

Mekân tasarımlarında kullanılan yönlendirme levhaları üzerine inceleme

Fatma DURMUŞ AKBAL¹
Bekir AKBAL²

Geliş tarihi / Received: 21.09.2021

Düzeltilerek geliş tarihi / Received in revised form: 19.11.2021

Kabul tarihi / Accepted: 21.10.2021

DOI: 10.17932/IAU.ABMYOD.2006.005/abmyod_v17i65002

Öz

Alışveriş merkezleri çeşitli ürünlerin ve markaların bulunduğu, mimari ve grafik tasarım alanında birleşim noktası olmaktadır. AVM'lerde ön planda olan yönlendirme levhalarının iç mekânın bütününde nasıl değerlendirildiği önem taşımaktadır. Bu çalışmadaki amaç, alışveriş merkezlerinde anlamsal boyutu öne çıkaran zemin giydirme, yönlendirme levhaları ve kolon giydirmelerin önemidir. Çalışma, İstanbul'un Şişli semtinde ki, ödül almış alışveriş merkezi üzerinden değerlendirilmiştir. Trump ve Kanyon AVM mekânlarında analiz edilmiştir.

Çalışmada, nitel araştırma yöntemi ele alınarak Alışveriş merkezlerinde bulunan yönlendirme levhaları, renk, piktogram ve tipografi öğeleri tarafından analiz edilmiştir. Seçilen bu alışveriş merkezleri farklı mekânlarda gösterdikleri deneyim ve özeni öne çıkartarak mekâna kattığı anlam, iç ve dış mekân tasarımına kazandırdığı durum ile farklı yapılara örnek olmaktadır.

Anahtar Kelimeler: AVM, Piktogram, Renk, Tipografi.

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Aydın Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Ana Bilim Dalı Küçükçekmece/İst, e-posta: fatmadurmus@stu.aydin.edu.tr; ORCID: 0000-0001-9240-8668

² Öğretim Görevlisi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü, bekirakbal@aydin.edu.tr; ORCID: 0000-0001-6179-1094

An examination of direction signs used in space designs

An examination of direction signs used in space designs

Abstract

Shopping malls are the junction of both architectural and graphic design, where various products and brands are found. It is important that how they remain in the forefront direction signs in shopping malls are applied in the space. The purpose of this study is the importance of floor cladding, directional signs, and column cladding, which highlight the semantic dimension in malls.

The study has carried out on three different award-winning malls in Şişli. Trump Mall and Kanyon Mall are analyzed. In the study, the directional signs in the malls were analyzed by color, pictogram, and typography elements by considering the qualitative research method. These selected malls give meaning to the space by highlighting the experience and care they show in different places and it sets an example for different structures with the situation it brings to interior and exterior design.

Keywords: *Shopping Centers, Pictogram, Color, Typography.*

Giriş

Çalışma, mimarlık ile grafik tasarım yöntemlerinden faydalanılmış, mimari mekân ile grafik tasarım bağlantısının analizi yapılmıştır. Alışveriş merkezlerinde kullanılan yönlendirme levhaları anlam bakımından incelenmiştir. Seçilen Alışveriş merkezlerinde kolon giydirme, yönlendirme levhaları ve zemin yönlendirmelerinde kullanılan tasarımların renk, piktogram ve tipografilerin fotoğrafları çekilerek, anlam bakımından analiz edilmiştir.

Mimari ürün olarak alışveriş merkezleri

Vitruvius, mimarlığı sağlık, estetik, yararlılık olarak belirtmiştir. Bu öğeler üzerinden esas alınarak mimarlık, güvenilirlik, sürdürülebilirlik, sağlık, erişilebilirlik, ekoloji ve maliyet kavramlarıyla birlikte kullanılmaktadır (Dürüşken, 2017).

Cansever'e (1992) mimarlık, dünyayı kuşatan yöntemin bir bölümüdür. Bu durumda mimarlık, fiziksel ortamı oluşturan doğa ile insan arasında kesişim oluşturmaktadır. Alışveriş merkezi, mekân genişliğiyle ön plana çıkan, ortamdaki soyutlanmış, prensiplerle ilerleyen mekânlardır. Modern yaşam durumları çerçevesinde hızlıca gelişmekte olan bu yapılar, gezinme, alışveriş, yeme- içme ve sosyalleşme gibi etkinliklerin gerçekleştiği ve toplumsal yaşamda önemli etkiler oluşturan mekânlardır.

1956 senesinde açılan alışveriş merkezi, Minneapolis'in civar kentinde Edina'da yapılmıştır (Gottdiener, 2005). 1970'li yıllarda gelişen ve yayılmakta olan AVM'ler, 1980'lerden sonra daha hızlı çoğalmaya başlamıştır. 1990'lardan sonra Türkiye'de inşa edilmeye başlayan yapılar 2000'li yıllarda, İstanbul başta olmak üzere, ülkenin genelinde inşası yapılmaya başlamıştır.

Grafik tasarım öğelerinin mekân ile etkileşimi 20.yy'ın bitiminden itibaren, globalleşme ve bilhassa teknik değişikliklerle birlikte, tasarımcı kimliği ve kimlik olgusu önem kazanarak, grafik tasarım prensipleri meslek olarak ön plana çıkmıştır (Hollis, 2014).

Grafik tasarım, işletmenin ziyaretçilerle mekân arasındaki iletişimin gerçekleştiğini söylemektedir (Teker, 2009). Grafik tasarımın, işletmenin renkleri, logo tasarımında olan tipografisi, iç mekan tasarımları, broşür ve kurumsal kimliğine uzandığı söylenir.

Özmen'e (2012) tasarımlar, kültür ve eğitim alanlarında, tesislerde, hastanelerde, havaalanlarında ve alışveriş merkezlerinde kullanılmaktadır. Yönlendirme tasarımları, ziyaretçileri yönlendirmede yardımcı olurken, gidecekleri ortamlara verimli bir şekilde erişim sağlamaktadır.

Çalışmanın konusu

Alışveriş Merkezleri ziyaretçilerin zaman geçirmesi ve aktivitelerin tek bir alanda toplanması açısından önemli olduğu görülmektedir. Mimari yapısı ve oluşturduğu çevre, tarihi ve kültürel süreçlerin izlenilebildiği bir durumdur. Fiziksel ortam insanın anlama düzeyinde olumsuz veya olumlu bir takım tesirlere sebep olduğu için, bu iletişimin önemli unsurlarından biri mekânlar için anlam katan iç mimari ve grafik tasarımın öğeleridir. Mekân tasarımı bileşenlerinden grafik tasarım, mimarlık prensipleri açısından önem elde etmektedir. Çalışmada, gezinme, alışveriş, yeme-içme ve sosyalleşme gibi eylemlerin ortaya çıktığı alışveriş merkezleri iç mimari ve grafik tasarım unsurlarının beraber kullanıldığı ele alınmıştır.

Çalışmanın amacı ve kapsamı

Mimari mekânlarda kullanılan yönlendirme levhalarını, piktogram, tipografi ve renk kavramları üzerinden inceleme, anlam açısından analizini yapma, unsurların mimari mekânlarda ortaya koyduğu anlamsal durumu ön plana çıkarmaktır. Bir diğer amaç, mimari bir mekân olan alışveriş merkezlerinde tercih edilen yönlendirme levhalarının çözümlemesini yapmaktır.

Çalışmanın hipotezi;

AVM'lerde kullanılan yönlendirme levhaları AVM'nin mimari yapısı ile bütünlük sağlamış mıdır?

Seçilen iki AVM'de kullanılan yönlendirme levhalarında

Anlam bakımından farklılık var mıdır?

Araştırmanın yöntemi

Çalışmada örnek olarak belirlenen AVM'ler literatürde yer alan kavramsal çerçevenin oluşması hakkında analiz edilmiştir. Çalışmanın kavramsal çerçevesini belirlemek üzere literatür taraması yapılmıştır.

Bulgular

Ziyaretçileri kapıda yönlendirmek amacıyla karşılayan, yapının genel fiziki şartlarını tanıtan ve aradıklarına en hızlı yoldan ulaşmalarına yardımcı olan tasarım verilerini barındıran cihazlar bulunmaktadır. Yönlendirme cihazları her katta farklı renk kullanılarak tasarlanmış ve kurumsal çizgisini, yapının geometrisini aktaran bu cihazlar mekânlarda, grafiksel birleşimin tüm alanlarda uygulanabilirliğinin hissini verir (Şekil 1).



Şekil 1: Trump AVM yönlendirme tasarımı

Bilgilendirme ve yönlendirme levhaları sadelik içerisinde. Buldukları ortam ve tasarım, bütünlük ile renk bakımından bütün katların ayrışmasına yardımcı olmaktadır. Yönlendirme levhaları renk, tipografi gibi grafik tasarım unsurlarıyla tasarlanmıştır. Renk levhaları kategorize ve ayrışmasında aktif biçimde olduğu gözlemlenmiştir. Trump AVM konuklarla olan iletişimi, grafik tasarım öğeleri ve renk biçim gibi unsurlardan faydalanarak, kurumsal yapısının bütünlüğünü sağlamaktır (Şekil 2).



Şekil 2: Trump AVM yönlendirme tasarımı

Zeminlerde kullanılan çeşitli yönlendirmeler konuklar için mağaza, otopark, koridor ve açık alanları bulunan yapının geniş kullanım alanlarına rahatlıkla ulaşılmasında yol gösterici olmuştur. Zeminler de kullanılan yönlendirmeler mekâna ilk defa ziyarete gelenler için mekân sirkülasyonu açısından daha işlevsel duruma getirilmiştir (Şekil 3).



Şekil 3: Trump AVM zemin yönlendirme

Kolonlarda kullanılan giydirmeler ziyaretçileri vakit kazanmada ve yönlendirmesi açısından önemli bir unsurdur. Kolon giydirmelerde kullanılan bu levhalar buldukları katlara göre farklı renkler kullanılarak, ziyaretçilerin araçlarını rahatlıkla bulmasında ve görsel iletişim kurması açısından akılda kalıcılığının kolay olması düşünülmüştür. Otopark katları “P” harfiyle vurgulanarak diğer katlarda da “P” harfine numaralar verilerek ifade edilmiştir (Şekil 4).



Şekil 4: Trump AVM otopark yönlendirme

Kanyon AVM’de görsel açıdan estetik ve modern görünümüne sahip olarak tasarlanan, dokunmatik ekranların kullanıldığı interaktif bilgi sağlayıcılar, ziyaretçiler açısından kolaylık sağlamaktadır. Tasarımı yönlendiren, yapının mimari özelliği ve bu özelliğinden esinlenerek tasarlanan, kurumsal kimliğin altyapısıdır. Şekil 5’de metal, cam ve plastik bir arada kullanılarak dokusal anlamda çeşitlilik üretilmiştir (Şekil 5).



Şekil 5: Kanyon AVM yönlendirme tasarımı

Piktogramlara yer verildiği ve görsel anlatımın etkisinin artmasıyla, ziyaretçiler için daha anlaşılır duruma gelmiştir. Kurumsal kimlik ve marka değeri açısından ziyaretçilere kalite ve güven vermektedir. Bu olgu diğer AVM’lerle arasında akılda kalıcılık ve ayrışmayı sağlamıştır (Şekil 6).



Şekil 6: Kanyon AVM yönlendirme tasarımı



Şekil 7: Kanyon AVM yönlendirme tasarımı

Görüldüğü gibi her alanda büyüklük ve biçim gözetmeksizin kimlik kazandırma adına özen gösterilmiştir. AVM'deki, katların, genel kullanım alanların, kolonların ve otopark noktalarının etkili bir şekilde bilgi aktarması ve estetik bir boyut kazandırarak ifade eden alanlarda tipografik unsurlardan yararlanılmıştır. Otopark alanları bilgi ve ikaz barındıran alanlar olmasından tipografik ve piktogramlar müdahale ile düzenlenmiştir "P" harfi otopark alanını simgelemektedir.

Sonuç ve öneriler

Çalışma, mimari mekânlarda, grafik tasarım çalışmalarının renk, piktogram ve tipografi gibi unsurları göz önüne alarak mekânlarda oluşturduğu anlamsal durumunun analizi edilmiştir. Teorik anlamda birbirinden farklı iki alan olarak, mimari tasarım ve grafik tasarımı “tasarım” odağında beraber ilerleyen bir süreç olarak ele alınmaktadır. Mimari yapı olan Alışveriş merkezleri proje kısmında, dış mekân, iç mekân ve grafik tasarım ile üretimin ilk adımlarını oluşturmaktadır.

AVM’lerde bulunan yönlendirme levhaları yaygın olarak, oldukları mekânla ilişkili bir şekilde tasarlanıp, bütün mekânların algılanabilir olmasında, özen gösterilmektedir. AVM’lerde bulunan grafik tasarım öğelerinin iç mimariye uygun bilinçli bir şekilde tasarlanabilmesi Alışveriş merkezlerinin bütünlüğüyle görsel ilişkisinin doğrudan kimlik oluşturmaya öncü olmaktadır.

Mimari tasarım sürecinin grafik tasarımla beraber yürütüldüğü Trump AVM’nin, içerisinde organik bir tasarım barındırdığı gözlemlenmektedir. Kalıcı olan mimari yapı, görsel olan kurumsal tasarımlarda devamlılık taşıyacaktır. Akılda kalıcılık ve bilinirlik özelliği fazlalaştırılmış, uzun seneler görsel bir şekilde akılda kalıcılığın ve bütünlüğün korunması sağlanacaktır.

Diğer bir incelemede, Kanyon AVM’de, mimari etkinin, grafik tasarım öğelerinde bir bütünlük içerisinde yer aldığı öne çıkmaktadır. Kurumsallığın hissedildiği konsept olan bu AVM’nin, yapısı farklılık halindedir. Başka AVM’lerden yapısı ve tasarımıyla kolaylıkla ayırt edilebilir. Yapısındaki doğal çizginin mekâna aktarılması sonucunda, ziyaretçilerle kurulan görsel iletişim pozitif bir etki sağlamıştır. Son olarak Trump ve Kanyon AVM’nin farklı kısımlarda gösterdikleri deneyim ve özeni ortaya çıkararak, mekânlara kattıkları anlam ile mekân tasarımlarına katmış oldukları boyutla beraber başka yapılara örnek olmaktadır.

Kaynaklar

- [1] Dürüşken, Ç., (2017). Mimarlık Üzerine Vitruvius, İstanbul: Alfa Yayıncılık.
- [2] Cansever, T., (1992). Şehir ve mimari üzerine düşünceler, Ağaç Yayıncılık, İstanbul.
- [3] Gottdiener, M., (2005). Postmodern Göstergeler, Arhan Nur, Hakan Gür, Erdal Cengiz (Çev.). İmge Kitabevi, 1.Baskı, İstanbul
- [4] Hollis, R., (2014). Graphic Design: A Concise History, Thames and Hudson, İngiltere.
- [5] Teker, U., (2009). Grafik Tasarım ve Reklam, Yorum Sanat Yayınevi, 1.Baskı, İstanbul.
- [6] Özmen, M., (2012). *'Information Design Examples Applied In Public Places In Türkiye And An Alternative Indoor Information Design Implementation Proposal'* Master of Visual Communication Design, Yeditepe University, İstanbul.