

KENT KÜLTÜRÜNE VE TOPLUMSAL YAPIYA BAĞLI OLARAK KENTTE TİPOGRAFİNİN KULLANIMI (İZMİR VE MİLANO ÖRNEKLERİ)

THE USE OF TYPOGRAPHY IN THE CITY IN VIEW OF REFLECTING THE SOCIAL STRUCTURE AND URBAN CULTURE (İZMİR AND MILANO EXAMPLES)

Bahar SOĞUKKUYU¹ Arif Ziya TUNÇ²

ÖZET

Sanayi devrimiyle birlikte kentler, günümüze değin nüfus yoğunlaşması, fiziksel genişleme ve iş alanlarının artması gibi nedenlerle sürekli büyüme kaydetmektedir. Kentte yaşayan çok katmanlı toplumsal yapı ile kentin kültürel yapısı, etkileşimli olarak işlemektedir. Bu anlamda, iletişim önem kazanmaktadır. Görsel iletişim, yazı karakterlerinin yüzey üzerinde tasarlanması eylemi olan tipografi ile sağlanmaktadır. Kentte yaşayan toplumla iletişimi gerçekleştirmek amacıyla hazırlanan grafik tasarım ürünlerinde çoğunlukla tipografi yer almaktadır.

Bu çalışmanın konusunu kent kültürüne ve toplumsal yapıya bağlı olarak İzmir ve Milano örnekleri üzerinden, kentin açık ve kapalı alanlarında kullanılan tipografi unsuru oluşturmaktadır. Araştırmada, elde edilen bulgular ışığında, nitel araştırma tekniklerinden gözlem tekniğine yer verilerek, görsel kayıtlar, grafik tasarım ürün örnekleri (tabelalar, trafik işaretleri, mağaza vitrinleri) çözümlenmiş ve yazılı kaynaklardan yararlanılmıştır. İki kentin grafik tasarım ürünlerindeki tipografi incelenirken, bir kentin toplumsal yapısının ve kent kültürünün grafik tasarım ürünlerine ve tipografiye etkisi sorgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Toplumsal yapı, kent kültürü, tipografi, grafik tasarım, iletişim.

ABSTRACT

With the industrial revolution, cities have been getting bigger continuously because of the increasing population of cities, the physical enlargement of business areas up to now. The cultural structure of the city and multi-level social structure living in it, work within an interaction. In this regard, communication is more important. Visual communication is achieved with typography which is designing action of font characters on the surface. Typography mostly takes place in graphic design products that are prepared to carry out the communication with the society living in the city.

The subject of this study is the typography, used in the outdoor and indoor areas of İzmir and Milano as the sample cities., depending on urban culture and social structure. In the

¹ Uzman, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, İletişim Tasarımı ve Grafik Bölümü.

² Prof. Dr., DEU Buca Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Resim-İş Eğitimi Anabilim Dalı.

light of the findings in the research, with the help of the observation technique, which is one of the qualitative research techniques, image recordings, graphic design product samples (signs, traffic signs, shop windows) have been analyzed and the written sources have been used. While examining the typography in the graphic design products of two cities, the effect of the city's social structure and urban culture on graphic design products and typography have been questioned.

Keywords: Social structure, urban culture, typography, graphic design, communication.

1. GİRİŞ

Kentin içinde iletişim, tanıtım gibi çeşitli işlevler içeren, grafik tasarım ürünlerinde yer alan tipografi; görsel bir öğe olarak öne çıkmaktadır. Marka tanıtımı ve reklam aktivitelerinin yanında; kentte yer alan diğer grafik tasarım ürünlerinin de kent kültürünü yansıması söz konusudur. Kentte yer alan grafik tasarım ürünleri, semtlere göre de farklılıklar göstermektedir. Elde edilen görsel kayıtların ekseninde görsel iletişim ve tasarım konusuna önem veren marka ve kurumların levhalarında veya vitrinlerinde kullanılan yazı karakteri çeşitliliği en aza indirgenmektedir. Uçar (2004:136), ülkemizde özellikle dış mekan tabelalarının tipografinin kötü kullanımı ve deforme edilmiş yazı karakterleriyle dolu olduğunu dile getirmektedir. Grafik tasarımın açık ve anlaşılır bir iletişimle bireyleri bilgilendirme işlevi düşünüldüğünde kullanılan tipografinin sade, okunaklı ve anlaşılır olması gerekmektedir.

İzmir ve Milano kentlerini karşı karşıya getiren konulardan biri olan Expo; kültür, tarih ve eğitim olimpiyatları olarak nitelendirilmektedir. İzmir ve Milano'nun ortak özelliklerinden birisi, fuar merkezi olmalarıdır. İzmir ve Milano, 2008 yılında Expo için yapılan ev sahipliği oylamasında iki aday şehir olmuştur. Expo 2015 için yapılan bu oylamada Milano üstün gelmiştir. Expo'ya İzmir ve Milano'nun aday olması, dünyada iki kentin birlikte anılmasını sağlamıştır. Bu araştırmada İzmir ve Milano kentlerinin tercih edilmesinin nedenlerinden biri Expo 2015'i almak için aralarında yaptıkları yarıştı.

Expo, "exposition" kelimesinin kısaltılmışı; ayrıca Dünya Fuarı olarak da bilinen ve 19. yüzyılın ortalarından beri düzenlenen organizasyondur. Türkçe karşılığı "sergi"dir. Expo resmi olarak Uluslararası Sergiler Bürosu (BIE) tarafından gerçekleştirilir. Expo, genelde 3-6 ay arası sürer. Ayrıca, ülkeler kendi 'fuvar'larını ya da 'sergi'lerini BIE onayı olmadan da düzenleyebilirler. Günümüzde, Expo FIFA Dünya Kupası ve Olimpiyat Oyunları'ndan sonra dünyada ekonomik ve kültürel etki yaratan üçüncü en büyük organizasyondur. Expolar 150 yıldan fazla süreden beri düzenlenmektedir. İlk Expo 1851 yılında Londra'da, Hyde Park'ta, Kristal Palas'ta "Great Exhibition of the Works of Industry of All Nations" teması altında düzenlenmiştir (<http://tr.wikipedia.org/wiki/Expo>).

Araştırmada, “Açık alan”, kentin dış mekan kamusal alanlarını tanımlamaktadır. “Kapalı alan” terimi ise, kentin mimari yapılarının içinde yer alan, üzerleri örtülü kamusal alanlar anlamında kullanılmaktadır. Kentin açık ve kapalı alanlarında yer alan grafik tasarım ürünlerinin, aynı zamanda kentteki politik, kültürel, sosyal ve sportif etkinlikleri de tanıtmaya işlevi bulunmaktadır. Kentte gerçekleşen etkinliklerin tanıtıldığı grafik tasarım ürünlerinin sergilendiği alanlar, genellikle nüfusun yoğun olduğu kent merkezidir. Bunun yanısıra istihdamın yoğun olduğu ilçelerin açık ve kapalı alanlarında da çeşitli grafik tasarım ürünleri yer almaktadır.

Araştırmada, toplum ve kent tanımlarından yola çıkılarak toplumsal yapı ve kent kültürü arasındaki ilişki irdelenecek, İzmir ve Milano kentlerinin toplumsal yapıları karşılaştırılarak tipografinin kentin açık ve kapalı alanlarında kullanımı nitel ve betimsel araştırma yöntemi ile görsel analiz yapılarak çözümlenecektir. Araştırma, toplumsal yapı ve kent kültürünün kent tipografisine yansımaları bakımından benzeyen ve farklılaşan yönleriyle İzmir ve Milano kentleri ile sınırlıdır. Araştırmanın sonucunda kentin açık ve kapalı alanlarında kullanılan tipografinin, kent kültürü ve toplumsal yapı özellikleriyle ilişkisinin ortaya konulması amaçlanmaktadır.

2. TOPLUMSAL YAPI VE KENT KÜLTÜRÜ

Toplum, örgütlenmiş gruplar halinde yaşayan insan topluluğudur; toplumsal yapı da bir toplumun ekonomik, siyasal, kültürel ve sosyal ilişkilerindeki kendine özgü kurallar bütünüdür (Armağan, 1982:5). Toplumsal yapının sürekli ve örgütlenmiş ilişkiler bütünü olduğu düşünüldüğünde, değişken ve hareketli öğelerin birbiriyle uyumlu biçimde gelişimine gereksinim duyulduğu söylenebilir. Toplumu oluşturan gruplar, sosyal kurumlar, meslekler, tek başına bağımsız olarak değil toplumsal yapı ile ilişki içinde düşünülmelidir.

Kent, fiziksel olarak bireysel ve toplumsal yaşam alanlarından oluşmaktadır. Bireysel yaşam alanlarını konut, işyeri, ofis vb; toplumsal yaşam alanlarını da sokaklar, parklar, meydanlar, metro, tramvay, otobüs durakları, iskeleler, havaalanları, kültür merkezleri, alışveriş merkezleri, vb. yerler oluşturmaktadır. Kent, yaşam alanı ve yerleşim

yeri olması bakımından somut bir özellik taşımaktadır. Kentler, yaşam alanları olarak farklı büyüklüklere, farklı özelliklere sahiptir. Uygur'a göre, kentler medeniyetin ortaya çıktığı yerlerdir ve kültür mekanlarıdır. Kentler devleti doğurmuş ve devlet de temellerini kentler üzerine kurmuştur (Uygur, 1996:17). Dünya çapında farklı alanlarda modernleşmenin gerçekleşmesi, kentsel nüfusun yoğunlaşmasına neden olmaktadır. Siyasal, ekonomik, sosyal ve kültürel öğeler, yapıdaki değişimler sonuçta toplumsal yapıyı da değiştirmektedir. Toplumsal yapının sürekli ve örgütlenmiş ilişkiler bütünü olduğu düşünüldüğünde, değişken ve hareketli öğelerin birbiriyle uyumlu biçimde gelişimine gereksinim duyulduğu söylenebilir.

Kent kültürü, mekân ve uzam boyutuyla kent bünyesinde yaşayan insanlarca, ortak bir paydaya istinaden üretilen maddi veya manevi değerlerin oluşum sürecidir (vikipedi.org). Güvenç'e göre kültür, toplumu oluşturan kişileri, onları bir arada tutan dil ve haberleşme süreçlerini, sanatlarını, inançlarını, törelerini, hukuk ve yönetim kurumlarını, üretim ve tüketim düzenlerini içine alır (Güvenç, 1997:15). Keleş'e göre kent kültürünün, dar anlamıyla, belediyenin tiyatro temsilleri, sergileri, kitap fuarları, folklor gösterileri ve benzeri sanat ve kültür etkinlikleri olarak algılanması ve onunla yetinilmesi yanlış ve eksik bir kent kültürü anlayışıdır (Keleş, 2005:14, 15). Kent kültürü, kentte gerçekleşen sanat ve kültür etkinliklerinin yanı sıra; kentin sosyal yapısını oluşturan toplumu ve yaşantılarını da içinde barındıran dinamik birikimdir.

3. İZMİR VE MİLANO KENTLERİNİN TOPLUMSAL YAPISI

Türkiye ve İtalya'nın önemli kentleri olan İzmir ve Milano, içinde barındırdığı toplumların yapısal özellikleri bakımından benzerlik ve farklılık göstermektedir. Toplumun süregelen yapısının işleyişinde bireylerin kendi tutumları, davranışları, görüşleri önem taşımaktadır. İzmir ve Milano'da çalışan ve okuyan nüfus fazla olması bakımından benzerlik göstermektedir. Bununla birlikte iki kentte de, her geçen gün göçmen sayısı artmaktadır. Dolayısıyla toplumsal yapının bağdaştığı birçok yön bulunmaktadır. Her iki kentte de insanlar, kent kural ve işleyişine uyum sağlamaya çalışsalar da bazı işleyişlerde sorunlar yaşanmaktadır. Burdett ve Sudjic editörlüğünde yayınlanan The Endless City'de (2007:9) yazarların buldukları ortak nokta şu şekildedir: Dünya nüfusuna oranla kentte

yaşayanların oranının 1900'lerde %10, günümüzde %50 olduğu ve 2050'ye gelindiğinde ise toplam kentli nüfusun dünya nüfusunun %75'i oranında olacağı tahmin edilmektedir. Kıray (2007:90), tarih boyunca kentlerin nüfusunun hep kırsal alanlardan göçen nüfusla artmış olduğunu; kente göçen köylünün yeni üretim ilişkilerine girmesinin, kendi toprağından kopması gibi kolay ve çabuk olmadığını dile getirmektedir. Kentte yaşayan göçmen, okuyan, çalışan / çalışmayan bireylerden oluşan toplumsal yapının içerdiği toplu yaşamın devamlılığına yönelik sözlü ve yazılı kurallar, bu kentlerdeki insanları bir arada tutmada etkindir. Bu bağlamda toplumsal birlik, günlük yaşam biçimini etkilemesi bakımından önem taşımaktadır. Bireyin, toplumsal yapı işleyişinin benzer olduğu kentlerde zorluk yaşamayacağı söylenebilir.

İzmir'in tarihinde iz bırakmış toplumsal kültürlere örnek olarak Helenistik dönemden itibaren Roma, Yunan, Bizans, Selçuk, Osmanlı kültürü verilebilir. Bu kültürlerin izleri, özellikle mimari yapılarda, heykellerde, açık ve kapalı kent müzelerinde görülmektedir. Kuruluşu M.Ö. 400'e dayanan Milano'nun tarihinde ise, Roma İmparatorluğu, Avusturya, Fransa ve İspanya gibi ülkelerin kente egemen olmaları nedeniyle kendi kültürlerini burada yaşatmışlardır. Ayrıca 12. yüzyıldan günümüze değin Gotik, Rönesans, Barok, Romantizm, Fütürizm ve çağdaş sanat kültürlerine de, müzelerde, heykellerde, mimari yapılarda rastlanmaktadır.

King'e göre, modern toplum biçiminin kültürel açıdan türdeş olduğu ya da var olabilmek için türdeş hale gelmek zorunda kaldığı genel bir kabul görür. Tikel toplumların kültürleri, değişen derecelerde, küresel sistemdeki başka toplumlarla karşılıklı etkileşimlerinin bir sonucudur (King, 1998:111, 119). Bu bakımdan bakıldığında, günümüzde İzmir ve Milano kentlerinde yaşayan toplumun günlük yaşam biçimlerinde benzerlikler ve farklılıklar söz konusudur. İki kent de Akdeniz kültürüne sahip olduğundan, iki kentin toplumu da birbirine benzemektedir. Bunun yanı sıra, iki kentte de kültürel bir takım değer ve inançların günlük yaşamı etkilediği bir gerçektir. Ekonomi ve kültürel öğelerin yanı sıra özellikle inanç faktörü, İzmir ve Milano toplumunda, belirgin yapısal farklılıkları ortaya koymaktadır. Rönesans, Milano'nun mimarisini, toplumun sosyal, siyasi, ekonomik, eğitim yapısını etkilemiştir. Bu anlamda, Milano toplumunun günlük yaşam içerisinde dini etkilerden uzaklaştığı düşünülmektedir. İzmir'de inanç faktörünün, günlük

yaşam biçimini hala şekillendirdiği görülmektedir. 20. yüzyıl başına kadar, Anadolu halkı, yaklaşık 600 sene boyunca İslam kültürü ile beslenmiştir. 1900'lü yılların başlarından itibaren, batılı normlarda aydınlanma ve kültürel değişim yaşanmaya başlamıştır. Günümüzde hala iki kentte de diğer pek çok kentte olduğu gibi, yapısal gelişme/değişme ve büyümeler devam etmektedir. İki kentin raylı sistemleri genişletilmekte, toplumların ihtiyaçlarını gidermek ve kentsel günlük yaşam standartlarını iyileştirmek adına çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Milano'da La Linea Lilla (Lila Hattı) ismiyle yeni bir metro hattının açılması (<http://www.metro-5.com/>), İzmir'de metro durağının Fahrettin Altay'a kadar genişletilmesi (<http://www.izmirmetro.com.tr/>), kent toplumunun ulaşımını kolaylaştırmak adına yapılan gelişmelere örnek olarak verilebilir.

Endüstri konusunda genel olarak üretim, her iki kentte de hafta içi gerçekleştirilir. Haftasonları ise benzer şekilde dinlenme ve boş zamanları değerlendirme şeklinde geçmektedir. İki kent de, önemli bir tarihsel geçmişe sahiptir. Milano, Rönesans'a başkentlik etmiş bir Avrupa kentidir. Milano'da günümüzde farklı kültürlerden göçmenler (Afrika, Asya, Doğu Avrupa ve Latin Amerika) bir arada yaşamaktadır. Milano'da etnik yapı çeşitliliği ve nüfusa yansımaları, geçmişten günümüze artmaktadır (<http://en.wikipedia.org/wiki/Milan>). İzmir'de ise etnik gruplar, geçmişte, günümüze oranla daha fazla yer almaktaydı. İzmir, Roma, Bizans, Osmanlı kültürlerinin yaşadığı ve izler bıraktığı; günümüzde de birçok farklı kültürden gelen kent insanının bir arada yaşadığı heterojen bir yapıya sahiptir.

Kent ekonomisi düşünüldüğünde, İzmir, limanlar, havaalanları, deniz ve karayolu taşımacılığı ile hem ticaret, hem de turizm kentidir. Milano ve İzmir, turistlerin, iş adamların ve öğrencilerin ilgilerini farklı kentsel özellikleri ile çekmektedir. Milano, moda ve İtalyan rönesans sanatının başlangıç yeri olarak, Duomo Katedrali, Vittorio Emanuele Pasajı, Sforzesco Kalesi gibi tarihi mekanlarıyla yerli ve yabancı turistleri ağırlamaktadır. İzmir ise, Efes, Agora gibi antik yapılarının yanı sıra, deniz kıyısındaki yerleşim yerleri ile özellikle yaz mevsiminde turistler tarafından tercih edilmektedir. Milano, merkezde Katolik inancın sembolü olarak Duomo Katedrali ve yakınında yer alan Sforzesco Kalesi ve bu merkezi korumak amacıyla 1548 ve 1562 yılları arasında inşa edilmiş kapıları

(http://it.wikipedia.org/wiki/Porte_di_Milano) ile merkezden çevreye doğru genişleyen bir yapıya sahiptir. İzmir ise sahile yakın olması nedeniyle, pekçok yerleşim biriminden oluşmuş fiziksel konumuyla, körfezi ve limanlarıyla dikkat çekmektedir. İki kentte de endüstri, kent merkezinin dışında yoğunlaşmaktadır. Bu nedenle kent merkezinin yanı sıra kent çevresine ulaşım, hafta içi yoğunluk göstermektedir.

4. TİPOGRAFİNİN KENTİN AÇIK VE KAPALI ALANLARINDA KULLANIMI

Kentin açık alanları, toplumun ortak olarak yararlandığı meydanlar, sokaklar, parklar, fuar alanları gibi üstü açık, fiziksel sınırı olmayan, insanların özgürce gereksinimlerini (eğlence, ulaşım, vb) karşılayabildikleri kamuya ait açık alanlardır. Kentin tarihsel, kültürel ve sosyal birikimleri, açık alanların bütününde önem taşımakta ve kent kültürünü yansıtmaktadır.

Açık alan kavramı, kent dokusunun önemli temel elemanlarından birisi olup, mimari yapı ve ulaşım alanları dışında kalan açıklıklar veya boş alanlar olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir deyişle, dış mekan üzerinde herhangi bir amaca göre yapılaşmanın olmadığı ve herhangi bir rekreasyonel kullanımı için uygun potansiyel imkanı bulunan alanlar olarak algılanmaktadır (Gül ve Küçük, 2001:29).

Kentin açık alanlarındaki önemli ayrıntılar, imgesel ve yapısal çekicilikleri ile kentin fiziksel ve kültürel çevresine olumlu etkiler katmaktadır. Açık alanların yapımında kullanılan malzemelerin ekonomik, estetik ve kentsel dokuya uygun olması kentsel tasarımın bütünlüğü açısından önem taşımaktadır. Örneğin; İzmir'in en önemli kamusal alanlarından biri, kentin görsel simgesi (landmark) olması nedeniyle Konak Meydanı'dır. Milano'nun tarihsel dokusunu ve kültürünü yansıtan; kentin simgesi haline gelmiş kamusal alanı ise Duomo Meydanı'dır. Bu alanlara herkesin kolayca ulaşabilmesi temel esastır. Bu alanlar, kent merkezinde yer aldıkları için, kentin her kesiminden bireyin kolayca ulaşabileceği mekanlardandır. Ayrıca, kent içi ulaşım ağı merkezinin, kentsel yönetim binalarının, banka merkez şubelerinin, kültür ve sanat merkezlerinin yer alması, bu alanları kamusal alanlar arasında öne çıkarmaktadır.



Resim 1. Konak Meydanı, İzmir



Resim 2. Duomo Meydanı, Milano

Kentin kapalı alanları, mimari yapılar içinde yer alan, üstü kapalı ve sınırlandırılmış kamusal alanlardır. Kentin kapalı alanları arasında, kültürel mekanlar, hastaneler, havaalanları, istasyonlar, eğitim kurumları, kapalı alışveriş merkezleri vb. bulunmaktadır. Bu mekanlar, kent toplumunun istekleri ve ihtiyaçları doğrultusunda faydalanabileceği kamuya yönelik, sınırlanmış alanlardır. Bunlar, tarihsel ya da çağdaş mekanlar olarak, uzamsal yönden özgün ve kent kültürüyle bütünleşik olmaları bakımından öne çıkarlar ve kent kimliğini oluşturmaktadır.



Resim 3. İzmir City Tour Bus



Resim 4. City Sight Seeing Milano

İzmir City Tour Bus (İzmir Kent Turu Otobüsü) ve Milano City Sight Seeing (Milano Kent İzlenimi) adlarını taşıyan tursistlere özel otobüsleriyle, İzmir ve Milano kentlerinin tarihi ve kültürel özelliklerini yansıtan açık ve kapalı alanların tanıtımı gerçekleştirilmektedir. İki tur otobüsü de kenti simgeleyen görsellerden yararlanılarak giydirmeye yöntemiyle tasarlanmıştır. İzmir otobüsünün zemininde kentin deniz manzarası ile birlikte tarihi ve kültürel öğeleri (Saat Kulesi, zeytin, yelkenli, vapur, palmye, Efes sütunları) kullanılmıştır. Milano'nun otobüsünde ise Sforzesco Kalesi ve Duomo Katedralinin illüstrasyon olarak görselleri kırmızı zemin üzerinde yer almaktadır. Ayrıca Milano otobüsün daha fazla yazılı veri kullanılmıştır. İzmir ve Milano kent belediyesi,

kentlerinin uluslararası tanıtımını gerçekleştirmek amacıyla bilet ücreti karşılığında bu tur otobüslerinden yararlanmaktadır.



Resim 5. Metro Yönlendirme Yazısı, İzmir



Resim 6. Metro Durağı Bilgilendirme Levhası, Milano

İzmir ve Milano'nun metro istasyonlarındaki bilgilendirme yazıları, iki kentte de kalın yazı karakterleri kullanılarak oluşturulmuştur. Kent ulaşımı sırasında insanları, buldukları yer konusunda bilgilendirmek amacıyla kullanılan bilgilendirme yazılarının yanında metroların kurumsal logo ve renkleri, kent ulaşımının tanınmasını arttırmaktadır.



Resim 7. Ulusal İzmir Fuar Açılışı, Kültürpark

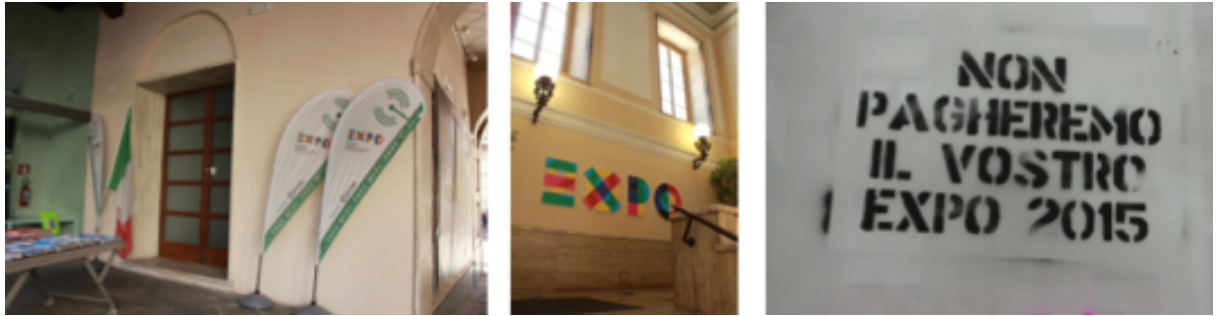


Resim 8. Fiera Campionaria Internazionale (Uluslararası Ticaret Fuarı), Milano

Kent ekonomisine katkı sağlayan unsurlardan biri olarak fuar, Milano ve İzmir'in kültürel, ekonomik, sosyal açıdan gelişimine katkı sağlamaktadır. İzmir'de İZFAŞ adıyla 1990 yılında ortak bir yönetimle bütünleştirilen İzmir Fuarı, Milano'da ise Fiera Milano adıyla kurumsallaşmıştır. İzmir Fuarı'nın ilk açılışı, 1923 yılına dek uzanmaktadır. 2013 yılında 82.'si düzenlenen İzmir Enternasyonal Fuarı, günümüzde, İzmir Kültürpark'ta yer alan pek çok fuarcılık etkinliğini düzenleyen İzmir Fuarcılık Hizmetleri Kültür ve Sanat İşleri (İZFAŞ) tarafından organize edilmektedir (izfas.com.tr). Milano'nun fuar alanları ise günümüzde Expo 2015'e ev sahipliği yapacak olması nedeniyle, kentin fuarla ilgili olanakları genişletilmekte, kent içinde yeni fuar yapılanması gerçekleştirilmektedir



Resim 9. İzmir Fuarı İZFAŞ, Fiera Milano (Milano Fuarı), Expo 2020 İzmir, Expo 2015 Milano logoları



Resim 10. Expo 2015 tanıtım flamaları, Expo 2015 logosu, "Non pagheremo il vostro Expo 2015"
(Sizin Expo 2015'inizi biz ödemeyeceğiz)

Expo 2015 ile gerçekleştirilen mimari gelişmeler, kentin sokak ve caddelerinde, açık ve kapalı alanlarında, kültürel mekanlarda grafik tasarım ürünleriyle tanıtılmaktadır. Piccolo Teatro'nun (Küçük Tiyatro) girişinde yer alan Expo tanıtım ürünleri, flamaları ve duvar üzerinde yer alan Expo logosu Milano Belediyesi'nin kültürel mekanlar aracılığıyla da fuarın tanıtımını gerçekleştirdiğini kanıtlamaktadır. Ancak Milano'daki bireylerin kentin tarihi dokusuna zarar verdiği düşüncesiyle, kentin duvarlarında grafitiler, stenciller (şablon baskılar) aracılığıyla Expo kapsamında gerçekleştirilen modern yapılaşmaya ve etkinliklere tepki göstermektedir. Örnekteki şablon baskıda "Sizin Expo 2015'inizi biz ödemeyeceğiz" yazmaktadır.

Milano'da 1920 yılından beri düzenlenen Uluslararası Ticaret Fuarı'nda (Fiera Campionaria Internazionale, günümüzde Fiera Milano adını almıştır) İtalyan tekstili, uluslararası turizm, optik, güzel sanatlar ve yaratıcılık, mobilya aksesuarları, Milano dünya yemekleri, mücevher takıları, Uluslararası ticaret, görsel iletişim, bilgi ve iletişim teknolojisi gibi birçok alanla ilgili sergi ve fuar etkinlikleri düzenlenmektedir.

İzmir Enternasyonal Fuarı, 1923'ten 1990'lı yıllara kadar her yıl 9 Eylül'ü de içine alan 30 günlük süreçte gerçekleştirilmekteydi. Günümüzde fuarın açık kalma süresi, dünya ekonomik koşulları ve değişen fuar konseptleri nedenleriyle, daha sonra 10 güne indirildi. İzmir Enternasyonal Fuarı, ilk ve tek genel ticaret fuarı olması bakımından önem taşımaktadır (izfas.com.tr). Kentin açık ve kapalı alanlarında asılan İzmir Enternasyonal Fuarı afişiyle, kentte yaşayanlara ve turistlere fuarla ilgili tanıtım gerçekleştirilmektedir. Afişte kullanılan farklı renklerde ve büyüklükteki çarklar, ticaretteki çeşitliliğin İzmir Enternasyonal Fuarı'nda bir araya gelmesini simgelemektedir. Afişte, Arial yazı karakteri kullanılmıştır. Milano'ya ait, 21-25 Kasım 2013'te düzenlenen "Yiyecek ve Şarap Fuarı" afişi ise, yalnızca tipografi ile düzenlenmiştir. Şarap ve yiyecekleri simgeleyen sarı ve bordo tonlar, zeminde kullanılmıştır. Afişte serifsiz yazı karakteri olan Futura kullanılmıştır. Aynı yazı karakterinin ince, kalın, italik gibi farklı formları kullanılarak yazıların hiyerarşik düzenlemesi gerçekleştirilmiştir. Fuar etkinliklerinin tanıtımlarını içeren grafik tasarım ürünleri, yıllık takvimde belirlenen tarihlerinden önce ve fuar süresince kentin açık ve kapalı alanlarında yer almaktadır.



Resim 11. 82. İzmir Enternasyonal Fuar Afişi



Resim 12. Fiera Enogastronomica di Prodotti di Qualità' (Yiyecek ve Şarap Fuarı), Milano



Resim 13. “Bienal İzmir” Fuarı, İzmir



Resim 14. “MiArt ArtNow!” Fuarı, Milano

Bienal İzmir, İzmir fuar alanı olan Kültürpark'ta düzenlenmektedir. Oldukça yeni olan Uluslararası Bienal İzmir, İzmir'de gerçekleşen önemli bir sanatsal fuar etkinliğidir. Milano'da ise “MiArt ArtNow!” adıyla düzenlenen Uluslararası Modern ve Çağdaş Sanat Fuarı, Milano Fuarı'nda düzenlenmektedir. Bir kentte ticaretle ilgili düzenlenen sergi ve fuarların yanında, sanat ve tasarıma yönelik etkinliklerin de uluslararası düzeyde gerçekleşmesi, kentin ekonomik, ticari yönüyle birlikte, sanatsal ve kültürel yanının da gelişmesine katkı sağlamaktadır. Kültürel çeşitliliğinin somutlaşmış, estetik görünümüleri olarak sanat, kentlerde gerçekleşen fuar ve etkinliklerle güncelliğini korumaktadır.

Grafik tasarımın önemli bir ögesi olarak tipografi, en yalın haliyle yazının tasarlanması anlamına gelmektedir. “Tipografi, harflerin ve yazınsal - görsel iletişime ilişkin diğer öğelerin hem görsel, işlevsel ve estetik düzenlemesi hem de bu öğelerle oluşturulan bir tasarım dili, anlayışdır diye tanımlanabilir” (Sarıkavak, 2006). Tipografinin bir mesaj iletmesi bakımından kentin açık ve kapalı alanlarında kullanılması; toplumla iletişim halinde olması, yer aldığı kentin toplumunun yapısını ve kültürünü yansıtması bakımından önem taşımaktadır.

Kent içinde tasarıma ayrılan alanlarda, tasarım yüzeyinin ekonomik ve olabilecek etkili biçimde mesajını veren bir tasarıma dönüşmesi önem taşımaktadır. Örneğin kent içinde uyulması gereken bir kuralı, zorunluluğu en açık biçimde ifade etmek için kullanılan yazıların büyüklüğü ve yazı karakteri, kent içinde yer alan her bireyin algılayabilmesi için üzerinde yoğunlaşılan bir konudur. Bunun nedeni büyüklük, tırnaklı (serif), tırnaksız (sans-serif), regular, bold gibi yazı karakteri değişkenlerinin, yazının yeterli mesafeden okunabilmesi için önem taşımalarından kaynaklanmaktadır.



Resim 15. Mağaza, Alsancak



Resim 16. Mağaza, Brera

Türkiye’de grafik tasarım alanında uzmanlaşma Cumhuriyet’in ilanından sonra başlamıştır (Becer, 2002:114). 1920’lerden günümüze değin, gittikçe büyüyen kentlerde tanıtım ve bilgilendirme gibi amaçlarla grafik tasarımın geniş alanlara yayılması, kaçınılmazdır. Heskett (2013:24), dildeki soyutlama yeteneğinin her şeyden önce biriktirilen, korunan ve sonraki kuşaklara aktarılan düşünceleri, bilgiyi, süreçleri ve değerleri göz önüne aldığını dile getirmektedir. Kentlerde ise, günümüze değin yaşamış uygarlıkların kültürel değerleri, birikimleri; mimari, heykel, grafik sanatları gibi görsel sanat ürünleriyle somut hale gelmektedir ve kentlerin kültürünü yansıtmaktadır. Kent içinde toplumun yeme-içme, boş zaman etkinlikleri gibi günlük pratikleri gerçekleştirdikleri köklü geçmişe sahip cadde ve sokaklar, günümüzde yeniden düzenlenerek, ihtiyaç duyulan yapılarda restorasyon çalışmaları gerçekleştirilerek, kültürel ve tarihi değerlerle modern tasarımlar bütünleştirilerek devamlılık sağlanmaktadır. Örnekteki iki mağaza, İzmir ve Milano’nun tarihsel ve kültürel önem taşıyan modern semtlerinden Gül Sokak ve Brera’da yer almaktadır. Günümüzde Brera, Güzel Sanatlar Fakültesi, Resim Galerisi ve sanat atölyeleri ile önem taşımaktadır. Geçmişte Frenk Sokak adıyla da tanınmış Gül Sokak, İzmir’in yakın tarihini (Osmanlı ve Cumhuriyet Dönemi), toplumsal yapısını, kültürel değerlerini içeren bir semttir. Bu semtlerde bulunan mağazalarda (**Resim 15, 16**), sokak ve mekan arasındaki sınırı saydamlaştırmak adına vitrin kullanılmaktadır. Tasarım yüzeyindeki kenar boşlukları tipografinin ortaya çıkmasını, algılanmasını kolaylaştırmaktadır. Tasarımda karmaşadan uzak durulması, boşluk unsuruna önem verilmesi, tek renk bir zemin ve üzerinde tipografi yer alması, mekanda

yer alan ticari ürünleri ön plana çıkarmaktadır. Bu firmaların amacı, kentin sokaklarında dolaşan tüketici bireyi, iç mekana çekmektir. Kentte birey, her gün gazete, dergi, televizyonun yanı sıra sokaklarda, caddelerde ışıklı panolarda, billboardlarda, ulaşım araçlarında, dükkanların vitrinlerinde, büyük mağazalardaki reklam ürünleriyle karşı karşıya kalmaktadır.

Kentte sokaktaki bir kişinin görüş alanı çoğunlukla karmaşıktır. Birey, aynı anda birden fazla nesneyle veya bireyle karşı karşıyadır. Bu durum, bireyin çevresini bir bütün olarak görmesini engellemektedir. Ancak birey, kentin içinde kendisini ilgilendiren alanı bir bütün olarak algılayabilir. Ulaşacağı nokta bellidir, etrafında sürekli akan nesnelere dikkat etmez; sadece algı noktasına odaklanır. Kentsel çevre düzeninin içinde yer alan mimari yapıların zemin katlarında genellikle dükkanlar, yeme- içme ve alışveriş mekanları yer almaktadır. Bireyin görüş açısı ve uzaklığın, netliğin çok hızlı bozulacağı göz önüne alındığında, grafik tasarım ürünlerinde imgelerin ve tipografinin yüzeye yerleştirilmesi ve boyutlandırılması önem taşımaktadır.



Resim 17. Yönlendirme Levhası, Bornova



Resim 18. Yönlendirme Levhası, Brera

Caddeler, bireylerin sosyal, kültürel farklara karşın bir araya geldikleri, çalıştıkları ve yaşamlarını sürdürdükleri alanlardır. Ügeöz (2003:31), farklı kültür fertleri arasında kurulan iletişimin, tıpkı aynı kültürün fertleri arasında olduğu gibi, insanların birbirlerine duygularını, düşüncelerini, bilgilerini, sembollerini vs. aktardıkları alışveriş süreci olduğunu savunmaktadır. bu bakımdan birbirinden farklı kültürel yapılara sahip olsalar dahi, bireylerin kent içinde yer alan bilgilendirme levhalarını buldukları yer konusunda bilgi edinmek amacıyla kullandıklarından tabelalarda yer alan tipografinin yalın, anlaşılır olması

önem taşımaktadır. **Resim 17 ve 18'**de iki kentin caddelerindeki yönlendirme levhalarında kullanılan tipografinin, yalınlık, okunurluk ve kullanıldığı konumlar (meydan, dükkan, metro vb.) bakımından benzediği görülmektedir. Örneğin bilgilendirme, yönlendirme levhalarını, piktogramları okuyabilen birey, herhangi bir kentte ulaşmak istediği noktayı bulabilir. Bu açıdan kentte yaşayan birey, sunulan bilgileri okuyarak kentteki ulaşımını kolaylaştırmaktadır.

5. SONUÇ

İzmir ve Milano örnekleri üzerinden gerçekleştirilen bu araştırmada, kentin açık ve kapalı alanlarında kullanılan tipografinin, kent kültürüne ve toplumsal yapıya bağlı olarak değiştiği düşünülmektedir. Kent, siyasal, ekonomik, sosyal ve kültürel bakımından karmaşık bir yapıdır. Zaman içinde basitten karmaşığa doğru, barındırdığı insan ve yerleşke bakımından azalmamakta, tersine gün geçtikçe büyümektedir. Kent, toplumsal yapıyı ve buna bağlı olarak kent kültürünü yansıtan pek çok görsel veriyle dolu yerleşim birimidir. Bu görsel veriler, işlevselliğinin yanı sıra kent insanının haz alma ve estetik duygularının gelişimine, kent belleğinin oluşumuna katkıda bulunduğu düşünülmektedir.

Kent, işlevsel olmasının yanı sıra; tasarım açısından bakıldığında deneyimsel bir alandır denebilir. İnsan tarafından üretilen, yapay oluşumlardan meydana gelen kent, yine insanla değişmekte ve/veya gelişmektedir. Kentin açık ve kapalı alanlarında yer alan grafik tasarım ürünlerinde, kent toplumu ile hızlı ve doğrudan iletişim kurmak amacıyla tipografiden yararlanılmaktadır. Toplumu oluşturan bireylerin özellikleri ve birikimleri, iletişim sürecini etkilemektedir. Kentte yaşayan bireyler, ilgiler, değerler, inançlar, sanat ve yaşam tarzları konusunda farklılık göstermektedir. Buna bağlı olarak söz konusu bireylerin beğeni düzeylerinin, algılarının da farklılık gösterdiği düşünülmektedir. İletişimin kurulmasında, grafik tasarım ürünlerinde kullanılan tipografi kadar şehrin dokusunu oluşturan fiziki yapısı (renk, biçim, malzeme) ile toplumsal yapıyı oluşturan bireylerin kültürel özellikleri de önem taşımaktadır. Kent, reklam ve bilgilendirme işlevleri bakımından kesintisiz uyarı örüntüleri içermektedir. Bu örüntülerin içerdiği mesajlar,

topluma tipografi ile iletilmektedir. Tipografi amaçlar doğrultusunda, düşüncenin doğrudan aktarılmasını sağlamaktadır.

Fuar kentlerinin coğrafi özelliklerinin yanı sıra, kentsel tasarımlarının da gösterişli, yeme-içme, konaklama gibi günlük pratikler için yeterli imkanlara sahip olması önem taşımaktadır. Bu bakımdan Milano ve İzmir fuarlarına katılan ziyaretçiler için günlük şehir turları, farklı büyüklük ve özelliklere sahip hotel, misafirhane gibi konaklama yerleri, fuar alanında ve fuar çevresinde yeterli kapasitede ve nitelikte dinlenme ve beslenme yerlerinin bulunması gerekmektedir. Ayrıca fuarlarda tanıtım için hazırlanacak mekanlarda, stand tasarımlarında, kentin açık ve kapalı alanlarında yer alacak grafik tasarım ürünleri için gerekli malzemelerin, baskı imkanlarının ihtiyaçları karşılayabilecek miktarda olması; nitelikli grafik tasarım ürünlerinin elde edilmesinde etkili olmaktadır.

İzmir ve Milano fuarları, senelik fuar takvimine göre ulusal ve uluslararası etkinlikleri gerçekleştiren kuruluşlardır. Milano, uluslararası fuarların yanında “Gezegeni Beslemek, Yaşam İçin Enerji” temasıyla Expo 2015’in gerçekleştirileceği kent olarak güncelliğini korumaktadır. Expo uluslararası kültür, tarih ve eğitim etkinliklerinin gerçekleştirildiği büyük boyutlu pazar olma niteliği bakımından önem taşımaktadır. Ancak kentte ekonomik sorunlar nedeniyle bir çok önemli kültürel, tarihi, ticari mekanların farklı ülkelere yatırımcılara satılması, ülke için olumsuz bir durum olarak görünmektedir. İzmir ise, “Herkes İçin Sağlık” temasıyla Expo 2020’ye tekrar aday olmuş, ancak Expo 2020’yi Dubai “Sürdürülebilirlik - enerji ve su kaynaklarının kalıcılığı, Hareketlilik – lojistik ve ulaşımda akıllı sistemler ve Fırsat - ekonomik gelişme için yeni yollar” temasıyla kazanmıştır (<http://www.cumhuriyet.com.tr>). Kentsel tasarım, kentin tanıtımı konularının fuar kenti olma nitelikleriyle bağlantılı olduğu düşünüldüğünde, kent tasarımında grafik tasarımın ve tipografinin işlevselliğiyle birlikte fuar kentlerinin karşılaştırmalı olarak irdelenmelerinin gerekliliği öne çıkmaktadır.

Kentin açık ve kapalı alanlarında kullanılan grafik tasarım ürünlerindeki tipografi, kentin kültürel ve toplumsal yapısını yansıtması bakımından önemli bir göstergedir. Tipografinin tasarım aşamasında, kent kültürünün ve toplumsal yapı özelliklerinin göz

önünde bulundurulmasının, tasarımın kentle bütünlük oluşturmaya katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

ARMAĞAN, İ., (1982). **Toplumsal Yapı, Bilim ve Sanat**, Ege Üniversitesi Yayınları, İzmir.

BECER, E. (2002). **İletişim ve Grafik Tasarım**, Dost Kitabevi, Ankara.

BURDETT, R. & Sudjic, D., (2007). **The Endless City**, New York: Phaidon.

GÜL, A. & Küçük, V., (2001). "Kentsel Açık-Yeşil Alanlar ve Isparta Kenti Örneğinde İrdelenmesi", **Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi**, A(2), 27-48.

GÜVENÇ, B., (1997). **Kültürün ABC'si**, Yapı Kredi Yay., İstanbul.

HESKETT, J., (2013). **Tasarım**. Erkan Uzun (çev.), Dost Kitabevi, Ankara.

KELEŞ, R., (2005). "Kent ve Kültür Üzerine", **Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Mülkiye**, 246, 9-18.

KIRAY, M., (2007). **Kentleşme Yazıları**, Bağlam Yay., İstanbul.

KING, Anthony D., (1998). **Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi**, Gülcan Seçkin – Ümit H. Yolsal (çev.), Bilim ve Sanat Yay., Ankara.

SARIKAVAK, N. K., (Haziran, 2006). "Tipografi Yazıları 1", **Photoshop**, 03 Aralık 2012,

UÇAR, T. F., (2004). **Görsel İletişim ve Grafik Tasarım**, İnkılap Yay., İstanbul.

UYGUR, N., (1996). **Kültür Kuramı**, Yapı Kredi Yay., İstanbul.

ÜGEÖZ, P., (2003). **Kültürlerarası İletişim**, Üstün Eserler, İstanbul.

İnternet

Expo. (b.t.) 13 Eylül 2013, <http://tr.wikipedia.org/wiki/Expo>

Kent Kültürü. (b.t.). 8 Kasım 2012,

http://tr.wikipedia.org/wiki/Kent_k%C3%BClt%C3%BCr%C3%BC.

Toplumsal Yapı. (b.t.). 8 Kasım 2012, http://tr.wikipedia.org/wiki/Toplumsal_yap%C4%B1.

<http://en.wikipedia.org/wiki/Milan>

Le Porte di Milano: 31 Mayıs 2013 http://it.wikipedia.org/wiki/Porte_di_Milano

<http://en.wikipedia.org/wiki/Milan>

<http://www.cumhuriyet.com.tr>, 28 Kasım 2013

<http://www.expo2020dubai.ae/en/theme/>, 28 Kasım 2013

<http://www.expoizmir.org.tr/92-expo-2020-izmir-manifestosu-expo2020izmir.aspx#>, 25 Kasım 2013

<http://www.fieramilano.it/en/century-history>, 25 Kasım 2013

<http://www.izmirmetro.com.tr/>, 30 Kasım 2013

<http://www.metro-5.com/>, 30 Kasım 2013

http://www.photoshopmagazin.com/dergi/2006/06/tipografi_yazilari_1.html

http://tr.wikipedia.org/wiki/Expo_2015, 25 Kasım 2013