



Sevim Karaalioğlu

Istanbul Kùltür University, svmkaraali@gmail.com, Istanbul-Turkey

DOI	http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2021.16.2.D0277
ORCID ID	0000-0003-1678-9168
Corresponding Author	Sevim Karaalioğlu

MAĞAZA İÇİ BİLGİLENDİRME TASARIMLARININ TÜKETİCİYİ YÖNLENDİRMEDEKİ ROLÜ

ÖZ

Gelişen yeni medya teknolojileriyle bağlantılı olarak, bireyler gündelik yaşamında çok fazla bilgi, ekran ve görsel göstergeler ile karşı karşıya kalmaktadır. Yaşamın her alanında olduğu gibi mağaza içerisinde de bilgiyi düzenli bir şekilde sunmak ve bireyler arasındaki iletişimi kolaylaştırmak amacıyla etkileşimli, açıklayıcı, işlevsel özellikte bilgilendirme grafiklerine her zamankinden daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır. Dolayısıyla bilgilendirme tasarımlarının mağazada bireylere iletişim kolaylığı sağlayacak nitelikte olması önemlidir. Bu araştırmanın amacı, mağaza içi bilgilendirme tasarımlarının tüketiciyi yönlendirmedeki etkisini araştırarak önemini ortaya koymak, sorunlarını belirlemek, belirlenen sorunların çözümü için öneriler geliştirmektir. Mağaza atmosferinde bilgilendirme tasarımının rolünün ön plana çıkarılması çalışmanın temel konusunu oluşturmaktadır. Çalışmada mobilya sektöründen İKEA, Koçtaş ve Bauhaus mağazalarındaki bilgilendirme tasarımı örnekleri grafik tasarım ilke ve öğeleri açısından incelenerek iletişimdeki rolü tartışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Bilgilendirme Tasarımı, Mağaza İçi Bilgi Grafikleri, Grafik Tasarım, Görsel İletişim Tasarımı, Yönlendirmeler

THE ROLE OF IN-STORE INFORMATION DESIGNS IN GUIDING THE CONSUMER

ABSTRACT

In connection with the developing new media technologies, individuals are faced with too much information, screen and visual indicators in their daily life. As in all areas of life, interactive, descriptive, functional information graphics are needed more than ever in order to present information in the store regularly and to facilitate communication between individuals. Therefore, it is important that informational designs provide ease of communication to individuals in the store. The purpose of this research is to reveal the importance of in-store information designs by researching the effect of consumer guidance, to identify their problems, and to develop suggestions for the solution of the identified problems. Highlighting the role of information design in the store atmosphere constitutes the main subject of the study. In this study, information design examples in İKEA, Koçtaş and Bauhaus stores from the furniture sector are examined in terms of graphic design principles and elements and their role in communication is discussed.

Keywords: Information Design, Graphic Design, In-Store Information Graphics, Visual Communication Design, Guidance

How to Cite:

Karaalioğlu, S., (2021). Mağaza İçi Bilgilendirme Tasarımlarının Tüketiciyi Yönlendirmedeki Rolü. Fine Arts, 16(2):131-140, DOI: 10.12739/NWSA.2021.16.2.D0277.



1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

İçinde bulunduğumuz dijital çağda bireyler her geçen gün daha fazla bilgiyle karşı karşıya kalmaktadır. Bilgilendirme grafikleri bu karmaşa içerisinde bireylerin sadece ihtiyacı olan iletiyi alma gereksiniminden doğmuştur. Karmaşık bilginin planlı, anlaşılır ve ulaşabilir hale getirilmesi doğru ve etkili bilgilendirme tasarımı uygulamaları ile mümkün olabilmektedir [7]. Özellikle bu uygulamalar alıcının ulaşmak istediği yere rehberlik etmesi açısından büyük kolaylık sağlamaktadır. Karmaşık bir yapı içerisinde yol haritası çizerek iletişimi kolaylaştırmaktadır. Robert Horn'a göre bilgilendirme tasarımı, bilgiyi hazırlama sanatı ve bilimi olarak tanımlanmaktadır [5]. Prof. Rune Petterson bilgilendirme tasarımını şu şekilde açıklar: "Bilgilendirme tasarımı, alıcıların bilgi ihtiyacını karşılamak amacıyla bir mesajın analizi, planlanması, sunumu ve onun içeriği, dili ve formunun anlaşılmasını kapsar" [10]. Dolayısıyla okunaklılık, bütünlük, biçim-içerik uyumu, görüntü, özgün yaklaşımlar bu çerçevede öne çıkmaktadır. Bilgilendirme tasarımlarında görsel bir dil birliğinin sağlanması da önemli olmaktadır. Farklı kültür, dil ve ırklardan gelen toplumlarla aynı görsel anlatımlar sayesinde güçlü bir iletişim gerçekleştirilmektedir. Dolayısıyla bilgilendirme grafikleri görsel bir ifade aracı olarak toplumsal düzeni sağlayan sistemler olduğu söylenebilmektedir.

Bilgilendirme tasarımı artan bilginin bireylerin anlayabileceği ortak bir dilde sunum biçiminin tasarlanmasıdır. Küreselleşme, yeni medya olanakları ve yeni dünya düzeni gibi birçok faktör bilgilendirme tasarımına duyulan gereksinimi de beraberinde getirmektedir [2]. Bireyler gündelik yaşamında sürekli iletişim halindedir. Dolayısıyla mağaza içi bilgilendirme grafiklerinde de mağaza içinde dolaşırken kolay ve rahat bir iletişim sağlanabilmesi için görsel göstergelere ihtiyaç duyulmaktadır. Özellikle günümüzde bu ihtiyaç daha da değerli hale gelmektedir. Karmaşık bilgiyi düzenli ve planlı hale getirilmesini bulunduğu yere ve işlevlerine göre birçok farklı yöntemleri vardır. İnfografik, harita, şema ve çizelge, yönlendirme tasarımı, çevresel grafik tasarım, yer imleri, sergileme tasarımı, piktogram gibi bilgilendirme tasarımının birçok uygulama alanı bulunmaktadır.

2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ (RESEARCH SIGNIFICANCE)

Mağaza içinde müşteri deneyimine etki eden bilgilendirme tasarımı öğeleri tüketicilerin doğru yönlendirilmesinde yetersiz kalabilmektedir. Mesajın hedef kitleye doğru, etkili, özgün yaklaşımlarla aktarılma sürecinde bilgi grafikleri güçlü bir ifade aracı olabilmektedir. Özellikle küresel salgın haline dönüşen Covid-19 sürecinde mağaza içinde sosyal mesafe, hijyen gibi bireylerin sağlığı ve güvenliği açısından uyması gereken kurallar, bilgilendirme grafikleri yoluyla daha hızlı ve etkili şekilde aktarılmıştır. Bu görsel iletilerin evrensel nitelikte olması bireyler arasındaki iletişimi kolaylaştırmaktadır. Aynı zamanda mağaza düzeni, mağazanın görüntüsü, tüketiciye sunumu, kurum kimliği bilgi grafiklerinde önem arz etmektedir. Bilgi grafiklerinin oluşturulma sürecinde renk, tipografi, form, dikkat çekicilik, biçim ve içeriğin uygunluğu gibi öğelerin gözetilmesi söz konusu çalışmaların başarıya ulaşmasında etkili olduğu söylenebilmektedir.

3. YÖNTEM (METHOD)

Çalışmada İKEA, Koçtaş ve Bauhaus mağazalarındaki bilgilendirme tasarımı örnekleri görsel tasarım öğeleri bakımından irdelenmekte ve söz konusu tasarımların tüketiciyi yönlendirmedeki rolü üzerinde analizler yapılmaktadır.



Çalışmada ortaya çıkan bulgular betimsel analiz yöntemi ile değerlendirilerek, geliştirilen öneriler ışığında sonuçlandırılmıştır.

4. MAğAZA İÇİ BİLGİLENDİRME TASARIMLARI (IN-STORE INFORMATION DESIGN)

Günümüzde dijitalleşme, tüketim alışkanlıkları, çeşitlilik, rekabet gibi etkenler mağazaların görsel tasarımlarının önemini ortaya koymaktadır. "Mağaza, perakendeciyle müşterisi arasında olan en anlamlı iletişim Őeklidir. Her Őeyden önemlisi, mağaza satışın gerçekleştiği veya gerçekleşmediği ortamdır. Mağaza çok çeşitli unsurlarıyla iki önemli role sahiptir. Bunlar; uygun bir mağaza imajı yaratmak ve satış alanının üretkenliğini arttırmaktır" [11]. Tüketicinin ilgisini çekmek, açık ve kolay Şekilde bilgi aktarmak, yönlendirmek, rakipleri arasında fark yaratmak, iletişim açısından müşteriye kolaylık sağlamak mağazalar için önem arz etmektedir. Mağaza atmosferini oluşturan ögelerden iletişim, ışık, koku, müzik, biçim, renk, tipografi, sergileme tasarımı, raf düzeni, kurum kimliği ve infografik, yönlendirme, piktogram, harita gibi bilgi grafikleri iletişimde güçlü bir etkiye ve yaşamsal öneme sahiptir. Özellikle etkileşimli ögeler bireyleri mağaza içinde canlı tutarak dinamik bir ortam yaratır.

"Grafik tasarım bir bakıma semboller sanatıdır. Grafik tasarımcısı bu dalın özünde yer alan kısa sürede yoğun ve kavramsal bir iletiyi iletme işlevini görsel bir yapıda tasarlariken sembolik yaklaşımlardan faydalanır" [14]. Bilgi grafiklerinde de görsel anlatılarla bir iletişim dili oluşturulmaktadır. "Grafik tasarım göstergeleri, bilgilendirici ve yönlendirici yönleriyle bireysel ve toplumsal yaşamın adeta sağlayıcısı işlevlere sahip olduğu gibi, taşıdıkları gzelduyusal nitelikleriyle insanların algı ve estetik beğeni düzeyine de kaçınılmaz olarak etkide bulunmaktadır" [12]. Görsel etki bağlamında, grafik ögelerin, iletilerin doğru, dikkat çekici ve özgün yaklaşımlarla kullanımı bireylere iletişim kolaylığı sağlamaktadır. Aynı zamanda bireylerin mağazaya karşı algısını da olumlu yönde etkilediği söylenebilmektedir. "ok çeşitli ürün kategorileri üzerinde yapılan birçok araştırma, müşteriler almaya niyetli oldukları ürünleri mağazaya gelmeden önce karar vermişlerse de alacakları ürünlerin özel olarak neler olduklarına daha çok mağaza içerisine girdikten sonra satın almaya karar vermektedir" [11]. Dolayısıyla mağaza atmosferi, mağazanın görüntüsü, yeterli sayıda bilgilendirmelerin yer alması tüketicinin satın alma sürecini de hızlandırmaktadır.

Yönlendirme ve işaretleme dizge tasarımlarında bilgiyi kullanıcıya hızlı ve gerekli biçimde sunmak amaçlanmalıdır. Aynı zamanda bilgi grafiklerinin mekan içinde konumlandırılması, işlevselliği, görsel etki bağlamında algılanabilir olması, biçim içerik uyumu, malzeme kullanımı gibi bileşenleri önemli olmaktadır [13]. Halime Fişen yönlendirme dizgeleri ile ilgili Şu ifadelere yer vermektedir: "Yönlendirme işaretlerine verilen önem, mekanların, yerleşkelerin, dolayısıyla kültürlerin değişiminin ve gelişiminin göstergesidir" [4]. Tasarım uygulamalarında ağdaş yaklaşımlar, yeni formlar da görsel etki bağlamında ne çıkmaktadır.

Araştırmanın bu bölümünde, mobilya sektöründen İKEA, Koçtaş ve Bauhaus mağazalarındaki bilgilendirme tasarımı örnekleri grafik tasarım ilke ve ögeleri bağlamında ele alınarak tüketiciyi yönlendirmedeki rolü incelenmektedir.

5. İKEA MAĞAZASI BİLGİLENDİRME TASARIMI ÖRNEKLERİ (İKEA STORE INFORMATION DESIGN EXAMPLES)

İşveç kökenli İKEA mağazaları, sürdürülebilirliği her zaman göz önünde bulunduran bir konsept çerçevesinde işlevsellik, kalite, tasarım ve diğer kavramları bir araya getirir. 'Evinizin her şeyi' sloganıyla İKEA konsepti müşterilerine çok çeşitli ev dekorasyon ürünleri sunmaktadır [6]. Bu bölümde İstanbul Bayrampaşa İKEA mağazası bilgilendirme tasarımı örnekleri ele alınmıştır. İKEA mağazaları, bilgilendirme ve yönlendirme tasarımları açısından irdelendiğinde tüketiciye alışveriş sırasında hem görsel sunum açısından hem de iletişim açısından büyük kolaylık sağlamaktadır. Renk, tipografi, biçim, konum, sergileme, raf düzeni gibi özellikleriyle kurum kimliğine uygun bir şekilde tasarlanmıştır. Sarı ve mavi renkler, mağazanın dış yüzeyinden giriş bölümüne ve mağaza içi bilgi grafiklerine kadar ortak bir dil birliği oluşturulacak şekilde kullanılmıştır. Yönlendirme okları, piktogram, harita, infografik gibi bilgilendirme grafiklerinde kullanılan tipografi okunaklı, dikkat çekici ve anlaşılır bir niteliktedir. Serifsiz bir yazı karakterine yer verilmesi yazının okunurluğunu arttırmaktadır. Logoda İKEA'nın büyük harf ve bold olarak kullanımı büyük, güçlü ve geniş bir yelpazeye sahip olduğunu yansıtmaktadır. Mağazanın bilgilendirme haritalarında mavi zemin üzerinde beyaz renkle okunaklı yazı ve infografiklere yer verilmektedir. Aynı zamanda oklar ve şekillerle de yönlendirmeler sağlanmaktadır. Dolayısıyla haritalardaki bilgi grafikleri tüketicinin mağaza içinde dolaşırken rehberlik etmesine yardımcı olmaktadır. Bilgilendirme haritalarına mağaza içinde yeterli sayıda yer verilmiştir (Görüntü 1).

Mağaza içinde yer alan yönlendirmeler etkili ve kolay bir anlatım diline sahiptir. Yönlendirme tabelalarında boşluk-doluluk ilişkisi dengeli bir şekilde sağlanmıştır. Covid-19 nedeniyle mağaza içinde sosyal mesafe kuralları görsel iletiler yoluyla altarılmaktadır. Söz konusu mağaza içinde konumlandırılan yönlendirme işaretleri müşterilerin rahat biçimde ilerlemesine olanak sunarak, plansız satın almasında da etkili olabilmektedir. Dolayısıyla mağaza içindeki yönlendirme okları aracılığıyla müşteri bütün mağazayı dolaşarak önceden planlamadığı bir ürünü de satın alabilmektedir. Bu bilgiler ışığında yönlendirme tasarımlarının hem yön bulmada hem de satın almada etkili olduğu söylenebilir (Görüntü 2).



Görüntü 1. İKEA mağazası bilgilendirme haritası (yazarın arşivinden)
(Image 1. İKEA store information map)



Görüntü 2. İKEA mağazası bilgilendirme ve yönlendirme tasarımları
(yazarın arşivinden)
(Image 2. İKEA store information and orientation design)

Mağaza içinde yer alan piktogramların açıklayıcı nitelikte olması müşteriye istenilen bilgiyi aktararak iletişimin hızlanmasına olanak sunmaktadır. "Piktogram, insanların dikkatini çekmek, hızlı ve net bir iletişim sağlamak amacıyla oluşturdukları bir imajdır" [1]. Evrensel bir niteliğe sahip olan piktogramların kolay anlaşılabilmesi bireylere alışverişte zaman kazandırarak, iletilmek istenen mesajı daha güçlü hale getirmektedir. Mağaza atmosferinde bir ürünün sergilenme biçimi de önemli roller oynayabilmektedir. "Sergileme tasarımı sergilenmesi istenen konunun insanla mekanda karşılaşması ve insanın aksiyonlarını başından sonuna yönetebilme ve bütünde serginin mesajını en etkili biçimde iletebilme becerisidir" [8]. Dolayısıyla iyi bir sergileme tasarımı ile mağaza içinde bir düzen oluşturularak rahat ve huzurlu bir alışveriş ortamı sağlanabilmektedir. Sergileme tasarımında ürünün konumu, yerleştirme düzeni, görsel sunumu, ürün hakkında detaylı bilginin aktarılması önem arz etmektedir. Grafik tasarım öğeleri bağlamında İKEA mağazası sergileme tasarımı, raf düzeni, aydınlatma sistemi açısından değerlendirildiğinde iyi bir örnek olduğu görülmektedir (Görüntü 3). Genel olarak İKEA mağazalarında çağdaş ve yalın bir grafik anlatım dili söz konusudur.



Görüntü 3. İKEA mağazası piktogram ve sergileme tasarımı örnekleri
(yazarın arşivinden)
(Image 3. İKEA store shelf layout and exhibition design)

6. KOÇTAŞ MAĞAZASI BİLGİLENDİRME TASARIMI ÖRNEKLERİ (KOÇTAŞ STORE INFORMATION DESIGN EXAMPLES)

Ev geliştirme ve yapı market perakendeciliğinin lider kuruluşu olan Koçtaş mağazaları, dekoratif ürünlerden mobilyaya, ev tekstili ürünlerinden mutfak, banyo ve seramik, bahçe mobilyaları, aydınlatma ürünleri gibi on binlerce ürün hizmeti sunmaktadır [9]. Bu bölümde

İstanbul Bahçelievler Koçtaş mağazası bilgilendirme tasarımı örnekleri ele alınmaktadır. Koçtaş mağazasının logosu, formu ve rengi açısından sıcak ve samimi bir duygu uyandırmaktadır. Ev formundan oluşan biçimi, turuncu rengi ve 'Evimi çok seviyorum' sloganı ile hedef kitlesine sıcak ve samimiyeti hissettirmektedir. Logoda kullanılan üçgen form yükselişin ve ürün yelpazesinin geniş olduğunun bir göstergesidir. Bilgi grafiklerinde okunaklı ve serifsiz yazı karakteri kullanılmaktadır. Koçtaş mağazası girişinde yer verilen bilgilendirme haritası mağazanın içeriği hakkında bilgi vererek tüketiciye rehberlik etmesi ve zaman olarak hız kazanmasına yardımcı olmaktadır. Haritada mağazanın görsel kimliğini yansıtan turuncu renge ve infografiklere yer verilmiştir (Görüntü 4). Dolayısıyla karmaşık yapılar içerisinde verilerin etkileşimli görsellerle, şekil ve şemalarla aktarılması etkili iletişimde öne çıkmaktadır.



Görüntü 4. Koçtaş mağazası bilgilendirme haritası (yazarın arşivinden)
(Image 4. Koçtaş store information map)

Koçtaş mağazası giriş bölümünde ve mağazanın çeşitli alanlarında yönlendirme oklarına yer verilmiştir. Fakat yönlendirme tabelalarının mağazanın bazı bölümlerinde farklı renklerde kullanıldığı görülmektedir. Mağazanın görsel kimliği açısından bir dil birliğinin olması önemlidir. Mağaza içinde tavandan sarkıtılan ürün fiyat bilgileri, fiyat etiketlerinde kullanılan fontun elle yazılmış görüntüsü, ürünlerin düzensiz yerleştirilmesi mağaza içinde karmaşa yaratmaktadır. Özellikle yoğun fiyat bilgileri ve ürünlerin düzensiz sunumu sebebiyle mağaza içinde müşteri gitmek istediği yere ulaşmada ve almak istediği ürünü bulmada zorluk çekecektir. Bu bağlamda mağaza içinde iletişim ve grafik tasarım öğeleri açısından problemlerin dikkat çektiği söylenebilmektedir (Görüntü 5, 6 ve 7).



Görüntü 5. Koçtaş mağazası bilgilendirme ve yönlendirme tasarımları
(yazarın arşivinden)
(Image 5. Koçtaş store information and orientation design)



Görüntü 6. Koçtaş mağazası bilgilendirme ve yönlendirme tasarımları
(yazarın arşivinden)
(Image 6. Koçtaş store information and orientation design)



Görüntü 7. Koçtaş mağazası raf düzeni ve sergileme tasarımı örnekleri
(yazarın arşivinden)
(Image 7. Koçtaş store shelf layout and exhibition design)

7. BAUHAUS MAĞAZASI BİLGİLENDİRME TASARIMI ÖRNEKLERİ (BAUHAUS STORE INFORMATION DESIGN EXAMPLES)

Türkiye’de ‘kendin-yap’ kavramını yerleştiren Bauhaus, uluslararası konsepti paralelinde çok geniş satış alanlarında hizmet vermektedir. Yapı-market alanında geniş ürün yelpazesıyla müşterilerine kapsamlı olanaklar sunmaktadır [3]. Bu bölümde İstanbul Marmara Forum Bauhaus mağazası bilgilendirme tasarımı örnekleri incelenmektedir. Ev formlarının yer aldığı mağaza logosu, geometrik formların içinde serifsiz, okunaklı fontu ve kırmızı rengi ile dikkat çekmektedir (Görüntü 8).



Görüntü 8. Bauhaus mağazası bilgilendirme ve yönlendirme tasarımları
(yazarın arşivinden)
(Image 8. Bauhaus store information and orientation design)

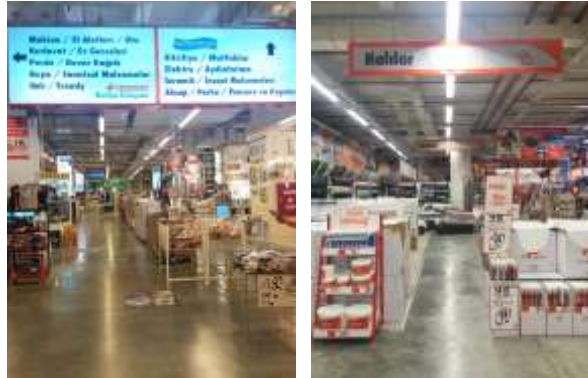
Kırmızı rengin çarpıcı etkisinin yanı sıra sıcak ve samimi bir mağaza atmosferi yaratmaktadır. Logosu ve bilgilendirme grafiklerinde Bauhaus ekolünün yansımaları görülmektedir. Mağazanın ana girişinde yer verilen yönlendirme okları müşteriye yön bulmada rehberlik etmektedir. Aynı şekilde mağaza girişinde mağazanın bilgilendirme haritasına yer verilmiştir. Bilgilendirme haritasında kullanılan renk,

görsel hiyerarşi, tipografi, okunurluk, mağazanın görsel kimliği çerçevesinde yeniden düzenlenebilir (Görüntü 9).

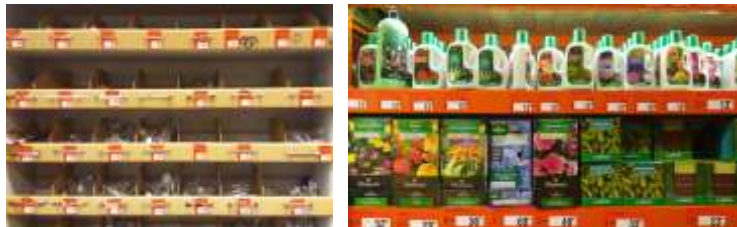


Görüntü 9. Bauhaus mağazası bilgilendirme haritası (yazarın arşivinden)
(Image 9. Bauhaus store information map)

Mağaza içi yönlendirme levhalarında beyaz zemin üzerinde koyu rengin kullanımı algıda kolaylık sağlamaktadır. Fakat yönlendirme tabelalarındaki ürünün yer bilgisini gösteren bilgilendirmeler sadeleştirilebilir. Dolayısıyla bilgilendirme tabelaların sayısı arttırılabilir (Görüntü 10). Kasaların olduğu küp şeklindeki kırmızı kutular içinde yer alan sayılar ve yönlendirme okları dikkat çekici ve yol gösterici niteliktedir. Mağaza içi raf düzeni ve sergileme tasarımları yeniden düzenlenebilir (Görüntü 11).



Görüntü 10. Bauhaus mağazası bilgilendirme ve yönlendirme tasarımları
(yazarın arşivinden)
(Image 10. Bauhaus store information and orientation design)



Görüntü 11. Bauhaus mağazası raf düzeni ve sergileme tasarımları
(yazarın arşivinden)
(Image 11. Bauhaus store shelf layout and exhibition design)

8. SONUÇ VE ÖNERİLER (CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS)

Araştırmada mobilya sektöründen Türkiye'nin değerli markalarından İkea, Koçtaş ve Bauhaus mağazalarının bilgilendirme grafikleri

örnekler üzerinden incelenmiştir. Çalışma kapsamında seçilen mağazalar sektör olarak benzerlik taşısa da mağaza içi bilgi grafiklerinin tüketiciyi yönlendirmedeki etkisi birbirinden farklıdır. Ev mobilyaları ve dekorasyon malzemeleri tasarlayıp üreten İKEA mağazası, mağazanın atmosferi, yönlendirme grafikleri, harita, konum, mekan, görüntü, aydınlatma sistemi, sergileme gibi öğelerin mağaza içinde düzen ve akışı sağlayarak iletişimi kolaylaştırdığı söylenebilmektedir. Koçtaş mağaza içi bilgilendirme grafiklerinde problemler görülmektedir. Bilgilendirme grafiklerinde ortak bir dil birliğinin olması kurum kimliği açısından önemlidir. Mağaza içinde yer alan ürünlerin bir düzen çerçevesinde sergilenmesi müşterinin ürüne rahat bir şekilde ulaşmasına yardımcı olacaktır. Bauhaus mağazası yönlendirme grafikleri üzerinde çalışmalar yapılabilir. Ürünlerin yer bilgisini gösteren yönlendirmelerin sade ve anlaşılabilirliği tüketiciye mağaza içinde kolaylık sağlayacaktır. Günümüz bilgi yoğunluğu içerisinde etkileşimli, dikkat çekici, yol gösterici, özgün yaklaşımlar mağaza atmosferinde bireylere rahat, huzurlu ve kolay alışveriş ortamı sunarak iletişim kolaylığı sağlamaktadır. Bu bilgiler ışığında mağaza içi bilgilendirme tasarımlarının tüketiciyi doğru yönlendirmede önemli bir rolünün olduğu söylenebilmektedir.

ÇIKAR ÇATIŞMASI (CONFLICT OF INTEREST)

Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

FİNANSAL AÇIKLAMA (FINANCIAL DISCLOSURE)

Yazar bu çalışma için herhangi bir mali destek almadığını beyan etmiştir.

ETİK STANDARTLAR BEYANI (DECLARATION OF ETHICAL STANDARDS)

Bu makalenin yazarı, bu çalışmada kullanılan materyal ve yöntemlerin etik kurul izni ve/veya yasal-özel izin gerektirmediğini beyan eder.

KAYNAKLAR (REFERENCES)

- [1] Abdullah, R. and Hübner, R., (2007). Pictograms, icons& signs: a guide to information graphics. Holborn: Thames & Hudson.
- [2] Aybay, C., (2017). Bilgilendirme tasarımında disiplinlerarası tasarım işbirliği ve grafik tasarımın bu işbirliğindeki yeri. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication, TOJDAC, 7(3).
- [3] Bauhaus. <https://www.bauhaus.com.tr/bauhaus-hakkında>. Erişim Tarihi:15.02.2021.
- [4] Fişenk, H., (2012). Yönlendirme dizgelerinde yerleşke kimliğine uygunluk ve grafik tasarım sorunları: Ankara ili Çankaya ilçesi kızılây mahallesi için yönlendirme dizgesi tasarımı (Sanatta Yeterlik Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- [5] Horn, R.N., (2000). Information design. The Emergence of a New Profession. Cambridge: MIT.
- [6] <https://www.ikea.com.tr/hakkimizda/ikea-konsepti>. Erişim Tarihi:20.02.2021.
- [7] Karaalioğlu, S., (2015). Üniversite yerleşkelerinde yer alan bilgilendirme tasarımı ürünlerinin incelenmesi (Yüksek lisans tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Grafik Eğitimi.
- [8] Karamustafa, S., (2009). Bilgilendirme tasarımı: profesyonellerden görüş. Grafik Tasarım.
- [9] https://www.koçtaş.com.tr/?gclid=Cj0KCQjwrJ7nBRD5ARIsAATMxsuawQC SHmHGcZtnMk9mpfyZsS708Mqrwe8opABggXhzkakh3m52YH0aApqdEALw_wcB.



-
- Erişim Tarihi: 12.02.2021.
- [10] Pettersson, R., (2012). It depends-principles and guidelines. <http://www.iiid.net/PublicLibrary/Pettersson-Rune-ID-It-Depends.pdf>. Erişim Tarihi: 17.12.2020.
- [11] Özgören, F., (2013). Mağaza düzeni ve tasarımı. İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 5.
- [12] Sayın, Z., (2019). Grafik tasarımda etki. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- [13] Topaklı, A. ve Nas, E., (2019). Sinop ili yönlendirme ve işaretleme tasarımları üzerine bir değerlendirme. Ulakbilge. DOI:10.7816/ulakbilge-07-37-04.
- [14] Uçar, T.F., (2004). Görsel iletişim ve grafik tasarım. İstanbul: İnkılap.