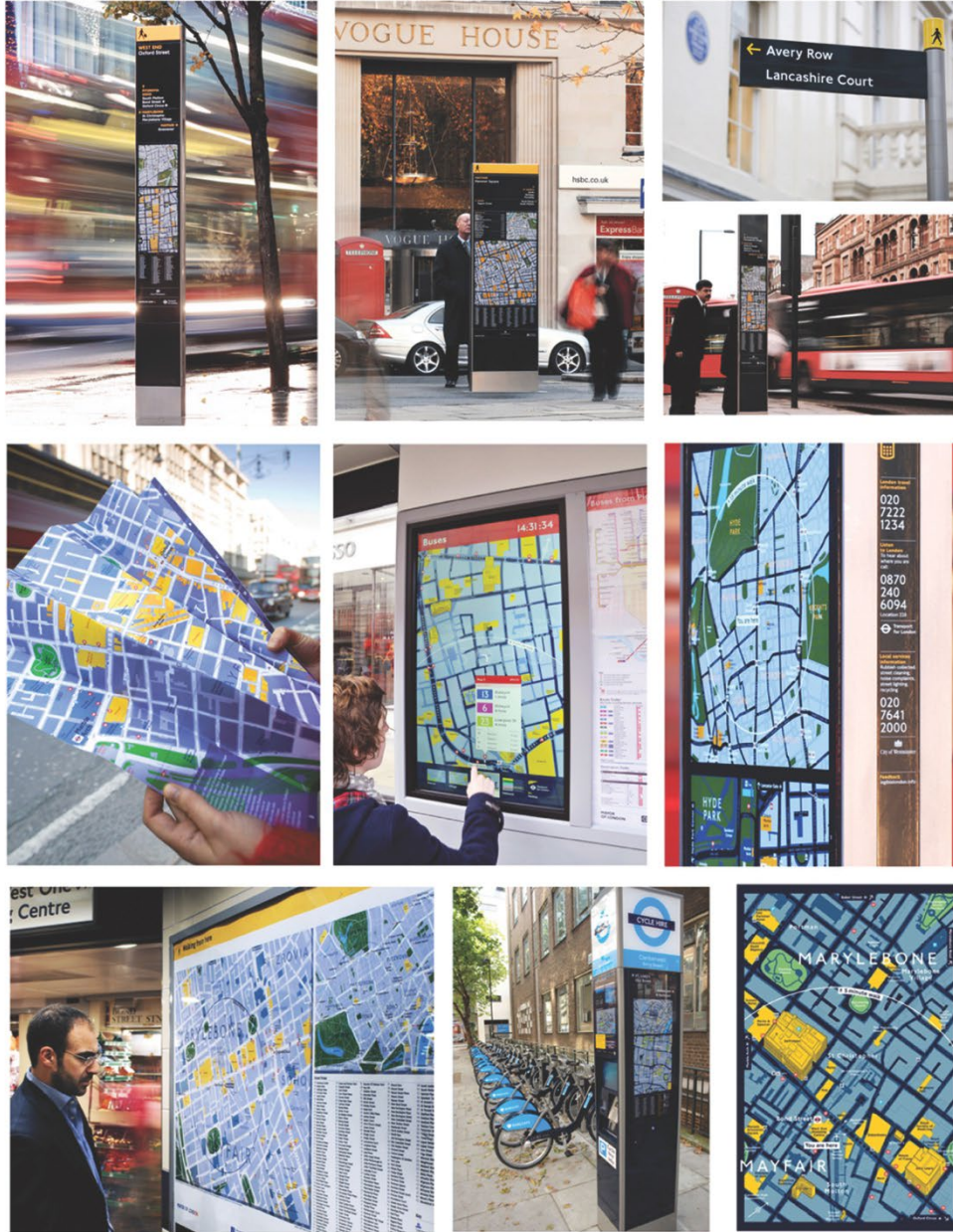
Ayrıca kent kimliğinin bir parçası olan çevresel imgeler de kent içi bilgilendirme ve yönlendirme etkinliklerinin temsilcilerinden biri olarak süreçte etkin rol oynamaktadır. Bu durum, ünlü şehir planlamacısı, akademisyen ve yazar olan Kevin Lynch tarafından şu şekilde açıklanmaktadır:

Yol bulma sürecinde stratejik bağlantı, bireyin sahip olduğu dış fiziksel dünyanın genelleştirilmiş zihinsel resmi olan bir çevresel imgedir. Bu görüntü, hem anlık duyumun hem de geçmiş deneyimin hatırasının ürünüdür ve bilgiyi yorumlamak ve eylemi yönlendirmek için kullanılır (Lynch, 1960:4).

Bu açıklamadan yola çıkıldığında, belirli bir zaman süzgecinden geçerek izleyiciyi etkisi altına alan çevresel imgelerin, sadece kentin kimliğini desteklemekle kalmayıp aynı zamanda kent içi bilgi edinme-yorumlama ve yön bulma üzerinde de etkili birer gösterge oluşturduğu söylenebilir. Bu çerçeveden bakıldığında, yapılan tüm açıklamalar; kent kimliği ile bilgilendirme ve yönlendirme grafikleri arasındaki bağı ve bu ikiliyi ortak paydada buluşturan yönleri kanıtlar niteliktedir. Dolayısıyla, alanda uygulanmış başarılı tasarımları incelemek, konunun daha iyi anlaşılmasına ve örneklendirilmesine katkı sağlayacaktır.

Kentin yeniden oluşturulmak ve benimsenmek istenen kimliğinin, tasarımın desteği ile hedef kitleye ulaştırılmasını planlayan öncü tasarımlardan biri "Okunaklı Londra (Legible London)"dır. Uluslararası tasarım şirketi Applied'in kurucusu ve Kreatif Direktörü Tim Fendley tarafından hayata geçirilen "Okunaklı Londra" tasarımı, küresel bir şehirde kapsamlı ve başarılı bir yön bulma dizgesinin nasıl uygulanabileceğinin bir örneğini teşkil etmektedir ([http 2](http://2)).

Oldukça karmaşık bir şehri basitleştirerek, hedef kitlenin yürümesini teşvik edecek şekilde tasarlanmasını temel alan tasarımı, hedeflediği amaca ulaşması, alanında yapılmış ve yapılmakta olan diğer tasarımlara ışık tutması bakımından oldukça önemlidir (Görsel 6).



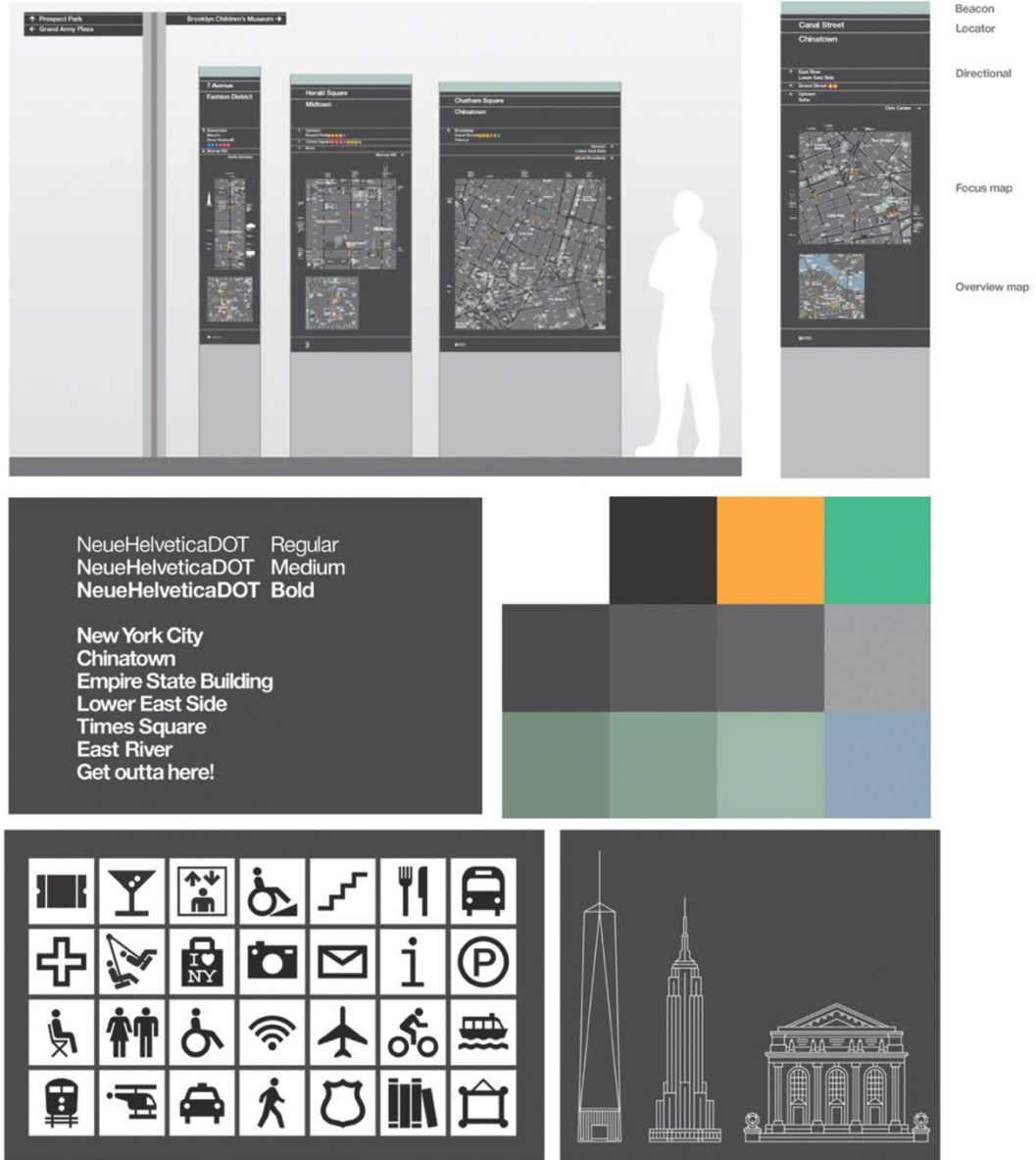
Görsel 6. Applied Information Group, *Legible London*, 2008, Tasarım kapsamında gerçekleştirilen bilgilendirme ve yönlendirme grafiklerinden örnekler, Designwanted.

Yapılan araştırmalar, gözlemler, görüşmeler, sormacalar (anketler) yardımıyla biçimlenen ve Londra'nın sakinleri, ziyaretçileri, işletmeleri vb. gibi çok çeşitli kitlelere hitap eden tasar; bilgilendirme ve yönlendirme grafikleri öğelerinden olan tabelalar, basılı ve sayısal (dijital) haritalar, bir dizi akıllı telefon uygulamaları ve bütünleşik (entegre) toplu taşıma bilgilerini de içeren geniş kapsamlı ürün yelpazesıyla yararlanacakları/kullanıcıları karşılamaktadır (Görsel 6) (<http> 3).

Gerek benimsediği kent kimliğini ve tasarım anlayışını sunuş şekli, gerek kent kimliği ve bilgilendirme-yönlendirme grafikleri arasındaki ilişkiyi görselleştirmesi ve örneklendirmesi, gerekse de hedeflediği amaçlara ulaşmasındaki başarısı ile; Legible London tasarısı, kent kimliğinin bilgilendirme ve yönlendirme grafikleri yoluyla sunulabileceğinin ilginç bir kanıtı niteliğindedir.

Başta Legible London olmak üzere, WalkNYC, Bristol Legible City, Walk and Cycling, vb. tasarılar da temsil ettikleri kentin bilgilendirme ve yönlendirme etkinliklerini düzenlemekle kalmayıp aynı zamanda bünyesinde barındırdıkları tasarım öğeleri, ilkeleri ve anlayışı ile kentin kimliğini de destekleyen tasarılar arasında yerlerini almaktadır.

Evrensel ve net bir görsel anlatım diline sahip olduğu söylenebilen WalkNYC tasarısı, yaya odaklı yaklaşımı ile kullanıcıya kentin oldukça geniş çerçevesi içerisinde tutarlı bilgi sağlayabilmektedir (Kayabaş, 2017:200). Tasarının; yazı karakterinden, renk paletine, piktogram dizgesinden New York kenti ile bütünleşmiş simge yapıların kullanımına kadar her bir ögesinin, kent ve kimliği ile ilgili bütün ayrıntıların yansıtılması üzerine planlandığı gözlemlenmektedir (Görsel 7).



Görsel 7. PentaCityGroup, *WalkNYC*, 2013, Tasarı kapsamında gerçekleştirilen bilgilendirme ve yönlendirme grafiklerinden örnekler (üstte) ve tasarı kapsamında kullanılan yazı karakterlerinden, renk paletinden ve piktogram dizgesinden örnekler (altta), Pentagram.

Bristol kentinin yaya bilgilendirme ve yönlendirme dizgesine odaklanan Legible City tasarısı ise kentin simgesel yapıları, caddeleri, kentsel kamu alanları, yaya ve bisiklet yolları, toplu

taşıma dizgeleri gibi bir kentte kentin ve hedef kitlenin gereksinimlerine yanıt verebilecek bir yaklaşımla tasarlanmıştır (Görsel 8/a).



Görsel 8/a. City ID, *Bristol Legible City*, 2001, Tasarı kapsamında gerçekleştirilen bilgilendirme ve yönlendirme grafiklerinden örnekler, Bristol Legible City.

Bristol için tasarlanmış okunaklı şehir girişimi, kentin merkezinde yer alan yaya bilgilendirme ve yönlendirme tabelalarına ek olarak, şehrin tarihinde önemli olayların ve mekanların tanıtımını üstlenen bilgilendirme panolarına da yer vermektedir (Görsel 8/b). Bu panolar, kentin kimliğini daha da güçlendirerek, kent için önemli olan kilit noktaları tarihsel bağlamları içinde konumlandırmakta, kentin gelişimi hakkında akılda kalıcı ve ilginç bilgilerle yön bulmayı desteklemektedir (http 4).



Görsel 8/b. City ID, *Bristol Legible City*, 2001, Tasarı kapsamında tarihi olayların, mekanların tanıtımının yapıldığı bilgilendirme panolarından örnekler, Bristol Legible City.

Yaşanan gelişmelere ve kentlerin gereksinimlerine koşut olarak değişen kent kimliklerinin tasarım yoluyla örneklendirildiği bu tasarımların yanı sıra kentin var olan kimliğinin yeni ve güncel yaklaşımlara göre şekillendirildiği ve bu şekillendirmelere bilgilendirme ve yönlendirme grafiklerinin de dahil edildiği tasarımlar da söz konusudur.

Yapılan araştırmalardan görülmektedir ki, birçok ülkede nitelikli kent kimliği çalışmaları olan kent sayısı pek az olsa da; bilgilendirme ve yönlendirme grafikleri ayrıca ve başka tasarımcılara yaptırıldığından, bu uygulamalarda genellikle kent kimliğinin görsel diliyle uyumlu bir tasarım anlayışı söz konusu olamamaktadır.

Bilgilendirme ve yönlendirme grafiklerinin de kent kimliği bağlamında tasarlanması çokça önemlidir; çünkü bu tür uygulamaların artması -görsel biçem açısından- tüm görsel kimlik öğeleriyle tutarlı olması gereken kent kimliği bütünselliğini sağlamada önemli bir katkı sağlayıcı olabilmektedir.

Konuya yaklaşım biçemi ve başarılı grafik tasarımları ile adından söz ettiren *Helsinki kent kimliği*, eski *şehir* armasından aldığı ilhamla tasarlanan yeni, tutarlı ve kentin gereksinimine göre uyarlanabilen yapıyla (Görsel 9) bu duruma örnek gösterilebilecek uygulamalardan biridir.

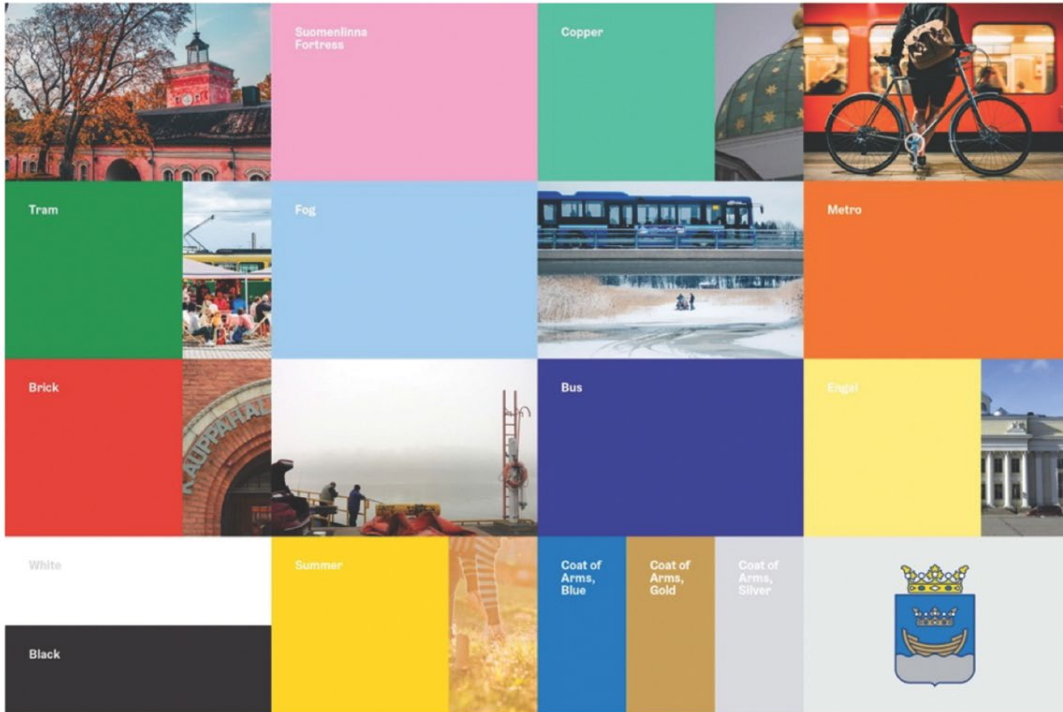


Görsel 9. Werkling Design Studio, *Helsinki City Branding*, 2017, Helsinki kenti arması (solda) ve bu armadan hareketle tasarlanan yeni logosundan bir görüntü (sağda), Helsinki Visual Identity Guidelines.

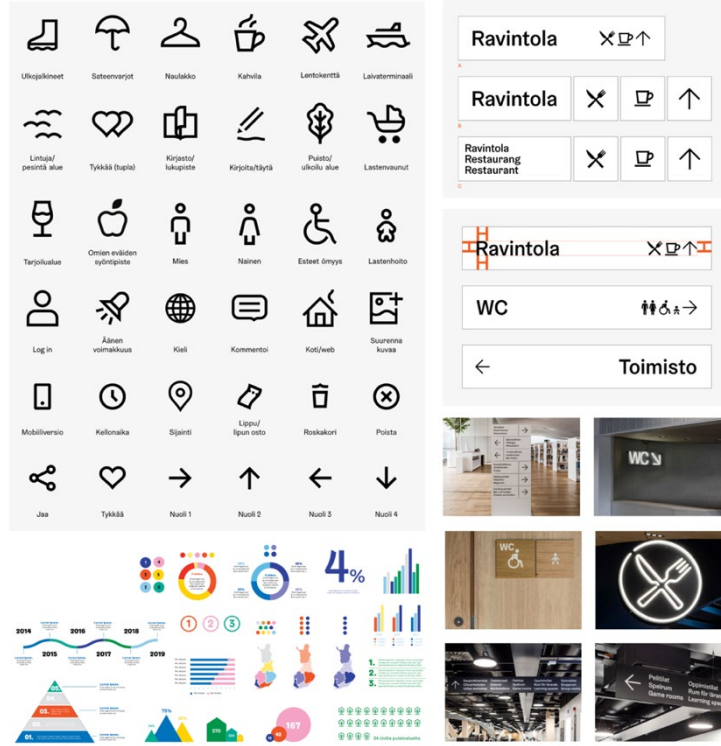
Kente özgü olarak tasarlanan yazı karakteri ve oluşturulan renk paleti, kentte hakim olan Fince ve İsveççe dillerine uyarlanabilen çift dilli özelliği, görsel kimlik ile uyumlu bir yaklaşımla tasarlanan piktogram dizgesi, veri görselleştirmeye olanaklar tanıyan grafik tasarım seçenekleri ve “dalga motifleri” olarak nitelendirilen sayfa düzenleme biçimleri ile söz konusu tasarımı, dizgeli grafik öğeleri ile kente ve kimliğine hizmet eden nitelikli bir örnek olmuştur (Görsel 10/a-10/b-10/c).

Helsingfors

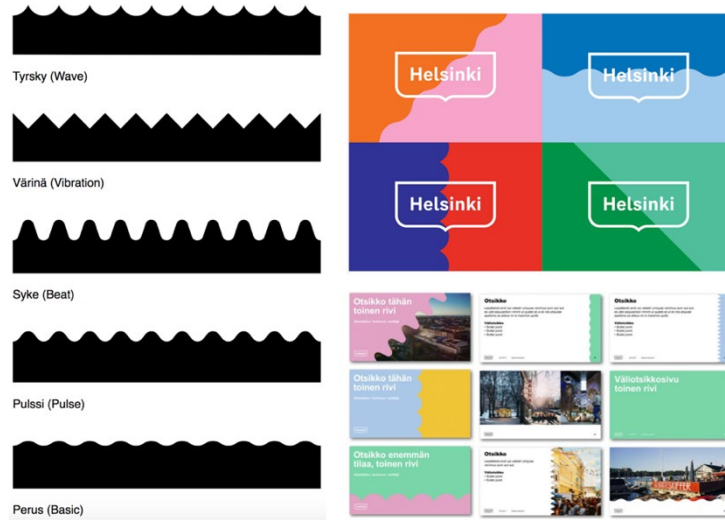
Helsinki
Helsingfors



Görse 10/a. Werklng Design Studio, *Helsinki City Branding*, 2017, Kent kimliği bağlamında Helsinki için tasarlanan logo uygulamalarından görüntüler (üstte) ve Helsinki kentinden esinle oluşturulan renk paletinden bir görüntü (altta), Helsinki Visual Identity Guidelines.



Görsel 10/b. Werkling Design Studio, *Helsinki City Branding*, 2017, Helsinki kent kimliği bağlamında tasarlanmış işaretleme ve yönlendirme dizgeleri ile uygulamalarından görüntüler, Helsinki Visual Identity Guidelines.



Görsel 10/c. Werkling Design Studio, *Helsinki City Branding*, 2017, Helsinki kent kimliği bağlamında dalgalardan hareketle tasarlanmış göstergeler ve bu izlekte tasarlanmış sayfa örneklerinden görüntüler, Helsinki Visual Identity Guidelines.

Genel anlamda kent kimliği, özelde ise bilgilendirme ve yönlendirme grafikleri esas alınarak, belli bir dil birliği içinde gerçekleştirilen bu tasarılar; kentlerin zaman zaman gereksinim duyduğu yeni bir grafik yüz arayışı bağlamında olumlu örneklerden biri olarak değerlendirilebilir.

Aslında canlı birer organizma olarak da irdelenebilecek olan kentlerin, gerek adları, gerek görünüşleri, gerek beslenmeleri, gerekse de organları arasındaki dolaşım açısından çeşitli gereksinimlerinin olabileceği göz ardı edilmemesi gerekir. Bu nedenle kentlere verilen adlar, onları temsil eden logolar, duyuru panoları, kent mobilyaları, tabelalar, bilgilendirme ve yönlendirme grafikleri ile diğer nesne ve göstergelerin kentin doğasıyla ve özellikleriyle uyumlu olması çokça önemlidir. Bu bağlamda sorumlu davranmak, kentleri yaratmada önemli roller üstlenen insanların kaçınılmaz görevleri arasındadır. Sözü edilen izlekte nitelikli bir kent kimliği tasarımı için *alanında yetkin insan kaynakları* ile çalışmak çokça önemli ve değerlidir. Mutlu kentin beşiklik edeceği insanların daha mutlu uyanacağı sabahlar yaratmak aslında hiç de zor değildir. Yeter ki kentlerin gereksinimlerini iyi okuyan ve bu gereksinimleri giderme konusunda duyarlı, alanında uzman kimselerden görüş alınsın ve de ilgili alanların yetkinleriyle çalışılsın.

5. Sonuç

Yapay ve doğal yaşamın çokça ögesini bünyesinde barındıran; gereksinimlerin, *söylenlerin, söylemlerin, kültürlerin, anıların ve arzuların aktarılışına, paylaşımına, yaratılışına, çoğaltılmasına, yaşatılmasına ve hatta değiş tokuşuna* tanıklık eden kentler; zamanla bu çok bileşenli yapının belki de en büyük mirası olan "kültür"ün oluşumuna, gelişimine ve aktarımına da ev sahipliği yaparken gelişen, değişen ve değiştiren -çoğunlukla kozmopolit- yerleşim merkezleri olarak her geçen gün daha çok olay ve olgulara tanık, daha çok araştırmacıya konu olmaktadır.

Yaşayan ve yaşatan gerçekleriyle; okunarak, dinlenerek, koklanarak, dokunularak, özellikle de görülerek yaşanan kentlerin de insanlar gibi değerleri, adları, kimlikleri vardır. Adları da ne olduklarına ilişkin veriler taşıyan birer gösterge olan kentlerin bir de kurumsal kimlikleri, grafik yüzleri vardır. Her tür yazışma, tanıtma ve bilgilendirme uygulamalarında kullanılan logoları; kentlerin en önemli kurumsal kimlik göstergelerinin başında gelse de tabelaları, duyuru

panoları, trafik işaretleri, bilgilendirme ve yönlendirme grafikleri gibi gösterenleri de onların niteliği hakkında çeşitli bilgiler taşıyan önemli kimlik göstergelerindedir.

Kent kimliğinin en önemli göstergelerinden bazıları olarak karşılaşılan afişler, duyuru panoları, tabelalar, kiosklar ile bilgilendirme ve yönlendirme grafikleri gibi gösterenlerin niteliği ve kente özgülüğü çok önemlidir. Çünkü bunlar, gerek biçim gerekse de biçem yönünden yansıtıklarıyla kentlerin estetik aynalarıdır.

Kentlerde sunulan hizmetler ve insanları bu hizmetlerle buluşturma süreçlerinde çeşitli yöntemlerle bilgilendirme ve yönlendirme hizmetleri de verilmektedir. Bilgilendirme ve yönlendirme hizmetleri süreçlerinde kullanılan grafik tasarım uygulamaları, sıklıkla karşılaşılan çokça önemli kent öğelerindedir. Bu izlekte, bilgilendirme ve yönlendirme grafiklerinin hem biçim hem de biçem açısından kent kimliği bağlamında tasarlanması çokça önemlidir; çünkü bu tür uygulamaların artması tüm görsel kimlik öğeleriyle tutarlı olması gereken kent kimliği bütünselliğini sağlamada önemli bir katkı sağlayıcı olabilmektedir.

İnsanların sanat ve tasarım algısının yanı sıra gereksiz öğelerden arınmış yalınlıkta bilgilenmesi, doğru yönleneceği ve de estetik beğenisinin gelişimi bu göstergelerin niteliğiyle doğrudan ilgili bir sorunsal olarak tartışılmaktadır. Bu nedenle kentlerde kullanılan bilgilendirme ve yönlendirme grafiklerinin yalın, özgün, kent kimliğine özgü biçem (tarz) ve biçimlere (form) sahip olması önemlidir. Bu biçem ve biçimlerin kent kimliği ile ilgili tüm grafik göstergelerde uygulanması kurumsallık çerçevesinde dil birliğini ve bütünselliği sağlamak açısından ayrıca önem taşımaktadır.

Grafik tasarım bağlamında yapılan araştırmalarda elde edilen verilerden hareketle, kent kimliği uygulamalarının hem dünyada hem de Türkiye'de yetersiz ve sorunlu olduğu söylenebilir. Çünkü özgün kent kimliği yaratabilmiş kent sayısı yok denecek kadar azdır. Çoğu kentte kullanılan bilgilendirme ve yönlendirme grafikleri ise kentin kurumsal kimliği ile uyumlu değildir. Yani, tüm grafik öğe ve uygulamalarıyla tutarlı bir dil birliği içinde tasarlanmış kent kimliği tasarımları yok denecek kadar azdır. Kent kimliği tasarımı yaptırmış kentlerin bile önemli bir kesiminde bilgilendirme tasarımları farklı kişilere yaptırılmış sıradan örnekler olmaktan öteye

gidememektedir. Oysa, nitelikli bir kent kimliğinin -tüm grafik öğeleriyle- belli bir dil birliği içinde olması, dolayısıyla ortak bir biçeme ve uyumlu biçimlere sahip olması gerekir.

Yapılan literatür araştırmaları, gözlemler ve örnek incelemeleri, kent kimliği ve bilgilendirme/yönlendirme grafiklerinin grafik tasarım ile olan doğrudan bağının yanı sıra kent kimliği ve bilgilendirme-yönlendirme grafiklerinin birbirleri ile olan ilişkisine de dikkat çekmektedir.

Kent kimliğinin görselleştirilmesi ve hedef kitleye sunulması süreçlerinde sadece logo, amblem, poster, kurumsal kimlik çalışmaları, promosyon ürünler vb. gibi sıralanabilecek grafik öğelerle sınırlı kalmayıp, bunların yanı sıra, bilgilendirme ve yönlendirme grafiklerinin de desteğini alan tasarım anlayışının benimsenmesinin artıları şu şekilde sıralanabilir:

- Kent kimliğinin daha sağlam temellere oturtularak izleyiciye sunulmasını sağlamak,
- kentin kimliğinin izleyici tarafından tanınırlığını, kabullenilmesini ve hatırlanmasını kolaylaştırmak,
- kent genelinde uygulanan grafik tasarım ürünlerinde bütüncül bir bakış açısının ve tasarım anlayışının hakim olmasını sağlamak,
- çok sesliliğin, anlam karmaşasının ve görüntü kirliliğinin önüne geçmek,
- daha dizgesel ve düzenli bir yapıyı hissettirmek,
- hedef kitlenin güven algısının ve estetik beğenisinin gelişimine katkıda bulunmak.

Ortaya konan görüşler ve yapılan örnek incelemeleri göstermektedir ki, bir kent ister var olan kimliğini yenilesin, ister yeni bir kimlikle izleyicisini karşılamak üzere yola koyulsun, her iki seçeneğine de bilgilendirme ve yönlendirme grafiklerinin gücünü dahil ettiği sürece daha uzun soluklu ve sağlam adımlarla yoluna devam edebilecektir.

Kent kimliğini nitelik açısından yükseltecek bilgilendirme ve yönlendirme tasarımlarının gerçekleştirilebilmesi için bu alanda iyi işler yapmak isteyen kent yöneticilerine, ilgili yöneticilerin yetkin grafik tasarımcılarla çalışma anlayışına ve söz konusu alanda niteliği kanıtlanmış tasarımcılara gereksinim vardır.

Bu gerçek ışığında, bundan sonra gerçekleştirilmesi planlanan kent kimliği ve kent için bilgilendirme ve yönlendirme grafikleri tasarımlarında taraflar, şimdiye kadar ayrı ayrı sürdürdükleri yolculuklarında aynı amaç uğruna bir araya gelerek güçlerini birleştirebilecek ve önlerine çıkan zorlukları birlikte aşarak yollarına devam edebileceklerdir. Bu sayede kendini farklı yönlerden ifade edebilecek anlamlı bir dile kavuşan kent, her kesimden insana rahatça hitap edebilecek ve okunması zor bir kitap olmaktan çıkıp her gün aynı heyecanla ele alınan ve okundukça farklı yönlerinin keşfedildiği bir başucu kitabına dönüşebilecektir.

Kaynakça

- Başkan, Ö. (1988). *Bildirişim İnsan Dili ve Ötesi*, İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.
- Becer, E. (1997). *İletişim ve Grafik Tasarım*, Ankara: Dost Kitabevi.
- Benzel, K.F. (2007). *Kent Rehberi*, GRAFİST 11, İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi.
- Calvino, I. (1990). *Görünmez Kentler*, 1. Basım, İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Çöl (Demirseren), Ş. (1998). *Kentlerimizde Kimlik Sorunu ve Günümüz Kentlerinin Kimlik Derecesini Ölçmek İçin Bir Yöntem Denemesi*, Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, Kentsel Tasarım Anabilim Dalı.
- Duane, E. K. (2002). *Marka Akıllı*, çev. Azra Tuna Akartuna, Ankara: MediaCat Kitapları.
- Fişenk, H. (2012). *Yönlendirme Dizgelerinde Yerleşke Kimliğine Uygunluk ve Grafik Tasarım Sorunları: Ankara İli Çankaya İlçesi Kızılay Mahallesi İçin Yönlendirme Dizgesi Tasarımı*, Yayımlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi, Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Grafik Anasanat Dalı.
- Horn, R. E. (2009). "Bilgilendirme Tasarımı: Yeni Bir Mesleğin Doğuşu", *Grafik Tasarım*, Sayı 28, s. 30-39.
- Kayabaş, T. D. (2017). *Taşınmaz Kültür Varlıklarını Tanıtıcı Bilgilendirme Grafiklerinde Karşılaşılan Tasarım Sorunları ve Safranbolu İçin Uygulamalar*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Grafik Anasanat Dalı.
- Keleş, R. (2014). "Kent ve Kültür Üzerine", *Mülkiye Dergisi*, Cilt: 29, Sayı: 246, s. 9-18, https://www.academia.edu/4212293/Rusen_Keles_1_KENT_VE_KULTUR_UZERINE, Erişim Tarihi: 18.07.2022.

Lynch, K. (2019). *Kent İmgesi*, çev. İrem Başaran, 12. Basım, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Mercin, L. (2013). "Çevre ve Kent Estetiği Açısından Grafik Tasarımın Önemi", Ulakbilge, s. 1-9, <https://www.ulakbilge.com/makale/pdf/1366877847.pdf>, Erişim Tarihi: 06.03.2020.

Mumford, L. (2007). *Tarih Boyunca Kent: Kökenleri, Geçirdiği Dönüşümler ve Geleceği*, çev. Gürol Koca ve Tamer Tosun, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Pilici, E. (2019). "Kent Kimliğinin Kurumsallaşması ve Markalaşması", International Journal of Interdisciplinary and Intercultural Art, s. 95-107, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1417418>, Erişim Tarihi: 21.01.2021.

Sayın, Z. (2019). *Grafik Tasarımda Etki*. Ankara: Pegem Akademi.

Uyan Dur, B. İ., (2018). The Relation Between Infographic And Visual Literacy. ITICAM 2018 - 4th International Trends and Issues in Communication & Media Conference, 18-20 Tem. 2018, Paris-Fransa.

Yayınoğlu, P. E., Susar, A. F. (2008). *Kent, Görsel Kimlik ve İletişim*, 1. Basım, İzmit-Kocaeli: Umuttepe Yayınları.

İnternet Kaynakları

http 1: "Melbourne Is a Cool, Sophisticated City", <https://landorandfitch.com/en/case-study/city-of-melbourne>, Erişim Tarihi: 11.03.2022.

http 2: "Legible London: The Effective Wayfinding System That Creates 'Readable' Cities", <https://designwanted.com/tech/legible-london-wayfinding-system/>, Erişim: 18.04.2021.

http 3: "Legible London: The Birth of Modern City Wayfinding", https://www-appliedinformation-group.translate.goog/projects/legible-london?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=tr&_x_tr_hl=tr&_x_tr_pto=sc, Erişim Tarihi: 18.04.2021.

http 4: "Bristol Legible City", <https://www.bristollegiblecity.info/>, Erişim Tarihi: 12.08.2022.

Görsel Kaynaklar

Görsel 1. Müge Hatipoğlu, “ Prof. Dr. Aziz Sancar’ı anlatan bir bilgilendirme grafiği örneği”, 2016, <https://www.behance.net/gallery/41343665/Aziz-Sancar-Poster>, Erişim Tarihi: 28.09.2022

Görsel 2; solda: CDF Grup, “Duyuru panolarına (billboard) dizgesel bir tasarım ve uygulama örneği”, <https://cdf.com.tr/hizmetler/medya/billboard/998659786779>

Görsel 2; sağda: Mediaclick Blog, Kiosk örneği, <https://www.mediaclick.com.tr/tr/blog/kiosk-nedir>

Görsel 3. Landor&Fitch Company, “Melbourne City Branding”, 2009, Melbourne kenti için çokça seçenekli olarak gerçekleştirilmiş görsel kimlik tasarımı uygulamalarından örnekler, Only Graphic Design, <https://www.onlygraphicdesign.com/2017/11/12/city-of-melbourne-branding-landor/>, Erişim Tarihi: 12.03.2022.

Görsel 4. Landor&Fitch Company, “Melbourne City Branding”, 2009, Melbourne kentinin eski görsel kimlik tasarımı ve alt markalarından örnekler, Only Graphic Design, <https://www.onlygraphicdesign.com/2017/11/12/city-of-melbourne-branding-landor/>, Erişim Tarihi: 12.03.2022.

Görsel 5. Landor&Fitch Company, “Melbourne City Branding”, 2009, Melbourne kentinin yeni görsel kimliği bağlamında tasarlanmış uygulamalardan örnekler, Only Graphic Design, <https://www.onlygraphicdesign.com/2017/11/12/city-of-melbourne-branding-landor/>, Erişim Tarihi: 12.03.2022.

Görsel 6. Applied Information Group, “Legible London”, 2008, Tasarı kapsamında gerçekleştirilen bilgilendirme ve yönlendirme grafiklerinden örnekler, Designwanted, <https://designwanted.com/legible-london-wayfinding-system/>, Erişim Tarihi: 18.04.2021.

Görsel 7. PentaCityGroup, “WalkNYC”, 2013, Tasarı kapsamında gerçekleştirilen bilgilendirme ve yönlendirme grafiklerinden örnekler (üstte) ve tasarı kapsamında kullanılan yazı karakterlerinden, renk paletinden ve piktogram dizgesinden örnekler (altta), Pentagram, <https://www.pentagram.com/work/walknyc>, Erişim Tarihi: 12.08.2022.

Görsel 8/a. City ID, “Bristol Legible City”, 2001, Tasarı kapsamında gerçekleştirilen bilgilendirme ve yönlendirme grafiklerinden örnekler, Bristol Legible City, <https://www.bristollegiblecity.info/>, Erişim Tarihi: 12.08.2022.

Görsel 8/b. City ID, “Bristol Legible City”, 2001, Tasarı kapsamında tarihi olayların, mekanların tanıtımının yapıldığı bilgilendirme panolarından örnekler, Bristol Legible City, <https://www.bristollegiblecity.info/>, Erişim Tarihi: 12.08.2022.

Görsel 9. Werkling Design Studio, “Helsinki City Branding”, 2017, Helsinki kenti arması (solda) ve bu armadan hareketle tasarlanan yeni logosundan bir görüntü (sağda), Helsinki Visual Identity Guidelines, <https://brand.hel.fi/en/logo/>, Erişim Tarihi: 25.06.2021.

Görsel 10/a. Werkling Design Studio, “Helsinki City Branding”, 2017, Kent kimliği bağlamında Helsinki için tasarlanan logo uygulamalarından görüntüler (üstte) ve Helsinki kentinden esinle oluşturulan renk paletinden bir görüntü (altta), Helsinki Visual Identity Guidelines, <https://brand.hel.fi/en/logo/>, Erişim Tarihi: 25.06.2021.

Görsel 10/b. Werkling Design Studio, “Helsinki City Branding”, 2017, Helsinki kent kimliği bağlamında tasarlanmış işaretleme ve yönlendirme dizgeleri ve uygulamalarından görüntüler, Helsinki Visual Identity Guidelines, <https://brand.hel.fi/en/logo/>, Erişim Tarihi: 25.06.2021.

Görsel 10/c. Werkling Design Studio, “Helsinki City Branding”, 2017, Helsinki kent kimliği bağlamında dalgalardan hareketle tasarlanmış göstergeler ve bu izlekte tasarlanmış sayfa örneklerinden görüntüler, Helsinki Visual Identity Guidelines, <https://brand.hel.fi/en/logo/>, Erişim Tarihi: 25.06.2021.