

KENT KİMLİĞİNİN AFİŞ TASARIMINA YANSIMASI

Hatice ÖZER

hatice2005@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7242-883X

Özer, Hatice. “Kent Kimliğinin Afiş Tasarımına Yansımaları”. idil, 97 (2022 Eylül): s. 1311–1323. doi: 10.7816/idil-11-97-05

ÖZ

Kent kimliği, bir kentin doğal ve yapay bileşenleriyle ilgilidir. Bu bileşenler coğrafi konum, tarihsel birikim, dil, din, mimari doku, sosyal ve kültürel yapı gibi pek çok farklılık gösterebilen çeşitli unsurları kapsamaktadır. Dolayısıyla bir kente ait belirgin ve ayırt edici nitelikler kent kimliğini oluşturmaktadır. Kent kimliğinin şekillendirilmesinde sanat ve tasarım disiplinlerinin payı büyüktür. Görsel iletişim aracı olarak işlev gören grafik tasarım da kent kimliğinin yansıtılmasına önemli derecede katkı sunan bir disiplindir. Bir grafik tasarım ürünü olan afiş de kent kimliğini yansıtmaya özelliği taşıyabilmektedir. Özellikle tasarımın kapsadığı içeriğe bağlı olarak kentsel bilgi paylaşımına vurgu yapan afişler, kent kimliğinin yansıtılmasında sıklıkla ihtiyaç duyulan bir tasarım ürünüdür. Kentsel dokuyla ilişkilenen her bir kavram, kent kimliğine vurgu yapan bir etkide tasarımcının yaratıcı sürecine etki ederek afişin tasarım sürecine aktarılabilir. Bu doğrultuda çalışma, kapsadığı içerik açısından kent kimliğine vurgu yapan afiş tasarımlarına odaklanmaktadır. Literatür taramasını kapsayan inceleme; bir kavram olarak kent kimliğinin afiş tasarımındaki tipografi, illüstrasyon, fotoğraf veya geometrik biçimle bağ kurabileceğini göstermektedir. Kentsel unsurların tipografi, illüstrasyon, fotoğraf veya geometrik biçimle olan etkileşimi, afiş aracılığıyla yorumlanan bilginin görsel iletişimdeki vurgusunu güçlendirebilmektedir. Afiş yüzeyindeki tasarım öğeleri aracılığıyla kent kimliğiyle ilişkisi sağlanabilen biçimsel yapı; içeriği iyi yansıtmak, dikkat çekmek ve bilgiyi kısa sürede okunabilir kılmak hedefi ile iletişimsel misyon üstlenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kent kimliği, afiş, içerik, görsel unsur, anlam

*Bu çalışma 2022 yılında yayınlanan “Kent Kimliğinin Geometrik Biçimlere Dönüştürülmesi ve Afiş Tasarımlarına Yansıtılması” başlıklı Sanatta Yeterlik Tezi’nden üretilmiştir.

Makale Bilgisi:

Geliş: 29 Haziran 2022

Düzeltilme: 30 Temmuz 2022

Kabul: 11 Ağustos 2022

Giriş

Kentler, nüfus yoğunluğunun gerektirdiği etkileşime bağlı olarak toplulukların yaşamlarını sürdürdüğü yerleşim alanlarıdır. Lynch'e göre kent; "mimari bir eser gibi uzamdaki (uzayda yer kaplayan) bir yapıdır. Tek farkı, ölçeğinin daha büyük olması ve uzun zaman içinde algılanabilir olmasıdır" (Lynch, 2013: 2). Bu yönüyle mekân niteliği taşıyan kentler, toplumsal yaşamın vazgeçilmez unsurlarından biri olarak insan yaşamının merkezinde konumlanmaktadır. Birol'a göre kent; "tarihin farklı dönemlerine ait fiziksel, sosyal ve kültürel katmanların tarihsel süreklilik içinde üst üste yığılması sonucu oluşan bir ortamdır" (Birol, 2007: 46). Bu ortam toplumsal yaşamın dinamik yapısına bağlı olarak bireyin algı sürecini temelden etkilemektedir.

İçinde bulunduğumuz 21. yüzyılda insanın kentle olan ilişkisini zorunlu kılmaktadır. Toplumsal yaşamın gerektirdiği dinamikler, kente özgü kimliklerinin oluşmasında belirleyici unsur olabilmektedir. Bir kenti kapsayan doğal ve yapay bileşenlere yüklenen anlamlar kentsel unsurların oluşmasını temelden etkilemektedir. Coğrafi konum, tarihsel birikim, dil, din, mimari doku, turistik zenginlikler ile ilişkilenen sosyal ve kültürel yapı bir kenti diğerinden farklı kılabilmektedir. Özellikle ekonomik ve teknolojik yenilikler kentsel değişimi hızlandırarak her kentte ait belirgin ve ayırt edici niteliklere sahip kimliklerin oluşmasını etkilemektedir. Can'a göre kent kimliği; uzun zaman süreci içinde biçimlenen, kentin coğrafi içeriği, kültürel yapısı, mimarisi, yerel gelenekleri, yaşam biçimi niteliklerinin karışımıdır (Can, 2003: 27). Bu açıdan kent kimliği, insan-mekân ilişkisinin bir sonucu olarak insanın kente yüklediği anlamlar bütünüdür.

Kent kimliğinin şekillendirilmesinde sanat ve tasarım disiplinlerinin payı büyüktür. Resim, Heykel, Seramik, Geleneksel Türk Sanatları, Fotoğraf, Moda ve Tekstil Tasarımı gibi pek çok disiplin içerikle bağ kuran bir etkide kent kimliğini hedeflenen görsel mesajla ilişkilendirebilme yetisine sahiptir. Görsel iletişim aracı olarak işlev gören grafik tasarım da kent kimliğinin şekillendirilmesine önemli derecede katkı sunan bir disiplindir. Tasarımın kapsamına göre tasarımcının yaratıcı sürecine etki edebilen kent kimliği, iletişimsel bir misyon üstlenerek bilgiye dikkat çekmektedir.

Kent Kimliğinin Afiş Tasarımındaki İfade Biçimleri

Kentsel mekânı kapsayan toplumsal yaşam, bireyin görsel iletişim araçlarını günlük yaşama entegre etme zorunluluğu sunmaktadır. Görsel iletişim araçlarından biri olan afişte kentsel yaşamın ayrılmaz bir parçasıdır. Kent içindeki farklı paylaşımlara dikkat çekebilen afiş, bilgiyi kısa sürede görünür kılmamanın bir yöntemi olarak görsel iletişime katkı sunmaktadır. Bu yönüyle afiş; bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde kente dikkat çekerek, kent kimliğinin şekillenmesini etkileyen bir araçtır. İçinde bulunduğumuz hız algısı, kent kimliği merkezinde inşa edilen afiş tasarımlarının dijital platformlara aktarılma sürecini hızlandırmıştır. Özellikle teknolojik yeniliklerin tasarım programlarına kazandırdığı kullanım araçları, kent kimliğine vurgu yapan afiş tasarımları açısından tasarımcıya alternatif görme biçimleri kazandırabilmektedir. Bu noktada kent kimliğine yönelik tasarımcıyı düşünmeye sevk ederek tasarım sürecine yön veren olgu içeriktir. "İçerik, tasarım sürecinin ilk aşamasından itibaren iyi bir fikir bulmanın anahtarıdır. İçeriğin kapsadığı sözel bilgi tasarımcının hayal gücüyle eşleşir ve bütünsel bir sistem içerisinde yüzeyin biçim diline yansır" (Lehimler, 2018: 1448). İçeriğe hizmet ettiği sürece bir afiş tasarımında kente vurgu yapılabilir ve bu noktada tasarımcı kente ait doğal ve yapay bileşenleri afişin biçimsel yapısına taşıyabilir. Dolayısıyla tasarımsal bir terim olarak kent kimliği; bir kente ait belirgin ve ayırt edici niteliklerin yaratıcı süreçte değerlendirilmesidir.

Kentsel mekânda her an karşımıza çıkabilen afiş tasarımları ise görsel iletişim aracılığıyla kent kimliğine dikkat çekmenin bir aracı olabilmektedir. Kenti kapsayan unsurlar kent kimliğine vurgu yapan bir afiş tasarımında tipografi, illüstrasyon, fotoğraf veya geometrik biçimler ile etkileşime girebilir. Bu noktada tasarımcı, soyutlama yöntemi ile afiş yüzeyindeki biçimsel yapıya hizmet edebilen tipografi, illüstrasyon, fotoğraf veya geometrik biçimi hedeflenen görsel mesajla ilişkilendirebilir. Tasarım sürecinde kent kimliğiyle ilişkilendirilen tipografi, illüstrasyon, fotoğraf ve geometrik biçim, içerik açısından doğru stratejilere hizmet etmelidir. Ancak bu sayede afiş, kent kimliğini başarılı bir şekilde temsil edebilir ve kentsel tanıtımda önemli iletişim aracı olarak kabul görebilir.

Bir kentin kimliğinin yansıtılmasında önemli bir araç niteliği taşıyan afiş sadece toplumun beklentilerini karşılamada ihtiyaç duyulan bir araç olmakla kalmaz, aynı zamanda markalaşma faaliyetlerinden biri olan kentsel tanıtıma da büyük katkı sunmaktadır. Çeliker ve Tokoğlu'na göre; kullanıldığı kentsel alanlarda tüm ayrıntıları, görsel iletişim açısından fonksiyonel hale getirebilen tipografi, illüstrasyon, fotoğraf ve geometrik biçimler, şehir kimliğinin yansıtılmasında ve marka kent oluşumunda önemli katkı sağlamaktadırlar (Çeliker vd. 2017). Kent merkezlerinde, meydanlarda, toplu taşıma araçlarının üzerinde, binalarda, AVM'lerde, havalimanlarında vb. mekânlarda bulunan bu görsel unsurların, dikkat çekici, akılda kalıcılığı sağlayan, bilgiyi net ve doğru biçimde aktaran niteliklerde olmasının gerekli olduğu söylenebilir.

Kent Kimliği ve Tipografi

Dil, insanın kendini ifade etmek için kullandığı en temel iletişim biçimidir. "Seslerle oluşan bu iletişim biçimi işaretler dizgesi haline geldiğinde, "yazı" diye adlandırabileceğimiz bambaşka bir boyut kazanır" (Uçar, 2019: 174). Yazının grafik ürünlerdeki varlığı, tipografinin anlatım gücünden beslenerek hedeflenen mesaja farkındalık kazandırır. Bu yönüyle tipografi grafik tasarımın en temel yapı taşlarından biridir. Grafik ürün tasarımına yönelik biçimsel yapıya hizmet eden tipografi, dilin görsel iletişimdeki varlığını güçlendirmektedir. "Tipografi, yazılı bir fikre görsel bir biçim verilmesi anlamına gelir. Tipografi bir tasarıma kişilik ve duygu verir; aldığı görsel biçim okuyucunun tepkisini çarpıcı biçimde değiştirir" (Ambrose vd. 2017).

Tipografi kelimesinin kökeninde, Yunanca "typos" ve "graphia" kelimeleri bulunmaktadır (Yücebaş, 2006: 15). Typos sözcüğü "harf yapısı/biçimi" anlamını taşır (Kınık, 2015: 119). Graphia, "yazmak" anlamına gelmektedir. Tipografi terimi; bir düşüncenin yazılı, görsel biçim verilmiş halidir ve dili görünür kılmayı amaçlamaktadır (Yücebaş, 2006: 15). Bu yönüyle tipografi, tasarımın temel yapı elemanı olarak dile form ve anlam kazandıran bir kavramdır.

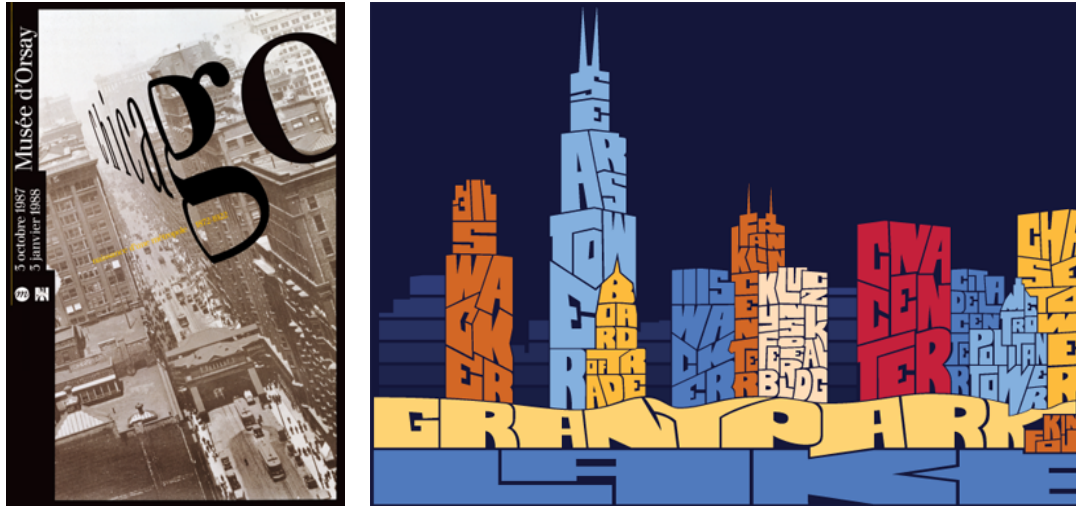
Tipografi, tasarım sürecinde etkin rol oynayan bir imgedir denilebilir. Sadece grafik ürünün temel bir ögesi değil aynı zamanda kendisi başlı başına bir tasarım ürünüdür. Tasarım yüzeyine yansıtılan tipografik anlayış, anlam ve mesajın görsel iletişimdeki vurgusunu güçlendirmektedir. Dolayısıyla tipografi, tasarım aracılığıyla hedeflenen görsel mesaja dikkat çekmenin bir yöntemi olarak tasarımın içeriğine rehberlik etmektedir.

Tipografik tavrın ana bileşeni olan yazı tipi, grafik ürünün içerdiği anlama göre seçilmelidir. Çünkü her bir yazı tipi kendi kimliğini ve anlamını temsil eden bir imgedir. İçeriğe göre tercih edilen doğru bir yazı tipi, izleyicinin tasarımla olan etkileşimini olumlu yönde etkilemektedir. Tasarımda yer verilen bir yazı tipi hedef kitlede duygusal veya bilişsel bir reaksiyona sebep olma özelliğindedir. Örneğin sert, keskin, köşeli harfler güç algısı oluşturarak katı bir ifadeyi tanımlayabilir. Yumuşak, yuvarlak ve kavisli harfler ise okuyucu üzerinde sıcaklık, sevecenlik hissi uyandırabilir. Dolayısıyla, tasarımın olanaklarına göre belirlenen bir yazı tipi, hedef

kitlenin duyularına hitap eden bir etkiyle içeriği doğru yansıtma hedefindedir. Bir yazı tipinin ince, kalın, hafif, ağır, sert veya yumuşak gibi karakteristik özellikleri, hedef kitlede farklı algısal izlenimlere sebep olabilmektedir. Hedef kitle üzerinde, duysal olarak neşe, sevinç, mutluluk, üzüntü, keder, kızgınlık, güçlü, temiz, sağlam gibi pek çok farklı kelime ve kavramları çağırıştırabilir. Dolayısıyla yazı tipi, tasarım sürecinde belirlenecek tipografik yaklaşımın en temel yapı elemanı olarak yaratıcı düşünmeye hizmet etmektedir. “Artık grafik tasarımda tipografi, bilgi ve mesajın anlaşılabilir bir form diliyle iletilmesinin yanı sıra, bir tarz, kimlik, kişilik, görsel bir dil, farklı bir imge olarak ortaya konan bir grafik tasarım unsuru olma iddiasını taşımaktadır” (Uçar, 2019: 189). Bugün tipografi, yardımcı bir görsel eleman olmanın ötesine geçmiş, tek başına bir görsel tasarım unsuruna dönüşmüştür.

Dijital teknolojiler, tasarımcıya yeni yaratıcı özgürlük alanları sunmaktadır. Bu durum hedef kitle üzerinde farklı duysal etkileşimlere neden olabilen yeni yazı tiplerinin tasarım sürecini hızlandırmıştır. Bunun nedeni dijital teknolojilerin sunduğu kullanım araçlarının, tasarımcıya sonsuz sayıda biçimsel olasılıkları değerlendireceği ortamlar yaratmasıdır. Artık günümüzde yazı tipi araştırmalarına bağlı olarak çeşitlenen fontlar, tasarımcının yaratıcı sürecinde farklı kelime ve kavramları niteleyen bir etkide tasarımdaki tipografik anlayışa yön vermektedir. Tipografik anlayış, kent kimliği açısından da ayırt edici bir özellik olarak tasarımcının algı dünyası ve yaratıcı sürecine hizmet etmektedir. Kent kimliği ile ilişkilenebilen tipografi, tasarımda yardımcı öge veya başat öge olarak işlev görebilir. Ancak her iki açıdan da tipografinin kent kimliğini yansıtmada ayırt edici bir imge olduğu söylenebilir.

Kent kimliğine vurgu yapan afiş tasarımları incelendiğinde, tipografik anlayış açısından farklı görsel tespitlere yoğunlaşmak mümkündür. Bu değişkenlik, her bir tasarımcının afiş aracılığıyla belirlenecek görsel mesaja nasıl bir perspektiften bakmayı tercih ettiğiyle ilgilidir. Farklı dönemlerde tasarlanmış olan ve kent kimliğine vurgu yapan “Chicago” afişleri örnek verilebilir. Görsel 1’de fotografik ve illüstratif değer taşıyan her iki afiş, tasarımcıların tipografik anlayışta nasıl farklı biçimsel olasılıklara yoğunlaşabileceğini göstermektedir.



Görsel 1. Tipografik anlayış açısından “Chicago” kent kimliğine vurgu yapan afiş tasarımları.

Görsel 1.’deki birinci afiş Philippe Apeloig’nın Musée d’Orsay” (Orsay Müzesi) için 1987 yılında tasarladığı “Chicago. Bir Metropolün Doğuşu 1872-1922” isimli afiştir. Görsel 1’de yer alan ikinci afiş ise Joe Mills tarafından tasarlanmış “Chicago” isimli afiştir. Her iki afişte metropol kentle ilişkilendirilen kelimeler

tipografik anlayışa yansıtılmıştır. Apeloig'nın tasarladığı afişteki "Chicago" kelimesi, büyük bir metropol kente vurgu yapmaktadır. Mills'ın tasarladığı afişte ise kent ve metropol kavramı yaşanan çağın değişimini niteleyen bir etkiye gökdelenlerle ilişkilendirilmiştir. Görsel 1'de yer verilen her iki afiş, tasarımcının kent kimliği ve tipografik anlayış arasında sonsuz sayıda biçimsel ve anlamsal bağlantılar kurabileceğini örneklemektedir. Dolayısıyla bir kenti kapsayan pek çok kavramın kent kimliğine vurgu yapacak bir afiş tasarımı farklı biçimsel olasılıkları işaret etme özelliğine sahip olduğu söylenebilir.

Kent kimliğine vurgu yapacak bir afiş tasarımı açısından tipografi, kentlerin en yoğun mekânlarında bile izleyicilerin bilgiyi hızlı ve net olarak algılayabileceği biçimsel özelliklere sahip olmalıdır. Bu noktada afiş tasarımı yer verilen tipografik bileşenler, tasarımın kapsadığı içerik ve görsel mesaj açısından anlam taşıyan olmalıdır. Tipografik bileşenler ile afiş yüzeyindeki diğer tüm grafik öğeler arasındaki görsel dil bütünlüğüne dikkat edilmesi gerekmektedir. Kent kimliğine yönelik afişin kapsadığı içerik ve anlamla uyumlu olan bir tipografik anlayış, afişin görsel iletişimdeki vurgusunu güçlendirecektir.

Kent Kimliği ve İllüstrasyon

Genel bir tanımlama ile illüstrasyon mesaj anlamı taşıyan bir fikrin görsel ifade şeklidir. "Başlık, slogan ya da metin gibi sözel unsurları betimleyen bütün unsurlara genel olarak illüstrasyon adı verilir" (Becer, 2006: 210). İllüstrasyon kavramının resimle aynı kavramlar olduğu söylenemez. İllüstrasyonun resimden farkı; tasarımcının bir mesajı izleyiciye doğru şekilde iletme kaygısı taşımasıdır. Elif Songür Dağ (2015: 24) illüstrasyonu resimden ayıran birtakım önemli işlevsel nitelikleri şu şekilde ifade eder:

"İllüstrasyon; belirli bir amaca hizmet eden, anlaşılabilir ve bir mesajı iletme kaygısı ile üretilen bir tasarım unsurudur. Resim ise; anlaşılma ve mesaj iletme iddiası taşımayabilir. Ressam, sanat eserini ortaya koyar ve bir adım geri çekilir. İllüstratörden ise kendisine verilen bilgi doğrultusunda amacına ulaşan tasarım ortaya koyması beklenir".

İllüstrasyon reklam ve yayın tasarımına yönelik tasarımcının görsel düşünme yetisini zenginleştiren bir teknik uygulamadır. İllüstrasyon reklam tasarımı açısından bir afiş yüzeyindeki kenti sembolik olarak temsil etme özelliğindedir. Tasarımcı afiş yüzeyinde yer vereceği illüstrasyon için öncelikle kâğıt yüzeyde çizim ya da boyama malzemelerinden yararlanarak görsel araştırmalara yoğunlaşacağı gibi tasarım programlarının sunduğu olanaklardan hareketle de görsel etkiler oluşturabilir. Özellikle içinde bulunduğumuz dijital çağın bir gerekliliği olarak tasarım sürecine dahil edilebilen Adobe Photoshop veya Adobe Illustrator gibi tasarım programları, illüstrasyon tekniklerine yönelik tasarımcıya sınırsız bir evren sunmaktadır. Tasarımcı, programın sunduğu kullanım araçlarından hareketle, tasarım olasılıkları açısından farklı görsel izlenimlere odaklanabilir. İçinde bulunduğu tüm unsurlar ile kent kimliği, afişte illüstratif bir değer taşıyabilir. Yazıya dayalı bilgiye kıyasla illüstrasyon, afişte tanımlama ve açıklama bakımından kentsel kimlik unsurlarını görünür kılabilir. Bilgiyi doğrudan aktarır, insanların zihninde kalıcı bir imaja dönüştürebilir. Bu noktada illüstrasyon, afişin içeriğini anlaşılır bir şekilde yansıtmalıdır.

Afiş tasarımı illüstrasyon, kent kimliğinin taşıdığı anlamı etkin bir şekilde ifade etmekle kalmaz, aynı zamanda afişin hedef kitle üzerinde oluşturduğu algının da merkezinde yer alabilir. İllüstratif bir değer taşıyan afiş, kent kimliğine dikkat çekme potansiyeli ile hedef kitlenin duyularına hitap edebilir. Tasarımcı izleyiciyle bağ kurmak ve kente dikkat çekmek için farklı görsel izlenimlere yoğunlaşabilir. Bu noktada bir kente ait her türlü bileşen, kenti sembolik olarak ifade eden bir etkiyle tasarım sürecine dahil edilebilir. Pierre Piech tarafından

tasarlanan Görsel 2’deki Fransa “Marseille” (Marsilya) afişleri bu türden bir izlenimi örneklemektedir. Piech’in zihinsel sürecinde mimari yapı, deniz, tatil, yemek kültürü gibi çeşitlenebilen her türlü kavram kente dikkat çekebilir. Görsel 2’de illüstratif değer taşıyan her bir afiş incelendiğinde “Marseille” kentinin farklı kültürel zenginliklerinden hareketle izleyiciyle bağ kurma hedefi taşıdığı görülmektedir. Bazen mimari birikim bazen bir kuş bir balık ya da bir yelkenli, tatil veya kültürel tur kavramıyla eşleşen bir etkide izleyeni kente yönlendirebilir. Dolayısıyla kent kimliğine vurgu yapan kültürel bir afiş tasarımı açısından tasarımcının içerik ve biçim arasında tanımladığı bağlantılara göre pek çok görsel izlenim izleyicinin dikkatini çekerek duyularını harekete geçirebilir.



Görsel 2. Fransa “Marseille” afiş tasarımları.

Kent kimliğini yansıtmak için tasarlanan illüstrasyonlar, bir kent markalama stratejisinin yalnızca bir reklam veya tanıtım faaliyeti olarak görülmemelidir. Aynı zamanda büyümeye yol açan kentsel rekabet ortamında avantaj kazanma stratejisinin bir parçası olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Bir afiş tasarımı kente vurgu yapan illüstrasyonların özgün ve dikkat çekici olma özelliği afişin görsel iletişimdeki etkisini güçlendirecektir. Bu noktada afiş yüzeyinde kente ait bir değer taşıyan illüstratif yaklaşım kent kimliğini doğru biçimde ifade etmelidir. İllüstrasyon bir kentin imajını güçlendirirken, taşıdığı anlamsal ifadelerle iletilmek istenen görsel mesajın kapsamını ve etkisini arttırmalıdır.

Kent kimliğine vurgu yapan afiş tasarımı hedeflenen görsel mesaja yönelik birtakım stratejiler oluşturulabilir. Bu stratejileri oluştururken izlenecek yollar şöyle sıralanabilir;

- Kent kimliğini doğru bir şekilde anlamak ve tanımlamaya yönelik kenti kapsayan her türlü birikimi analiz etmek. Bu noktada coğrafi konum, tarihsel birikim, dil, din, mimari doku, yemek çeşitliliği, doğa ve turistik zenginlikler gibi kente ait pek çok farklı verilere yönelik çok yönlü bir araştırma yapmak,
- Kent kimliğini oluşturan somut ve soyut unsurların afişin içeriğiyle nasıl ilişkilendirileceğini belirlemek,

- Afişin kapsayacağı içeriğe yönelik anahtar kelimeler türetmek ve bu anahtar kelimelerle eşleşen görsel biçimleri saptamak,
- İçerikle bağ kuran anahtar kelimelerden hareketle afiş yüzeyinde yer alacak grafik öğelerin neler olacağını belirlemek,
- Tasarım yüzeyinin nasıl bir illüstrasyon tekniğiyle çözümleneceğine karar vermek,
- Sembolik açıdan kentle ilişkilenen renk değerlerini belirlemek,
- Kurgulamaya yönelik tasarım sürecinin ilk aşamasından itibaren afiş yüzeyinde nasıl bir görsel hiyerarşi ve vurguya yer verileceğine karar vermek.

Kültürel afişte yer verilen illüstratif değerlerin kent çeşitliliğini vurgulamada sembolik değer taşıdığı söylenebilir. Coğrafi konum, tarihsel birikim, dil, din, mimari doku, yemek çeşitliliği, doğa ve turistik zenginlikler gibi kenti temsil edebilen her türlü bileşen kenti sembolik olarak ifade edebilir. Kentin sahip olduğu somut ve soyut unsurlar afiş tasarımı aracılığıyla görsel iletişim açısından güçlü bir değer taşıyabilir. Afiş tasarımının kent kimliğinin bir uzantısı olduğu düşünüldüğünde, kentle ilişkilenen illüstrasyonlarının izleyicinin dikkatini çekme özelliğine sahip olduğu söylenebilir. Bilim ve teknolojinin hızlı gelişim ve değişimi afiş tasarımındaki illüstrasyon tekniğine yönelik çeşitlilik ve yenilikçi görsel tavırları zenginleştirmektedir. Gelişen teknolojik yeniliklere bağlı olarak kentlerin tanıtımla ilgili içerik gereksinimleri arttıkça, kenti ifade eden kültürel bir afişteki illüstrasyon tekniğinde yeni görsel izlenimlerin saptanacağı bir gerçektir.

Kent Kimliği ve Fotoğraf

İçinde bulunduğumuz evrenin tanımlanmasında fotoğrafın etkisi büyüktür. Bireylerin sosyal, kültürel, fiziksel ve ekonomik ihtiyaçlarının giderilmesinde mekânsal barınmadan daha fazla anlam taşıyan kentler, fotoğraf aracılığıyla tanımlanabilir/belgelenebilir şekilde somutlaştırılmaktadır.

Fotoğrafın icadından günümüze kadar gelen süreçte kent, fotoğraf sanatının inceleme konusuna girmektedir. Görsel bir anlatım aracı olarak fotoğraf, kente ait pek çok unsura dikkat çekmektedir. Tanıdığımız, aşına olduğumuz ikon haline gelen kent sembolleri ve modern yapılar, fotoğraf aracılığıyla kente ait imgelerin zihnimizde yer etmesine sebep olabilir. Kent kimliğini yansıtan afiş tasarımlarında kullanılan fotoğraf ögesi, simgesel kent imgesi olarak nitelendirilebilir. İkonik kent unsurları fotografik olarak bir kenti diğerinden ayıran önemli bir tasarım ögesidir.

Belgeleme işlevi sayesinde yaşantılarımızı anlamlı kılan fotoğraf, görsel iletişimin temel unsurlarından biri olarak tasarımcının yaratıcı sürecine hizmet etmektedir. Bir tasarım ögesi olarak afiş yüzeyinde kent kimliğini yansıtmaya özelliği taşıyabilen fotoğraf, izleyicinin dikkatini yoğunlaştıracak bir görsel alan halini alabilmektedir. Kent kimliğini yansıtan bir afişteki fotoğraf kadrajının profesyonel bir değer taşıması, afişin görsel iletişimdeki etkisini olumlu yönde etkileme potansiyelindedir.

Kimyasal süreçlere bağlı olarak gelişme gösteren fotoğraf artık günümüzde dijital platformun bir parçası olmuştur. Bugün fotoğrafın üretimi ve erişilebilirliği kolaylaşmış ve tasarım sürecindeki işlevi hız kazanmaktadır. Bu sayede tasarımın içeriğiyle bağ kuracak biçimsel arayışlar giderek çeşitlenmektedir. Grafik bir öğe olarak fotoğraf, tasarım yüzeyinde kendi başına bir anlam barındıracağı gibi fotoğrafın geometrik biçim, organik biçim, tipografi, illüstrasyon veya renk gibi pek çok grafik öğeyle olan etkileşimi de tasarımın vurgusunu güçlendirebilmektedir. Bu yönüyle fotoğraf bir grafik öğe olarak tasarımcıya sınırsız bir görsel düşünme evreni

sunabilmektedir. Özellikle günümüz tasarım programlarının, tasarımcıya sunduğu kullanım araçları, tasarımcının çeşitli görsel olasılıklara yoğunlaşma sürecini hızlandırabilmektedir.

Afiş tasarımında fotoğraf seçimi, üzerinde hassasiyetle durulan bir konudur. Çünkü fotoğraftaki bir unsur daha fazla ön plâna çıkarsa, mesaj geride kalabilir. Kompozisyon öğeleri göz önünde bulundurularak fotoğrafta yer alan odak noktası iyi değerlendirilmelidir. Bir fotoğrafta yer alan tek odak noktası her zaman olmasa da genellikle çok güçlü bir ifadeye yer verir. Ayrıca fotoğrafta kullanılan renklerin çarpıcı olması da afişin yaratacağı hissi etkileyecektir. Fotoğraf afişte yazıyı destekleyen en önemli unsurdur (Işık, 2010: 40). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı “Turkey Home/Yuva Türkiye” tanıtım kampanyasının bir parçası olan Görsel 3’teki “Pamukkale” temalı afiş incelendiğinde, fotoğrafın afişteki tipografik metni desteklemede önemli bir unsur olduğu gözlenmektedir. Bu sayede pek çok ülkede tanıtımı yapılan kentlerin, afiş aracılığıyla kimliğine dikkat çekilmiştir.



Görsel 3. Türkiye “Pamukkale” tanıtım afişi.

Görsel 3’te izlendiği gibi kent kimliğini kapsayan bir kültürel afişte, fotoğrafın izleyici üzerindeki etkisi güçlüdür denilebilir. Bu yönüyle fotoğraf kadrajı afişe dikkat çeken bir grafik öğe olarak görsel mesajın vurgusunu güçlendirmektedir.

Kent afişlerinde fotoğraf öğesi, kentin taşıdığı kimliğin en hakiki biçimde izleyiciye sunulması olarak düşünülebilir. Bu nedenle fotoğraf; kentin içinde var olan çeşitli işlevlerdeki mimari yapılara, turistik ve doğal zenginliklere, sosyo-kültürel özelliklere göre kentteki yaşam konusunda en gerçek mesaj verici araçtır denilebilir. Dolayısıyla fotografik unsurlar, kentin imajını olumlu yönde etkileyebilir. Böylece tanıtım afişinde fotoğraf öğesiyle oluşturulmuş kente ait temsiller; tasarımcı, yönetici, politikacı, yatırımcı, vatandaş ve ziyaretçilerin kararlarını biçimlendirmekte önemli bir yer tutabilir. Başka bir deyişle topluluklar üzerinde etki yaratarak eyleme geçirebilir. Bu sebeple bir kentin rakipleri arasında fark yaratıp öne çıkması için tanıtımı yapılacak niteliklerinin afiş üzerinde dikkat çekici görsel unsurlar yoluyla tasarlanması geniş kitlelere ulaşmada önemlidir. Ayrıca afişe uygulanacak görsel öğenin gerçeklik algısı oluşturmaya ve inandırıcılığı sağlamaya gerektiği düşünüldüğünde de fotoğraf elzem bir malzemedir diyebiliriz. Dolayısıyla günümüz dijital dünyasından etkilenen fotoğrafın, gerçeğe uygun, ikna edici ve inandırıcı yönünden faydalanılabilir. Uygulama açısından pratik ve hızlı olması da zaman kazanımı sağlayabilir. Aynı zamanda fotoğraf, kentin kimliğiyle ilgili bilgiler sunabilir. Kente ait gerçek görüntülerle ilgi çekici, cezbedici özellikleri hakkında ipuçları verebilir. İzleyicinin zihninde olumlu imaj oluşturmak için de fotoğraf önemli görsel unsurlardan biridir. Bu nedenle kentsel kimliği yansıtan afişlerde kullanılan fotoğrafların etki kuvveti yüksek olmalı, gözü yoran ve odaklanmayı zorlaştıran nitelikte olmamalıdır.

Fotoğrafın mesajı net, sade ve anlaşılabilir şekilde, göze hoş gelen estetik kaygılarla oluşturulmuş olmalıdır. Kentin çekici, cazip unsurlarını teknik unsurlarla birleştirilerek kompozisyonda bütünlük sağlanmalıdır.

Kentler, kendilerine özgü somut ve soyut unsurlarının simge haline gelen özelliklerinden yararlanılarak, ziyaretçi ve yatırımcıları kendilerine çekmek amacıyla tanıtım faaliyetlerinde bulunmaktadır. Bu nedenle kentler rekabet sahasında birbirlerinden farklı niteliklerini tanıtmak ve kitle iletişimini sağlamak için tanıtım afişlerinden faydalanmaktadır. Bundan dolayı kentsel unsurların ayırt edilebilmesi için afişlerde kullanılan fotoğraflar, kolay algılanabilir, yüksek çözünürlüğe sahip ve net olması yönünde olmalıdır. Ayrıca afiş yüzeyine uygulanan fotoğraflar diğer tasarım öğeleriyle bütünlük sağlamalı ve uyum içinde olacak biçimde tasarlanmalıdır.

Kent Kimliği ve Geometrik Biçim

Geometrik biçim, kare, dikdörtgen, daire, küp, koni vb. matematiksel hesaplamalarla oluşturulan form olarak tanımlanabilir. Bu biçimlere çevremizde sıkça rastlamak mümkündür. İçinde yaşadığımız mekânları incelediğimizde doğa ya da insan üretimi olan nesneler geometrik şekil olarak karşımıza çıkabilir. Coğrafi (doğal) oluşumlar; dağlar, bitki örtüsü (ağaç, meyve, çiçek vb. formları), mimari (yapay) unsurlar; binalar, anıtlar, ulaşım araçları gibi insan eliyle oluşturulmuş öğeler buna örnek olarak gösterilebilir.

Tarihin başlangıcından itibaren daire, kare ve üçgen gibi şekillere birçok anlam atfedilmiştir. Bu anlamlar, yüzyıllar boyunca iletilmek istenen mesajların görsel iletişimdeki etkinliğini belirlemiştir. Tarih öncesi devirlerde mağara ve kayalara çizilmiş olan betimlemelerin, geometrik biçimlerden izler taşıdığını gözlemleyebiliriz. Zamanla tasvirler, stilize edilerek "yazının" ortaya çıkması sağlanmıştır. Yazının gelişim sürecinde de geometrik biçimlerin rolü büyüktür.

Birçok tasarım ürününde geometrik biçimlerin bağlantısını görmek mümkündür. Grafik tasarımın diğer tüm ürünlerinde olduğu gibi afiş tasarımında da bazı kavramlar geometrik biçim kaynaklıdır diyebiliriz. Örneğin, bir afişte, harflerin alt yapısını meydana getiren şekiller, tasarım yüzeyindeki görsel unsurları görünür hale getiren öğeler olarak tanımlanabilir. Tasarımda dikkat çeken odak noktası olarak kullanılabilir.

Geçmişten günümüze kadar geçen süreçte görsel iletişim üzerinde etkileri olan geometrik biçimler, grafik tasarım alanında da aktif rol oynamakta ve bu alanda yaygın olarak kullanılmaktadır. Özellikle afiş tasarımlarında sıkça rastladığımız bu şekiller, olduğu gibi ya da dönüştürülerek yeni kavramları veya mesajları iletmek için kullanılabilir. Tasarımcının görsel düşünme biçimini etkileyen geometrik şekiller, afiş tasarımı açısından da önemli bir görsel unsur olarak ele alınabilir.

Daire, kare ve üçgen gibi geometrik biçimler bir afişte tasarımı tanımlayan belirli anlamlar içermektedir. Çember sonsuzluğu temsil edebilir. Çünkü başlangıcı ve sonu yoktur. Üçgen, dikkat, uyarı, hareket ve keskinliği sembolize edebilir. Biçimler, kavisli, yuvarlak, açılı ya da keskin olduğundan, her biri farklı bir duygu yaratabilir. Afiş yüzeyindeki tasarım öğelerini veya içeriği düzenlemek, bağlamak, ayırmak gibi farklı görevlere sahip olabilirler. Ayrıca bir kavramı, nesneyi temsil edebilirler. Yuvarlak bir şekil yaprağı, kare bir evin gövdesini üçgen ise çatısını sembolize edebilir. Afiş tasarımında geometrik biçimler doğru kullanıldığında başarılı bir şekilde etki yaratabilirler.

Lehimler'e göre kentsel kimliğin coğrafi, sosyo-kültürel ve mimari unsurlarına bağlı olarak, tasarım sürecini ilgilendiren tekrar ritim, doku, çizgi veya renk gibi farklı tasarım öğeleri de geometrik biçimlere yüklenen anlamların izleyici algısındaki etkinliğini değiştirebilir. Kent kimliğini yansıtan afiş tasarımlarında geometrik biçimlerin tekrarı, hareket ve ritim algısı oluşturabilir. Tasarımın vurgusunu güçlendirip, görsel hiyerarşiyi

etkileyebilir. Ön-arka plan ilişkisine bağlı olarak izleyicilerin algı merkezini uyarıp dikkat çekmeyi sağlayabilir (Lehimler, 2021: 3).

Kent kimliğini yansıtan geometrik ikonların yoğunlukla kullanıldığı afiş tasarım örnekleri az da olsa mevcuttur. Portekiz'in önemli turistik kentlerinden biri olan Porto için tasarlanmış afişler kentin iç-dış mekânlarında sergilenmektedir. Tasarım dilinin geometrik biçimlerle sağlandığı ve bu alanda örnek teşkil eden afişler, dijital-basılı mecrada yayınlanmak üzere tasarlanmışlardır.



Görsel 4. Eduardo Aires, Porto Kent Afişi, Portekiz

Portekiz'in Porto kenti için tasarlanan afişlerde, vatandaşlar ve ziyaretçilerle iletişimi sağlayan görsel bir ifade oluşturulmuştur. Kent, sadece fiziki nitelikleriyle sınırlandırılmamış, yaşam biçimi, simge haline gelmiş mimari yapıları, coğrafi özellikleri, kültürel nitelikleri geometrik biçimlerle temsil edilmiştir. Şehrin dört bir yanını saran çeşitli desen ve çizimlerle oluşturulmuş mavi çiniler, geometrik ifadelerle afiş tasarımlarına yansıtılmıştır. Kente ait kimliği yansıtan bu biçimlerin her biri, birbirine bağlanan döşeme panelini çağrıştırmakta, sonsuz-sınırsız bir semboller ağı oluşturmaktadır. Afişlerin, Porto'nun kimliğini ön plana çıkarırken, izleyici ile afiş arasında görsel diyalogu sağlamada ve güçlü bir kent imajı yaratımında da etkili bir rol oynadığı düşünülmektedir.

Sonuç

Günümüzde barınma ihtiyacının çok ötesine geçen kent; ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak anlam değişikliğine uğramıştır. Rekabete bağlı olarak kentler markalaşma sürecinde, sahip oldukları unsurları, ticari ürünler gibi küresel pazarda sunmaktadır. Böylece tanınırlıklarını ulusal çizgilerin ötesine taşıyabilmektedirler. Bu nedenle kentlerin tanınma istekleri, küresel kent rekabetinde bir marka oluşturmaya mecbur bıraktığı söylenebilir. Markalaşma sürecinde sahip oldukları kendilerine özgü nitelikleriyle ön plana çıkmaya çalışmaktadırlar. Tüm bu sembol haline gelmiş nitelikler ise kent kimliği kavramını oluşturmaktadır.

Kent kimliğinin, hedeflenen kitlelere ulaşması, geniş alanlara yayılımı da görsel iletişim araçları yoluyla mümkün olabilir. Afişler, kent logoları, süreli yayınlar, dijital platform vb. grafik ürünler bu sürece destek sağlayabilir. Özellikle afiş yüzeyinde; tipografi, illüstrasyon, fotoğraf ve geometrik biçimlerle oluşturulan tasarım dili, izleyici üzerinde etkili olabilir. Afiş; bilgiyi ya da mesajı en hızlı ve etkili biçimde aktaran bir grafik tasarım ürünüdür denilebilir.

Afiş tasarımında bir kentin kimliğini yansıtırken, kenti diğerlerinden ayıran özelliklerini ön plana çıkararak yeni bir görsel dil oluşturma, bu tasarım diliyle izleyicinin dikkatini çekme ve akılda kalıcılığı sağlama önem taşımaktadır. Kentin sahip olduğu soyut ve somut unsurlar hakkında bilgi veren bir tasarım dili afişin etkisini arttırmaktadır. İzleyici, afiş yoluyla kent hakkında fikir sahibi olarak kente karşı tutum oluşturabilir. Tasarım sürecinde afişin içeriğiyle kent unsurlarının uyumlu olması önem teşkil etmektedir. Vatandaşlar ve ziyaretçiler açısından bu unsurların çekici yönlerinin ön plana çıkarılması, olumlu duygular ve düşünceler oluşturabilir. Teknolojinin hızlı ilerleyişi, kent kimliğinin afişlere yansıtılmasında farklı tasarım dilleri oluşmasına olanak sunmaktadır. Bu bağlamda bir kentin kimliği, afişteki farklı görsel ifadelerle izleyiciye ulaşmaktadır.

Bu noktada şehirleri bütün olarak tanımlayan, sembolik unsurlarını ön plana çıkaran, yalın ve anlaşılır bir ifade biçimiyle afişler tasarlanabilir. Bu afişler kent kimliği kavramının yaygınlaşması için ulusal-uluslararası alanların dijital platformlarında izleyiciye sunulabilir.

Afişlerin örneklerine uluslararası dijital ortamlarda az da olsa rastlamaktayız. Görsel iletişim alanında bu kavram henüz tam olarak ele alınmamış olsa da yakın gelecekte kentler için yeni bir görsel dil oluşturma faaliyetleri aktifleşebilir. Bu bağlamda yeni medya ortamında geniş kitlelere kolay ve hızlı bir şekilde ulaşabilir. Ülkemizde, bugüne kadar kent kimliğini yansıtmaya yönelik afişler genellikle tanıtım odaklı olmuş, yetersiz ya da karışık görsel içeriklerle izleyiciye ulaştırılmıştır. Ayrıca bu afişlerde kenti tüm öğeleriyle tanımlayan yeni bir görsel kimlik oluşturmak yerine kentlerin sadece silüetlerine yer verilmiştir.

Bir kenti biçimlendiren kimliğin izleyiciye yansıtılmasında, vurgulanmak istenen bilginin iletilmesinde kullanılan afiş, etkin olarak yer alabilir. Kentsel kimlik unsurlarının; tipografi, illüstrasyon, fotoğraf ve geometrik biçim gibi görsel unsurlar yoluyla bellekte kalıcı olması sağlanabilir. Kentsel kimliği yansıtan bu görsel unsurlar, bilgiyi anlaşılabilir ve düzenli bir şekle dönüştürme hedefini taşımaktadır.

Kaynaklar

- Ambrose, Gavin ve Harris, Paul. "Grafik Tasarımın Temelleri." Çev. Mehmet Emir Uslu, İstanbul: Literatür Yayınları, 2017.
- Becer, Emre. "İletişim ve Grafik Tasarım." İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2006.
- Birol, Gaye. "Bir Kentin Kimliği ve Kervansaray Oteli Üzerine Bir Değerlendirme" İstanbul: Arkitekt Dergisi. Sayı: 514 (Avery Index to Architectural Periodicals (AIAP). 2007.
- Can, Aynur. "Antik Kent ile Bu Mekânı Üreten Toplumun Değerler Sistemi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi ve Atina Örneği." Doktora Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yerel Yönetimler Anabilim Dalı. 2003.
- Çeliker, Murat ve Tokoğlu, Ahmet Abdusselam. "Marka Kent Oluşturulmasında Grafik Tasarımın Rolü ve Gaziantep Örneği." Isparta: SDÜ ART-E Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi, Cilt:10 Sayı:19, 2017.
- Dağ, Elif Songür. "İllüstrasyonun İkinci Altın Çağı." İstanbul: Grafik Kitaplığı Yayınevi, 2015.
- Işık, Deniz. "Görsel İletişim Aracı Olarak Afiş Tasarımı: 2009 Yerel Seçimlerinde İzmir Büyükşehir Belediye Başkan Adayların Afiş Tasarımlarının Göstergebilimsel Çözümlemesi." Yüksek Lisans Tezi, İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü), 2010.
- Kınık, Mustafa. "Grafik Tasarım Tarih ve Teknoloji." Ankara: Gazi Kitabevi, 2015.
- Lehimler, Zafer. "Afiş Tasarımında Dikkat Çeken Bir İmge: Harfin Yeni Biçimi." *İdil Sanat ve Dil Dergisi*, Cilt 7 (51), 2018.

Lehimler, Zafer. “Temel Tasarım 1, Ünite 5, Tamer Temel (Ed.), Tasarımın Yapısal Özellikleri I: Temel Geometrik Biçim.” Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Açık Öğretim Fakültesi, 2021.

Lynch, Kevin. “Kent İmgesi.” Çev. İrem Başaran, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2013.

Uçar, Tevfik. Fikret. “Görsel İletişim ve Grafik Tasarım.” İstanbul: İnkılap Yayınevi, 2019

Yücebaş, Çınla. “Grafik Tasarımda Görsel Bütünlük Oluşturmada Tipografi ile Görseller Arasındaki İlişki ve Sanat Eğitimindeki Yeri.” Doktora Tezi, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı Resim-İş Öğretmenliği Programı, 2006.

Görsel Kaynaklar

Görsel 1. <https://a-g i.org/user/info@apeloig.com/view/projects/> (erişim: 07.05.2022),

<https://www.behance.net/gallery/5047561/Chicago-Typography-Skyline> (erişim: 07.05.2022).

Görsel 2. <https://lornithorynque.fr/marques/531-pierre-piech> (erişim: 07.05.2022).

Görsel 3. <https://www.ktb.gov.tr/TR-120659/tanitim-gorselleri.html> (erişim: 07.05.2022).

Görsel 4. <https://johnandjane.agency/journal/place-branding> (erişim: 07.05.2022).

REFLECTION OF URBAN IDENTITY ON POSTER DESIGN

Hatice ÖZER

ABSTRACT

Urban identity is related to the natural and artificial components of a city. These components include various elements that can show many differences such as geographical location, historical background, language, religion, architectural texture, social and cultural structure. Therefore, the distinctive features of a city form its identity. Art and design disciplines have a great role in shaping the urban identity. Graphic design, which functions as a visual communication tool, is a discipline that contributes significantly to the reflection of the urban identity. The poster, which is a graphic design product, can also reflect the identity of the city. Banners that emphasize urban information sharing, especially depending on the content of the design, are a design product that is often needed to reflect the urban identity. Each concept associated with the urban texture can be transferred to the design process of the poster by influencing the creative process of the designer with an effect emphasizing the urban identity. In this direction, the study focuses on poster designs that emphasize the identity of the city in terms of the content it covers. Review including literature review; It shows that urban identity as a concept can connect with typography, illustration, photography or geometric form in poster design. The interaction of urban elements with typography, illustration, photography or geometric form can strengthen the emphasis of the information interpreted through the poster in visual communication. The formal structure that can be related to the urban identity through the design elements on the poster surface; reflect the content well.

Keywords: Urban Identity, Poster, Content, Visual Element, Meaning