T.C.
MİMAR SİNAN GÜZEL SANATLAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GRAFİK TASARIM ANASANAT DALI
GRAFİK TASARIMI PROGRAMI

GRAFİK TASARIM ÖĞELERİNİN KENT DOKUSU İÇİNDE YER ALIŞ BİÇİMLERİ: İSTANBUL ÖRNEĞİ

(Sanatta Yeterlik Tezi)

Hazırlayan
20116021 Dide AKDAĞ SATIR

Danışman
Prof. Ayşegül İZER

İSTANBUL – 2014

Dide AKDAĞ SATIR tarafından hazırlanan **Grafik Tasarım Öğelerinin Kent Dokusu İçinde Yeralış Biçimleri : İstanbul Örneği** adlı bu çalışma aşağıda adları yazılı jüri üyelerince Oybirliğiyle / ~~Oyçokluğuyla~~ Sanatta Yeterlik Tezi olarak Kabul Edilmiştir.

Kabul (Sınav) Tarihi : 20 / 06 / 2014

(Jüri Üyesinin Ünvanı , Adı , Soyadı ve Kurumu) : İmzası :

Jüri Üyesi : Prof. Ayşegül İZER (Danışman) .....

Jüri Üyesi : Doç.Dr. Mehmet ÜSTÜNİPEK (İstanbul Kültür Ünv.Öğr.Üy.) .....

Jüri Üyesi : Yrd.Doç. Dr. Kevser ÜSTÜNDAĞ .....

Jüri Üyesi : Yrd.Doç. Burcu DÜNDAR .....

Jüri Üyesi : Yrd.Doç. Gürbüz DOĞAN EKŞİOĞLU (Yeditepe Ünv.Öğr.Üy.) .....

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

ÖNSÖZ..... IV
ÖZET..... V
SUMMARY.....VII
RESİMLER LİSTESİ..... IX
1.GİRİŞ..... 1
2.KENT..... 6
2.1. Kentsel Kimlik..... 6
2.2. Kentsel Yaşam Kalitesi..... 8
2.3. Kentsel Mekanın İletişim İşlevi..... 9
3.GÖRSEL KİMLİK..... 11
3.1. Görsel Kimlik ve Kent Kimliğine Yansımaları..... 11
3.2. Görsel Kimlik, Mekan ve Grafik Tasarım İlişkisi..... 13
3.3. Görsel Kimlik, Algı ve Çevresel İmge..... 16
3.4. Görsel Algılama Yaklaşımlarına İlişkin Paradigmalar..... 17
3.4.1. Uzman Paradigma..... 17
3.4.2. Bilişsel Paradigma..... 17
3.4.3. Psikofiziksel Paradigma..... 17
3.4.4. Karşılıklı Etkileşim Paradigması..... 18
4. ÇEVRESEL GRAFİK TASARIM..... 18
4.1. Yönlendirme ve İşaret Tasarımı..... 20
4.2. Sergileme Tasarımı..... 21
4.3. Yer İmleri..... 23
4.4. Kamusal Alanda Okunaklılık ve Çevresel Tipografi..... 24

5. GRAFİK TASARIM ÖĞELERİ VE KENTTE UYGULAMA ALANLARI ÖRNEK UYGULAMALAR..... 32
5.1. Uygulama Esasları..... 33
5.1.1. Bina Sağır Duvarları ve Yüzeyleri……..... 37
5.1.2. Bina Son Kat Alın Yüzeyleri ve Çatıları..... 43
5.1.3. Konut ve Ticaret Alanları……..... 44
5.1.4. Sanayi Alanları……..... 47
5.1.5. İnşaat ve Tadilat İzni Olan Yapılar……..... 48
5.1.6. Kamu Ortak Kullanım Alanları..... 49
5.1.7. Elektrik Direkleri Üzerine Asılan Reklamlar……..….. 50
5.1.8. Yön ve Yer Gösterici Tabelalar..... 51
5.2. Uygulamaya İlişkin Genel İlkeler 52
5.3. İzinsiz Konan İlan, Reklam ve Tanıtım Elemanları……... 64
5.4. Cephe Rehabilitasyonu ve Kentsel Tasarım Uygulama Projeleri ve Örnek Uygulamalar..... 65
5.5. İstanbul Kentsel Bildirişim Tasarımı..... 71
5.5.1. Öğelerin Yer Alış Biçimleri……...……...…….……... 72

6. İSTANBUL'DA YER ALAN, KENTSEL TASARIMDA KULLANILAN GRAFİK TASARIM ÖĞELERİ ALAN ÇALIŞMALARI VE ÖRNEKLER..... 80
6.1. Alışveriş Merkezi Dış Cephe Tabelaları..……..... 81
6.2. İstiklal Caddesi Tabela Değişikliği Örnek Uygulama Tasarımı: Güzel Beyoğlu Projesi…….…..….... 96
6.3. Yapay Kentleşme: Yeni Yaşam Alanları ve Tabela……..…….…….. 104
6.4. Kent Mobilyaları…….…….…… 108
6.5. Engelsiz Kent.…….…….…….. 112
6.6. Karayolları Tabelaları…….…….…….… 117
6.7. Dış Cephe, Ticari, Tanıtım Tabelaları ve Kaplamaları……..……... 121
6.8. Kapı Numaraları ve Konut İsimlikleri……..…….……... 135
6.9. Led Ekran Tabelaları…….…….…….…..... 140
6.10. Billboard ve Raket Panolar……..…….…….…… 142
6.11. Piktogram Uygulama Alanları……..……..... 149

7. SONUÇ..... 156
8. EKLER..... 163
EK 1. Örnek Uygulama Tasarımı: ClearviewHwy..... 164
EK 2. Görme Sorunları Olan Yaşlı İzleyiciler İçin Yazı Karakteri Okunaklılığı..... 170
EK 3. İşaretleme ve Yön Bulma Sistemleri Çalışmaları..... 181
EK 4. İstanbul Kentsel Bildirişim Tasarımı..... 189
EK 5. T.C. İstanbul Büyükşehir Belediyesi Reklam, İlan ve Tanıtım Yönetmeliği..... 221
9. KAYNAKLAR..... 259
10. ÖZGEÇMİŞ..... 272

ÖNSÖZ

İstanbul'u sevenler, ona yapılanları görenler, algılayanlar olarak çoğu zaman kente yapılan uygulamalarda gözlerimizi kapatmak zorunda kalıyoruz ancak bir grafik tasarımcı olarak bu yapılanları görmezden gelmemiz mümkün olmuyor. Mesleğin bize kazandırdığı görsel duyarlılık, algı uyarılarıyla, görsel kirlilik ve düzensizlik karşısında yaşadığım etkileşim, tezimin konusunu seçmem de etkin oldu.

"Grafik Tasarım Öğelerinin Kent Dokusu İçinde Yer Alış Biçimleri: İstanbul Örneği" adlı tez çalışmasının gerçekleşmesinde öncelikle fikirleriyle beni yönlendiren, destekleyen, akademik ve yapıcı duruşuyla her zaman yanımda olan değerli danışmanım Prof.Ayşegül İZER'e, disiplinlerarası bağlamda bütünsel bir perspektiften bakmamı sağlayan eş danışmanım Yrd.Doç.Dr. Kevser ÜSTÜNDAĞ'a, önerileri ve katkıları için Yrd.Doç. Burcu DÜNDAR'a teşekkür ederim.

Ayrıca eğitim hayatım boyunca bana yol gösteren değerli hocalarıma, çalışma arkadaşlarıma, dostlarıma ve göstermiş oldukları destekten dolayı sevgili aileme, beni bugünlere taşıyan annem ile babama ve eşime teşekkürlerimle...

Haziran, 2014 Dide AKDAĞ SATIR

ÖZET

GRAFİK TASARIM ÖĞELERİNİN KENT DOKUSU İÇİNDE
YER ALIŞ BİÇİMLERİ: İSTANBUL ÖRNEĞİ

Bu çalışmada öncelikle 21.yüzyılda İstanbul'da yaşanan değişim ve dönüşümün yarattığı çevre sorunları karşısında "Kentlerin düzenlemesinde grafik tasarımdan ne gibi katkılar gelebilir? Kent ve görsel tasarım ilişkisi nasıl olabilir? Kentlerde bir estetik kavramından söz edilebilir mi?" sorularına yanıt aranırken, insana ilişkin herşeyin temelini oluşturan kent için, grafik tasarım ve çevresel grafik tasarım çerçevesinde yeni ve farklı bakış açıları biraraya getirilerek, görsel kirliliğe son verecek gündelik yaşama yönelik ipuçlarının ortaya koyulması amaçlanmıştır.

Çalışmanın "Kent" adlı ilk bölümünde kentsel kimlik, kentsel yaşam kalitesi, kentsel mekanının iletişim işlevi kavramlarına açıklık getirilmiştir.

"Görsel Kimlik" bölümünde grafik tasarım, görsel kimlik ve görsel algılama yaklaşımlarının ilkeleri, ilişkileri ve kent kimliğindeki yansımaları anlatılmıştır.

Üçüncü bölümde Grafik Tasarım, Mimarlık Şehir Planlama, Endüstri Tasarımı, İç Mimarlık ve Peyzaj mimarlığı gibi disiplinlerle birlikte ortaya çıkan Çevresel Grafik Tasarımın, insan ve mekanla olan ilişkisi ele alınmış, Çevresel Tipografi ve Kamusal alanda okunaklılık, işaret ve yön bulma sistemleri, işlevleri ve kapsamlarını oluşturan öğeler anlatılmıştır.

Dördüncü bölümde Grafik Tasarım Öğeleri ve Kentte Uygulama esasları, Reklam, İlan ve Tanıtım Kuralları ve Kentsel Bildirişim Tasarımı çerçevesinde örnekler üzerinden irdelenmiştir.

Son bölümde ise kentsel tasarımda kullanılan grafik tasarım öğeleri üzerinden yapılan alan çalışmaları ele alınmış, örnekleri bağlamında "alışveriş merkezi dış cephe tabelaları, İstiklal Caddesi tabela değişikliği projesi, yapay kentleşme: yeni yaşam alanları ve tabela, şehir mobilyaları, engelsiz kent, dış cephe kaplamaları ticari, tanıtım tabelaları, kapı numaraları ve konut isimlikleri, LED ekran tabelaları, billboard ve raket panolar, piktogramlar ve uygulama alanları" kapsamında yer verilmiştir. Yine bu bölümde farklı disiplinler buluşturulurken, grafik tasarım disiplinin bakış açısıyla kent okuması yapılmıştır.

ANAHTAR KELİMELER: Grafik Tasarım, Çevresel Grafik Tasarım, Görsel Kimlik, Görsel Kirlilik, Açıkhava Reklam Elemanları.

SUMMARY

THE WAY HOW GRAPHIC DESIGN ELEMENTS APPEAR IN AN URBAN FABRIC: AN EXAMPLE FROM ISTANBUL

In this study, it is aimed to pair up new and different perspectives in the frame of graphic design and environmental graphic design about the city that forms the base for anything about human to put forth everyday clues that will end up visual pollution while answering the following questions: “What kind of benefits can be derived from graphic design in urban planning?”, “How can the relation between city and visual design be?”, “Is it possible to talk about the notion of aesthetics in city?”

In the first part of the study that is named “The City” the concepts of urban identity, quality of urban life and communicative function of urban area are explained.

In the “Visual Identity” part, graphic design, the principles of visual identity and visual perception and their relations, and their reflections on urban identity are stated.

In the third part, the relationship between human and space and Environmental Graphic Design which has come up along with other disciplines such as Graphic Design, Architecture, Urban Planning, Industrial Design, Interior Architecture and Landscape Architecture is discussed, Environmental Typography, Legibility in Public Sphere, marking and finding directions, their functions and their elements forming the scope are clarified.

In the fourth part, Elements of Visual Design is discussed by giving examples within the frame of Implementation Principals in the City, Commercials, Announcement and Promotion Rules, Urban Communication design.

In the last part, the fieldwork that is carried out through the graphic design elements that are used in urban design is discussed and it is analysed in exemplary context of “scope of shopping malls external signboards, Istiklal Street signboard change project, urbanization, new living areas and signboard, city furniture and accesible city, siding, commercial billboards, door numbers and building names, led screen tables, billboards and racket panels, pictograms and their application areas”. Again in this part, while meeting different disciplines, the city is read through graphic design perspective.

KEY WORDS: Graphic Design, Environmental Graphic Design, Visual Identity, Visual Pollution, Outdoor Advertising Elements.

RESİMLER LİSTESİ

Resim 1.1. Değişen İstanbul silüeti..... 1
Resim 3.1. Floransa arması ve bayrağı..... 11
Resim 4.1. Paul Mijksenaar, New York ve New Jersey'de bulunan yönlendirme ve işaretleme tasarımı..... 20
Resim 4.2. El Lissitzky "Sovyet Pavyonu" sergileme tasarımı..... 21
Resim 4.3. London Open City sergileme tasarımı..... 22
Resim 4.4. Newyork Manhattan 9. caddedeki dev "9" rakamı..... 23
Resim 4.5. Newark'ta Hudson Nehri üzerindeki New Jersey Gösteri Sanatları Merkezi..... 25
Resim 4.6. York'taki Bloomberg L.P. kurumsal merkez binası çevresel grafik çalışması..... 26
Resim 4.7. Kütüphanenin kitap spirali bölümündeki ayarlanabilir paneller..... 27
Resim 4.8. Yürüyen merdivenlerin kenarlarındaki renkli ve parlak işaretlemeler 27
Resim 4.9. Futura Extra Bold yazıtipinde yazılmış harfler..... 28
Resim 4.10. New York'taki Times Square yakınlarındaki yeni 42. Cadde Stüdyoları için çevresel grafik olarak işaretleme..... 28
Resim 4.11. Klasik kitabe harfleri..... 29
Resim 4.12. London Barbican'da yön dizgesi örneği..... 30
Resim 4.13. Çevredeki fiziksel nesnelerden esinlenerek oluşturulmuş yazı karakteri örnekleri..... 31
Resim 5.1. Topkapı Kalesi önüne gelecek bir biçimde yerleştirilen billboard uygulamaları örneği..... 33
Resim 5.2. Yırtıldığı halde kaldırılmayan ya da üzeri örtülmeyen sabit reklam asma elemanı..... 34
Resim 5.3. Billboardlar arası olması gereken mesafe kuralı dışında kullanılan uygulama örnekleri..... 35

Resim 5.4. İzinsiz yapıştırılmış kağıt afiş örneklerine ek olarak, yapıştırılmaya hazırlanan kağıt afiş örnekleri..... 36
Resim 5.5. Pencere boşlukları olmasına rağmen uygulama yapılan dış cephe kaplaması örneği..... 37
Resim 5.6. Reklamın zemin rengine uymayan, karşıt renkte tabela kullanımı örneği..... 38
Resim 5.7. Birden fazla reklam ve tanıtım uygulaması ile ortaya çıkan karşıtlıklar ve görüntü kirliliği örneği..... 39
Resim 5.8. Dış cephe reklam kaplamasında kullanılan figürler ve konumları..... 40
Resim 5.9. Tarihi sur yapı üzerine reklam ve tanıtım amaçlı üç boyutlu Türkiye haritası..... 41
Resim 5.10. Ulusal temalı bir fotoğraf yarışmasına ait cephe kaplamasıyla yapılan reklam uygulaması..... 41
Resim 5.11. Çıkıntılı olarak tasarlanan konstrüksiyon elemanları üzerine yerleştirilen reklam uygulamaları örneği..... 42
Resim 5.12. Bina son kat alın yüzeyine reklam tabelası yerleştirilen bina örneği... 43
Resim 5.13. Tanıtıcı levhaların yatay çizgilerinde uyum bulunmayan, hizmet duyuruları..... 44
Resim 5.14. Konut niteliğini yitirerek ticaret işlevi kazanan bina tabelası..... 45
Resim 5.15. Binanın her katında yer alan tabelalar nedeniyle ortaya çıkan görüntü kirliliği..... 46
Resim 5.16. Kurallara aykırı olarak birçok katına tanıtım tabelası yerleştirilen bina örneği..... 46
Resim 5.17. Bina son kat alın yüzeyi de dahil olmak üzere tüm binaya yerleştirilen reklam ve tanıtım panosu örnekleri..... 47
Resim 5.18. Paravan yüzeyinde birden fazla kullanılan reklam ve yönlendirme tabelası uygulaması..... 48
Resim 5.19. Açık otoparkların çevresi sabit reklam asma panosu tesis edilen reklam alanı..... 49
Resim 5.20. Kaldırım kenarında bulunan elektrik direkleri..... 50

Resim 5.21. Zaman içinde işlevselliğini yitirmiş tabela örneği..... 51
Resim 5.22. Engelli insanların dolaşımını engelleyecek biçimde hazırlanmış tanıtım, yönlendirme tabelası..... 51
Resim 5.23. Tarihi çevrenin algılanmasını engelleyecek şekilde yerleştirilmiş, büfede satılan ürünlere dair hazırlanan reklam uygulamaları..... 52
Resim 5.24. Tarihi çevrenin algılanmasını engelleyici reklam uygulamaları..... 53
Resim 5.25. Türbe üzerine özensiz bir biçimde yerleştirilen bez afiş 53
Resim 5.26. Tarihi hamam üzerine dijital pano yerleştirilerek zedelenen tarihi doku örneği..... 54
Resim 5.27. Üst üste yerleştirilerek birbirinin engelledikleri için ileti işlevini sağlamayan tabela örnekleri..... 55
Resim 5.28. Binanın dış cephesinde yer alan kaplamanın üzerine yerleştirilerek birbirinin görüntüsüne engel olan reklam örnekleri..... 56
Resim 5.29. Ağaç üzerine rastgele yerleştirilmiş tabela örneği..... 57
Resim 5.30. Yabancı dillerde kullanılan tabela (sol üstte) ve tente (altta) örneği.... 58
Resim 5.31. Bina üzerine yerleştirilen tanıtım unsurları dışında yer alan reklam unsurları içeren görünüm..... 59
Resim 5.32. Binanın dış cephesine yerleştirilen, üç boyutlu ekmek maketi.....60
Resim 5.33. Üç boyutlu Türkiye Haritası kullanılarak hazırlanan, kent estetiğini olumsuz etkileyen su firmasına ait tanıtım uygulaması.....61
Resim 5.34. Led aydınlatma sistemi ile birlikte kullanılan, üç boyutlu el ve dünya maketinden oluşan reklam öğesi..... 61
Resim 5.35. Görsel açıdan olumsuz etki bırakan, reklam amaçlı kullanılan üç boyutlu baklava tepsisi ile oluşturulan tanıtım örneği..... 62
Resim 5.36. Tanıtım ve reklam amacıyla çizilerek yapılan duvar resmi örneği..... 63
Resim 5.37. Elle özensiz bir şekilde yazılarak hazırlanan duvar ilanı örneği..... 63
Resim 5.38. Kurallara aykırı, uygun hale getirilemeyen raket ve tabelaların, ilgili belediye tarafından kaldırılırken bir görünümü..... 64
Resim 5.39. Cephe rehabilitasyonu öncesi görünüm..... 65
Resim 5.40. Cephe rehabilitasyonu sonrası taslak çalışma görünümü..... 65

Resim 5.41. Cephe rehabilitasyonu öncesi taslak çalışma görünümü..... 66
Resim 5.42. Cephe rehabilitasyonu sonrası taslak çalışma görünümü..... 66
Resim 5.43. Bab-ı Ali ve Ankara Caddeleri cephe rehabilitasyonu ve kentsel tasarım uygulama projesi..... 67
Resim 5.44. Barbaros Bulvarı cephe rehabilitasyonu ve kentsel tasarım uygulama projesi..... 67
Resim 5.45. Basın Ekspres Yolu (Havaalanı Bağlantı Yolu) cephe rehabilitasyonu ve kentsel tasarım uygulama projesi..... 67
Resim 5.46. Abdi İpekçi ve Numunebağ Caddeleri cephe rehabilitasyonu ve kentsel tasarım uygulama projesi..... 68
Resim 5.47. Sultanbeyli Cephe rehabilitasyonu ve kentsel tasarım uygulama projesi..... 68
Resim 5.48. Yusufpaşa Güzergahı cephe rehabilitasyonu ve kentsel tasarım..... 69
Resim 5.49. Ordu Caddesi cephe rehabilitasyonu ve kentsel tasarım uygulama projesi..... 69
Resim 5.50. Ordu Caddesi cephe rehabilitasyonu ve kentsel tasarım uygulama projesi..... 70
Resim 5.51. Tarlabaşı - Refik Saydam Caddeleri cephe rehabilitasyonu ve kentsel tasarım uygulama projesi..... 70
Resim 5.52. Üst üste sıkışık nizamda yerleştirilmiş tabela örnekleri..... 72
Resim 5.53. Şevkibey Sokağı, Balmumcu..... 73
Resim 5.54. Safa Sokağı, Kadıköy..... 73
Resim 5.55. Susam Sokağı, Beyoğlu..... 74
Resim 5.56. Cihangir yokuşu, Beyoğlu..... 74
Resim 5.57. Kumrulu yokuşu, Beyoğlu..... 75
Resim 5.58. Mustafa Paşa Bostanı Sokağı, Fatih..... 75
Resim 5.59. Leblebici Sokağı, Beyoğlu..... 76
Resim 5.60. Narmanlı Apartmanı, Nişantaşı..... 76

Resim 5.61. Yenilenen kapı numarasının konumu..... 77
Resim 5.62. Kentsel bildirişim tasarımı kılavuzundan esinlenerek yenilenen sokak tabelası..... 78
Resim 5.63. Kentsel bildirişim tasarımı kılavuzundan esinlenerek hazırlanan Bandırma Belediyesi'ne ait turkuaz zeminli sokak tabelası..... 78
Resim 5.64. Farklı ülkelere ait tabela örnekleri..... 79
Resim 6.1. Metrocity alışveriş merkezi dış cephe tabelaları..... 84
Resim 6.2. Metrocity alışveriş merkezi dış cephe tabela detayları..... 85
Resim 6.3. Kanyon alışveriş merkezi dış cephe tabelaları..... 86
Resim 6.4. Kanyon alışveriş merkezi dış cephe tabela detayı..... 86
Resim 6.5. Metroport alışveriş merkezi dış cephe tabelaları..... 87
Resim 6.6. 212 alışveriş merkezi dış cephe tabelaları..... 88
Resim 6.7. 212 alışveriş merkezi dış cephe tabelaları..... 88
Resim 6.8. Capacity alışveriş merkezi dış cephe led ekran uygulaması..... 89
Resim 6.9. Aqua Florya alışveriş merkezi dış cephe tabelaları..... 89
Resim 6.10. İstinye Park alışveriş merkezi dış cephe tabelası..... 90
Resim 6.11. İstinye Park alışveriş merkezi dış cephe tabela detayı..... 90
Resim 6.12. Starcity alışveriş merkezi dış cephe tabelaları..... 91
Resim 6.13. A Plus alışveriş merkezi dış cephe tabelaları..... 91
Resim 6.14. Airport Outlet Center alışveriş merkezi dış cephe tabelaları..... 92
Resim 6.15. Kale Outlet Center alışveriş merkezi dış cephe tabelaları..... 92
Resim 6.16. Torium alışveriş merkezi dış cephe tabelaları, gündüz görünüm..... 93
Resim 6.17. Torium alışveriş merkezi dış cephe tabelaları, gece görünümü..... 93
Resim 6.18. City's alışveriş merkezi dış cephe tabelaları..... 94
Resim 6.19. Yansıtıcı cam malzeme üzerinde zeminsiz logo kullanımı..... 94
Resim 6.20. Capitol alışveriş merkezi ve Olivium Outlet alışveriş merkezi dış cephe tabelaları..... 95

Resim 6.21. Çeşitli markalara ait ahşap tabela üzeri pirinç harf örnekleri..... 97
Resim 6.22. Çeşitli markalara ait ahşap tabela üzeri pirinç harf örnekleri..... 98
Resim 6.23. İstiklal Caddesi Oxxo mağazası tabelası mermer doku kullanımı..... 99
Resim 6.24. İstiklal Caddesi Oxxo mağazası tabelası kutu harf kullanımı..... 99
Resim 6.25. İstiklal Caddesi Oxxo mağazası, bina genel görünümü..... 100
Resim 6.26. İstiklal Caddesi Tarihi Markiz Pastanesi..... 101
Resim 6.27. İstiklal Caddesi Markiz Pastanesi..... 101
Resim 6.28. Çeşitli markalara ait ahşap tabela üzeri pirinç tabela örnekleri..... 102
Resim 6.29. Çeşitli markalara ait ahşap tabela üzeri pirinç harf örnekleri..... 103
Resim 6.30. Ataşehir Toplu Konutlar..... 104
Resim 6.31. Hızla gelişen Maslak Silüeti..... 105
Resim 6.32. Halkalı Toplu Konutları..... 105
Resim 6.33. Venedik Evleri, Gaziosmanpaşa.....106
Resim 6.34. Bosphorus Evleri, Halkalı..... 106
Resim 6.35. Bosphorus City'de yer alan yalı tabelası örnekleri..... 107
Resim 6.36. Bosphorus City yönlendirme tabelası..... 107
Resim 6.37. İşlevsiz, estetik olmayan kent mobilyaları..... 108
Resim 6.38. Algılanabilirliği düşük, işlevsellik anlamında yetersiz, oturma grubu örneği. 109
Resim 6.39. Reklam amaçlı olarak ağaca asılan koltuk ile oluşan görsel kirlilik... 110
Resim 6.40. Kent estetiğini olumsuz etkileyen vitrin mankenleri..... 110
Resim 6.41. Reklam amacıyla yerleştirilen cansız manken örneği..... 111
Resim 6.42. Engelli bireyin geçişini engelleyen örnekler..... 112
Resim 6.43. Engelli bireyin geçişini engelleyen dar kaldırımlar, merdivenler üzerine yerleştirilen mantar bariyeler ve pencere korkulukları..... 113
Resim 6.44. Kent mobilyalarının keskin ve çıkıntılı kenarları..... 113
Resim 6.45. Kaldırıma çıkıntı yapan işyerlerinin yönlendirmeleri..... 114
Resim 6.46. Bariyelerle engellenmiş geçişe izin vermeyen kaldırım..... 114
Resim 6.47. Kaldırım üzerinde, ızgara, rögar kapağı gibi altyapı elemanları..... 115
Resim 6.48. Uygun koşulları sağlamayan yaya kaldırımı örneği..... 115

Resim 6.49. Görme engellilerin kaldırımlarda güvenli bir şekilde ilerleyebilmeleri için kaldırım yüzeyinde hissedilebilir kılavuz izler..... 116
Resim 6.50. Uluslararası dolaşımda da kullanılan trafik levhası..... 117
Resim 6.51. Yanlış harf anatomileri kullanılan trafik levhası örneği..... 118
Resim 6.52. E serisi (Modifiye) Highway Gothic ve Clearview-Bold (altta)..... 119
Resim 6.53. Kötü görüş koşulları için hazırlanan yazı karakteri..... 120
Resim 6.54. Bina dış cephesinde yer alan dijital tabela örnekleri..... 121
Resim 6.55. Binayı kaplayarak, görsel kirlilik yaratan tanıtım tabelaları..... 122
Resim 6.56. Tarihi taş doku ile karşıtlık oluşturan led ışıklı reklam tabelaları..... 123
Resim 6.57. Bina dış cephesini kaplayan ticari tanıtım tabelaları..... 123
Resim 6.58. Eminönü Yeni Cami kapı girişinde yer alan mermer tabela..... 124
Resim 6.59. Tarihi yapının duvarında yer alan dijital led tabela..... 124
Resim 6.60. Hatalı tipografi kullanılan tabela örneği..... 125
Resim 6.61. Dükkan girişinde yer alan basamakların altında kalan yönlendirici kaplama örneği..... 125
Resim 6.62. El yazısı karakterleri ile oluşturulmuş tipografik açıdan hatalı olarak tasarlanmış tabela örneği..... 126
Resim 6.63. Birbirinden farklı yazı karakterleri kullanılarak oluşturulan tabela örneği..... 127
Resim 6.64. Yeşil doku nedeniyle üzeri örtülmüş, ihmal edilen eksik tabela parçaları nedeniyle görsel kirlilik yaratan tabela örneği..... 128
Resim 6.65. Tarihi yapı ile karşıt görünüm oluşturan tabela uygulaması..... 129
Resim 6.66. Biçim, renk ve tipografisine dikkat edilmeden yan yana yerleştirilen tabela örnekleri..... 129
Resim 6.67. Örnek eczane tabelası..... 130
Resim 6.68. Birbirinin etkisini yok eden tabela örneği..... 131
Resim 6.69. Pencere ve kapı kasalarının üzerine yerleştirilen harf çıkartmalar..... 132
Resim 6.70. Tarihi dokuyu engelleyen tur şirketi tabelası..... 132

Resim 6.71. Şirinevler, Kadıköy, Beyoğlu, Beşiktaş, Okmeydanı, Bahçelievler'de yer alan dış cephe reklam kaplamaları..... 133
Resim 6.72. Barselona ve Fransa'da yer alan tabela örnekleri..... 134
Resim 6.73. Yetersiz boşluk kullanımı nedeniyle okunma zorluğu yaratan kapı isimlikleri..... 135
Resim 6.74. Ferforje kapı isimliği örnekleri..... 135
Resim 6.75. Tarihi bina üzerine yerleştirilmiş, birbirinden farklı kapı numaraları kullanılan uygulama örneği..... 136
Resim 6.76. Mozaik doku ile apartman ismi..... 136
Resim 6.77. İstanbul'da yer alan bina cephesiyle, yapısıyla uyumlu, estetik, işlevsel kapı isimlikleri örnekleri..... 137
Resim 6.78. İspanya, İngiltere, İsviçre, Danimarka, Güney Afrika'da yer alan kapı numaraları..... 138
Resim 6.79. İngiltere'de yer alan bina üzerine yerleştirilen örnek tasarımlar..... 139
Resim 6.80. LED tabela örnekleri..... 140
Resim 6.81. Berber dükkanına ait tasarlanmış LED tabela örneği..... 141
Resim 6.82. LED tabela örneği..... 141
Resim 6.83. Vodafone markasına ait özel kesim billboard tasarımı..... 142
Resim 6.84. Vodafone yaşayan billboard tasarımı örneği..... 143
Resim 6.85. Vodafone markasına ait billboard tasarımı uygulaması..... 143
Resim 6.86. Doritos markasına ait billboard tasarımında kullanılan özel kesim taşma payları..... 144
Resim 6.87. Doritos markasına ait billboard tasarımı, gece görünümü..... 144
Resim 6.88. Billboard plus gece görünüm örnekleri..... 145
Resim 6.89. Billboard plus gece görünümü..... 145
Resim 6.90. WWF: Çevreci billboard tasarımı örneği..... 146
Resim 6.91. Smart: Little markasına ait yaratıcı billboard tasarımı uygulaması... 146
Resim 6.92. Londra'da yeni bir açık hava reklamcılığı örneği..... 147
Resim 6.93. "Lays" üç boyutlu raket pano örneği..... 148

Resim 6.94. Piktogramların en önemli özelliği gereksiz ayrıntılar..... 149
Resim 6.95. İstanbul Büyükşehir Belediyesi tramvayı..... 150
Resim 6.96. Karaköy tramvay durağı..... 150
Resim 6.97. Zamanı geçmiş piktogramlar..... 151
Resim 6.98. Uyarı levhalarında temel tipografi kuralları..... 151
Resim 6.99. Görsel kirlilik yaratan piktogram örneği..... 152
Resim 6.100. Yolcu otobüsü piktogram örneği..... 152
Resim 6.101. Yanlış uygulama alanları nedeniyle etkisini kaybeden piktogram örnekleri.....153
Resim 6.102. Birbirini örtecek bir biçimde yerleştirilen piktogram uygulamaları..153
Resim 6.103. İBB tramvay kapısında yer alan piktogram örnekleri..... 154
Resim 6.104. Olivium alışveriş merkezi ve Demirören iş merkezi..... 155
Resim 6.105. Aqua Florya alışveriş merkezi..... 155

1. GİRİŞ

"Kent, insanı kendi kendisine ulaştırabilir veya kendisinden uzaklaştırabilir."[1]



Resim 1.1. Değişen İstanbul silüeti.

> *"Kentleşme sürecinin başlangıcı, genellikle uygarlığın da başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Bununla birlikte kentleşme belli ve somut bir tarihle belirlenecek bir başlangıca sahip değildir. Buna karşın araştırmacılar, kentleşmenin başlangıcı konusundaki belirsizliği ortadan kaldırabilmek amacıyla, insanların avcılık ve çobanlıktan tarımsal eylemleri nedeniyle yerleşik hayata geçmesini, hem uygarlığın hem de kentleşmenin başlangıcı olarak kabul etmektedirler."*[2]

Kentsel alanın göç alma ve nüfus artışı nedeniyle farklı kimliklerin mekanı olması, gelişen ulaşım ve iletişim teknolojileri, kent imgesini ve algılanış biçimlerini değiştirmiştir. Bu değişimin en belirgin göstergesi mekanın tüketim nesnesine dönüşmesidir. Kentlere tüketim nesnesi olarak bakılarak, imgeler yaratılmaktadır. Kentte görünen ve gösterilen arasındaki ilişki önemlidir. Hayatın her alanında görselleşme sürecinin yaşandığı yirmi birinci yüzyılda modern kent yaşamının geçirdiği evreler, mekanda görsel iletişim araçları ile yansımaktadır.

---

[1] Şafak URAL, **Şehir ve Felsefe**, 20.
[2] M.ES - H.ATEŞ, **Kent Yönetimi, Kentlileşme ve Göç: Sorunlar ve Çözüm Önerileri,** 206.

> *"Zincirleme bir yapısal ilişki sergileyen farklı kent imgeleri içinde her öğe kendi olamayan diğerine gönderme yaparak işlev görmektedir. Her dönem, mimari çevrenin biçim ve içeriği, ortamın kültürel, toplumsal, algısal ve düşünsel kodlarına gönderme yaparak "gösterimsel ve çağrışımsal anlamın yer değiştiren kurgularında varlık kazanmaktadır."* [3]

"İnsanın çevreyi nasıl etkilediği, biçimlendirdiği ile çevrenin insanı ne derecede etkilediği, etkileşim mekanizmalarının neler olduğunun araştırılmasından çıkan en önemli sonuç, mekansal oluşumların sadece gerçek dünyanın nesnel özelliklerine göre değil, algılanan dünyanın öznel özelliklerine de bağlı olduğudur." [4] Kentsel tasarım çalışmalarında bir yol gösterici olarak, dikkate alınması gereken başka önemli bir konu da, kent dokusunun ve onu oluşturan öğelerin özellikleridir. Bu çerçevede kent dokusunda yer alan grafik tasarım unsurları araştırılarak ana hatları ile ortaya konulmuştur. Belirlenen alan tespit çalışmaları ile kentte yer alan grafik tasarım öğelerine ilişkin, görsel analizler yapılarak ve araştırma bulgularının sonuçları karşılaşılan sorunlar saptanmıştır. Kent algısı ve bellek kaybı konularında farkındalık yaratılmaya çalışılmış, çevresel yaşam kalitesi standardı sağlanması amaçlanmıştır.

> "*İstanbul gibi tarihin her döneminde çok katmanlı, çok renkli, oyunlu-oyuncaklı, kendini apaçık ortaya döküyormuş gibi görünüp başka başka anlamlara fırsat veren, gizemli bir yanını hep saklı tutan kentlerde, tek bir kent imgesinden değil de kentsel yaşamın içine sızmış, o kentle anılan, kentsel ve mekansal simgelerden, zihinlerde yer eden kartpostallara dönüşmüş kent görünümlerinden de söz edilebilir."*[5]

[3] Yeşim ALEMDAR, **Anlatıya Dayalı Bir Kent Okuması: Kayseri Sahabiye Mahallesi,** 284.
[4] E.Ertunç GONCAGÜL, **Mekânsal Çelişkilerin Değerlendirilmesinde Çok Boyutlu Algılama Yaklaşımlarının Planlama Sürecinde Kullanımı: İzmir Örneği**, 3.
[5] Funda UZ SÖNMEZ, **Dil**, 69.

Bütünsel perspektiften kentsel kimlik, kentsel yaşam kalitesi ve kent mekanının iletişim işlevleri ile grafik tasarım bileşenleri arasındaki ilişkiler, görsel kimlik, görsel kültürün kent kimliğine yansımaları, görsel kimlik ve mekan-yapıt-grafik tasarım ilişkisi, görsel algılama yaklaşımlarına ilişkin paradigmalar olan uzman, bilişsel, psikofizik ve karşılıklı etkileşim paradigmaları açıklanmaya çalışılmıştır.

Teknolojinin hızlı gelişimi, insanın çevreyle olan ilişkisi, yaşamımızın karmaşıklaşması, engellilerin ihtiyaçlarının yeterince sağlanmaması, toplum katmanlarının göçlerle karmaşıklaşması, özellikle görsel kimlik tasarım kavramının yerleşmemesi sonucu İstanbul kimliğinin yok olması ile ortaya çıkan sorunlar grafik tasarım çerçevesinde örnek uygulamalar, irdelemeler ile çözüm önerileri getirilmesi bağlamında ele alınmıştır. Bu değişimin getirdiği sorunları, disiplinlerarası yöntemlerle değerlendirmek ve toplumun yararı için yeni eğitim ve kültür politikaları geliştirerek çözmek amaçlanmaktadır.

Bilgilendirme tasarımının kapsamına giren yönlendirme, bilgi verme, tanımlama, mekan duygusunu artırma gibi işlevleri olan çevresel grafik tasarımın amacı, kapsamı, uygulama alanları ve bu alanlardaki nitelik arayışı örneklerle incelenmektedir. Çevresel grafik tasarımın etkinlik alanı olan mekanlarda iki boyutlu tasarımda yapılandan farklı olarak üçüncü boyuta geçiş ve ölçekteki değişim sorunsalı değerlendirilmiştir.

Kamusal alanda okunaklılık ve çevresel tipografi, işaret ve yön bulma sistemleri, işlevleri ve kapsamlarını oluşturan öğeler anlatılmıştır. Grafik tasarım öğeleri ile işaretleme ve yön bulma sistemleri ve kapsamını oluşturan öğeler, 2005 yılında İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından hazırlanan Reklam, İlan ve Tanıtım Kuralları ile Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Öğretim Üyesi Bülent Erkmen ile mimar Aykut Köksal'ın tasarladıkları İstanbul Kentsel Bildirişim Tasarımı Kılavuzu'nun çerçevesinde örnekler üzerinden irdelenmiştir.

"Çağın tüketim katedralleri"[6] günümüzün yeni kamusal mekanları alışveriş merkezlerine ait tabela örnekleri ölçek, hiyerarşi ve yönetim temellerinde biçimsel olarak irdelenmiştir. Kentsel alanda görsel kimlik öğesinin tasarlanması konusu içerisinde incelenebilecek örnek bir olay olarak gerçekleştirilen tarihi dokuyu koruma amaçlı Güzel Beyoğlu Projesi'ne, İstiklal Caddesi kapsamında, grafik tasarım disiplini yönünden bakılmış, alana yönelik örnekler ile sorunlar tespit edilmiştir. Kent mekanının pazarlanmasına dayanan yeni yerleşim merkezleri rezidanslarda yer alan örnek tabelalar incelenmiştir. Kentsel tasarımda kullanılan grafik tasarım öğeleri üzerinden yapılan alan çalışmaları "Şehir mobilyaları, engelsiz kent tasarımları, karayolları tabelaları, dış cephe kaplamaları ticari, tanıtım tabelaları, kapı numaraları ve konut isimlikleri, LED ekran tabelaları, billboard ve raket panolar, piktogramlar ve uygulama alanları" örnekleri bağlamında yer verilmiştir. Yine bu bölümde farklı disiplinler buluşturulurken, grafik tasarım disiplinin bakış açısıyla kent okuması yapılmıştır. Etkileşim temelli kent yaklaşımıyla değerlendirilen görsel iletişim ortamı üzerinden tanımlanan kurallar doğrultusunda seçilen örnekler ile uygulama çalışması gerçekleştirilmiştir. Soruna ve nedenselliklerine geniş kapsamlı bir çizgide derinlemesine bakılmıştır.

[6] Peter Corrigan, çok katlı mağazaları "tüketim katedralleri" olarak tanımlar: "Departman mağazaları katedrallere benzetmek abartı olmaz: İnsanları tüketim tapınağında tapınmaya çektiler." ifadesini kullanır. Peter CORRIGAN, **The Sociology of Consumption**, 56.

Örneklerde belirli bir ilçe gözetilmemiş, hangi ilçede yapılmış olursa olsun konu anlatımına uyan örnekler seçilmiştir. SEGD - Çevresel Grafik Tasarım Derneği (ABD), IIID - Uluslararası Bilgilendirme Tasarımı Derneği (Avusturya) ve AIGA - Amerikan Grafik Sanatlar Enstitüsü (ABD) tarafından çıkan yayınlardan yararlanılmıştır. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Kentsel Tasarım Müdürlüğü, Açıkhava Reklamcılar Derneği ve Alışveriş Merkezi Yetkileri ile görüşülmüştür.

Araştırmanın başında kaynakların toplanması amacıyla kitap, makale, broşür, tezler, kütüphane katalogları, gazete ve dergi haberleri, bilimsel raporlar, web siteleri ve müze arşivleri taranmış, alanda fotoğraf çekimi çalışması ile veri toplama çalışmaları sürdürülmüştür.

2.KENT

> *"Kent, tarihin farklı dönemlerine ait fiziksel, sosyal ve kültürel katmanların tarihsel süreklilik içinde üst üste yığılması sonucu oluşan fiziksel, mekansal ve sosyal ortamdır. Kentler aynı zamanda, toplumun fiziksel, sosyo-kültürel, ekonomik, siyasi, teknolojik, dinsel, tarihsel algılanabilirlik, belirginlik, dokunabilirlik özelliklerinin de bileşenidir."*[7]

Bu bölümde bütünsel perspektiften kentsel kimlik, kentsel yaşam kalitesi ve kent mekanının iletişim işlevleri ile grafik tasarım bileşenleri arasındaki ilişkiler açıklanmaya çalışılmıştır.

2.1. Kentsel Kimlik

"Kentlerin kimliğinin oluşumu uzun bir zaman dilimi içinde gerçekleşir."[8]

> Bu bağlamda *"Kent kimliği, kent imajını etkileyen her kentte farklı ölçek ve yorumlarla kendine özgü nitelikler taşıyan fiziksel, kültürel, sosyo-ekonomik, tarihsel ve biçimsel faktörlerle şekillenen, kentliler ve onların yaşam biçiminin oluşturduğu, sürekli gelişen, geçmişten geleceğe uzanan büyük bir sürecin ortaya çıkarttığı anlam yüklü bütünlük olarak tanımlanmaktadır."*[9]

"Kendine özgü sosyal, kültürel, ekonomik, siyasal, yönetsel ve mekansal ilişkiler ağı ve örgütlenme biçimi olan bir yerleşim birimi olarak kent, gelişim sürecinde yaşadığı etkileşimlerle kimlik kazanmakta ya da kimliksizleşmektedir."[10]

---

[7] Ö.SEVER- G.KELEŞ USTA, **Sosyo-Kültürel Bir Mekan Olarak Kentin Biçimlenişinde Siyasal Eğlimlerin Rolü-Rize Örneği,** 123.

[8] Hande SUHER, **Kent kimliğine Etkili Yasa Uygulamaları, Mimari ve Kentsel Çevrede Kalite Arayışları Sempozyumu,** 3-12.

[9] Şölen ÇÖL, **Kentlerimizde Kimlik Sorunu ve Günümüz Kentlerinin Kimlik Derecesini Ölçmek İçin Bir Yöntem Denemesi,** 13.

[10] E.BEYAZIT - H.GÜL - M. GÜNEŞ, **Kent kimliği Ve Kimliksizleş(tiril)en Kentler Üzerine bir Tartışma,** 154.

"Son dönemde yoğun ve yaygın bir ivme kazanan kentsel dönüşüm projeleri de kimliği biçimlendirme ya da kimliksizleştirme sürecinde çok önemli bir rol oynamaktadır. Kentsel sorunların ekonomik, toplumsal ve mekansal anlamda çözülmesi amacıyla gerçekleştirilen müdahaleleri içeren bu süreçte de, mekansal yapı, aktörler vb. farklılıklar nedeni ile ortaya koyulacak olan uygulama stratejileri, "kentsel dönüşüm", "kentsel yenileme", "kentsel yenileştirme", "kentsel iyileştirme", "kentsel yeniden canlandırma", "kentsel yeniden oluşum", "kentsel yeniden inşa", "kentsel rönesans", "soylulaştırma" ve "kentsel koruma" başlıkları olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ancak kentleşme ve kentleşmeye karşı tedbir olarak gösterilen dönüşüm, kentleri "rantsal dönüşüm alanı" haline getirmektedir. Gecekonduların yerini artık apartmanlar almakta, mahalle sakinleri yaşam mekanlarını ve biçimlerini terk etmeye zorlanmakta, yatırım ve varsıl kesimler buralara çekilmeye çalışılarak, ithal edilmiş, yeni ve "kimliksiz kent alanları" yaratılmaktadır."[11]

Tek tip ve birbirinin aynı konutların, caddelerin kent kimliğine etkileri konusunda kente yeniden bakmak ve farklı disiplinlerin, görsel anlamda kentin bu tek düzeliğini temel alarak sorgulaması anlamında değerlendirilmelidir. Kent kimliği tarihsel süreçte irdelenir ve güncel olgular ile bütünleştirilebilir. Kurumsal kimlik arayışlarındaki değişkenler ile belirlenemeyecek kadar karmaşıktır. Sürekli değişip gelişen bu dinamik oluşumun fiziksel ve sosyal katmanlarını birlikte okumak gerekmektedir.

[11] A.g.m.,158.

2.2. Kentsel Yaşam Kalitesi

"Kentleşmenin hızlanmaya başlaması mekâna bağlılığın yok olmasına ve yabancılaşmaya yol açmakta, kentsel yaşam kalitesinin düşmesine neden olmaktadır."[12] Kent hem fiziksel hem de kavramsal bir olgudur. İnsan ve mekanla yakından ilişkili bir sistemdir.

> "*Bu, Takeshi Suzuki tarafından "I-kata" olarak tanımlanan Japon kavramı ile çok güzel bir şekilde ifade edilmiştir. Suzuki, mekânların insan olduğunda ve olmadığında tamamıyla farklı hisler uyandırdığını göstermektedir."*[13]

İnsan ve mekan arasında bağlar kurmak gereklidir. Böylece kaliteli bir kentsel yaşam zemini sağlanabilir. Bu bağlamda kentsel mekanların taşıması gereken özellikler:

- *İnsanların, "İlişki kurabilecekleri,*
- *Bağlanabilecekleri, aidiyet hissedebilecekleri*
- *Kendileriyle özdeşleştirebilecekleri,*
- *Hatırlayacakları,*
- *Özleyecekleri, yerlerdir."*[14] *biçiminde sıralanabilir.*

Bu anlamda mekanı şekillendiren öğeler görsel algı ile bütünleşerek hafızada daha güçlü etki yaratmaktadır. Grafik tasarım öğeleri ve kentle etkileşimi kent kimliği ve yaşam kalitesini arttırabilmenin araçlarından bir katmanı olarak ele alınabilir.

---

[12] Sanjoy MAZUMDAR, **Kentsel Yaşam Kalitesi Kentsel Yaşam Kalitesi ve Yer Duygusu.**
[13] A.g.m.
[14] A.g.m.

2.3. Kentsel Mekanının İletişim İşlevi

Kentsel mekanının başarılı bir iletişim işlevi sağlaması öncelikle insanların kentte bulunduğu bir noktada kolayca kentin tümüne göre konumunu kestirebilmesini sağlamaktadır. Bu bağlamda sağlanan görsel iletişim ve hazırlanan tasarımlar hem mekansal hem de kültürel tarihe bağlı gerçekleştirilmeli, aynı zamanda geleceğe dönük esnek bir şekilde üretilmelidir. Tasarlanan mekanın hangi tür birimlerin denetimi altında bulunduğu ve kurum kimliği ile yapılan tasarımın tutarlılığı irdelenmeli, böylece günümüzün kamusal mekanları korunmalıdır.

Kentsel tasarımın ve mekanın tasarlanması sürecinde ve başarısının değerlendirilmesinde göz önüne alınacaklar ve kentsel tasarımda gerçekleştirmesi gereken kaliteler ya da değerler şöyledir:

> *"İşlevine Uygunluk: Bir mekanın işlevinde ergonomik düzeyde insan vücuduna uygunluktan, kültürel davranış kalıplarına ve kent içindeki yerine uygunluğa kadar değişik düzeylerinden söz edilebilir.*
>
> *Kolayca Okunurluk, Öğrenilebilme ve Kestirebilme: Bir kentsel çevrenin başarısı insanların onu yeterli açıklıkta algılayabilmesi, buna bağlı olarak kolayca öğrenebilmesine bağlıdır.*
>
> *Sağladığı Görsel Doyum: İnsanların yaşadığı yapısal çevreyi algılamalarında, bu çevredeki yapıların ölçekleri, oranları, renkleri, dokuları vb. öğeleri estetik yargıya konu olacak etkiler doğurmaktadır.*

Çağrışımsal Algılama ile Anlam Yükleme: Bir kentsel tasarımın yer niteliği ya da kimlik kazanması ona sembolik algılamalar yoluyla anlam yüklenmesiyle olmaktadır. Bu anlamın ne olduğunu sadece o mekanın işaretlerine bakarak değerlendirme olanağı yoktur. Yüklenen anlam kişilere, kültürlere ve zamana göre değişecektir. Sembolik anlam yüklemesi hem mekansal hem de kültürel tarihe bağlı olacaktır. Tasarımcı için önemli olan bu anlamı denetlemek değil, böyle bir anlamın varlığıdır. Kentsel yerler de semantik çoğulculuğa açık olmalıdır.

Özel ve Kamu Denetiminde Olan Mekanlar Dengesi: Kentsel tasarım büyük ölçüde kamuya açık mekanların tasarımıdır. Görsel ve simgesel sonuçları da tüm toplum tarafından tüketilecektir. Kentsel tasarım kamuya açıklık, kentte yaşayanların faaliyetlere görsel ve simgesel değerlere ulaşabilmeleri ve bu açıdan toplumun değişik kesimlerine sağladığı fırsat eşitliğine göre sınanmalıdır.

Gerçekleştirilebilirlik: Kentsel tasarımın gerçekçi olması gerekir. Gerçekçi olmak tasarımın yaşama geçirilebilir olması olarak düşünülmelidir. Burada öngörülen yaşam biçiminin yaratılması ve yaşatılabilmesi de aynı gerçekçilik boyutu içinde ele alınmalıdır."[15]

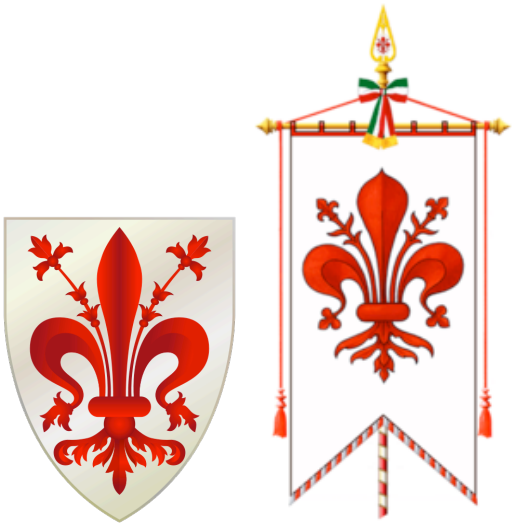
[15] İlhan TEKELİ, **Kentsel Tasarım Kuramının Geliştirilmesi Üzerine Düşünceler,** 52.

3. GÖRSEL KİMLİK

Bu bölümde görsel kimliğin önemi, ortaya çıkış nedenleri, görsel kültürün kent kimliğine yansımaları, görsel kimlik ve mekan-yapıt-grafik tasarım ilişkisi, görsel kimlik, algı, çevresel imge ve imgesel değerlendirme ile görsel algılama yaklaşımlarına ilişkin paradigmalar olan uzman, bilişsel, psikofizik ve karşılıklı etkileşim paradigmaları açıklanmaya çalışılmıştır.

3.1. Görsel Kimlik ve Kent Kimliğine Yansımaları

> "*Bireylerin sosyal bir yaşantı içerisinde bir arada yaşamaya başlamalarıyla birlikte, kendilerini bir bütün olarak ve bir kimlik ile ifade etme ihtiyaçları doğmuştur. Bu bakımdan kurumların görsel kimliğinin bazı öğelerine ilk kez soyluların, kralların ve şehirlerin kullandıkları armalarda ve orduların üniformalarında rastlanmaktadır. Bu işaretler onları taşıyanları bir arada tutmayı, ortak bir ruh oluşturmayı ve belli bir bütün olarak hedeflerini iletmeyi amaçlıyordu.*"[16]



Resim 3.1. Floransa arması ve bayrağı.

[16] Ayla OKAY, **Kurum Kimliği**, 17.

Ulusların yanısıra, şehirlerin de birer kimlikleri vardır. Örneğin 15. Yüzyılda, Floransa devlet yönetiminde etkinleşen Cosimo de Medici, 1434'te Floransa şehir devletinin başına geçtiğinde sanatçılar, mimarlar ve yazarları görevlendirerek, Floransa' nın bir armasını oluşturmalarını istemiştir. O dönem koşullarında, bir kimlik oluşturulmak için arma ve bayrak tasarlanması diğerlerinden ayrılmak için önemli bir girişim olarak nitelendirilebilir.

> "*Orta çağda kimlik göstergeleri, loncaların ticareti kontrolleri altında tutabilmesi için kullanılmış, 1700'lerde ise her tüccarın ayrı birer amblemi veya mührü olmuştur. Endüstri devrimi ile gelen seri üretim ve pazarlama, görsel kimlik ve amblemlerin daha fazla önem kazanmasına neden olmuştur."*[17]

İkinci Dünya savaşı sırasında teknolojik ilerlemeler meydana gelmiş, bu gelişme sonucunda kuruluşlar büyüyüp, önem kazandıkça bir kurum kimliği geliştirmenin gereğinin farkına varılmıştır. 1950'lerde başlayan görsel kimlik sistemleri, 70'li yıllardan sonra yaygınlık kazanmış, bilinen amblem ve sembolleri geride bırakmıştır. Kimlik sisteminin temel göstergesi olan logo, semantik (anlamsal) olarak doğru, sentaks (söz dizimsel) olarak tutarlı ve pragmatik (biçimsel) olarak anlaşılır olmalıdır.

Massimo Vignelli'ye göre, bir kurumun değerlerini görünür hale getiren görsel kimliği yaratma ve geliştirme programında üç ayrı aşama vardır: Sentaktik, semantik ve pragmatik. Sentaktik (Sözdizimsel) boyutta, işaret ve sembollerin diğer işaret ve sembollerle olan ilişkileri mantık kuralları çerçevesinde incelenmektedir.

[17] Dilek BEKTAŞ, **Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi**, 161.

Semantik boyutta yani anlam mesaj boyutunda işaretler ile işaretlerin belirledikleri nesneler ve kavramlarla olan anlamsal ilişkiler ele alınmaktadır. Pragmatik kullanım boyutunda ise işaretle onları kullanan insanların aralarındaki amaca uygunluk ilişkisi değerlendirilmektedir.

> Sadık Karamustafa bir makalesinde kimlik kavramını, *"İletişimciler, tasarımcılar, kurumlar için kimlik yaratmazlar, onların işi zaten var olan kimliği ortaya çıkarmak, tanımlamak, sınırlarını belirlemek, varlığını kanıtlamak, ağırlığını hissettirmek, dil, tarih ve coğrafyasının altını çizmektir. Görsel kimlik ile her türlü basılı malzeme, bina cephesi, ulaşım araçları, iş giysileri, yönlendirme ve uyarı işaretleri, reklam ürünleri yoluyla yaygınlaştırılarak, kurum felsefesi mesajının iletilmesi, kurum atmosferinin oluşması sağlanır."* [18] biçiminde açıklamaktadır.

3.2. Görsel Kimlik, Mekan ve Grafik Tasarım İlişkisi

Hızla gelişen kent, havayolu terminalleri, karayolları, yönlendirme ve bilgilendirme sistemleri, trafik işaretleri ile tasarıma yeni uygulama alanları kazandırmıştır. Tasarımın kentte geniş yer alması ile grafik tasarımcının bu bağlamdaki toplumsal sorumluluğu da artmıştır.

> "*Görsel iletişim tasarımının uzmanlık alanı bilgilendirme tasarımı örnekleri, kentsel çevre içinde hemen hemen her yerde karşımıza çıkmaktadır: Kapalı ve açık alanlar, şehirlerarası yollar, şehir içindeki cadde, sokak, meydan ve parklar, hayvanat bahçeleri, müzeler, sergi, fuar ve kültür merkezleri, havaalanları, hastaneler, üniversite yerleşimleri, alışveriş merkezleri, işyerleri, fabrikalar, camiler, kiliseler, sinegoglar ve mezarlıklarda..."*[19]

[18] A.g.k., 133.
[19] A.g.k., 166.

"Kentte grafik tasarımın unsurları şunlardır:

- *Trafik işaretleri*
- *İç ve dış mekanlarda kullanılan yönlendirme ve uyarı işaretleri*
- *Etkileşimli danışma ya da para çekme otomatları*
- *Sergi duvarları, panolar, standlar, teşhir elemanları*
- *Açık ve kapalı alanlar için reklam elemanları, spor tesis ve araçları*
- *Dijital ekran ve monitörler*
- *Oyun ve eğlence araçları*
- *Bayrak, flama, bez afiş*
- *Direk ve kuleler*
- *Taşıt araçları*
- *Uyarı levhaları*
- *Basılı ya da hareketli, dijital tarifeler*
- *Dükkan, lokanta, kahve, mağaza, şirket, fabrika vs cephe ve tabelaları*
- *Kafe ve lokanta mönüleri*

Kentte grafik tasarımın unsurlarının işlevleri ise şöyledir:

- *Kimlik tanımlar,*
- *Fiziki ortamda ihtiyaç duyulan bilgileri sağlar,*
- *Tehlike ve yanlış davranışlara karşı uyarır,*
- *Yön gösterir,*
- *Toplumsal olayları yorumlar,*
- *Trafiği düzene sokar,*
- *Etkileyici atmosfer yaratır,*
- *Tanıtır,*
- *Teşhir eder."*[20]

Hızla gelişen tüketim kültürü kendi mekan ve araçlarını yaratmaktadır. Billboardlardan kentin bütününe kadar reklam aracına dönüşen kent nedeniyle, kullanıcının mekana yüklediği anlamlar da değişmeye başlamıştır. Kent ve kentliler imge ve göstergelerle boğulmaktadır. Uygarlığın başlıca göstergesi olan kentte toplum-doğa dengesi hızla bozulmaya başlamıştır. Bunun sonucu olarak ise kent mekanı kargaşa mekanına dönmüştür.

[20] A.g.k., 169-170.

Günümüzde görsel iletişim tasarımı, fikir, düşünce ve bilgi iletirken teknolojiyi birleştiren bir nitelik taşımaktadır. Yirminci yüzyıl sonlarında, tasarımın teknolojiyle beslenmesi ve kent mekanına taşınmasıyla bu temel araçlara ses, zaman, hareket, mekan, karşılıklı etkileşime dayalı unsurlar da eklenmiştir.

Yazar ve tasarımcı Allen Hurlburt'a göre grafik tasarımın temel işlevleri şunlardır:

- *"İkna etmek: Tasarımın insanların bir ürün veya hizmetin satın alınması, kullanılması, bir işin yapılması veya yapılmaması konusunda ikna etmesine dayanır. Binalarin depreme karşı sigortalanması, trafik işaretleri gibi.*

- *Kimlik tanımlamak: Tasarım dahilinde bir işin, ürün veya hizmetin niteliklerini açığa çıkarılması ve diğer benzerlerinden ayıran unsurların vurgulanmasıdır.*

- *Bilgilendirmek: Ulaşım tarifeleri, sinema saatleri, miting duyuruları, sokak tabelaları, kitap ve yazar isimleri gibi tasarımlarla günlük yasamda ihtiyaç duyulan bilgilerin görsel anlamda tasarlanmasına dayanır.*

- *Grafik tasarımın başka bir işlevi de 'atmosfer yaratmak' olmalıdır. Spor karşılaşması, konser, miting gibi aktivitelerde atmosfer yaratarak, etkilemekte ya da eğlendirmektedir."*[21]

[21] Allen HURLBURT, **The Design Concept**, 22.

3.3. Görsel Kimlik, Algı ve Çevresel İmge

"Çevresel imgeler, gözlemci ve çevresi arasında işleyen iki yönlü bir süreçtir. Çevre farklılıklar ve ilişkiler ortaya koyar. Gözlemci ise uyum kabiliyeti ve kendi amaçları doğrultusunda gördüklerini seçer, düzenler ve anlamlandırır."[22]

Kevin Lynch The Image of the City (1960) çalışmasında, kentle kurulan ilişkide çevresel imgelerin önemini ve insanların kenti algılayışlarında ne gibi farklılıklara yol açtığını, Boston, New Jersey ve Los Angeles kentlerinde denekler üzerinde, "bilişsel harita" tekniğine dayanan bir çalışma ile gerçekleştirmiştir. "Okunabilirlik" ve insanların yaşadıkları çevrede yönlerini nasıl buldukları üzerine odaklanmıştır.

Bu bağlamda anahtar bir kavram olarak "imge" kavramına ilişkin, çevresel bir imgenin üç bileşene ayrılabileceği iddia edilmiştir:

- *"Kimlik: Öncelikle imgeyi yaratan nesnenin ne olduğunun belirlenmesi gerekir, bu da o nesnenin öteki nesnelerden ayırt edilmesi, bağımsız bir bütün olarak tanınması demektir.*
- *Yapı: İmgenin, nesnenin gözlemciyle ve başka nesnelerle olan uzamsal ya da biçimsel bağını içermesi gerekmektedir.*
- *Anlam: İmgeyi yaratan nesnenin fonksiyonel anlamda ya da duygusal anlamda gözlemci için bir anlamı olmalıdır. Çünkü bir şeyin görsel olarak algılanması, onun taşıdığı anlamla iç içe geçmiştir."*[23]

[22] Kevin LYNCH, **Kent İmgesi**, 7.
[23] E.Ertunç GONCAGÜL, **Mekânsal Çelişkilerin Değerlendirilmesinde Çok Boyutlu Algılama Yaklaşımlarının Planlama Sürecinde Kullanımı: İzmir Örneği**, 29.

3.3.1. Görsel Algılama Yaklaşımlarına ilişkin Paradigmalar

Günümüze kadar "Görsel Algılama Kuramı" ile "Çevresel Estetik" kuramlarına temel oluşturan ve yapılan hemen her çalışmaya çerçeve oluşturan evrensel olarak kabul edilmiş 4 farklı paradigmadan söz edilmektedir.

3.3.1.1. Uzman (Expert) Paradigma

"Bu paradigma temelde, çevresel özelliklerin eğitimli ve uzman kişilerce algılanıp değerlendirildiğinde başarılı sonuçlar vereceği iddiası üzerine şekillenmiştir. Özellikle görsel sanatlara ilişkin kurallar ve tasarıma ilişkin ana nosyonlar bağlamında çevresel algılamalara yönelinen çalışmaların gerçekleştirildiği bu paradigmaya göre; form, şekil, oran, çizgi, renk, doku vb. tasarımsal kavramların idealleştirilmiş kuralları bilinmeden sağlıklı algılama ve değerlendirmeler gerçekleştirilemez."

3.3.1.2. Bilişsel (Cognitive) Paradigma

"Bu paradigmanın temel dayanağı ise algılamanın öznel oldugu, öznel düsünce ile bilgiye zihinde anlam verilebildiğidir. Nesnenin fiziksel özellikleri ile onun algısal anlamda değerlendirilmesi arasında tesadüfî hiçbir ilişki olmadığı iddia edilirken; insan davranışları ile insanların bilişsel süreçlerinin algılamalarını etkileyerek çevrenin değerlendirilebileceği belirtilmektedir."

3.3.1.3. Psikofiziksel (Psychophysical) Paradigma

"*Bu paradigma ise çevresel özelliklerin algısal değerlendirme sürecinde en önemli belirleyici olduğunu temel almaktadır. Bu süreçte, bir öncekinin aksine birey pasif olarak kabul edilmekte, çevresel algılama - değerlendirmede çevresel uyarımlar ön plana çıkartılmaktadır. Çevresel uyarımlar temel belirleyici faktör olarak tamamen gözlemcinin öncelikleri dışında, değismeyen ve bireysel olarak düşünülmeden alınan uyarımlar olarak tarif edilmektedir."*[24]

[24] Ag.k., 32-34.

3.3.1.4. Karşılıklı Etkileşim (Interaction) Paradigması

> *"Öznenin (gözlemcinin) ve nesnenin (çevrenin) eşit etki ve belirleyicilikte olduğunu temel alan bu yaklaşıma göre, insanın ve çevrenin birbirini karşılıklı olarak etkilediği ve birbirlerinin niteliklerini belirlediği iddia edilmektedir. Yaklaşım, algılamayı ise görsel niteliklerin gözlemcinin değerlendirme süreci aracılığıyla zihinde kaydedilmesi olarak tarif ederken, çevresel özelliklerin doğuştan, doğal olarak var oldugunu iddia etmektedir."*[25]

4. ÇEVRESEL GRAFİK TASARIM

1920'lerde sergileme tasarımı ile başlayan, günümüzde son derece önemli bir yere sahip olan çevresel grafik tasarım, "Doğal ve yapılandırılmış çevrede yönlendirme, bilgi verme, tanımlama gibi işlevleri olan iletişim dizgelerinin içerdiği grafik öğelerin planlanması, tasarlanması ve sunumudur."[26] Paul Rand, Saul Bass, William Golden, Ivan Chermayeff ve Tom Geismar gibi grafik tasarım alanında hizmet vermiş başarılı tasarımcılar çevresel grafik tasarım alanında da ün sağlayan projeler gerçekleştirmişlerdir.

> *"Chris Calori tarafından "yerleşik çevrede bilgilendirmenin grafik iletişimi" olarak tanımlanan çevresel grafik tasarım, insanların gereksinim duyacakları bilgiyi bulundukları kapalı ya da açık mekanlara kolaylıkla algılayabilecekleri ve anlayabilecekleri şekilde çeşitli tasarım elemanlarıyla yerleştirir."*[27]

---

[25] Ag.m., 34.
[26] Banu İnanç UYAN DUR, **Çevresel Grafik Tasarım'ın Uygulama Alanları,** 160.
[27] Tuğcan GÜLER, **Grafik Tasarımda Yeni Bir Alan: Bilgilendirme Tasarımı ve Bir Uygulama**, 88.

Bilgilendirme tasarımının kapsamına giren çevresel grafik tasarım bilgiyi düzenli, anlaşılabilir ve estetik bir biçime dönüştürme amacını taşımaktadır. Çevresel Grafik Tasarım Kuruluşu'nun yaptığı sınıflandırmaya göre çevresel grafik tasarım öğelerinin altı işlevi şu şekilde açıklanmaktadır:

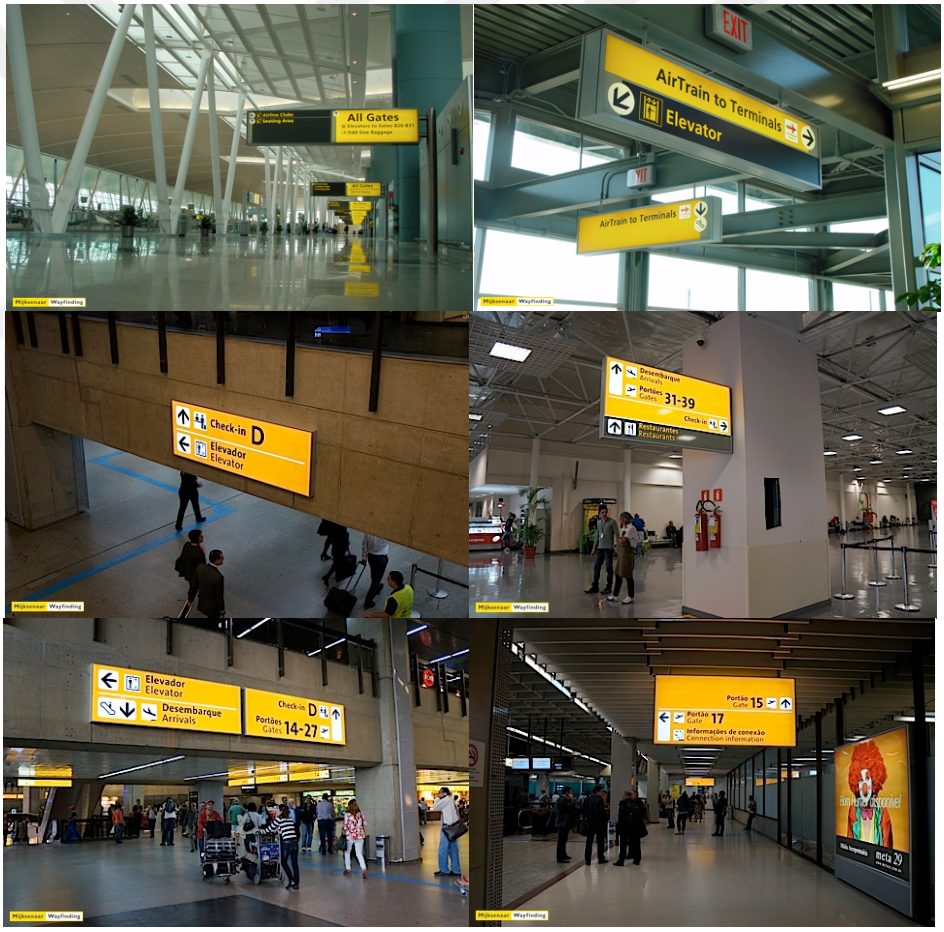
- *"Uyum sağlama amaçlı çevresel grafikler, zaman ve mekan ile ilişkili olarak kişinin çevreye uyumunu sağlar: Haritalar, mimari referans noktaları ve sınır taşları. Bilgilendirme amaçlı çevresel grafikler, durumlar, haberler ve varılacak yerle ilgili bilgi verir: Rehber dizgeler, afişler, panolar.*
- *Yönlendirme amaçlı olan çevresel grafikler, kişiyi varılacak yere yönlendirir: Yönlendirme dizgeleri.*
- *Tanımlama amaçlı olanlar, varılacak yeri doğrulamak için kullanılır: Sokak numaraları, kapı yazıları, bina isimleri.*
- *Yönerge amaçlı çevresel grafikler, kuralları ve yasakları belirtir: Uyarı ve güvenlik işaretleri, trafik işaretleri, acil çıkış işaretleri.*
- *Dekor amaçlı olan çevresel grafikler ise çevreyi güzelleştirmek için kullanılır: Bayraklar, duvar resimleri v.b. gibi*"[28]

Farklı kaynaklarda farklı yaklaşımlar olmakla birlikte, temelde işlev ve içerik açısından çevresel grafik tasarım, yönlendirme ve işaretleme tasarımı, sergileme tasarımı, yer imleri olmak üzere üç başlık altında incelenmektedir.

[28] Banu İnanç UYAN DUR, **Çevresel Grafik Tasarım'ın Uygulama Alanları**, 160-161.

4.1. Yönlendirme ve İşaretleme Tasarımı

"Yönlendirme tasarımı, açık ya da kapalı alanlarda kullanıcıların gidecekleri noktayı bulabilmelerini amaçlayan bir bilgilendirme tasarımı alanıdır. Yönlendirme tasarımı, kullanıcıyı belli bir yöne doğru yönlendirme amaçlı görsel tasarımlardan oluşmaktadır. İşaretleme tasarımı ise kullanıcıya vardığı noktayı gösteren görsel işaretlerdir. Bu işaretler, o yerin bir adını ve işlevini belirten imlerdir. Kapı yazıları, kat numaraları, bina isimleri v.b. gibi tamamı işaretleme tasarımının kapsamına girmektedir."[29]



Resim 4.1. Paul Mijksenaar, New York ve New Jersey'de bulunan üç büyük havalimanı için yaptığı yönlendirme ve işaretleme tasarımıyla, 2003'de Çevresel Grafik Tasarım Derneği (SEGD)'nin onur ödülüne layık görülmüştür. (Altta) GRU Airport Sao Paulo havalimanı için yaptığı tasarımlar görülmektedir.

[29] Ag.m., 161.

4.2. Sergileme Tasarımı

19 yy'da endüstri devrimiyle birlikte birlikte fuarlarda, günümüz sergileme tasarımlarının temeli olan tematik sergileme uygulamaları başlamıştır. Günümüzde birçok farklı türde ve içerikte şekillenen sergileme tasarımı, izleyiciyle en hızlı iletişim kuran tasarım alanlarından biri sayılabilmektedir. "El Lissitzky'nin 1928'de "Sovyet Pavyonu" için yaptığı bir dizi fotomontajdan oluşan tasarım, sergileme tasarımı alanında, izleyicinin deneyimlemesine olanak verecek şekilde hazırlanmış önemli bir çalışmadır."[30]



Resim 4.2. El Lissitzky "Sovyet Pavyonu" sergileme tasarımı - 1928.

[30] A.g.m.,166.



Resim 4.3. London Open City (solda ve altta) Londra'da Somerset House'da ve Budapeşte 'de gerçekleşen London Open City (Açık Şehir, Londra) sergisinin tasarımını Studio Myerscough ve Design London'dan Gerrard O'Connell üstlenmiştir. İç ve dış mekanlar, değişen ölçekler ve şaşırtıcı öğeler aracılığıyla birlikte kullanılmıştır. Teleskoplar ise Londra'nın önceden kaydedilmiş panoramik videolarını göstermektedir.

4.3. Yer İmleri

"Placemaking" olarak adlandırılan yer imleri, çevresel grafik tasarım içerisinde göreceli küçük bir alanı simgelemektedir. Zaman zaman işaretleme olarak da adlandırılabilen bu çalışmalar daha çok anıtsal işleve sahiptirler."[31] Yer imleri bulundukları alan ve içeriği bağlamında iletişim kurdukları için mimari ve sanatsal yapılardan ayrılmaktadır.

> *"David Gibson'a göre yer imleri, "bulundukları yerin kişiliğini, karakterini ve eğer varsa tarihi bağlamını yansıtır". Chris Calori'ye göre ise "yer imleri, belirli bir alan için benzersiz bir fiziksel görüntü yaratmaktadır." "Hollywood" yazısı ve Newyork Manhattan 9. cadde deki "9" rakamı dünyanın en çok bilinen yer imlerindendir."*[32]



Resim 4.4. Chermayeff & Geismar tarafından tasarlanan, Newyork Manhattan 9. caddedeki dev "9" rakamı.

[31] Ag.m., 108.
[32] Ag.m., 170.

4.4. Kamusal Alanda Okunaklılık ve Çevresel Tipografi

Massimo Vignelli 1960'larda New York metro istasyonlarında kullanılan tabela ve işaret sistemlerini şöyle tarif etmektedir:

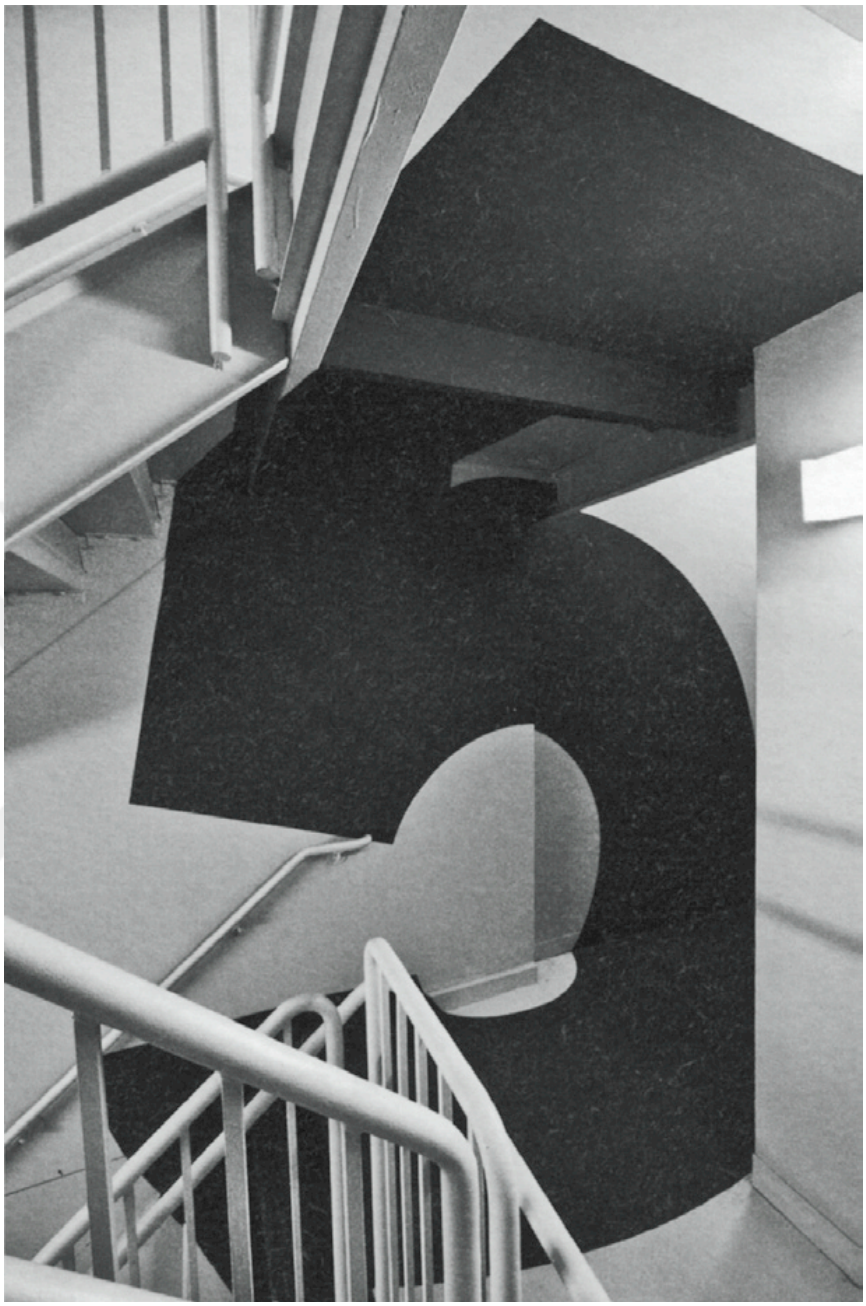
> *"Bilginin yolcuya, her zaman karar anında verilmesi gerekiyordu. Ne önce, ne de sonra. Hepimizin karmaşık bir binanın içinde yolumuzu bulmaya çalışırken, bir noktada rotanın ani bir kopuşa uğrayıp, bizi nereye gittiğini bilen insan topluluklarının arasında sudan çıkmış balığa döndürdüğünü yaşamışlığımız vardır. Bazı kamusal tipografi türlerinin, en büyük boyutta olanlarının bile, rahatsız edici ölçüde dikkat çekmesi istenmez; fakat bununla birlikte en küçük bilgi parçalarının dahi onlara ihtiyacınız olduğunda hemen göze görünür bir şekilde konumlanmış olmaları gerekmektedir. Harflerin formlarının bulundukları yerlere uygun olmaları ve onları gören insanların faydalanabilecekleri şekilde tasarlanmaları gerekmektedir. İnsanların mimaride tipografiyi görme biçimlerinde değişiklikler olduğu açıktır. Mimarlar binaların fonksiyonlarını ve bütün parçaların birbirlerine olan uyumlarını düşünmek zorundaysa, grafik tasarımcılar da harflerin ve sözcüklerin duvarlarla, zeminlerle, bu binaların iç mekanlarıyla ve insanların onları kullanma biçimleriyle olan ilişkilerini sürekli olarak düşünmektedir."*[33]

Tipografiyi mimari ile bütünselleştirmek, kelimeleri alıp, bir binanın üzerine yerleştirmek değildir. Kullanılacak tipografinin tüm detayları ile düşünülmesi gerekmektedir. Binanın ölçeğinden kullanılacak harflerin malzemesine kadar bütün ilişkiler hesaba katılmalıdır. Binanın önünden geçen insanların görebilecekleri açılar hesaplanmalı, sadece tabela kullanılacak ise en doğru yerde konumlandırılarak yerleştirilmeleri gerekmektedir.

[33] John D. BERRY, **Kamusal Mekanda Okunaklılık**, 4.



Resim 4.5. Newark'ta Hudson Nehri üzerindeki New Jersey Gösteri Sanatları Merkezi (2000) için, Scher kasvetli bir kurum binasını alıp, dış cephesini tipografik bir sanat eserine dönüştürülmüştür. Tüm binanın üzeri, binanın amacını ve içeride neler olup bittiğini ifade eden sözlerle donatılmıştır.



Resim 4.6. Paula Scher/ Pentagram'ın New York'taki Bloomberg L.P. kurumsal merkez binası için yaptığı çevresel grafik çalışmasının bir bölümü.



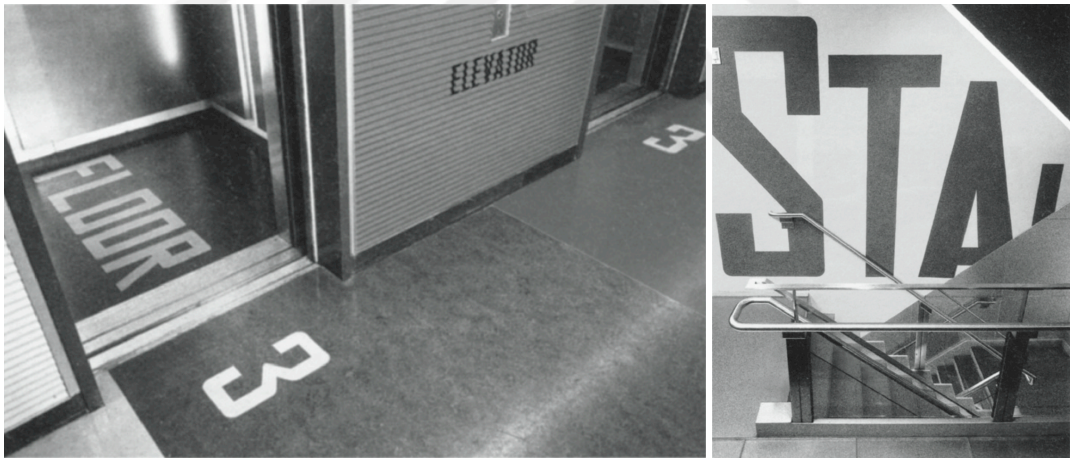
Resim 4.7. Kütüphanenin kitap spirali bölümündeki eğimli zemininde bulunan ayarlanabilir paneller, bitişik raflardaki kitapların ondalık rakamlarını göstermektedir.



Resim 4.8. Yürüyen merdivenlerin kenarlarındaki renkli ve parlak işaretlemeler gittiğiniz yeri açıkça göstermektedir.



Resim 4.9. Futura Extra Bold yazıtipinde yazılmış harfler, kontuarların kenarlarında çarpıcı bir şekilde kütüphanenin yapısını ve trafiğin işleyişini belirtmektedir.



Resim 4.10. New York'taki Times Square yakınlarındaki yeni 42. Cadde Stüdyoları için çevresel grafik olarak işaretleme. Zemin-bazlı yönlendirmeler sahnede oyuncuların yerlerini belirlemek için kullanılan yapıştırıcı bantlardan esinlenmiştir.

"Antik Roma harfleri birer rastlantı eseri olarak yaratılmamışlardır. Roma İmparatorluğu'nun yürüttüğü marka çalışmasının bir parçasıdırlar. Gittikleri her yerde anıtsal binalar inşa eden Romalılar, fethettikleri topraklar üzerine kendi kimliklerini damgalamışlardır. Bu kimliğin bir parçasını Latin dili ve bu dili vücuda getiren etkileyici kitabeler oluşturmaktaydı. Bugün bir kamu binasının üstüne klasik kitabe harflerinin taklitlerini koyduğumuzda, onlardan bu "marka dilini" ödünç almış olmaktayız."[34]



Resim 4.11. Klasik kitabe harfleri.

[34] A.g.m., 4.

"Çevresel tipografi aynı zamanda çevrede fiziksel bir varlık oluşturmaktadır. Örneğin Studio Myerscough ve Cartlidge Levene tasarım stüdyoları tarafından tasarlanan büyük ölçekteki yön işaretleri ikinci bir kabuk gibi binayı çevrelemektedir."[35]

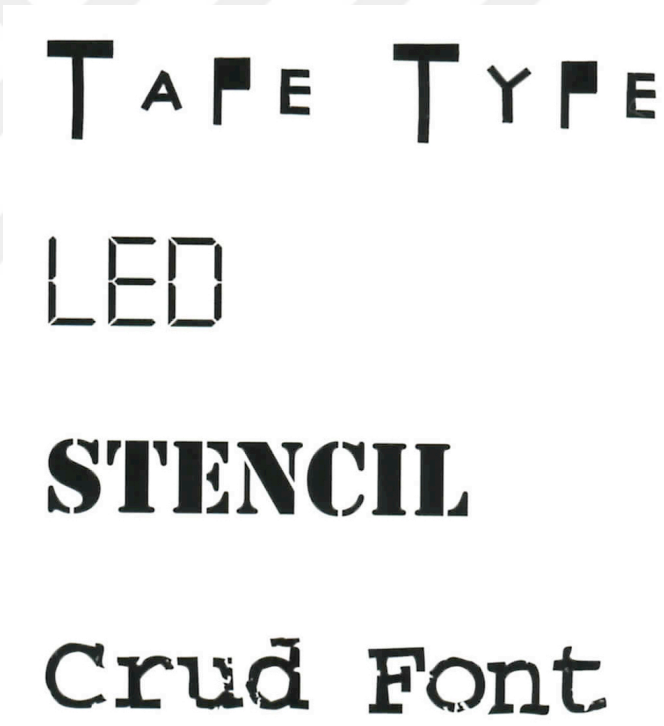


Resim 4.12. London Barbican'da yön dizgesi örneği.

[35] G.AMBROSE- P.HARRIS, **Tipografinin Temelleri,** 172.

Bazı yazı karakterlerinin çevredeki fiziksel nesnelere dayanan bir geçmişi bulunmaktadır:

> *"Tape Type yazı karakteri koli bandının oluşturduğu rastgele dokuları ve düzensiz çizgileri kullanarak biçimsiz ve dokulu bir etki yaratmaktadır. Elektronik gösterge sistemlerinden ilham alarak tasarlanan LED fontu, sadeleştirilmiş bir yedi çubuk ızgarasına dayanmaktadır. Stencil, Gerry Powell tarafından 1938'de tasarlanmıştır. Endüstriyel ve kalıcı, muhtemelen seri üretilmiş veya uzaklardan gönderilmiş gibi görünmektedir."*[36]



Resim 4.13. Çevredeki fiziksel nesnelerden esinlenerek oluşturulmuş yazı karakteri örnekleri.

[36] A.g.k., 174.

5. GRAFİK TASARIM ÖĞELERİ VE KENTTE UYGULAMA ALANLARI ÖRNEK UYGULAMALAR

Bu bölümde Kentsel Tasarım Müdürlüğü tarafından hazırlanan T.C. İstanbul Büyükşehir Belediyesi reklam, ilan ve tanıtım yönetmeliğinde belirtilen kurallara uymayan, İstanbul'da yer alan grafik tasarım öğeleri tespit edilmiş; hatalı, yanlış, belirlenen hükümlerin uygulanmadığı ya da amacı dışında kullanılan görüntüler ortaya konularak, kamu kurum ve kuruluşlarının uymak zorunda bulundukları esaslar yoluyla farkındalık yaratılması amaçlanmıştır. Ayrıca grafik tasarım öğeleri ile işaretleme ve yön bulma sistemleri ve kapsamını oluşturan öğeler, Öğretim Üyesi Bülent Erkmen ile mimar Aykut Köksal'ın tasarladıkları İstanbul Kentsel Bildirişim Tasarımı Kılavuzu'nun çerçevesinde örnekler üzerinden irdelenmiştir. Böylece İstanbul'da yer alan grafik tasarım öğelerinin yol açtığı görüntü kirliliği ortadan kaldırılarak, kent estetiğine katkıda bulunulması hedeflenmiştir.

> *"İstanbul Büyükşehir Belediyesinin belirlediği ölçülerde kullanılan sabit reklam asma elemanları; düzenli sabit açık hava reklam panoları, billboard, elektronik panolar, reklam kuleleri, pissa pano, raket pano, afiş değiştirici billboard, ışıklı billboard, dıştan aydınlatmalı billboard, postermatik, İETT otobüs duraklarındaki reklam panoları, bilgi bankaları (KİOKS), megavizyon, bez-kağıt afiş asma elemanları, cam grafiği (one way vision), vinyl vb. kapsamaktadır. Hareketli reklam asma elemanları ise toplu taşıma araçları olarak ticari araçlar, zeplin, uçak, helikopter, balon, v.s. üzerindeki reklam elemanlarını kapsamaktadır. İlan elemanları, ilan panoları, el ilanları, kağıt afiş ve bez afişleri kapsamaktadır. Tanıtım elemanları ise tanıtım panosu, cam grafiği, vinyl, kutu harf, bez afiş asma elemanları ve benzerlerini kapsamaktadır."* [37]

[37] Kentsel Tasarım Müdürlüğü, **Reklam, İlan ve Tanıtım Yönetmeliği,** 5.

5.1. Uygulama Esasları

Reklam, ilan ve tanıtım yönetmeliğinde belirtilen kurallara göre sabit reklam asma elemanları "Tarihi eser ve tescilli yapıların, ibadethanelerin, heykel ve sanat eserlerinin ve kültür-sanat işlevli yapıların v.b önüne gelmeyecek ve bunları kapatmayacak biçimde yerleştirilmelidir." [38] Ancak belirlenen örnekte kuralın uygulanmadığı, grafik tasarım öğelerinden biri olan billboard gruplarının tarihi eserin önüne gelecek bir biçimde yerleştirildiği görülmektedir.



Resim 5.1. Topkapı Kalesi önüne gelecek bir biçimde yerleştirilen billboard uygulamaları örneği. *(Fotoğraf Çekimi: Topkapı Kalesi, İstanbul, 2014)*

[38] A.g.k., 6.

"Sabit reklam asma elemanlarının üzerindeki ticari duyuruların izin süresinin bitmesi, bozulması, yırtılması, işlevini yitirmesi veya boş kalması halinde, yüzeyleri beyaz kağıt veya beyaz renkli bir malzeme ile örtülecektir."[39] kuralının ihmal edildiği belirlenen örnek uygulama ile ortaya çıkan görsel kirlilik görülmektedir.



Resim 5.2. Yırtıldığı halde kaldırılmayan ya da üzeri örtülmeyen sabit reklam asma elemanı.
(Fotoğraf Çekimi:Merter, İstanbul, 2014)

[39] A.g.k., 6.

> Reklam, ilan ve tanıtım yönetmeliğinde belirtilen kurallara göre, "*Billboardlar İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin belirlediği şekil ve ebatlarda konulacak ve diğer pano veya pano grupları arasında en az 25 m. mesafe şartı aranacaktır ve billboard grupları arasındaki mesafe 5m.'den az olamaz.*" [40]

Ancak E-5 karayolu üzerinde yan yana bitişik nizamda yerleştirilen billboard grupları ile kuralın uygulanmadığı örnekler görülmektedir.



Resim 5.3. Billboardlar arası olması gereken mesafe kuralı dışında kullanılan uygulama örnekleri.
(Fotoğraf Çekimi: Merter, İstanbul, 2013)

[40] A.g.k., 6.

"Şehrin hiçbir yerine kağıt afiş ve duyuru yapıştırılmayacak ancak İstanbul Büyükşehir Belediyesinin belirleyeceği alanlara, İstanbul Büyükşehir Belediyesinden izin alınmak kaydıyla izin verilebilir."[41] kuralının uygulanmadığı saptanan örnekte, izin alınmadan gelişi güzel yapıştırılmaya devam eden kağıt afişler belirlenmiştir.



Resim 5.4. İzinsiz yapıştırılmış kağıt afiş örneklerine ek olarak, yapıştırılmaya hazırlanan kağıt afiş örnekleri görülmektedir.
(Fotoğraf Çekimi: Beyoğlu, İstanbul, 2013)

[41] A.g.k., 7.

5.1.1. Bina Sağır Duvarları ve Yüzeyleri

"Bina Sağır Duvarları, binaların pencere, kapı gibi boşluğu olmayan duvarlarıdır. Bu duvarlar Kentsel Tasarım Müdürlüğü'nce uygunluk görüşü verilmesinin ardından reklam ve tanıtım amaçlı kullanılabilir."[42] kuralının, pencere boşlukları olmasına rağmen uygulanmış olmasının yanında biraz daha detaylı incelendiğine duvar yüzeyinde yer alan pencerinin içerisine yerleştirilen bayrak görseli (sol üstte) ile de reklam görselinin bütünselliği ve işlevselliği bozulmaktadır.



Resim 5.5. Pencere boşlukları olmasına rağmen uygulama yapılan dış cephe kaplaması örneği.
(Fotoğraf Çekimi: Zincirlikuyu, İstanbul, 2013)

[42] A.g.k., 8.

Reklam, ilan ve tanıtım yönetmeliğinde belirtilen kurallara göre "Sağır alanın bir kısmına reklam veya tanıtım uygulaması yapılması durumunda, açıkta kalan diğer kısımlar konulan reklamın zemin rengine uygun bir renkte boyanmalıdır." [43] Ancak örnek uygulamada sarı renkte bir tanıtım tabelası kullanılmasına rağmen, duvar yüzeyinin kiremit rengi olduğu, tanıtım uygulaması ile uyumlu olmadığı görülmektedir.



Resim 5.6. Reklamın zemin rengine uymayan, farklı renkte tabela kullanımı örneği.
(Fotoğraf Çekimi: Zeytinburnu, İstanbul, 2013)

[43] A.g.k., 8.

"Kullanılacak olan sağır duvar veya bina sağır yüzeylerine birden fazla reklam ve tanıtım uygulaması konulamaz."[44] kuralının, belirlenen örnekte birden fazla reklam ve tanıtım uygulaması yerleştirilerek kurallara aykırı bir biçimde uygulandığı saptanmıştır. Sol tarafta yer alan bir tekstil firmasına ait reklam uygulaması, sağ kısımda yer alan bir restaurant reklamı ve alt bölümde yer alan bir otomobil servisi tanıtım uygulaması birarada yerleştirilerek ortaya çıkan karşıt görünümler ile görüntü kirliliği yaratılmıştır.



Resim 5.7. Birden fazla reklam ve tanıtım uygulaması ile ortaya çıkan karşıtlıklar ve görüntü kirliliği örneği.
(Fotoğraf Çekimi: Zeytinburnu, İstanbul, 2014)

[44] A.g.k., 8.

Örnekte “Bina sağır duvarlarına konulacak olan reklamlar, görsel, sanatsal ve estetik değerler taşıyacaktır.”[45] kuralının uygulanmadığı belirlenmiştir.



Resim 5.8. Dış cephe reklam kaplamasında kullanılan figürler, konumları ve zeminde kullanılan renk geçişi ile oluşturulan tasarım, görsel, sanatsal ve estetik değerler taşımamaktadır.
(Fotoğraf Çekimi: Aksaray, İstanbul, 2013)

[45] A.g.k., 8.

Örneklerde "Dini yapılar, tarihi eser ve tescilli yapılar ile bunları etkileyecek yapıların sağır duvar ve yüzeyleri, reklam alanı olarak düzenlenemez."[46] kuralının göz ardı edildiği belirlenmiştir.



Resim 5.9. Tarihi sur yapı üzerine reklam ve tanıtım amaçlı üç boyutlu Türkiye haritası yerleştirilerek, tarihi yapının dokusu zedelenmiştir.
(Fotoğraf Çekimi: Sultanahmet, İstanbul, 2013)



Resim 5.10. Ulusal temalı bir fotoğraf yarışmasına ait cephe kaplamasıyla yapılan reklam uygulaması ile tarihi yapının dokusu bozulmaktadır.
(Fotoğraf Çekimi: Galata Köprüsü, İstanbul, 2013)

[46] A.g.k., 8.

"Yapıların mimarisinde, duvar yüzeylerinden çıkıntılı olarak tasarlanan konstrüksiyon elemanları üzerine, reklam uygulaması yapılamaz." [47] kuralının uygulanmadığı örnekte, yaşanan kargaşa ortamı sergilenmektedir.



Resim 5.11. Çıkıntılı olarak tasarlanan konstrüksiyon elemanları üzerine yerleştirilen reklam uygulamaları örneği.
(Fotoğraf Çekimi: Merter, İstanbul, 2013)

[47] A.g.k., 9.

5.1.2. Bina Son Kat Alın Yüzeyi ve Çatıları

Örnek uygulamada "Bina son kat alın yüzeylerine ve çatılarına reklam veya tanıtım panosu konulamaz."[48] kuralının E-5 karayolu üzerinde yer alan bir bina üzerine yerleştirilen tabela uygulaması ile göz ardı edildiği tespit edilmiştir.



Resim 5.12. Bina son kat alın yüzeyine reklam tabelası yerleştirilen uygulama örneği.
(Fotoğraf Çekimi: Şirinevler, İstanbul, 2013)

[48] A.g.k., 9.

5.1.3. Konut ve Ticaret Alanları

"Zemin katta birden fazla ticaret birimi söz konusu olduğunda birimlerin tanıtıcı levhalarının yatay çizgilerinde uyum aranacaktır."[49] kuralının uygulanmadığı düzensiz yerleştirilen tabelalar nedeniyle cephe uyumunun ve bütünlüğünün bozulduğu dükkan tabelası örnekleri görülmektedir.



Resim 5.13. Tanıtıcı levhaların yatay çizgilerinde uyum bulunmayan, hizmet duyuruları, kampanyalar ile görsel kirlilik yaratan tabela örnekleri.
(Fotoğraf Çekimi: Bakırköy, İstanbul, 2013)

[49] A.g.k., 10.

"İmar planlarında, ticaret fonksiyonunda olan veya konut niteliğini yitirerek ticaret işlevi kazanan binalarda, üst katlarına tanıtım tabelası uygulaması yapılamaz." [50] kuralının uygulanmadığı örneklerde ayrıca farklı türde, dijital, standart, kutulu harf tabelaları kullanılarak tüm binayı kaplayan bir tabela kirliliği görüntüsü oluşmuştur.



Resim 5.14. Konut niteliğini yitirerek ticaret işlevi kazanan binada, binayı kaplayan tabela kirliliği örneği.
(Fotoğraf Çekimi: Aksaray, İstanbul, 2013)

[50] A.g.k., 10.



Resim 5.15. Binanın her katında yer alan tabelalar nedeniyle ortaya çıkan görüntü kirliliği.
(Fotoğraf Çekimi: Mecidiyeköy, İstanbul, 2013)



Resim 5.16. Kurallara aykırı olarak birçok katına tanıtım tabelası yerleştirilen bina örneği.
(Fotoğraf Çekimi: Mecidiyeköy, İstanbul, 2013)

5.1.4. Sanayi Alanları

"Sanayi ve Ticaret Alanlarında bina son kat alın yüzeyi, çatılarına ve asansör kuleleri duvar yüzeylerine yalnız paslanmaz malzeme kullanılarak, emniyet tedbirleri alınmış, statik hesabı yapılmış, kutu harf şeklinde ışıklı, azami 1,00 m yüksekliğinde tanıtım uygulaması konulabilir."[51] kuralının kentin ortasında bir binayı görünmeyecek derecede örten tanıtım tabelalarıyla çiğnendiği görülmektedir.



Resim 5.17. Bina son kat alın yüzeyi de dahil olmak üzere tüm binaya yerleştirilen reklam ve tanıtım tabelası örnekleri.
(Fotoğraf Çekimi: Mecidiyeköy, İstanbul, 2013)

[51] A.g.k., 9.

5.1.5. İnşaat ve Tadilat İzni Olan Yapılar

Örnekte "Paravan yüzeyinde birden fazla firmanın reklam uygulaması yapılamaz." [52] kuralının otel, restaurant, kuaför, kurutemizlemeci, hamam vb. tanıtım-reklam yönlendirmeleri ile ihlal edildiği uygulamalar belirlenmiştir.



Resim 5.18. Paravan yüzeyinde birden fazla kullanılan reklam ve yönlendirme tabelası uygulaması. *(Fotoğraf Çekimi: Sultanahmet, İstanbul, 2013)*

[52] A.g.k., 12.

5.1.6. Kamu Ortak Kullanım Alanları

"Yeşil alanlar, pazar yerleri ve açık otoparkların çevre duvarlarında ve içlerinde, sabit reklam asma panoları tesis edilerek, afiş ve pankart asılarak reklam yapılamaz."[53] kuralının uygulanmadığı reklam-yönlendirme örnekleri görülmektedir.



Resim 5.19. Açık otoparkların çevresi sabit reklam asma panosu tesis edilerek reklam alanı olarak kullanılmıştır.
(Fotoğraf Çekimi: Eminönü, İstanbul, 2013)

[53] A.g.k., 13.

5.1.7. Elektrik Direkleri Üzerine Asılan Reklamlar

"Orta refüjde bulunan elektrik direklerine simetrik olarak 2 adet, kaldırım kenarında bulunan elektrik direklerine 1 adet tabela konulabilir." [54] kuralının uygulanmadığı örnekte, tabelala kirliliği oluşturan karmaşık düzen görülmektedir.



Resim 5.20. Kaldırım kenarında bulunan elektrik direklerine bir adet tabela asılabilir kuralı bulunmasına rağmen birden fazla tabela yerleştirilerek, görsel kirlilik yaratan tabela örnekleri. *(Fotoğraf Çekimi: Kayabaşı, İstanbul, 2013)*

[54] A.g.k., 14.

5.1.8. Yön ve Yer Gösterici Tabelalar

"Yön ve yer gösterici tabelaların direkleri, engelli insanların dolaşımını engellemeyecek ve şehir estetiğini bozmayacak şekilde konması esastır."[55] kuralının estetik açıdan ve yerleştirmede yer alan sorunlar nedeniyle ihmal edildiği belirlenmiştir.



Resim 5.21. Zaman içinde işlevselliğini yitirmiş ancak kurallara uygun biçime getirilmeyen, şehir estetiğini bozan yön ve yer gösterici tabela örneği.
(Fotoğraf Çekimi: Tophane, İstanbul, 2013)



Resim 5.22. Engelli bireylerin dolaşımını engelleyecek biçimde hazırlanmış tanıtım ve yönlendirme tabelası.
(Fotoğraf Çekimi: Bakırköy, İstanbul, 2013)

[55] A.g.k., 15.

5.2. Uygulamaya İlişkin Genel İlkeler

Örnek uygulamada "Kentin siluetini bozacak doğal veya tarihi çevrenin algılanmasını engelleyecek şekilde tanıtım ve reklam uygulamaları konulamaz."[56] kuralının tarihi sebili engelleyecek şekilde yerleştirilmiş reklam-tanıtım uygulamaları ile bozulduğu belirlenmiştir.



Resim 5.23. Tarihi çevrenin algılanmasını engelleyecek şekilde yerleştirilmiş, büfede satılan ürünlere dair hazırlanan reklam uygulamaları.
(Fotoğraf Çekimi: Muradiye Sebili, Sultanahmet, İstanbul, 2013)

[56] A.g.k., 17.



Resim 5.24. Tarihi çevrenin algılanmasını engelleyici şekilde yerleştirilmiş büfe, berber dükkanlarına (solda) ve eczaneye (sağda) ait tanıtım ve reklam uygulamaları.
(Fotoğraf Çekimi: Çemberlitaş Hamamı, İstanbul, 2013)



Resim 5.25. Türbe üzerine özensiz bir biçimde yerleştirilen bez afiş ile tarihi dokunun estetik bütünlüğünün zedelendiği görülmektedir.
(Fotoğraf Çekimi: Sultan II. Mahmut Türbesi, Sultanahmet, İstanbul, 2013)

Örnekte “Tarihi eser ve tescilli yapılara ve bunları etkileyecek alanlara, binalara reklam uygulaması konulamaz” [57] kuralının uygulanmadığını ayrıca Sultanahmet Hamamı dış cephesi üzerine yerleştirilen (içeride sunulan hizmetleri gösteren) dijital baskılı - ışıklı panoların tarihi doku ile uyumsuz, karşıt bir görünüm sergilediği görülmektedir.



Resim 5.26. Tarihi hamam üzerine dijital pano yerleştirilerek zedelenen tarihi doku örneği.
(Fotoğraf Çekimi: Sultanahmet Hamamı, Sultanahmet, İstanbul, 2013)

[57] Kentsel Tasarım Müdürlüğü, **Reklam, İlan ve Tanıtım Yönetmeliği,** 17. http://www.ibb.gov.tr/tr-TR/e-belediye/Documents/Gelirler/rit.pdf

"Tanıtım, ilan ve reklam elemanları birbirinin görüntüsüne engel olacak şekilde yerleştirilemeyeceği kuralı"[58] yönetmelikte yer almasına rağmen iki tabelanın üst üste gelerek hem okunurluk sorunu hem de görsel kirlilik yarattığı görülmektedir.



Resim 5.27. Üst üste yerleştirilerek birbirinin engelledikleri için ileti işlevini sağlamayan tabela örnekleri.
(Fotoğraf Çekimi: Zuhuratbaba, Bakırköy, İstanbul, 2014)

[58] A.g.k, 17.



Resim 5.28. Binanın dış cephesinde yer alan kaplamanın üzerine yerleştirilerek birbirinin görüntüsüne engel olan aynı zamanda birbirinin etkisini yok eden reklam örnekleri.
(Fotoğraf Çekimi: E-5 Karayolu Üzeri - Şirinevler, İstanbul, 2014)

"Ağaçların üstüne hiçbir şekilde reklam panosu, tabelası ve benzerleri ile bez afişlerin asılmasına izin verilemeyeği kuralı" [59] belirtildiği halde saptanan örnekte ağaç üzerine yerleştirilmiş yönlendirme örneği dikkat çekmektedir.



Resim 5.29. Ağaç üzerine rastgele yerleştirilmiş tabela örneği.
(Fotoğraf Çekimi: Sultanahmet Meydanı, İstanbul, 2012)

[59] A.g.k.,17.

"Tanıtım ve reklam uygulamalarında markalar dışında, yabancı dilde reklam ve tanıtım uygulaması konamaz kuralı" [60] standartı getirilmiş olmasına rağmen saptanan örnekte aynı restauranta ait çeşitli dillerde kullanılan tanıtım tabelası gösterilmektedir.



Resim 5.30. Yabancı dillerde kullanılan tabela (sol üstte) ve tente (altta) örneği.
(Fotoğraf Çekimi: Kore Lokantası, Sultanahmet, İstanbul, 2013)

[60] A.g.k., 17.

"Tanıtım uygulamaları hiçbir şekilde reklam unsuru içeremez, kuralı" nın [61] ihlal edildiği görsel kirlilik örneği görülmektedir.



Resim 5.31. Bina üzerine yerleştirilen tanıtım unsurları dışında yer alan reklam unsurları içeren görünüm.
(Fotoğraf Çekimi: Çapa, İstanbul, 2013)

[61] A.g.k., 17.

"Reklam ve tanıtım uygulamaları yatay ve dikeyde çıkıntı oluşturacak şekilde konulamaz. Kent estetiği bir bütün olarak değerlendirilir. Kentsel Tasarım Müdürlüğü kent estetiğini olumsuz etkileyen tüm reklam ve tanıtım uygulamalarına müdahale etme hakkına sahiptir." [62] kuralının seçilen örneklerde uygulanmadığı görülmektedir.



Resim 5.32. Binanın dış cephesine yerleştirilen, yatay ve dikey çıkıntı oluşturan, görsel açıdan olumsuz etki bırakan, üç boyutlu ekmek maketi ile oluşturulan tanıtım örneği.
(Fotoğraf Çekimi: Heybeliada, İstanbul, 2013)

[62] A.g.k., 17.



Resim 5.33. Üç boyutlu Türkiye Haritası kullanılarak hazırlanan, kent estetiğini olumsuz etkileyen su firmasına ait tanıtım uygulaması.
(Fotoğraf Çekimi: Zuhuratbaba, İstanbul, 2013)



Resim 5.34. Led aydınlatma sistemi ile birlikte kullanılan, üç boyutlu el ve dünya maketinden oluşan reklam öğesi, kent estetiğini olumsuz yönde etkilemektedir.
(Bostancı, İstanbul, 2014)



Resim 5.35. Görsel açıdan olumsuz etki bırakan, yatay çıkıntı oluşturan, reklam amaçlı kullanılan üç boyutlu baklava tepsisi ile oluşturulan tanıtım örneği. *(Fotoğraf Çekimi: Şirinevler E-5 Karayolu üzeri, İstanbul, 2014)*

"İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığınca, İstanbul'un görünüşünü etkileyen her türlü yerler, yapılar ve nakil vasıtaları üzerine tanıtım ve reklam amacıyla, çizilerek, yapıştırılarak yapılan resimler, asılmak veya dikilmek suretiyle konan (her türlü panolar, reklam kuleleri, boyalı reklamlar, elektrikli gösteriler, dükkan vitrinleri, araç üstü reklamlar, gökyüzüne yazılan reklamlar vb.) her türlü ilan, reklam ve tanıtım uygulamaları denetlenmesi gerekmektedir"[63] kuralı olmasına rağmen tespit edilen örneklerde uygulamaların denetim eksikliği nedeniyle gözden kaçtığı görülmektedir.



Resim 5.36. Tanıtım ve reklam amacıyla çizilerek yapılan duvar resmi örneği.
(Fotoğraf Çekimi: Balat, İstanbul, 2013)



Resim 5.37. Elle özensiz bir şekilde yazılarak hazırlanan duvar ilanı örneği.
(Fotoğraf Çekimi: Balat, İstanbul, 2013)

63 A.g.k., 17.

5.3. İzinsiz Konan İlan, Reklam ve Tanıtım Elemanları

Yönetmeliğin yayın tarihinden önce ruhsat alınmış tanıtım amaçlı pano veya tabelalar ile yönetmeliğe aykırı olan pano, levha, tabela ve reklam kuleleri vb. yönetmelik yayım tarihinden itibaren en geç 6 ay içerisinde yönetmeliğe uygun hale getirilir. "Yönetmeliğe uygun hale getirilemeyen pano, levha, tabela ve reklam kuleleri vb. ilgili belediyesince kaldırılmaktadır." [64]



Resim 5.38. Kurallara aykırı, uygun hale getirilemeyen raket ve tabelaların, ilgili belediye tarafından kaldırılırken bir görünümü.

[64] A.g.k., 17.

5.4. Cephe Rehabilitasyonu ve Kentsel Tasarım Uygulama Projeleri ve Örnek Uygulamalar

İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kentsel Tasarım Müdürlüğü tarafından İstanbul'un çağdaş ve yaşanabilir bir kent olması yönünde kent kimliğini güçlendirici kentsel tasarım çalışmaları yürütülmektedir. Kentsel kaliteyi arttırmak için kent bütününde yer alan kent mobilyaları ile bina cephelerindeki tanıtım uygulamalarındaki uyumsuzluklar, kötü görüntüler revize edilerek görsel yönden daha estetik hale getirilmektedir. Örneklerde önerilen taslak ve uygulama çalışmaları görülmektedir.



Resim 5.39. Cephe rehabilitasyonu öncesi görünüm.
(Mecidiyeköy Meydanı, İstanbul, 2014)



Resim 5.40. Cephe rehabilitasyonu sonrası taslak çalışma görünümü.
(Mecidiyeköy Meydanı, İstanbul, 2014)



Resim 5.41. Cephe rehabilitasyonu öncesi.
(Altunizade, İstanbul, 2014)



Resim 5.42. Cephe rehabilitasyonu sonrası taslak çalışma görünümü.
(Altunizade, İstanbul, 2014)



Resim 5.43. Bab-ı Ali ve Ankara Caddeleri cephe rehabilitasyonu
ve kentsel tasarım uygulama projesi.
(Eminönü, İstanbul, 2013)



Resim 5.44. Barbaros Bulvarı cephe rehabilitasyonu ve kentsel tasarım uygulama projesi.
(Beşiktaş, İstanbul, 2013)



Resim 5.45. Basın Ekspres Yolu (Havaalanı Bağlantı Yolu) cephe rehabilitasyonu ve kentsel tasarım uygulama projesi.
(İkitelli, İstanbul, 2013)



Resim 5.46. Abdi İpekçi ve Numunebağ Caddeleri cephe rehabilitasyonu ve kentsel tasarım uygulama projesi.
(Bayrampaşa, İstanbul, 2013)



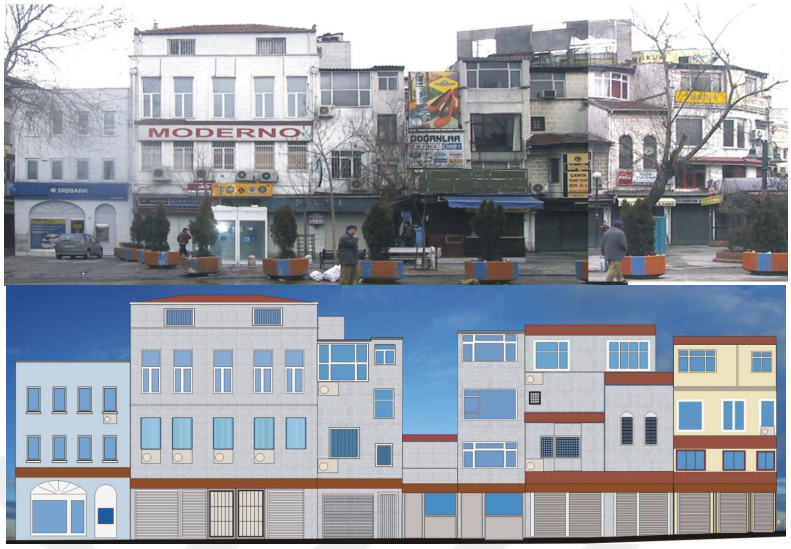
Resim 5.47. Sultanbeyli cephe rehabilitasyonu ve kentsel tasarım uygulama projesi.
(Fatih, İstanbul, 2013)



Resim 5.48. Yusufpaşa Güzergahı cephe rehabilitasyonu ve kentsel tasarım uygulama projesi.
(Fatih, İstanbul, 2013)



Resim 5.49. Ordu Caddesi cephe rehabilitasyonu ve kentsel tasarım uygulama projesi.
(Eminönü, İstanbul, 2013)



Resim 5.50. Ordu Caddesi cephe rehabilitasyonu ve kentsel tasarım uygulama projesi.
(Eminönü, İstanbul, 2013)



Resim 5.51. Tarlabaşı - Refik Saydam Caddeleri cephe rehabilitasyonu ve kentsel tasarım uygulama projesi.
(Beyoğlu, İstanbul, 2013)

5.5. İstanbul Kentsel Bildirişim Tasarımı

Bu bölümde, alan çalışması kapsamında önemli bir örnek çalışma teşkil eden (İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin talebiyle başlatılan) Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Grafik Tasarım Bölümü Öğretim Üyesi Bülent Erkmen ile mimar Aykut Köksal'ın tasarladıkları İstanbul Kentsel Bildirişim Tasarımı Kılavuzu'nun kentte yer alış biçimleri incelenmektedir. Hazırlanan bu detaylı kılavuz çalışmanın kentte uygulanması sürecinde, uygulama ilkelerinde karşılaşılan aksaklıklar, tabelalar çoğaltılırken oluşan teknik sorunlar, yanlış uygulamalar ortaya konularak, kimliğin sürdürülebilirliğinin sağlanması için önlem alınması ve farkındalık yaratılması amaçlanmıştır.

Proje kapsamında İstanbul'un cadde, sokak, kapı numaraları tabelaları yazı karakterinden başlayarak, bütünsel bir bilgilendirme çalışması bağlamında ele alınarak yenilenmiştir. İstanbul Kentsel Bildirişim Tasarımı projesinde (Bkz. Ek 4), kentin bilgi veren öğelerinin hem bu kente özgü bir tipolojiye sahip olması hem de yerel farklılıklarına göre birbirinden ayrışarak bölgelere göre özelleşebilmesi hedeflenmiştir. Tabelaların hepsinde zemin rengi kırmızı (Ral 3001 Signalrot/ Pantone 1945) kullanılarak tabelaların bir bütünün parçası olması sağlanırken tabelaların alt kısmında bulunan semt isimlerinin arka fonunda her semte özgü farklı bir renk kullanılarak tabelaların kente kimlik verici bir öğe olarak değerlendirilmesi, bölgenin ayırt edilmesi sağlanmıştır. Ayrıca İstanbul'a özgü yeni bir yazı karakteri geliştirilerek tabelaların İstanbul'la özdeşleşebilecek ayırıcı bir özelliğe sahip olması amaçlanmıştır. İlçeleri birbirinden ayıran renk tonlarının belirlenmesinde 10 ayrı ton düşünülmüş, birbirine komşu ilçelerde ise aynı ton kullanılmamıştır.

5.5.1. Öğelerin Yer Alış Biçimleri



Resim 5.52. Üst üste sıkışık nizamda yerleştirilmiş tabela örneklerinin görsel açıdan karmaşa ve okunurluk sorunu yarattığı görülmektedir. Sağda görülen kapı numaralarına ait gofre özelliği ise belirlenen ilkelerden farklı olarak hatalı bir biçimde ve ölçekte uygulanmıştır. *(Fotoğraf Çekimi: Şevkibey Sokağı, Balmumcu, İstanbul, 2013)*

Yeni duvar tabelaların yanında, eski duvar tabelalarının da kullanımına devam edildiği birarada kullanılan tabela örnekleri görülmektedir.



Resim 5.53. (Fotoğraf Çekimi: Şevkibey Sokağı, Balmumcu, İstanbul, 2013)



Resim 5.54. (Fotoğraf Çekimi: Safa Sokağı, Kadıköy, İstanbul, 2013)



Resim 5.55. (Fotoğraf Çekimi: Susam Sokağı, Beyoğlu, İstanbul, 2013)



Resim 5.56. *(Fotoğraf Çekimi: Cihangir yokuşu, Beyoğlu, İstanbul, 2012)*

Belirlenen örneklerde yeni kurallara uygun olarak değiştirilmeyen eski sokak tabelaları ve kapı numaraları görülmektedir.



Resim 5.57. *(Fotoğraf Çekimi: Kumrulu yokuşu, Beyoğlu, İstanbul, 2013)*



Resim 5.58. *(Fotoğraf Çekimi: Mustafa Paşa Bostanı Sokağı, Fatih, İstanbul, 2013)*



Resim 5.59. *(Fotoğraf Çekimi: Leblebici Sokağı, Beyoğlu, İstanbul, 2012)*



Resim 5.60. *(Fotoğraf Çekimi: Narmanlı Apartmanı, Nişantaşı, İstanbul, 2012)*



Resim 5.61. Yenilenen kapı numarasının konumu doğru olarak belirlenmemiş, aralık bırakılmadan harflerin hemen yanına bitişik bir konumda yerleştirilmiştir. Ayrıca düzensiz bir biçimde yerleştirilen kablolar apartmanın adını kapatmakta ve okunurluğu engellemektedir.
(Fotoğraf Çekimi: Cihan Apartmanı, Merter, İstanbul, 2012)

Türkiye'nin çeşitli illerinde kentsel bildirişim tasarımı kılavuzu uygulamasından esinlenerek hazırlanan farklı uygulama örnekleri ile kullanılan tabelalar görülmektedir. Ayrıca uygulamanın eski ve yeni biçimleri ile birlikte devam ettiği de görülmektedir.



Resim 5.62. Kentsel bildirişim tasarımı kılavuzundan esinlenerek yenilenen Yalıkavak Belediyesi'ne ait turuncu zeminli cadde tabelası ve aynı belediyeye ait mavi zeminli sokak tabelası.
(Fotoğraf çekimi: Yalıkavak, Muğla, 2014)



Resim 5.63. Kentsel bildirişim tasarımı kılavuzundan esinlenerek hazırlanan Bandırma Belediyesi'ne ait turkuaz zeminli sokak tabelası.
(Fotoğraf çekimi: Bandırma, Balıkesir, 2014)



Resim 5.64. Fransa, İspanya, İzlanda ülkelerine ait sokak ve cadde tabelaları ile kapı numaralarına ait örnek tasarımlar görülmektedir.

6. İSTANBUL' DA YER ALAN, KENTSEL TASARIMDA KULLANILAN GRAFİK TASARIM ÖĞELERİ ÜZERİNE ALAN ÇALIŞMALARI VE ÖRNEKLER

Bu bölümde öncelikle yaşamın önemli bir parçası haline gelen Türkiye'de sayıları son yıllarda hızla artan alışveriş merkezlerinin dış cephe tabelaları irdelenmiştir. Kentsel alanda görsel kimlik öğesinin tasarlanması konusu içerisinde incelenebilecek örnek bir olay olarak gerçekleştirilen, tarihi dokuyu koruma amaçlı Güzel Beyoğlu Projesi'ne, İstiklal Caddesi kapsamında, grafik tasarım disiplini yönünden bakılmış, alana yönelik örnekler ile sorunlar tespit edilmiştir. Kent mekanının pazarlanmasına dayanan yeni yerleşim merkezleri, rezidanslarda yer alan örnek tabelalar incelenmiştir. Kentsel tasarımda kullanılan grafik tasarım öğeleri üzerinden yapılan alan çalışmaları "Şehir mobilyaları, engelsiz kent, karayolları tabelaları, dış cephe kaplamaları ticari, tanıtım tabelaları, kapı numaraları ve konut isimlikleri, LED ekran tabelaları, billboard ve raket panolar, piktogramlar ve uygulama alanları"na, örnekleri bağlamında yer verilmiştir.

6.1. Alışveriş Merkezi Dış Cephe Tabelaları

> *"Günümüzde alışveriş merkezleri, birbiriyle anlamsal mekansal olarak hiçbir ilişkisi bulunmayan atlıkarınca, buz pateni pisti gibi eğlence öğeleri, panaromik asansörler, yürüyen merdivenler gibi teknolojik öğeler; kemerler, kubbeler, köprüler gibi mimari öğelerin bir araya geldiği gerçeküstü mekanlar haline dönüşmüştür. Ancak alışveriş merkezleri kimi zaman geçmişe öykünen "kitsch", kimi zaman ise bir uzay istasyonunu andıran "hightech" iç mekan anlayışlarıyla, çağımızın yeni kamusal mekanlarıdır. Baudrillard'a göre alışveriş merkezleri bir kaleydoskop gibi her şeyi içine alabilir ve bu merkezler bir meta panayırını andırırlar. Aslında Baudrillard'ın meta panayırı olarak adlandırdığı, alışveriş merkezlerinin kullanıcılarına sunduğu, küçük bir kent yaşantısı simülasyonudur. Bu mekanlar içinde kurulan kamusal ilişki de, aynen alışveriş merkezinde kurgulanan yapay dünyaya benzer bir şekilde kendiliğindenliğini kaybetmiştir."* [65]

Bu bölümde kent sakinlerinin hayatında önemli bir yer tutan, İstanbul'da sayıları hızla artan alışveriş merkezlerinin dış cephe tasarımlarına grafik tasarım perspektifinden bakılmıştır. Dış cephede yer alan gerek mağaza tabelalarının ve dış cephe kaplamalarının, yer alış boyutlarıyla, konumlarıyla, biraraya gelişlerinde, dizilimlerinde, hiyerarşik düzen değerlendirilmelerinde gerekse tabelaların kendi içinde bulunan tipografi, yazı karakteri anatomisi, harf aralıkları gibi biçimsel sorunlar olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda Sözdizimsel boyut (Sentaktik) ve Kullanım boyutu (Pragmatik) kapsamında analizler yapılarak, çözüm önerileri getirilmeye çalışılmıştır.

[65] T. VURAL – A.YÜCEL, **Çağımızın Yeni Kamusal Mekanları Olan Alışveriş Merkezlerine Eleştirel Bir Bakış**, 104-105.

"Sözdizimsel boyut (Sentantik):

Bu boyutta işaret ve sembollerin diğer işaret ve sembollerle olan ilişkileri mantık kuralları çerçevesinde incelenir.

- *Biçim*
- *Tipografi*
- *Renk*
- *Kontrast*
- *Boşluk*

Kullanım boyutu (Pragmatik):

İşaret sistemlerinin kullanım boyutunda ise, işaretleri kullananlar insanların aralarındaki amaca uygunluk ilişkisi değerlendirilir.

- *Baskı Teknolojisi*
- *Büyültme- Küçültme*
- *Işık Şartları / Baskı Yüzeyi*
-

Görsel iletişimde kullanılan göstergelerin sözdizimsel boyutta değerlendirilmesinde dikkate alınması gereken özellikler ise:

- *Göstergenin görünüşü nasıldır?*
- *Bu göstergeyi oluşturan öğelerin birbiri ile ilişkisi ve uyumu iyi midir?*
- *Bu göstergenin diğer gösterge ve işaretlerle ilişkisi nasıldır?*
- *Göstergenin bütününde yer alan yapısal elemanların kullanışı*
- *(Çizgi, fon ve form ilişkileri, bütünsellik, kontür, kesişmeler, geçişler, boyutlar,*
  bölmeler, renk ve diğer biçimsel özellikler) mantıklı mıdır?
- *Bu gösterge tanımlanabilir bir düzeni ve yapıyı yansıtabiliyor mu?*
- *Bu göstergenin içeriğini oluşturan en önemli vurgusu öncelikle algılanabiliyor mu?*
- *Söz konusu gösterge ve onun diğer ögeleri, ilişkiler sisteminin değişip gelişmesi durumunda da bir sistem olarak kullanılmaya uygun mudur?*

Görsel iletişimde kullanılan göstergelerin kullanım boyutunda değerlendirilmesinde dikkate alınması gereken özellikler:

- *Kullanılan gösterge insanlar tarafından görülebiliyor mu ve göstergenin vermek istediği anlam çıkartılabiliyor mu?*
- *Bu gösterge ya da işaret görsel algılamayı olumsuz yönde etkileyecek özelliklere sahip midir?*
- *Bu gösterge kullanım amacına göre farklı yerlerde, farklı boyutlarda ya da farklı iletişim araçlarında başarı ile kullanılabilir mi?"*[66]

[66] Teker ULUFER, **Grafik Tasarım ve Reklam**, 112.

Örnek olarak seçilen, Metrocity Alışveriş Merkezi Dış Cephesinde yer alan tabelalar içerisinde Migros, Marks&Spencer, Teknosa amblem ve logolarını sözdizimsel boyutta incelediğimizde, Migros ve Marks&Spencer amblem ve logolarının birbiri ile ilişkisinde Migros'un logosunda yer alan "kanguru" figürüne ait yeşil rengin, Marks&Spencer logosunun yeşili ile bütünleştiği, neredeyse ona ait bir simge gibi tanımlandığı, bu nedenle algı karmaşına yol açtığı, tanımlanabilir net bir yapı yansıtmadığı aşağıdaki örnekte görülmektedir. Aynı şekilde "Teknosa" ya ait turuncu zemin kullanımının "Migros" harflerinin turuncu rengi ile yeterince ayrışmadığı görülmektedir. Logolar arasında yer alan yetersiz boşluk kullanımı (özellikle belirli bir mesafeden bakıldığında) sorun teşkil etmiştir.



Resim 6.1. Metrocity alışveriş merkezi dış cephe tabelaları.
(Fotoğraf Çekimi: Metrocity Alışveriş Merkezi, Levent, İstanbul, 2013)

Ayrıca Migros “3M” yazı karakterinin kendi içerisinde “M” harfleri arasında yer alan harf aralıkların “MİGROS” harflerine oranla fazla olması nedeniyle, doğru harf aralıkları kullanılamamıştır. *Kullanım boyutunda (Pragmatik)* olarak baktığımızda ise zeminsiz kutu harf malzemesinin kullanımı ile oluşturulan logoların, zeminde yer alan karolara ait çizgili doku ile uyum sağlamadığı gözlenmektedir.



Resim 6.2. Metrocity alışveriş merkezi dış cephe tabela detayları.

Kanguru figürünün kulaklarının dış cephede yer alan pencereye denk gelmiş olması da yine önceden hesaplanmamış başka bir sorunu göstermektedir. Bundan başka yazıların okunaklılığını sağlayacak olan gerekli eşit dış boşluk kullanılmamıştır.



Resim 6.3. Kanyon alışveriş merkezi dış cephe tabelaları.
(Fotoğraf Çekimi: Levent, İstanbul, 2013)

Kanyon Alışveriş Merkezi Dış Cephe Tabelalarında yer alan "Kanyon" logosunu sözdizimsel boyutta incelediğimizde "k" ve "anyon" harfleri arasında yer alan harf aralıklarının fazlalığı, "k" harfinin geri kalanından kopmuş gibi görünmesine neden olmaktadır. Bu durumu çözmek için yanlış harf aralıkları arasındaki boşluk kullanımı azaltılmalıdır. Aynı zamanda majüskül "K" harfinin oranlarını küçülterek yapılan yanlış uygulama biçimi, harfin et kalınlığı sorunu yaratması nedeniyle de, minüskül olarak kullanılan diğer harflerden kopuk bir görününüm sergilemektedir.



Resim 6.4. Kanyon alışveriş merkezi dış cephe tabela detayı.

Metroport Alışveriş Merkezi Dış Cephe Tabelalarını *sözdizimsel boyutta* incelediğimizde dış cephenin üzerinde yer alan logoların plansız kullanış biçimleri nedeniyle aralarında boyut, boşluk sorunları oluşmuştur. Tanımlanabilir bir düzeni ve yapıyı yansıtmadığı görülmektedir. *Kullanım boyutunda (Pragmatik)* olarak ele aldığımızda ise zeminli ve zeminsiz kutu harf malzemesinin kullanımı ile oluşturulan logoların doku sorunu yarattığı ve uyum sağlamadığı gözlenmektedir.



Resim 6.5. Metroport alışveriş merkezi dış cephe tabelaları.
(Fotoğraf Çekimi: E-5 Karayolu Üzeri - Bahçelievler, İstanbul, 2013)



Resim 6.6. 212 alışveriş merkezi dış cephe tabelaları.
(Fotoğraf Çekimi: Bağcılar, İstanbul, 2012)

212 Alışveriş Merkezi Dış Cephe Tabelaları *sözdizimsel boyutta* incelediğimizde amblem ve logolarının birbiri ile ilişkisinde; yan yana gelen logoların yakınlıkları nedeniyle birleştiği ve bütünleştiği, bu nedenle algı karmaşına yol açtığı, tanımlanabilir net bir yapı yansıtmadığı aşağıdaki örnekte görülmektedir. *Kullanım boyutunda (Pragmatik)* olarak incelediğimizde kuruluş aşamasında yer alan beyaz zeminli, eşit alanlarda yer ayrılan logo kullanımlarının daha sonra malzeme değişikliği yapılarak, ışıklı kutu harf kullanımına geçildiği gözlemlenmiştir. Yine hatalı yapılan logo aralıkları nedeniyle algı karmaşına yol açtığı belirlenmiştir.



Resim 6.7. 212 alışveriş merkezi dış cephe tabelaları.
(Fotoğraf Çekimi: Bağcılar, İstanbul, 2013)



Resim 6.8. Capacity alışveriş merkezi dış cephe tabelaları, led ekran uygulaması.
(Fotoğraf Çekimi: Bakırköy, İstanbul, 2013)

Capacity Alışveriş Merkezi Dış Cephe Tabelaları, Aqua Florya Alışveriş Merkezi Dış Cephe Tabelaları, İstinye Park Alışveriş Merkezi Dış Cephe Tabelaları'nı *pragmatik* olarak incelediğimizde; üçünün de ortak özelliği olarak zeminde yer alan dokuların okunaklılığı azalttığı görülmektedir. Dolayısıyla göstergenin kurmak istediği görsel iletişim sağlanamamaktadır.



Resim 6.9. Aqua Florya alışveriş merkezi dış cephe tabelaları.
(Florya, İstanbul, 2013)



Resim 6.10. İstinye Park alışveriş merkezi dış cephe tabelası
(İstinye, İstanbul, 2013)



Resim 6.11. İstinye Park alışveriş merkezi dış cephe tabela detayı.
(İstinye, İstanbul, 2013)

Starcity, A Plus, Airport Outlet, Kale Outlet Center Alışveriş Merkezleri dış cephe tabelaları incelendiğinde, logoların boyut, boşluk sorunları ve hatalı yerleştirilen logo kullanım aralıkları nedeniyle algı karmaşına yol açtığı, tanımlanabilir net bir yapıyı yansıtmadığı örneklerde görülmektedir. *Kullanım boyutunda (Pragmatik)* olarak incelediğimizde bazı yüzeylerde beyaz zeminli, bazı yüzeylerde zeminsiz kullanım örneklerinin aynı yüzeyde hem ışıklı kutu harf hem de açıkhava cephe kaplamasıyla malzeme anlamında da uyumsuzluklar görülmektedir.



Resim 6.12. Starcity alışveriş merkezi dış cephe tabelaları.
(Yenibosna, İstanbul, 2013)



Resim 6.13. A Plus alışveriş merkezi dış cephe tabelaları.
(Fotoğraf Çekimi: Ataköy, İstanbul, 2013)



Resim 6.14. Airport Outlet Center alışveriş merkezi dış cephe tabelaları.
(Fotoğraf Çekimi: Çobançeşme, İstanbul, 2013)

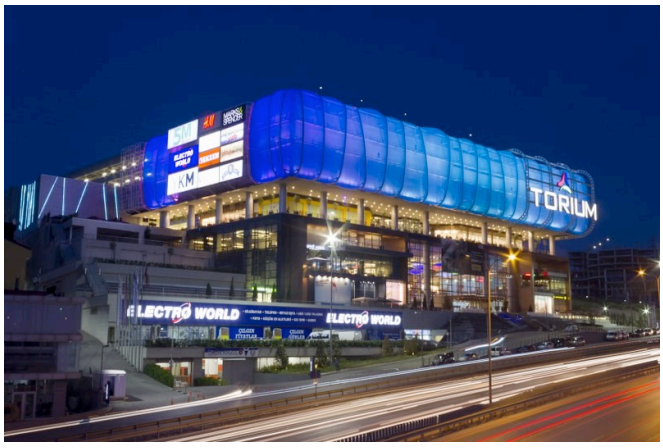


Resim 6.15. Kale Outlet Center alışveriş merkezi dış cephe tabelaları.
(Fotoğraf Çekimi: Güngören, İstanbul, 2013)



Resim 6.16. Torium alışveriş merkezi dış cephe tabelaları, gündüz görünüm.
(Fotoğraf Çekimi: E-5 Karayolu üzeri, Beylikdüzü, İstanbul, 2013)

Torium Alışveriş Merkezi Dış Cephe Tabelalarını sözdizimsel boyutta incelediğimizde alışveriş merkezi adının ön tarafta vurucu bir biçimde konumlandırılması sağlanmıştır. Markalara ait amblem ve logolar ise, yan cephede ancak yine oran sorunları, yetersiz tabela aralıkları kullanımı ile yer almıştır. *Kullanım* boyutunda baktığımızda, gece görünümünde fazla ışık kullanımının olumsuz yönde olduğu ve görsel kirlilik yarattığı görülmektedir.



Resim 6.17. Torium alışveriş merkezi dış cephe tabelaları, gece görünümü.
(Fotoğraf Çekimi: E-5 Karayolu üzeri, Beylikdüzü, İstanbul, 2013)



Resim 6.18. City's alışveriş merkezi dış cephe tabelaları.
(Nişantaşı, İstanbul, 2013)

City's Alışveriş Merkezi Dış Cephe Tabelaları'nı incelediğimizde farklı yeni bir kullanım boyutu olarak Led Ekran uygulaması görüyoruz. Kentin önemli tarihi dokularına sahip Nişantaşı sokakları arasında karşımıza çıkan bu dev ekran görüntüsünün, fazla hareket ve ışık kullanımı nedeniyle uyumlu olmadığı belirlenmiştir.



Resim 6.19. Yansıtıcı cam malzeme üzerine yerleştirilen zeminsiz logo kullanımı Optimum Alışveriş Merkezi dış cephesinde okunurluk sorunu yaratmaktadır.
(E-5 Karayolu üzeri, Kadıköy, İstanbul, 2013)



Resim 6.20. Capitol alışveriş merkezi ve Olivium Outlet alışveriş merkezi dış cephe tabelalarının yer alış biçimlerinde tabela kirliliği sorunu yaşanmadığı görülmektedir.
(Altunizade, Zeytinburnu, İstanbul, 2013)

6.2. İstiklal Caddesi Tabela Değişikliği Örnek Uygulama Tasarımı: Güzel Beyoğlu Projesi

> *"Modern kentin şiddeti kendisine sızacak başka delikler buldu: Bina cephelerindeki tabelalar. Sahnenin dekorcuları yine göreve çağrıldı. Belki kentin çoğul görüntüsü korunarak bir norm getirilebilirdi. Ama hem bu kentin kendisi sahne tasarımcılarını ilgilendirmiyordu, hem de çoğullukla normu buluşturma konusunda çok becerili değildik. Geriye yabancısı olmadığımız bir yol kalıyordu: Tek bir üniforma altında "birlik ve beraberliği" sağlamak. Artık tüm tabelalar ahşap zemin üzerinde pirinç harflere kavuştu. Şimdi sıra cephelerde, tasarımcılarımızın "belirlediği" üç-dört renkle boyandıklarında sahne de tamamlanmış olacak.*
>
> *Bu arada Beyoğlu kampanyasını başlatan büyük mağaza sahiplerinin özlemlerine kavuşup kavuşmadıklarını merak edenler olacaktır. Onlar üniforma giydirilmiş kurumsal kimlikleri karşısında kara kara düşünüyorlar. Ama zaten "yeni" Beyoğlu onların çağırdığı, mağazaları dolduracak insanlara da kavuşmadı. Yani evdeki hesap çarşıya uymadı. Şimdi Beyoğlu kentin en görkemli flaneur caddesi. Birileri onları sahneden kovana kadar..."* [67]

Aykut Köksal'ın makalesinde de vurguladığı gibi, bu yeni düzenleme kimliksizleşmeye ve standartlaşmaya yol açmıştır. Caddenin önemli bir kısmında banka, butik, kitapçı, bar ayırt etmeden, tek tip görsel kimliğe bürünen işyerleri açısından durum aynı zaman da önemli bir kurumsal kimlik, marka kimliği sorunu olarak belirmiştir. İşyeri tabelalarının tasarımı ve kullanımında, bölgenin mimari özelliği ile ilişki kurarak çözümler getiren iş yeri neredeyse kalmamıştır.

---

[67] Aykut KÖKSAL **Kaldırımsız Beyoğlu'nun Tramvayı, Tabelaları**, 38.



Resim 6.21. Farklı markalara ait ahşap tabela üzeri pirinç harf örnekleri.
(İstiklal Caddesi, Beyoğlu, İstanbul 2001)



Resim 6.22. Çeşitli markalara ait ahşap tabela üzeri pirinç harf örnekleri.
(İstiklal Caddesi, Beyoğlu, İstanbul 2001)

İstiklâl Caddesi üzerinde yer alan taş binanın altında yer alan İstiklal Caddesi Oxxo Mağazası Tabelası, 2013 yılına kadar altında bulunduğu binayla uyumlu mermer bir dokuya sahipken yakın zamanda o da görsel kimlik tasarımında değişiklik yaparak, ışıklı kutu harf malzemesi kullanımına geçmiştir. Bölgenin mimari özelliği ile ilişki kurarak çözümler getiren nadir doğru örneklerden olan bu tabela da ne yazık ki zaman içinde yokolmuş, belleklerden silinmiştir.



Resim 6.23. İstiklal Caddesi Oxxo mağazası tabelası mermer doku kullanımı.
(Fotoğraf Çekimi: Beyoğlu, İstanbul, 2012)



Resim 6.24. İstiklal Caddesi Oxxo mağazası tabelası kutu harf kullanımı.
(Fotoğraf Çekimi: Beyoğlu, İstanbul, 2012)



Resim 6.25.İstiklal Caddesi Oxxo mağazası, bina genel görünümü.
(Fotoğraf Çekimi: Beyoğlu, İstanbul, 2012)

Beyoğlu'nda İstiklal Caddesi'nde bulunan tarihi Markiz Pastanesi, Lebon'un Şark Pasajı girişindeki eski yerinde Avedis Ohanyan Çakır tarafından 1940'ta açılmıştır.



Resim 6.26. İstiklal Caddesi Markiz Pastanesi.
(Beyoğlu, İstanbul, 1940 sonrası)

Tarihi Markiz Pastanesi'ne karşıdan bakıldığında camı üzerine yerleştirilen HD ekranda dijital menü sunumu; hem pastanenin tarihi görsel kimliği ile uyuşmadığı hem de görüntü kirliliğine neden olarak, tarihi dokunun zedelenmesine yol açtığı gözlemlenmiştir. Bu ekran kaldırılmalıdır, zorunlu bir durum teşkil ediyorsa da tarihi dokuya uygun bir biçim ve oranda tipografisi, rengi, boşluk değerleri yeniden tasarlanmalış bir tasarım ile baskı teknolojisi, ışık şartları ve baskı yüzeyi yeniden değerlendirilmelidir. Özellikle belli bir döneme ait ve tarihi değerleri korunmuş, malzemeleri değiştirilmemiş, dükkan cepheleri ve tabelaları titizlikle korunmalıdır.



Resim 6.27.İstiklal Caddesi Markiz Pastanesi.
(Fotoğraf Çekimi: Beyoğlu, İstanbul, 2012)

Görüntü kirliliğinin önüne geçmek için çalışan Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'nın tabela standardıyla ilgili kararı için grafik tasarımcıların, mimarların ve şehir planlacısı grupların önlem alması gerekmektedir. Çünkü tabela standardıyla ilgili alınan bu karara göre Beyoğlu'nda "Güzel Beyoğlu Projesi" kapsamında başlayan, pilot projenin şimdi de Türkiye'ye yayılması planlamaktadır. Bu dönüşüm sonucu yaşanan "kimliksizleşme" sorunu düzeltilemeden, tüm Türkiye'ye yayılması söz konusudur. Bir standartlaşma olacaksa da gerekli bilirkişi grupları, raporları ile farklı önermeler, seçenekler ortaya konularak kimliksizleşmeye neden olan etkenler ortadan kaldırılarak yeniden düzenlenmelidir. Bu pilot projenin başarılı olduğu sanılmakta ve sektör için olumlu etkisi olacağı düşünülmektedir. Örneklerde birbirinden farkı olmayan, kimliksizleşmeye yol açan projenin uygulamaları bulunmaktadır.



Resim 6.28. Günümüzde kullanılan farklı markalara ait ahşap tabela üzeri pirinç harf tabela örnekleri.
(Fotoğraf Çekimi: İstiklal Caddesi, İstanbul 2012)

"Güzel Beyoğlu Projesi" kapsamında başlayan kimliksizleşmeye yol açan dönüşümün, Büyükada'da da başlayan ve devam eden pirinç harf, ahşap tabela örnekleri görülmektedir.



Resim 6.29. Çeşitli markalara ait ahşap tabela üzeri pirinç harf örnekleri.
(Fotoğraf Çekimi: Büyükada*, İstanbul 2013)*

6.3. Yapay Kentleşme: Yeni Yaşam Alanları ve Tabela

Türkiye'nin en büyük metropolü olan İstanbul kentinin şu an itibariyle 39 ilçesi bulunmaktadır: Adalar, Arnavutköy, Ataşehir, Avcılar, Bağcılar, Bahçelievler, Bakırköy, Başakşehir, Bayrampaşa, Beşiktaş, Beylikdüzü, Beyoğlu, Büyükçekmece, Beykoz, Çatalca, Çekmeköy, Esenler, Esenyurt, Eyüp, Fatih, Gaziosmanpaşa, Güngören, Kadıköy, Kağıthane, Kartal, Küçükçekmece, Maltepe, Pendik, Sancaktepe, Sarıyer, Silivri, Sultanbeyli, Sultangazi, Şile, Şişli, Tuzla, Ümraniye, Üsküdar, Zeytinburnu.

39 ilçeli bu kentin bazı ilçelerinin yıllara göre nüfus artış oranlarında ise ciddi yükselişler gözlenmektedir. Bunun nedeni olarak da konut yapılaşmalarındaki artış ve değişim gösterilmektedir. Markalı konut projelerinin 2000'li yıllarda İstanbul'u sarmaya başlaması, bu projelerin yoğunlaştığı ilçelerde nüfus patlaması yaşanmasına sebep olmuştur.



Resim 6.30. Ataşehir toplu konutlar



Resim 6.31. Hızla gelişen Maslak silüeti

"Tarih boyunca kentlerin çeşitli mekanları, insanlar arasındaki sosyal iletişim ve etkileşimin geliştiği ortamlar olmuşlardır. Kapitalizmin gelişimiyle birlikte kamusal ilişki de kendiliğindenliğini kaybetmiş aynen üretim ve tüketim aktivitesindeki akılcılaştırmaya benzer bir anlayışla yeniden ele alınmıştır. Kapitalist sistemin kendine özgü mantığı içinde üretilmiş olduğu için de "üretilmiş olan her şey gibi tüketilmeye adanmıştır."[68]



Resim 6.32. Halkalı toplu konutları

[68] T.VURAL - A.YÜCEL, **Çağımızın Yeni Kamusal Mekanları Olan Alışveriş Merkezlerine Eleştirel Bir Bakış,** 98.

Günümüzde medyanın toplumu ve kültürü ne kadar büyük bir hızla etkileyip değiştirdiğini görmekteyiz. Sistemin getirisi ve görsel söylemin gücü sonucu artık insanlar onları çevreleyen yapay kentlerde yaşamaktadırlar.



Resim 6.33.Venedik evleri, Gaziosmanpaşa



Resim 6.34.Bosphorus evleri, Halkalı



Resim 6.35. Bosphorus City'de yer alan yalı tabelası örnekleri incelendiğinde bulundukları yapay ortamda kentten uzak, bağımsız bir şekilde uygulandıkları belirlenmiştir.
(Fotoğraf Çekimi:Bosphorus City, Halkalı, İstanbul, 2013)



Resim 6.36. Bosphorus City yönlendirme tabelalarında, İstanbul Kentsel Bildirişim Tasarımı kılavuzunun kurallarının uygulanmadığı belirlenmiştir. Bu nedenle oluşturulması hedeflenen özgün tipolojiden de uzak kalındığı görülmektedir.
(Fotoğraf Çekimi: Bosphorus City, Halkalı, İstanbul, 2013)

6.4. Kent Mobilyaları

> "*Kentsel dönüşüm ve yenileme çalışmalarının önem kazandığı 21.yüzyılda "kent mobilyaları" kavramı önem kazanmıştır. Kent mobilyaları tasarımı ve fonksiyonu kentlinin ortak kullanım mekanlarında, kentsel fonksiyonları sağlamanın yanında kente çağdaş ve estetik bir görünüm kazandırmayı da amaçlamaktadır."*[69]

Bu bölümde kent mobilyaları tasarımlarının estetik, biçim, malzeme, renk, doku ve algılanabilirlik ölçütleri, günümüz kent mobilyaları tasarım örnekleri ile değerlendirilmektedir. Doğru tasarlanmış kent mobilyalarının yer aldıkları mekanlarda hem kullanım kalitesini hem de görsel kaliteyi artırarak, kent kimliğini ve kullanıcıların psikolojik durumlarını olumlu yönde etkilediği unutulmamalıdır. Bununla birlikte sanatçı, tasarımcı, şehir plancısı ortak çalışmasının olmaması sonucu, parçacıl kentsel tasarım yaklaşımlarında yaşanan sorunlar ortaya konmaya çalışılmıştır. Kentsel yaşam kalitesinin yükseltilmesi için farkındalık yaratılması amaçlanmaktadır.



Resim 6.37. Estetik olmayan kent mobilyaları görünümleri.
(Fotoğraf Çekimi: Zeytinburnu Tramvay Durağı, İstanbul, 2012)

[69] Özge VOLKAN AKSU, **Kent Mobilyaları Tasarımında Özgün Yaklaşımlar,** 373.

Kent estetiğini etkileyen olumsuz formlar, kentin bir bütün olarak düşünülmemesinden, sorunlara noktasal çözümler ve tasarımlar aranmasından kaynaklanmaktadır. Denetime yönelik yaptırımların yetersizliği ve ortak kesişim alanındaki yetersiz iş gücü de durumu daha da kötüleştirmektedir.



Resim 6.38. İşlevsellik bağlamında yetersiz, estetik olmayan kent mobilyası örneği.
(Fotoğraf Çekimi: Marmara Forum Alışveriş Merkezi, Merter, İstanbul, 2013)



Resim 6.39. Bir koltuk döşeme firmasına ait reklam amaçlı olarak yerleştirilen, ağaçta asılı duran koltuk ile oluşan görsel kirlilik örneği.
(Fotoğraf Çekimi: Zuhuratbaba, İstanbul, 2013)



Resim 6.40. Kent estetiğini olumsuz etkileyen vitrin mankenleri örneği.
(Fotoğraf Çekimi: Merter, İstanbul, 2013)



Resim 6.41. Ana cadde üzerinde reklam amacıyla yerleştirilen cansız mankenin oluşturduğu görsel kirlilik örneği.
(Fotoğraf Çekimi: Merter, İstanbul, 2013)

6.5. Engelsiz Kent

> *"Ülkemizde engellilerin toplumsal yaşama katılmasını sağlamak açısından yapılması gerekenler, yasalarda ve yönetmeliklerde yer almaktadır ancak tanımlanan gerekliliklerin kente ve mimariye yeterince yansımadığı görülmektedir. Yetersizlikler ve beklentiler engelli bireyler ve onları temsil eden kurumlar aracılığıyla sıklıkla ifade edilmektedir. Bu açıdan, evrensel tasarım felsefesinin anlaşılması ve dünyada gerçekleştirilen uygulamaların tasarımcılar tarafından takip edilmesi büyük önem taşımaktadır."* [70]

Bu bölümde kentte bu yaklaşımın hedef ve ilkelerini, bu yaklaşımı içeren çözümleri incelemek ve bu bağlamda ülkemizdeki örnekleri değerlendirmek amaçlanmıştır. "Türk standartları enstitü şehir içi yollar engelli ve yaşlılar için sokak, cadde, meydan ve yollarda yapısal önlemler ve işaretlemelerin tasarım kuralları"nın uygulanmadığı örnekler ortaya konulmuştur. Gerekli rampaların yapılmadığı, dik ve dar düzenlenden kaldırımlarda park eden araçlar, tabelalar, kent mobilyaları vb. nedeniyle engelli bireylerin geçişinin engellendiği, gereken donanımın yer almadığı alanlar belirlenmiştir.



Resim 6.42. Engelli bireyin geçişini engelleyen dik rampa (solda) ve çıkıntı yapacak bir biçimde yerleştirilmiş havalandırma (ortada) ve hasar görmüş bariyer (solda) örnekleri.
(Fotoğraf Çekimi: Beyoğlu, İstanbul, 2011)

[70] Göksenin İNALHAN, **Sağlıklı ve Dengeli Bir Çevrede Yaşama Hakkı İçin Fiziksel Çevre Tasarımında "Herkesi" Düşünebilmek,** 75.



Resim 6.43.Engelli bireyin geçişini engelleyen dar kaldırımlar, merdivenler üzerine yerleştirilen mantar bariyeler ve (sağda) pencere korkulukları.
(Fotoğraf Çekimi: Beyoğlu, İstanbul, 2011)



Resim 6.44. Kent mobilyalarının keskin ve çıkıntılı kenarlarından arındırılmış olması gerekirken çivisi çıkmış sunta (orta bölümde) ve kaldırım üzerine yerleştirlen mobilya alanının keskin kenarları dikkat çekmektedir.
(Fotoğraf Çekimi: Beyoğlu, İstanbul, 2011)



Resim 6.45. Kaldırıma çıkıntı yapan işyerlerinin güneşlikleri, şemsiyeleri, yönlendirmeleri veya oturma yerleri engellilerin hareketine engel teşkil etmeyecek şekilde yerleştirilmelidir ancak park bariyeri (sağda) ile kaldırımda geçişin rahatlıkla sağlanamayacağı görülmektedir.
(Fotoğraf Çekimi: Beyoğlu, İstanbul, 2011)



Resim 6.46.Kent mobilyaları ve donanımların engellilere engel olmayacak şekilde yerleştirilmesi gerekirken, belirlenen örnekte bir okula ait otopark için tahsis edilen bariyelerle engellenmiş geçişe izin vermeyen kaldırım görülmektedir.
(Fotoğraf Çekimi: Nişantaşı, İstanbul, 2011)



Resim 6.47. Kaldırım üzerinde, ızgara, rögar kapağı gibi altyapı elemanlarının çukur ve çıkıntı oluşturmayacak şekilde kaldırım yüzeyi ile eş düzey olarak düzenlenmesi gerekmektedir. Ancak kaldırımın kenar bölümlerine (solda) ve rögar kapağına (sağda) dikkat edilirse çıkıntı oluşturacak şekilde düzenlendiği ve kuralın doğru bir şekilde uygulanmadığı görülmektedir.
(Fotoğraf Çekimi: Beyoğlu, İstanbul, 2011)



Resim 6.48. Engelliler dahil tüm yayaların rahatça hareket edebilmeleri için genişliği en az 150 cm olması gereken ancak yerleştirilen malzemeler nedeniyle uygun koşulları sağlamayan yaya kaldırımı örneği.
(Fotoğraf Çekimi: Karaköy, İstanbul, 2011)



Resim 6.49. Görme engellilerin kaldırımlarda güvenli bir şekilde ilerleyebilmeleri için kaldırım yüzeyinde hissedilebilir kılavuz izler yapılmıştır ancak kılavuz çizgiler üzerine yerleştirilen park bariyeri engelli birinin geçmesine olanak vermeyecek ve tehlike oluşturabilecek şekilde yerleştirilmiştir.
(Fotoğraf Çekimi: Kabataş, İstanbul, 2011)

6.6. Karayolları Tabelaları

Yönlendirme ve işaretleme tasarımına en çok ihtiyaç duyulan alanlardan biri olan karayolları "Farklı uluslardan, farklı dil ve kültüre sahip pek çok insanın hedefledikleri noktalara hızla ulaşabilmelerini amaçlamaktadır. Etkin ve işlevsel bir yönlendirme ve işaretleme sistemi ile kentin görüntüsüne önemli katkı sağlayabilmektedir."[71] Ancak ülkemiz karayollarında kullanılan trafik levhalarını incelediğimizde gerekli özenin ve önemin gösterilmediği belirlenmiştir. Yazının algılanması için gerekli boşlukların kullanılmadığını, yazının temel kurallarının uygulanmadığını, yanlış harf anatomisi ve harf aralıkları kullanılarak okunurluk sorunu yaratıldığını, olmayan yazı karakterlerinin kullanıldığı görülmektedir.



Resim 6.50. Uluslararası dolaşımda da kullanılan, yol yapımı nedeniyle üzeri karalanarak kapatılan trafik levhasında gerekli boşlukların kullanılmadığı, uyarıcı dijital hız göstergelerinin yönlendirme dizgelerinin önüne geçtiği görülmektedir.
(Fotoğraf Çekimi: Okmeydanı, İstanbul, 2014)

[71] Banu İnanç UYAN DUR, **Çevresel Grafik Tasarım'ın Uygulama Alanları,** 154.

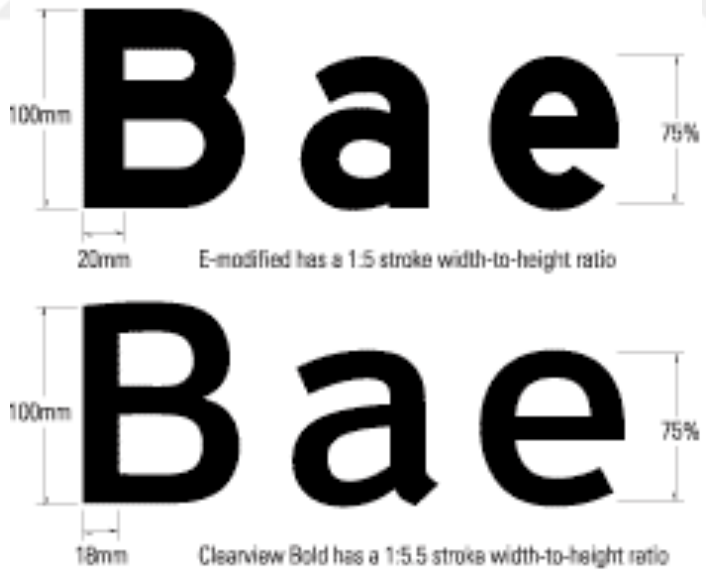
Örnek olarak seçilen trafik levhasında kullanılan yazı karakterindeki sorunlar incelediğinde "a" harfininin iç boşluklarının şablon kullanılarak elips şeklinde uygulandığı, harflerin et kalınlıklarının birbiriyle aynı olmadığı, "s" harfinin her kullanımda ters yerleştirildiği, x yüksekliklerinin eşit olmadığı ve harf ağırlıklarının dengelerinin sağlanamadığı görülmektedir.



Resim 6.51. Yanlış harf anatomileri kullanılan trafik levhası örneği.
(Fotoğraf Çekimi: Balat, İstanbul, 2013)

Dünyadaki örnekleri incelediğimizde ise yönlendirme ve işaretleme tasarımına en çok gereksinim duyulan alan olan karayollarına ait tabelalar üzerinde hassasiyetle durulduğunu görmekteyiz.

Pennsylvania Ulaştırma Kurumu'nun (PTI) konvansiyonel/geleneksel yol işaretlerine ilişkin detaylı ve bilimsel çalışmalar yürütmüş (Bkz.EK-1), karayolları levhalarında okunaklılıkta gelişme sağlamış, sürücüler için okuma hızını arttırmıştır. Bu sayede görüntülenen bilgiye tepki vermek için kişiye önemli ölçüde fazladan süre tanınmıştır. Uzak mesafelerden bakıldığında harflerin koyu kütleler gibi görünmesine neden olan et kalınlığı-x yüksekliği değiştirilmiştir, gece görüşü ve yaşlı izleyiciler için yazı karakteri okunaklılığı (Bkz.EK-2) ile ilgili iyileştirmeler yapılmıştır. Pennsylvania çevre yollarındaki test amaçlı değerlendirmelerden sonra, retinaya karşılık gelen görsel bir kavis de eklendiğinde uzak mesafelerden görüşü artıracağı testlerle doğrulanmıştır.



Şekil 6.52.. E serisi (Modifiye) Highway Gothic ve Clearview-Bold (altta)
E serisi (Modifiye) et kalınlığı, genişlik - yükseklik oranı 1:5,
Clearview-Bold et kalınlığı, genişlik - yükseklik oranı 1:5,5.

"*Almanya yol tabelalarında kullanılan DIN-Schrift yazı karakteri, genellikle siyah zemine ters baskı yapılarak kullanılan bu harflere çoğunlukla kötü görüş koşullarında bakıldığından harf biçimlerine netlik kazandırmak için ince düzenlemeler yapılmıştır. Örneğin 'ö' harfinin kapatılmış alanı daha oval hale getirilmiş, harfler uzatılmış ve 'ö' harfinin noktaları kare yerine daire olarak kullanılmıştır.*"[72]



Resim 6.53. Yukarıdaki görseller özgün yazı karakterini ve kötü görüş koşullarında nasıl göründüğünü (solda) düzeltilmiş yazı karakterini ve kötü görüş koşullarında nasıl göründüğünü göstermektedir.

[72] G.Ambrose- P.Harris, **Tipografinin Temelleri,** 172.

6.7. Dış Cephe Ticari Tanıtım Tabelaları, Kaplamaları

Bu bölümde bina dış cephe ticari tanıtım tabelaları, kaplamaları grafik tasarım perspektifinden ve öngörülen görüntü kirliliği kontrolü yönetmeliği taslağı[73] na göre incelenmektedir. Bina dış cephelerinde kullanılan ışıklı, ahşap, plastik, demir ya da alüminyumdan oluşan tabelalarda, kaplama örneklerinde, mimari doku ile çevre ve kent estetiğinin korunmasına yönelik belirli bir standart sağlanmadığı belirlenmiştir. Bu bağlamda kullanılan malzemelerin benzer nitelikte olması, anlaşılır bir çevre açısından görüntü kirliliğine neden olmayacak biçimde düzenlenmesi amaçlanmalıdır.



Resim 6.54. Bina dış cephesinde yer alan "yama" gibi duran dijital tabela örnekleri.
(Fotoğraf Çekimi: Mecidiyeköy Meydanı, İstanbul, 2013)

[73] Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, **Görüntü Kirliliği Kontrolü Yönetmeliği Taslağı,** 4.



Resim 6.55. Binayı kaplayarak, görsel kirlilik yaratan tanıtım tabelaları.
(Fotoğraf Çekimi: Aksaray, İstanbul, 2013)

"İl bütününde yer alan tabelaların, şehrin estetik ve mimari dokusunu bozmayacak, kentin doğal ve tarihi silueti ile çelişmeyecek şekilde tasarlanması konum, renk, şekil ve boyutları gibi unsurların, grafik tasarım ekibinin de içinde bulunduğu yetkili birimlerce belirlenmesi gerekmektedir. Ticari tanıtım tabelaları, reklam panoları yine belli bir standart gözetilmeksizin çeşitli şekillerde kullanılabilmektedir. Bu çeşitlilik kentte görsel kirliliğe neden olmaktadır. Çeşitli şekil ve boyutta görsel kirliliğe neden olan ticari tabelalar ile bina yüzeylerinin oluşturduğu görsel kirlilik engellenmelidir. Tarihi yapılar üzerinde kullanılan malzeme seçimlerinin karşıtlık yaratmamasına, doku ile uyumlu olmasına dikkat edilmelidir."[74]

[74] A.g.k., 4.



Resim 6.56. Tarihi taş doku ile karşıtlık oluşturan led ışıklı reklam tabelaları.
(Fotoğraf Çekimi: Sirkeci, İstanbul, 2013)



Resim 6.57. Bina dış cephesini kaplayan ticari tanıtım tabelaları.
(Fotoğraf Çekimi: Şirinevler, İstanbul, 2013)



Resim 6.58. Eminönü Yeni Cami kapı girişinde yer alan mermer tabela, caminin tarihi taş dokusuyla uyumlu bir görünüm sağlamasına rağmen, çerçeve içine yerleştirilen uyarı içerikli renkli dijital baskı örneği karşıt ve uyumsuz bir görünüm sergilemektedir.
(Fotoğraf Çekimi: Eminönü Yeni Cami, İstanbul, 2013)



Resim 6.59. Tarihi yapının duvarında yer alan dijital led tabela, yapının tarihi dokusunu zedelemektedir.
(Fotoğraf Çekimi: Rüstem Paşa Camii, Eminönü, İstanbul, 2013)



Resim 6.60. Hatalı tipografi kullanılan tabela örneği.
Her yazı karakterinin kendine ait bir sözü ve tasarımda yarattığı etkisi vardır. Bu nedenle yazı karakterinin anatomisi ile oynanmamalıdır. Noktalama işaretleri yazı karakterinin içerisine sonradan yerleştirilmemeli, harf aralıkları doğru düzenlemelidir.
(Fotoğraf Çekimi: Zeytinburnu, İstanbul, 2013)

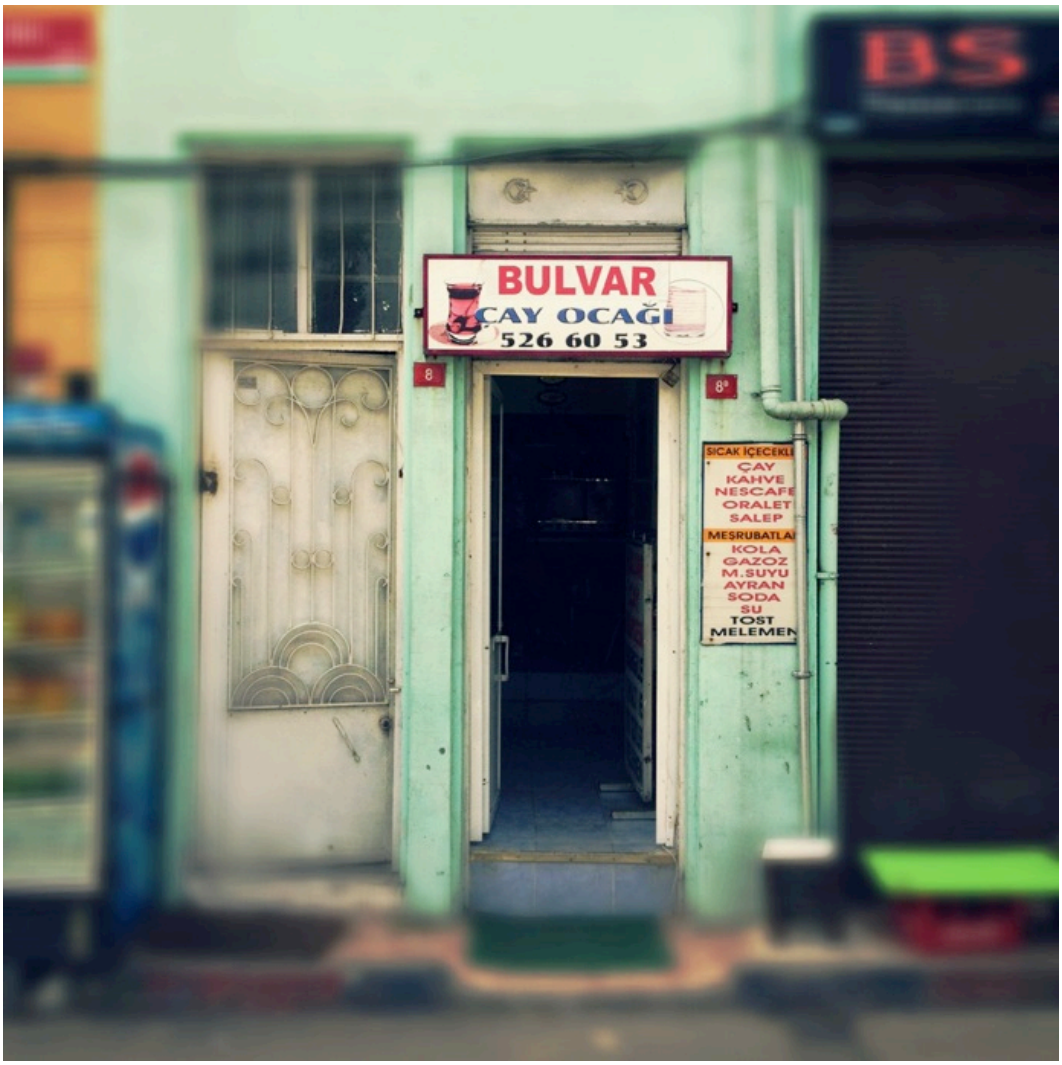


Resim 6.61. Dükkan girişinde yer alan basamakların altında kalan yönlendirici kaplama örneği.
Kaplama ürünlerinin geleceği noktalar önceden belirlenmediği için ya da sonradan konan basamaklar nedeniyle okunurluk sorunu yarattığı görülmektedir.
(Fotoğraf Çekimi: Avcılar, İstanbul, 2013)



Resim 6.62. El yazısı karakterlerinin büyük harfleri yan yana getirilerek oluşturulmuş tipografik açıdan hatalı olarak tasarlanmış tabela örneği. Bu yazı karakterleri küçük harfleri beraber kullanılmak üzere tasarlanmıştır. Küçük harfler birbirlerine kusursuz olarak bağlanmaktadır ancak beraber kullanılmak üzere tasarlanmayan büyük harfler yan yana geldiklerinde bağlantı sorunları çıkarmaktadır.

(Fransız Geçidi İş Merkezi, Beyoğlu, İstanbul)



Resim 6.63. Birbirinden farklı yazı karakterleri kullanılarak oluşturulan tabela örneğinde yazı karakterlerinin okunurluğunun sağlanabilmesi için etrafında yeterli boşluk alanı bırakılmadığı görülmektedir.
(Fotoğraf Çekimi: Balat, İstanbul, 2013)



Resim 6.64.Yeşil doku nedeniyle üzeri örtülmüş, ihmal edilen eksik tabela parçaları nedeniyle okunurluk sorunu ve görsel kirlilik yaratan tabela örneği.
(Fotoğraf Çekimi: Balat, İstanbul, 2013)



Resim 6.65. Tarihi yapı ile karşıt görünüm oluşturan ve tek bir alanda bir adın birden çok kullanılması nedeniyle görsel kirlilik yaratan tabela uygulaması.
(Fotoğraf Çekimi: Beyoğlu, İstanbul, 2013)



Resim 6.66. Biçim, renk ve tipografisine dikkat edilmeden yan yana yerleştirilen tabela örnekleri. İki yada daha çok elemanın birlikte uyum içinde bir bütün meydana getirmesi sonucu ortaya çıkan atmosferin önemli olduğu unutulmamalıdır.
(Fotoğraf Çekimi: Zeytinburnu, İstanbul, 2013)



Resim 6.67. Örnekte eczane adı yukarıdan aşağıya bir biçimde yazılmış, hiyerarşi bağlamında yanlış yerde ve boyutta (sağda) kullanılmıştır. Okuyucunun gözü, tasarım yüzeyinde belli ilkeler doğrultusunda hareket etmektedir. Göz alışkanlık gereği soldan sağa ve yukarıdan aşağıya doğru bir yön izlemektedir. Gözün yatay hareketleri dikey hareketlerine göre daha hızlıdır. Bu nedenle yazı karakterlerinin dizilişinde soldan sağa doğru bir yazım olması daha doğru bir anlatımdır.
(Fotoğraf Çekimi: Fatih, İstanbul, 2013)



Resim 6.68. Örnek kullanımda yazıların yoğun ve dağınık kullanımı nedeniyle birbirinin etkisini yok ettiği, okunurluk ve görsel kirlilik sorunu yarattığı görülmektedir. Yazının birbiri ile olan ilişkisi kadar çevre ile olan ilişkisinin de önemli olduğu unutulmamalıdır.
(Fotoğraf Çekimi: Beyoğlu, İstanbul, 2013)

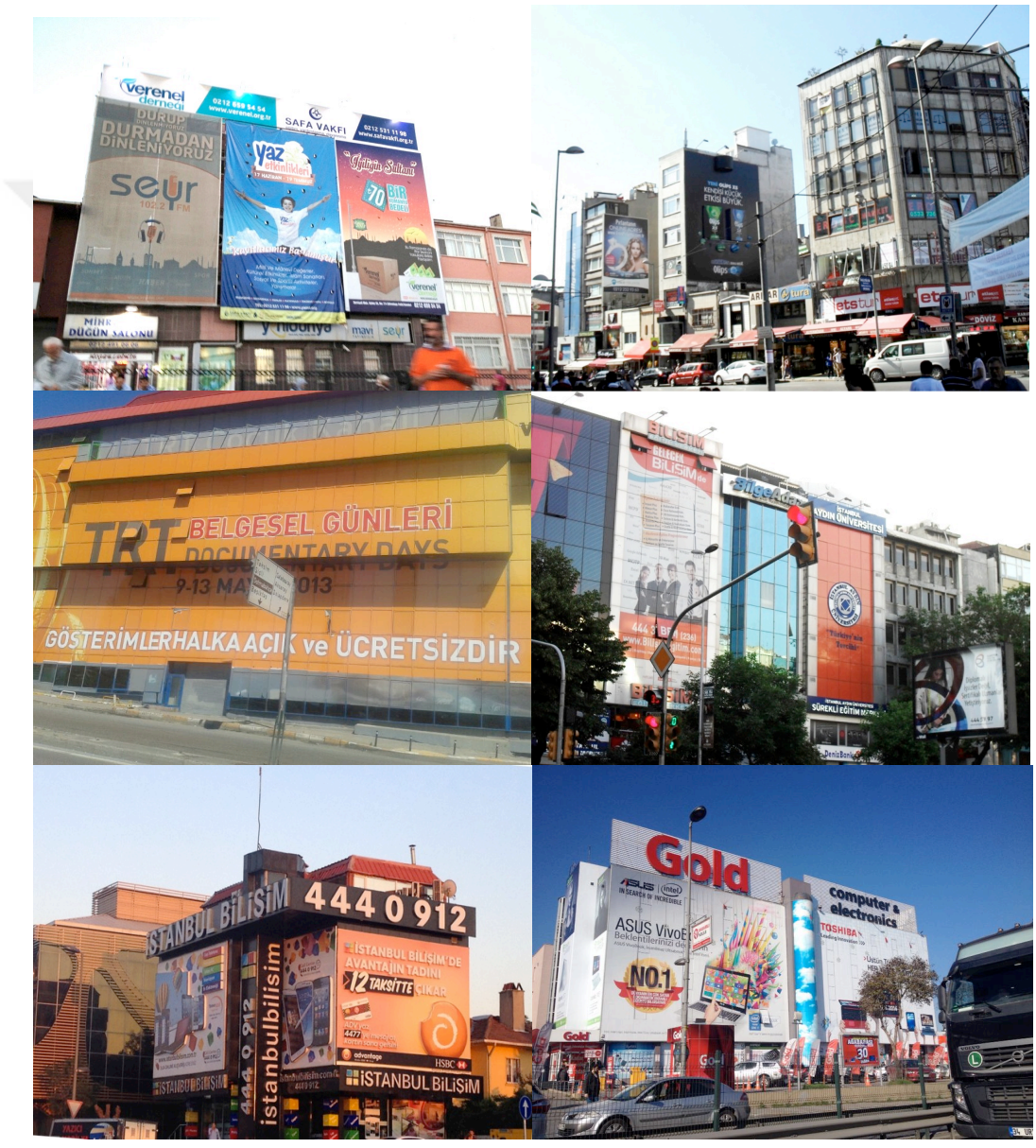


Resim 6.69. Pencere ve kapı kasalarının üzerine, alt ve üst boşluktan yoksun bir şekilde yerleştirilen harf çıkartmalar, aynı zamanda hatalı ve sıkışık harf aralıkları ile hem okunurluk hem de görsel açıdan estetik sorunu yaratmaktadır.
(Fotoğraf Çekimi: Beyoğlu, İstanbul, 2013)



Resim 6.70. Tarihi dokuyu engelleyecek bir biçimde yerleştirilen tur şirketi tabelası (sol üstte) ve aralıksız olarak yerleştirilen tanıtım ve reklam kaplamalarının yer aldığı (sağda) görsel kirlilik yaratan dükkan cephesi görünümü.
(Fotoğraf Çekimi: Sultanahmet, İstanbul, 2013)

Belirlenen örneklerde ana cadde, bulvar ve meydan gibi yoğun olarak kullanılan ortak kamu alanlarında bulunan yapılar arasında uyum olmadığı görülmektedir. Bina dış cephe reklamlarının kaplanmasında renk, oran, hiyerarşi, okunurluk gibi unsurların göz ardı edilmesiyle ortaya çıkan kargaşa ortamı sergilenmektedir.



Resim 6.71. Şirinevler, Kadıköy, Beyoğlu, Beşiktaş, Okmeydanı, Bahçelievler'de yer alan dış cephe reklam kaplamalarının yarattığı görsel kirlilik örnekleri.
(Fotoğraf Çekimleri: İstanbul, 2013)



Resim 6.72. Barselona ve Fransa'da yer alan tabela örnekleri irdelendiğinde, zeminde ayırıcı bir malzeme kullanılmadığını, kullanıldığında ise öne çıkan bir renk kullanılması yerine siyah, beyaz, kurşuni gibi nötr, tarafsız renkler tercih edildiği görülmektedir. Böylece binanın yapısıyla ve dokusuyla uyumlu bir görünüm oluşmaktadır.

6.8. Kapı Numaraları ve Konut İsimlikleri

Bireyin hayatta en çok kullandığı nesnelerden birisi olan kapı, kişinin, kurumun, kentin başladığı noktadır. Apartman giriş kapısında yer alan kapı numaraları ve konut isimlikleri tasarımları, binanın görsel ve iletişim kalitesini belirlemekte aynı zamanda kentsel kimliğe de katkıda bulunmaktadır.



Resim 6.73. Yetersiz boşluk kullanımı nedeniyle okunma zorluğu yaratan ve zaman içinde silinmiş, görsel kirlilik yaratan kapı isimlikleri.
(Fotoğraf Çekimi: Kurtuluş, İstanbul, 2013)



Resim 6.74. Ferforje demir kapının arkasında kalarak okuma zorluğu yaratan kapı isimliği örnekleri.
(Fotoğraf Çekimi: Kurtuluş, İstanbul, 2013)



Resim 6.75. Tarihi bina üzerine yerleştirilmiş, birbirinden farklı kapı numaraları kullanılan uygulama örneği.
(Fotoğraf Çekimi: Balat, İstanbul, 2013)



Resim 6.76. Mozaik doku ile kaplanan bina örneğinde, öncelikle apartmanın isminin yerleştirilmesi yerine, büyük harflerle yazılan mesaja yer verilmiştir. Mesajın okunması için ise gereken alan boşluğu bırakılmamış ve gerekli harf aralıkları uygulanmamıştır.
(Fotoğraf Çekimi: Balat, İstanbul, 2013)



Resim 6.77. İstanbul'da yer alan bina cephesiyle, yapısıyla uyumlu, estetik, işlevsel kapı isimlikleri örnekleri.
(Fotoğraf Çekimi: Nişantaşı, Beyoğlu, İstanbul, 2013)



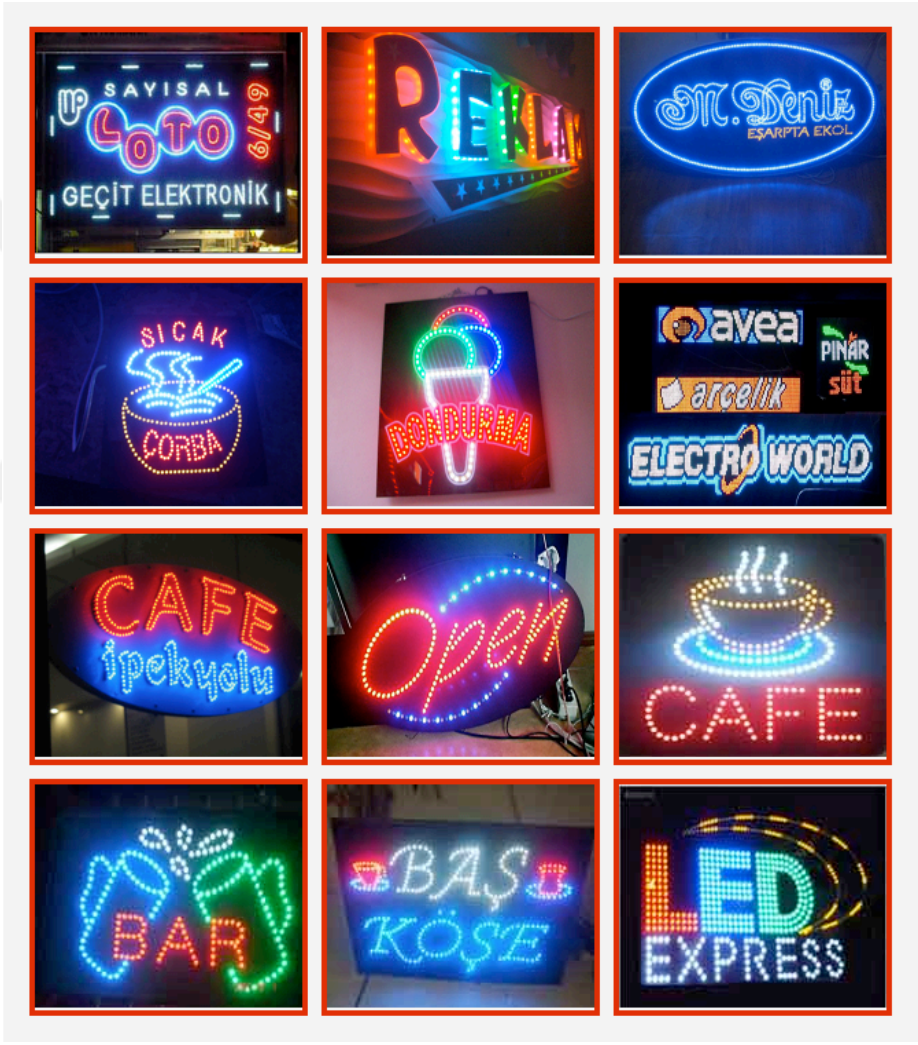
Resim 6.78. İspanya, İngiltere, İsviçre, Danimarka, Güney Afrika'da yer alan kapı numaraları incelendiğinde, seçilen malzemeler ve kullanılan dokular ile çevreye uyumlu görsel olarak estetik tasarlanmış oldukları görülmektedir.



Resim 6.79. İngiltere'de yer alan bina üzerine yerleştirilen örnek tasarımlar incelendiğinde, binanın bütünselliğinin ve dokunun bozulmadan kullanıldığı yazı ve doku örnekleri görülmektedir. Özellikle belirli bir dönemden sonra yapılmış bina cepheleri titizlikle korunmaktadır.

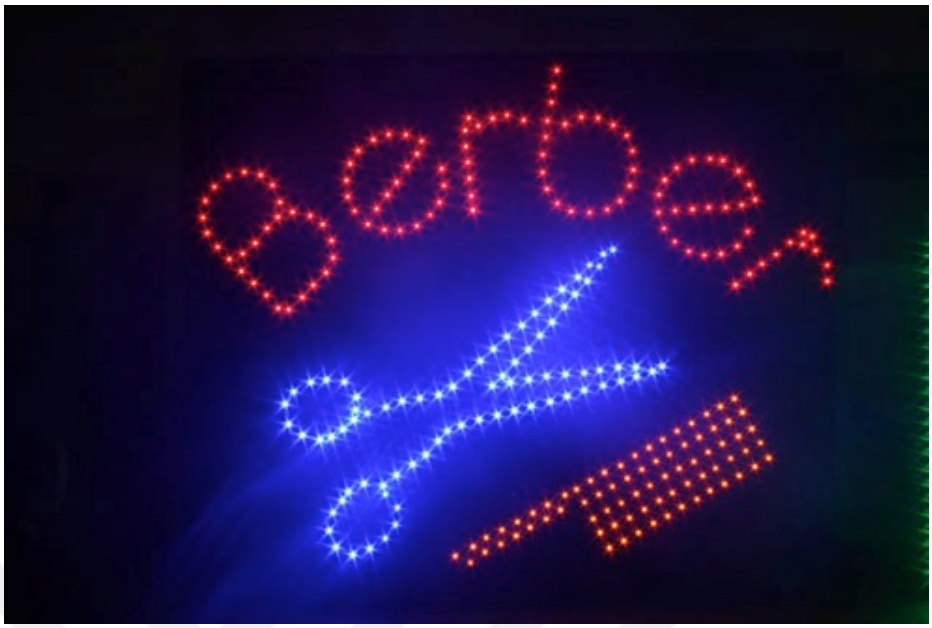
6.9. Led Tabelalar

"Teknoloji, tasarımcılara projelerini aktarabileceği çeşitli yayın araçları sağlamaktadır. İmge ve metinler eskisinden çok daha geniş kitlelere yayılmaktadır ve hızlı manipülasyon ile müdahalelere açık hale gelmiştir. Bu durum tasarımın, mesajın seyrekleşerek kaybolduğu, toplumu bombardımana tutan, kentsel bir gürültü haline gelmesi tehdidini de ortaya koymuştur."[75]



Resim 6.80. LED tabela örnekleri.

[75] G. AMBROSE - P.HARRIS, **Grafik Tasarımın Temelleri**, 32.



Resim 6.81. Berber dükkanına ait tasarlanmış LED tabela örneği.

Örnek tabelalar *pragmatik* açıdan incelendiğinde, kentte yer alırken ışık yoğunluğu, içerdikleri estetik yoksunluk ve yanıp sönen ışıkları nedeniyle görsel kirlilik yarattıkları tespit edilmiştir. Bu malzeme kullanımı alternatifli olarak önerilmelidir. Özellikle belirli alanlarda LED, neon ışık kısıtlaması getirilmelidir. Böylece yapıları örtmeyen, bağırmayan ve ancak yakından algılanabilen tabelalar kullanılabilir.



Resim 6.82. LED tabela örneği.

6.10. Billboard ve Raket Panolar

Bilinen en eski kitle iletişim aracı olan billboardların, günümüzde her geçen gün artan yolcu ve tüketici sayısı ile birlikte teknolojinin sürekli gelişimiyle bağlantılı olarak yaygınlaştığı görülmektedir.

> *"Billboard reklamcılığı, müşteri, marka ve tüketici açısından sağladığı avantajlar dikkate alındığında reklamcılığının en etkili biçimlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Tüketici üzerinde 'marka tanıma' ve 'hatırlama' yönünde doğrudan etkisi bulunan billboard ve raket pano reklamcılığının geleneksel reklam araçlarına göre daha ucuz olmasına rağmen, aynı ölçüde ve hatta daha fazla etkili olduğu genel kabul görmektedir. Televizyon ya da radyodaki reklamlarda ürünün tüketici tarafından algılanması için 30 saniyelik bir süre geçmesi gerekirken, etkin bir yerleştirmeyle billboard ve raket pano aracılığıyla verilmek istenen mesajın tüketiciye 8 saniyeden az bir sürede iletilmesi mümkün olabilmektedir."*[76]



Resim 6.83. Vodafone markasına ait özel kesim uygulamasının yapıldığı üç boyutlu billboard tasarımı örneğinde kullanılan kutu harfler, çıkıntılı formlar yalınlaştırılmalı, detaylardan arındırılarak kullanılmalıdır.
(Beşiktaş, İstanbul, 2014)

[76] H.GÜRBÜZ - Ö.GÜLTEKİN - M .ÖZMEN, **Billboard Reklamlarının Tüketicilerin Satın Alma Kararına Etkileri**, 184.



Resim 6.84 Vodafone yaşayan billboard tasarımı örneği, dikkat çekebilmek için billboardların çerçevelerini diğerlerinden farklı olarak, kendi kurumsal rengine boyamakla yetinmeyip üç boyutlu yerleştirmelerle alanda görsel kirlilik yaşanmasına neden olmuştur.



Resim 6.85. Vodafone markasına ait billboard tasarımı uygulamasında dikkat çekebilmek için billboard sınırları dışında kullanılan üç boyutlu yerleştirmeler nedeniyle görsel kirlilik oluşmuştur. *(Mecidiyeköy, İstanbul, 2014)*



Resim 6.86. Doritos markasına ait billboard tasarımında kullanılan
özel kesim taşma payları, tasarıma üç boyut kazandırmak dışında özel bir etki yaratmamaktadır.



Resim 6.87. Doritos markasına ait billboard tasarımında kullanılan özel kesim,
içerdiği detaylar nedeniyle, gece görünümünde tasarıma özel bir katkı sağlamamaktadır.

Üç afişi dönüşümlü olarak gösteren yeni billboard plus sistemi, hareket özelliği sayesinde dikkat çekmektedir. Ancak billboard plus sistemi, özellikle aralıksız olarak yan yana sıralandığında, hareket özelliği ve yoğun içten ışıklandırma sistemi ile birleşerek gözü yormakta ve görsel kirlilik yaratmaktadır.



Resim 6.88. İçerdikleri ışık yoğunluğu ve dönüşümlü olmaları nedeniyle görsel kirlilik yarattıkları tespit edilen billboard plus gece görünüm örnekleri. *(Fotoğraf çekimi: Merter, İstanbul, 2014)*



Resim 6.89. Billboard plus gece görünümü.



Resim 6.90. WWF: Çevreci billboard tasarımı örneği.



Resim 6.91. Smart: Little markasına ait yaratıcı billboard tasarımı uygulaması.



Resim 6.92. Gelişmekte olan ülkelerdeki çocuklara yardım amaçlı çalışan Plan UK kurumu Londra'da yeni bir açık hava reklamcılığı denenmektedir. Billboard üzerine gizlenmiş bir HD kamera tarafından yayaların taranarak cinsiyetlerinin belirlenmesine dayanan sistem örneği.

Erkeklere temel haklarının ellerinden alınmasının nasıl bir şey olduğunu göstermek için tasarlanan billboard, o anda yoldan geçenlerin cinsiyetlerine göre reklam filminin tamamının gösterilip gösterilmeyeceğine karar vermektedir. Yüz taramasıyla cinsiyet tahmininde yüzde 90 başarı sağladığı söylenen sistemde kadınlar 40 saniyelik "Because I'm a Girl" videosunun tamamını izleyebilirken erkekler Plan UK'in web sitesine yönlendirilmektedir.



Resim 6.93. “Lays” üç boyutlu raket pano örneğinde ürüne dikkat çekmek için kullanılan formlar, yanlış malzeme seçimi nedeniyle dikkat çekici olmamakla birlikte, görsel kirlilik yaratmaktadır.
(Maçka, İstanbul, 2014)

6.11. Piktogram Uygulama Alanları

> "*Piktogram, bir kavram ya da fikri görsel hale dönüştürmek için sembollerle yalınlaştırılarak oluşturulan resimsel yazı şeklidir. Anlatılmak istenileni doğrudan belirten birer imge oldukları için piktogramlar dolaysız iletişimde bulunmaktadır. Piktogramlar, havalimanı, tren istasyonu, otogar, alışveriş merkezi, iş merkezi, müze, otel, hastane vb. gibi pek çok kamusal mekanda kullanılmaktadır."*[77]

İşlevselliği ve hızlı iletişimi ile günlük hayatta pek çok yerde karşılaşılan piktogramlar, her kültür ve eğitim seviyesindeki insanı yönlendirme ve bilgilendirme işlevini üstlenen grafik tasarımın önemli bir uygulama alanıdır.



Resim 6.94. Piktogramların en önemli özelliği gereksiz ayrıntılardan arındırılarak, yalınlaştırılmış olmalarıdır ancak belirlenen örnekler bu özellikleri taşımamaktadır. Özellikle figürleri belirtmek için siyah renk üzerine beyaz rengin kullanılması ile oluşturulan negatif alanlar algı sorunları yaratmaktadır.
(Fotoğraf Çekimi: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Tramvayı, İstanbul, 2013)

[77] Banu İnanç UYAN DUR, **Çevresel Grafik Tasarım'ın Uygulama Alanları,** 172.

Gereksiz ayrıntılar içerdiği belirlenen ikaz amaçlı kullanılan bilgilendirme tasarımı örneklerinde ayrıca kullanılan renkler ve seçilen formlar nedeniyle de gerekli hızda doğru bir iletişim sağlanamamaktadır.



Resim 6.95. *(Fotoğraf Çekimi: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Tramvayı, İstanbul, 2014)*



Resim 6.96. *(Fotoğraf Çekimi: Karaköy Tramvay Durağı, İstanbul, 2013)*



Resim 6.97. Yerleştirildiği alanlar nedenle yeterince görünmeyen, okunurluğu olmayan, dolayısı ile gerekli iletişimi kuramayan, yıpranmış, zamanı geçmiş piktogramlar yenilenmelidir.
(Fotoğraf Çekimi: Kale Center Outlet Alışveriş Merkezi, Güngören, İstanbul, 2013)



Resim 6.98. Uyarı levhalarında temel tipografi kurallarının uygulanmadığı, yazının okunabilmesi için gerekli boşlukların bırakılmadığı görülmektedir.
(Fotoğraf Çekimi: Sultanahmet, İstanbul, 2013)



Resim 6.99. Önceden yerleştilen uyarı işaretleri tam olarak silinmeden, üzerine yerleştrilen yeni alanlar nedeniyle görsel kirlilik yaratan piktogram örneği.
(Fotoğraf Çekimi: Tophane, İstanbul, 2013)



Resim 6.100. Yolcu otobüsü içerisinde neden yer aldığı anlaşılamayan gereksiz yer işgal eden piktogram örneği.
(Fotoğraf Çekimi: İETT Otobüsleri, İstanbul, 2013)



Resim 6.101. Anlatılmak istenileni doğrudan, dolaysız bir iletişimle aktarmaya çalışan ancak yanlış uygulama alanları nedeniyle etkisini kaybeden piktogram örnekleri.
(Fotoğraf Çekimi: İETT Otobüsleri , İstanbul, 2013)



Resim 6.102. Birbirini örtecek bir biçimde yerleştirilen, yeterli boşluk alanları kullanılmaması nedeniyle birbirinin etkisini azaltan piktogram uygulamaları.
(Fotoğraf Çekimi: Kadıköy, İstanbul, 2014)



Resim 6.103. İBB tramvay kapısında yer alan piktogram örnekleri incelendiğinde, tasarımda kullanılan figürlerde oransal ve biçimsel olarak bütünsellik olmadığı görülmektedir. *(Fotoğraf Çekimi: Kadıköy, İstanbul, 2014)*

Farklı insan kitleleri tarafından rahatlıkla anlaşılabilir olması oldukça önemli olan piktogramlar, belirlenen örneklerde görüldüğü gibi detaylardan arındırılmış, belirli bir mesafeden rahatlıkla görülebilen, doğru oran ve orantılara sahip formları ile estetik ve işlevsel olarak da kullanılabilmektedir.



Resim 6.104. *(Fotoğraf Çekimi: Olivium Alışveriş Merkezi, Zeytinburnu (solda) Demirören İş Merkezi, Beyoğlu (sağda), İstanbul, 2013)*



Resim 6.105. *(Fotoğraf Çekimi: Aqua Florya Alışveriş Merkezi, Florya, İstanbul, 2014)*

7. SONUÇ

"İnsanlar yıllar boyunca, içinde bulundukları çevreyi sürekli olarak kendi istekleri doğrultusunda değiştirme çabasında olmuştur. Bu değişim nüfus artışı, sanayinin gelişmesi, yapılaşmanın çoğalması, kentleşmenin hızlı ve çarpık olması, insan ve çevre ilişkilerinin azalması gibi sebepler nedeniyle artmıştır."[78]

Dünyanın sayılı metropolleri arasında yer alan İstanbul'un, en önemli özelliği tarihsel geçmişidir, bu tarihsel mirasa gerektiği gibi sahip çıkılamaması sonucu İstanbul, Unesco listesinden çıkarılma riski ile karşı karşıyadır.

Bu çalışmada öncelikle kentsel dönüşüm problemleri, çarpık şehirleşmenin artması, bu nedenle yaşamımızın karmaşıklaşması, engellilerin ihtiyaçlarının yeterince sağlanmaması, toplum katmanlarının göçlerle karmaşıklaşması, özellikle görsel kimlik tasarım kavramının yerleşmemesi sonucu İstanbul kimliğinin yok olması, palimpsest yapısı ve görsel kirlilik ile ortaya çıkan sorunlar bağlamında, kentin dününe ve bugününe ilişkin grafik tasarım kapsamında irdelemeler ile çözüm önerileri getirilerek, grafik tasarım ilkelerinin öneminin belirlenmesi hedef alınmıştır.

"Kentler kendilerine özgü yapılarıyla kimlik kazanırlar; bir kent 'coğrafi konumu, toplumsal yapısı, sahip olduğu doğal ve kültürel kaynakları, tarihi değerleri, kültürel faaliyetleri, eğitim kurumları' gibi pekçok unsurla değerlendirilir."[79]

[78] S.ÖNDER, N. KONAKLI, **Konya Kentinde Görsel Kirliliğe Neden Olan Uygulamalar ve Çözüm Önerileri,** 499.
[79] Ayşegül İZER, **Urbs, Megalopolis, Metropolis - İstanbul,** 148.

Bu bağlamda kentsel kimlik, kentsel yaşam kalitesi, kentsel mekanının iletişim işlevi üzerinden kent için yaşamsal öneme sahip "kimlik" kavramı açıklanmıştır. İstanbul kenti bağlamında hızla yitirilen görsel kimlik kavramı ve görsel algılama yaklaşımlarının ilkeleri, ilişkileri ve kent kimliğindeki yansımaları anlatılmıştır. Görsel algılama yaklaşımlarına ilişkin paradigmalar olan uzman paradigma, bilişsel paradigma, psikofiziksel paradigma ve karşılıklı etkileşim paradigması açıklanmıştır.

Grafik tasarımın birlikte çalıştığı mimarlık, şehir planlama, endüstri tasarımı, iç mimarlık ve peyzaj mimarlığı gibi disiplinlerin etkisinde kalarak ortaya çıkan çevresel grafik tasarımının insan ve mekanla olan ilişkisi ele alınarak, işaretleme yön bulma sistemleri, işlevleri ve kapsamlarını oluşturan öğelere açıklık getirilmiştir. Metinlerin kolaylıkla okunabilir ve görünür olmalarını sağlayan tipografinin kamusal alandaki uygulamalarının önemi anlatılmıştır.

Çevresel grafik tasarımın etkinlik alanları kapsamında İstanbul'da yer alan grafik tasarım öğeleri incelenmiştir. İnsanların mekan ve onun fiziksel öğeleriyle nasıl karşılıklı etkileşime geçtiği sorunsalı değerlendirilmiştir. Yönlendirme ve işaretleme tasarımının dünyadaki örnekleri incelenmiş çevresel tipografi ve kamusal alanda okunaklılık kapsamında yapılan tasarım uygulamaları açıklanmıştır. Pennsylvania ulaştırma kurumunun karayollarında okunurluğu artırmak için gerçekleştirdiği örnek uygulama tasarımı: "ClearviewHwy" yazı karakteri ve "Görme sorunları olan yaşlı izleyiciler için yazı karakteri okunaklılığı" için yapılan tasarım aşamaları sunularak olması gereken tipografi kuralları ortaya konulmaya çalışılmıştır.

İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kentsel Tasarım Müdürlüğü tarafından 2005 yılında hazırlanan Reklam, İlan ve Tanıtım Kuralları Yönetmeliği'nin uygulama aşamasındaki sorunlar örnekleri ile sunulmuştur. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Grafik Tasarım Bölümü Öğretim Üyesi Bülent Erkmen ile mimar Aykut Köksal tarafından hazırlanan ve kenti ilk kez bir bütün olarak ele alan, her sokağın bütün içindeki yerini yazı, renk, harf karakterleri aracılığıyla belirten İstanbul Kentsel Bildirişim Tasarımı projesi, örnekçe oluşturması açısından ayrıntılarıyla gösterilmiş, uygulama aşamasında karşılaşılan aksaklıklar ortaya konulmuştur.

Alan araştırmaları bölümünde seçilen örneklerde görsel kimlik tasarımında kullanılan sistemler göstergebilimin temel ilkeleri doğrultusunda iki düzeyde incelenmiştir. *Sözdizimsel (sentantik) boyutta*, gösterge ve simgelerin karşılıklı ilişkileri işaret ve sembollerle olan ilişkileri mantık kuralları çerçevesinde, *kullanım (pragmatik) boyutunda* ise, işaretleri kullanan insanların arasındaki amaca uygunluk ilişkisi kapsamında ele alınmıştır.

"Çağın tüketim katedralleri"[80] olarak adlandırılan, kent örüntüsü içinde yer alan günümüzün yeni kamusal mekanları alışveriş merkezlerinin dış cephesinde yer alan tabelaların boyutları ve ile ilgili hiçbir sınırlandırma ya da kural olmadığı örnek irdelemeler ile sunulmuş, öneriler getirilmiştir.

> *"Kararların yanlış alınma safhası genellikle planlama aşamasında meydana gelmektedir. Bunun sonucunda da geri dönüşü olmayan düzensiz oluşumlar ortaya çıkmaktadır. Planlamanın düzgün olabilmesi ise plancının deneyimli olmasına ve planlamanın geniş çerçevede düşünülerek yapılmasına bağlıdır. Mevcut çevre sorunlarını ortadan kaldırmak, azaltmak ve bundan sonra oluşabilecek sorunlara karşı daha etkili önlemler alabilmek için sorunların kaynaklarının ve sonuçlarının çok iyi bilinmesi gerekmektedir."*[81]

[80] Peter CORRIGAN, **The Sociology of Consumption**, 56.
[81] A.g.m., 501.

İstiklal Caddesi "Güzel Beyoğlu Projesi" çerçevesinde tüm tabelaların ahşap zemin üzerinde pirinç harflere dönüştürülmesi sırasında standartlaşmaya yol açan "kimliksizleşme" sorunu ortaya konulmuş, görsel açıdan ayırt etme olanağı kalmayan işyeri tabelalarının kimlikleri ile cadde üzerinde tek tip görünüm oluşması sorunu örneklerle anlatılmıştır. Küreselleşen İstanbul'un ayrıştırıcı özelliğe sahip yeni yaşam alanları lüks konut alanları ve rezidanslarda yer alan tabelalarının uygulanmasına ilişkin sorunlar analiz edilmiştir.

"Kentlerde görsel kirliliğin oluşum sebeplerinin çoğu birbirleriyle bağlantılı ve birbirlerini etkilemektedir. Bunları, yasal eksiklikler, alınan yanlış kararlar, işlev dışı kullanımlar, eğitim ve kültür eksikliği, denetim yetersizliği olarak sıralayabiliriz." [82] "Görüntü Kirliliği Kontrolü Yönetmeliği Taslağı" ve Türk Standartları Enstitüsü tarafından hazırlanan "Şehir İçi Yollar - Engelliler ve Yaşlılar için Sokak, Cadde, Meydan ve Yollarda Yapısal Önlemler ve İşaretlemelerin Tasarım Kuralları"nın uygulanmasında ve kent mobilyalarında görülen eksik, hatalı yerleştirme örnekleri fotoğraf analizleri ile sunulmuştur.

Bir kurumun, bir kentin başladığı ilk nokta olan apartman kapı numaraları ve konut isimlikleri; kentte yer alırken ışık yoğunluğu, içerdikleri estetik yoksunluk ve yanıp sönen ışıkları nedeniyle görsel kirlilik yaratan LED ekran tabelaları, kent kimliğine katkısı bağlamında grafik tasarım çerçevesinde örneklerle irdelenmiştir. Tüketici üzerinde marka bilinirliği açısından doğrudan etkisi bulunan en eski kitle iletişim aracı billboardlar ve raket panoların kentte yer alış biçimleri örnekler üzerinden incelenmiştir. Gösterdikleri şeyi tasvir eden, hızlı okunan ve anlaşılan resimli işaretler olan piktogramların yer alış sorunları ile farkındalık yaratma durumlarına açıklık getirilmeye çalışılmıştır.

[82] A.g.m., 500.

"Bulgular sonucu ortaya çıkan görsel kirliliğin, bellekte olumsuz izler bırakan, düzensiz biçimlemelerin tümü ile insanlar üzerinde dikkat dağılmasına neden olduğu kanıtlanmıştır. Ayrıca gözlerde yorgunluk, verimsizlik, uyarılmada azalma, adaptasyon güçlüğü, sinirlilik, kötümserlik, bulantı, yaşama sevincinde azalma, psikosomatik çıktığı hastalıklarda artış ve baş dönmesi gibi rahatsızlıkların da ortaya çıktığı unutulmamalıdır."[83]

Dikey, yanlış ve çarpık yapılaşmanın önüne geçilmeli, kentleşme sürecinde izlenecek yöntemlerde ekolojik değerlere önem verilmeli, çevre koruyucu tedbirler alınmalıdır. Görsel kirlilik yaratan öğeler için iyileştirme politikaları üretilmelidir.

Çevresel Grafik Tasarımı gerek içerik gerek işleyiş süreci bakımından disiplinlerarası bir alandır. Çevresel Grafik tasarımı, pek çok bilim dalıyla olan birlikteliği ve grafik tasarımla olan organik yapısına karşın temelde uygarlığın bir yansımasıdır. Çevresel Grafik tasarımı kriterlerini uygulayan kurumlar, firmalar ve hatta bireyler, ülkenin uygarlık yönünden kalkınmasına büyük katkıda bulunacaktır. Bu nedenle Türkiye'de bu alana sahip çıkması için farkındalık yaratacak çalışmalara gereksinim vardır. Bu durumda Çevresel Grafik Tasarımla uğraşan tasarımcıların, hem iki boyutlu hem de üç boyutlu formlar hakkında donanım kazanması, yeterli malzeme bilgisi ile ölçekli çalışma, mimari çizimleri yorumlayabilme becerisi kazanmış olması gerekmektedir.

Kent dokusunda yer alan grafik tasarım öğeleri, ortak estetik beğenilerin ve ortak belleğin oluşmasında önemli bir rol oynadıkları için düzenli kullanımları ile toplumsal yaşantıda ortak bir dil oluşturmaya yardımcı olmaktadır. İyi ve yerinde seçilmiş öğeler kentin mekan kalitesini yükseltecektir.

[83] S.BODUR - R.KUCUR (1994), **Görüntü Kirliliği Üzerine,** 51.

Bu çalışmanın bir diğer amacı tüm kentsel alanı etkileyebilme potansiyeline sahip işlevsel ve mekânsal karmaşaların çok boyutlu olarak algılanarak değerlendirilmesi ve bu değerlendirme sonucu erişilen bilginin mekana ilişkin karar süreçleri içerisine yerleştirilebilmesinin yollarının aranması olarak ifade edilebilir.

İstanbul'da grafik tasarım öğelerini kent dokusu içinde daha sistemli hale getirmenin yolları ise şu maddelerden oluşabilir:

- Çevresel Grafik Tasarım Derneği kurulmalı ve bilinirliği artırılmalıdır.
- Grafik Tasarımcı ve şehir plancısı, kentsel tasarım uzmanı, mimar, harita mühendisi, sanat tarihçisi, arkeolog, restarotör, sosyolog, inşaat mühendisi gibi bilim dallarında uzmanlaşmış, kendi alanlarında eğitimli, tecrübeli ve profesyonel bir ekip oluşturulmalıdır.
- Sorunların çözümünde, mekansal kararların alınmasında, mekâna yansıtılmasını sağlayan bir iş bölümü ve uzmanlık tanımlaması içerisinde çalışılabilmelidir.
- Düzenlemeler hayata geçirilirken aynı zamanda da sürdürülebilmesi sağlanmalıdır.
- Yükseköğrenim kurumları da çevre konularına karşı yeni yöntemler geliştirmeli, sorunları saptamalı, toplum yararına çözümler üretmelidir.
- Kent estetiği kurulunun oluşturulması, kentte yaşayan sanatçılar, tasarımcılar ve sivil toplum kuruluşlarının temsilcilerinin kent estetiği kurulunda yer alması gerekmektedir.
- Tabela ve reklam panolarının yoğunluğu nedeniyle algılanamayan bina cepheleri reklam, ilan ve tanıtım yönetmeliği maddelerine uygun olarak uygulanmalı ve denetlenmelidir.

İstanbul'da çevresel grafik tasarım çalışmalarını gelişmiş ülkelerde görülen örneklerde olduğu gibi bir noktaya taşımak için ilk aşamada bu maddelerin hayata geçirilmesi, alana daha fazla katkı sağlayabilir. "Bir kentin sürekliliği için biçimsel ve anlamsal bütünlük sağlayacak ilkelerin-yönlendiricilerin tespiti ile yerleşkelerin, insanlara yabancılaşmasının önlenmesi sağlanmalıdır." [84]

> *"İstanbul gibi tarihi geçmişi olan bir kentte, alan, mekan ve barındırdığı dinamik ilişkilerin iyi irdelenerek "hemen oracıkta çözüm bulmak" yerine, çevre ve grafik tasarım ilişkileri kapsamında, bütünsel olarak ele alınarak, yeniden tanımlanmasına acilen ihtiyaç vardır." [85]*

"Kentin geleceği planlanırken geleceği yok edilmemelidir. Bir kentin bireylere mümkün olduğunca aynı yakınlıkta olabilmesinin temel koşulu, organize olmasıdır, bu da o kenti ulaşılabilir kılmaktadır."[86] İnsanların yönlerini bulmalarına, verileri anlamalarına kadar bir çok konuda önemli bir yeri olan grafik tasarımın önemi ve doğru kent tasarımıyla hayat kurtardığı unutulmamalıdır.

> *"Kent, insanı kendisiyle yüzleştirir." [87]*

[84] Ö. ŞENYİĞİT, İ. ALTAN**, Anlamsal İfade Aracı Olan Cephelerin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Yaklaşım: İstanbul'da Meşrutiyet Caddesi'ndeki Cephelerin İncelenmesi,** 139.
[85] Ayşegül İZER, **Urbs, Megalopolis, Metropolis - İstanbul,** 150.
[86] Şafak URAL, **Şehir ve Felsefe**, 20.
[87] Ag.m., 20.

7. EKLER

EK-1:

ÖRNEK UYGULAMA TASARIMI: CLEARVIEWHWY [88]

Pennsylvania Ulaştırma Kurumu'nun (PTI) konvansiyonel/geleneksel yol işaretlerine ilişkin gerçekleştirdiği iki çalışmaya göre; Clearview-Bold yazı karakterinin (resimde soldaki özgün eski sürümünün kullanımı ile gece tabela okuma mesafesi (resimde sağdaki) E serisi (Modifiye) sürümüne oranla %16'ya kadar iyileştirilmiştir. Okunaklılıkta sağlanan bu geliştirme, saatte 72,4 km hızla giden sürücüler için, okuma mesafesinin 24,3 m artması, yani okuma süresinin 1,2 saniye uzaması anlamına gelmektedir. Yine aynı hız sınırının olduğu yolda, sürücü, saniyede 20,1 m yol almaktadır. Clearview-Bold yazı karakteri ile, arzu edilen varış göstergesi 1,3 saniye erken tanınmakta ve daha hızlı iletişim sağlanarak, görüntülenen bilgiye tepki vermek için kişiye önemli ölçüde fazladan süre tanımaktadır.



Clearview Yazı karakterinin eski/özgün ve modifiye tasarımları

[88] http://www.clearviewhwy.com

Sözcüklerin baş harfleri büyük, diğer harfleri küçük olduğunda, bakan kişiye sözcüğün daha hızlı okuma imkanı sağlanmaktadır. Bu da görüş mesafesinde ve tepki süresinde önemli artış sağlamaktadır. Araştırma, (üstteki özgün) Clearview-Condensed yazı karakterinin, daha yaygın kullanılan ve tüm harfleri büyük (alttaki D serisi FHWA) yazıtipi ile karşılaştırıldığında, yaşlı sürücülerde gece okumadaki başarımın %14 arttığını ve okunaklılıkta/ netlikte herhangi bir kayıp yaşanmadığını ortaya çıkarmıştır. Clearview-Condensed'in boyutları, tüm harfleri büyük harfin genişliğine eşitlemek için %12 artırıldığında, tabela boyutunda çok az bir değişiklik ile, göstergelerin tanınırlığı ikiye katlanarak %29'a çıkmıştır.

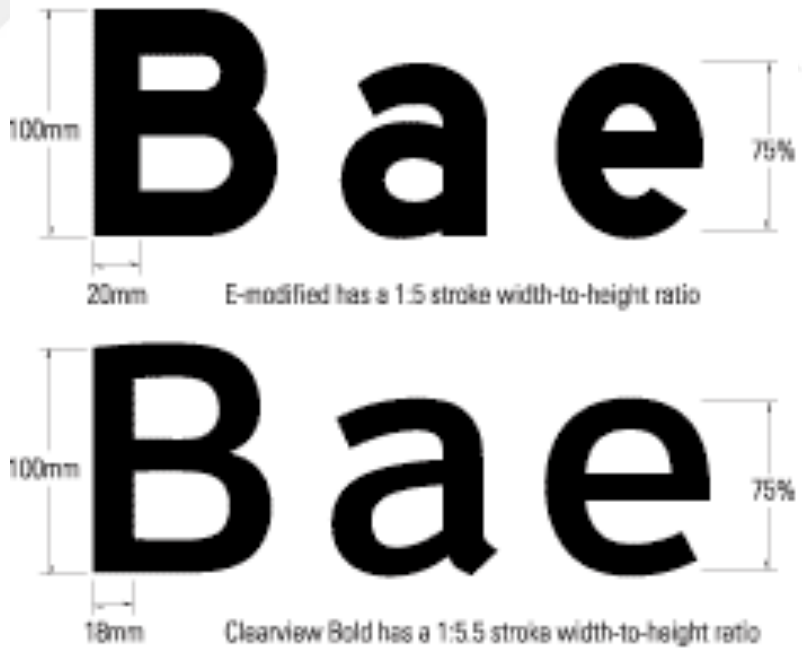


Clearview- Condensed

Pennsylvania Ulaştırma Kurumu'nun araştırmasına dayanarak, Texas Ulaştırma Kurumu (TTI), yol yanlarındaki ve üstlerindeki çevreyolu tabelalarında kullanılan Clearview-Bold ve E serisi yazıtiplerini karşılaştırmaya karar vermiştir. Ön saha araştırmasında Meeker, Chrysler ve Garvey, PTI testlerinde kullanılmış olan 12-20 cm Clearview-Bold ile TTI'nın araştırma için önerdiği 40 cm büyük harfli Clearview-Bold yazıtiplerinin görünümleri arasında dikkate değer farklılıkları bulmuşlardır. Temel olarak, ölçek ve bakma mesafesi okunaklılığı etkiler yazı karakterinin en kötü koşullardaki gereksinimleri karşılayacak biçimde tasarlanması gerekmektedir. Bunun bir neticesi olarak, sınırları genişletmek ve istenmeyen kütle artışını azaltmak üzere, testlerden önce, yazı karakteri üzerinde orantısal iyileştirmelerde bulunulmuştur.

Type II yivli sac levha kullanılan ilk TTI araştırması, Clearview yazıtipinin E serisi (Modifiye) yazıtipinden kötü olmadığını, hatta bazı durumlarda Clearview'in E serisi yazıtipinden daha iyi sonuç verdiğini göstermiştir. Bunu izleyen ve Type VIII mikroprizmatik sac levha kullanılan bir başka TTI araştırması ise, yol üstündeki ve kenarındaki tabelaların okunurluklarında %12'lik artış göstermiştir. Bu araştırmada, Clearview-Bold'un okunabilirlik mesafesindeki en büyük gelişme yaşlı sürücülerde gözlemlenmiştir.

E serisi (Modifiye) font sorunlarından biri, uzak mesafelerden bakıldığında harflerin koyu kütleler gibi görünmesine neden olan et kalınlığı - x yüksekliği orantısıdır. Pennsylvania çevre yollarındaki test amaçlı tabelalara bakıldıktan sonra, 1:5 et kalınlığı - yükseklik orantısının, retinaya karşılık gelen görsel bir kavis de eklendiğinde uzak mesafelerden görüşü artıracağı doğrulanmıştır.



E serisi (Modifiye) Highway Gothic ve Clearview-Bold (altta)
E serisi (Modifiye) et kalınlığı, genişlik - yükseklik oranı 1:5,
Clearview-Bold et kalınlığı, genişlik - yükseklik oranı 1:5,5

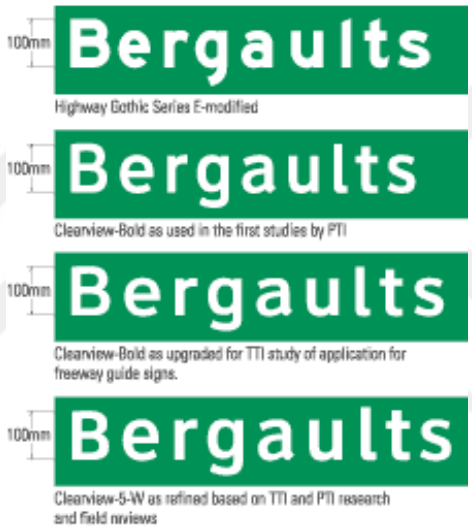
Ulusal Park Hizmetleri (NPS) için yeni bir yol işaret sistemi yazı karakteri geliştirmek üzere gerçekleştirilen bir başka projenin sonucu olarak kütlesiz ağırlık ekleme yöntemi ortaya çıkmıştır. Terminal Design ve Meeker & Associates tarafından geliştirilen, PTI'da Pietrucha ve Garvey tarafından doğrulanan bu yazıtipine NPS Roadway adı verilmiştir. NPS tabelalarında kullanılmak üzere Clarendon yazıtipinin yerini alacak bir Roman fontu tasarımı amaçlanmıştır. Söz konusu yeni fontun, bir taraftan okunurluğu artırırken, diğer taraftan tabelalarda genişlik bakımından daha az yer kaplaması öngörülmüştür. Bunun için küçük harflerin yükseklikleri artırılmış ve harflerin genişlikleri azaltılmıştır. Yapılan bu modifikasyonlar ile sözcüklerin genişlikleri ile oynanmadan (karakter vurguları değiştirilmeden) kalın görünmeleri sağlanmıştır. Değişiklikler, okunaklılığı %1 artırmış, metinlerin özgün Clarendon ile kıyaslandığında %11.5 daha az yer kapladığı görülmüştür.



NPS Roadway (üstte) ve Clarendon (altta). NPS Roadway metnin uzunluğunu %10-15 oranında azaltırken okunurluğu %11 artırmaktadır.

ClearviewHwy Type System tasarımında NPS çalışmasındaki bulgulara dayanılmış, aynı tasarım konsepti uygulanmış, küçük harf yüksekliği artırılmıştır. Bu yeni orantılar şimdiye kadar mümkün olmayan iyileştirmeler sağlamıştır. Örneğin, çizgi genişliği %8 artırılarak 1:5 orantısı sağlanmıştır. ClearviewHwy'nin başarısı Clearview-Bold'dan daha yüksektir. ClearviewHwy yazıtipi, 2002 Mayıs'ında PTI'da federal ve eyalet trafik mühendisleri ve başka uzman kişilerce incelenmiştir.

Bu incelemede ClearviewHwy, E serisi (Modifiye) ile karşılaştırılmıştır. Parlaklığı yüksek sac levhalar üzerinde, pozitif ve negatif kontrast ile ve tüm FHWA standart renk kombinasyonlarında test edilmiştir. Geliştirmelerinin çoğu bir araştırma programı çerçevesinde yapılmamış olmasına karşın, inceleme komitesinin 20 üyesi tüm sonuçların dikkate değer ölçüde daha iyi olduklarını belirtmiştir. Pennsylvania Ulaştırma Bakanlığı (PDT), ClearviewHwy Type System fontunun Federal Karayolları İdaresi (FHA) tarafından kullanılması talep edilmiştir.



ClearviewHwy yazıtipi tasarımının evrimi
E sınıfı (Modifiye) Highway Gothic ile karşılaştırılarak verilmiştir.



Sol üstte E-modified. Sırasıyla sol orta ve sol altta ClearviewHwy 5-W ve 5-B. Sırasıyla sağ orta ve sağ altta ClearviewHwy 3-W ve 3-B.

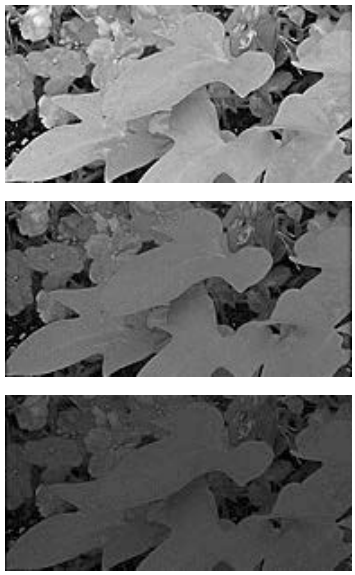
Renkler tek başına yol göstermede yardımcı olamayabilir ancak formlarla birleştirilirlerse, sonuç yapının bir bölümünü ya da katını kodlamak için kullanılabilecek dikkat çekici bir imge olabilmektedir.

EK-2:

GÖRME SORUNLARI OLAN YAŞLI İZLEYİCİLER İÇİN YAZI KARAKTERİ OKUNAKLILIĞI [89]

Yaşlanmakta olan nüfusun ihtiyaçlarının gelecekte daha iyi bir şekilde karşılanabilmesi için hem yazı karakteri tasarımcıları, hem de işaret tasarımcıları yaşlanmakta olan nüfusun görme sorunları hakkında bilgi sahibi olmalıdır.

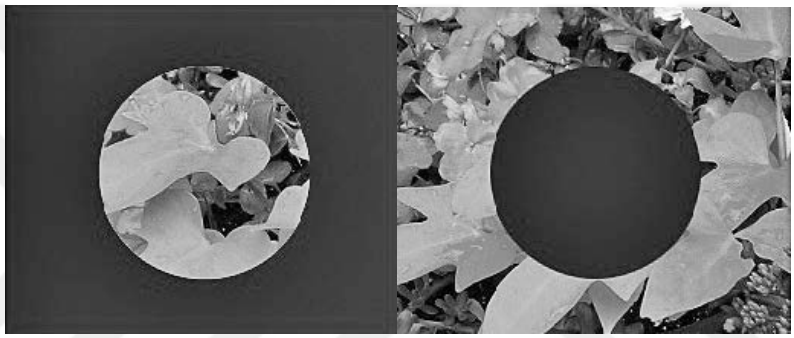
Işık kaybı, görme duyusu yaşın ilerlemesiyle beraber gerilemektedir. Her ne kadar sinirsel kayıplar da olsa da, asıl gerileme gözün optiğinde yer alan değişimlerden kaynaklanmaktadır. Gözbebeği küçülmekte ve göze giren ışığın azalmasına neden olmaktadır. Gözbebeğinin loş ışığa tepkisi ilerleyen yaşla beraber de azalmaktadır ve 80'li yaşlara gelindiğinde neredeyse sıfıra inmektedir. Yaşlılar arasında özellikle az ışıklı ortamlarda önemli görme sorunları yaşanmaktadır. Resimlerde, 20, 60 ve 75 yaşlarındaki izleyiciler arasında optik medya ışık aktarımının yaşın ilerlemesiyle ne kadar değişime uğradığı görülmektedir.



20 yaşında (üstte), 60 yaşında (ortada) ve 75 yaşında (altta) insanlarda görme duyusu.

[89] Paul NINI, **Görme Sorunları Olan Yaşlı İzleyiciler İçin Yazıtipi Okunaklılığı,** 1-4.

Görme duyusunda yaşa bağlı olarak en sık görülen değişim, 40 ila 50 yaşlar arasında hemen herkeste görülmektedir. Lens esnekliğini yitirmeye başlar ve özellikle okuma sırasında odaklanma yeteneğinin azalmasıyla sonuçlanır. Görsel keskinlik kaybı, yaşın artmasıyla ve gözün zayıflamasıyla giderek artan bir görme bulanıklığına yol açabilmektedir. Odaklanma kaybı, yaşın artması ve gözün zayıflamasıyla giderek artan bir görme bulanıklığına yol açabilir. Kişiden kişiye farklılık gösteren odaklanma kaybı oranı hafif düzeyden ciddi düzeye kadar uzanmaktadır.



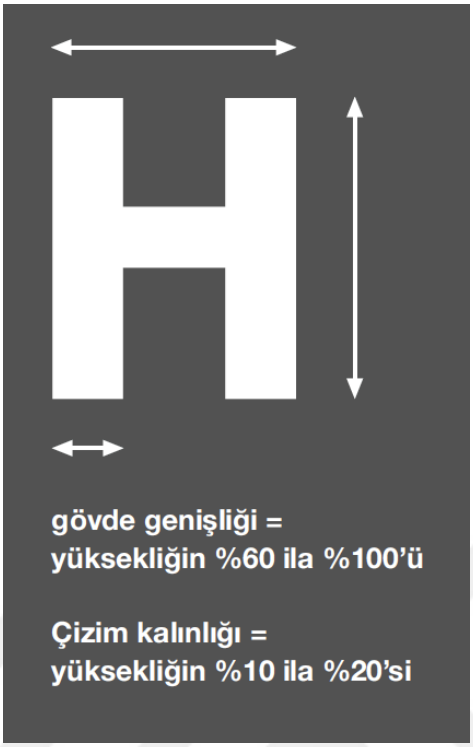
Normal odaklanma ile görme bulanıklığı arasındaki fark.

Görme sorunlarının simülasyonları hakkında bir not burada sunulan simülasyonlar, eldeki araçların sınırlılığı göz önünde tutulursa gerçeğe mümkün olduğu kadar yakın bir şekilde geliştirilmiştir. Ancak insanın görme duyusu, burada amaçlarımıza uygun olarak oluşturulan simülasyonlara göre çok daha karmaşıktır. Örneğin, ışık kaybının gösterildiği örneklerin gerçekte algılanandan daha karanlık olmaları muhtemeldir, zira göz yaşlandıkça beyin de gerekli uyarlamaları gerçekleştirmektedir. Bunun yanı sıra, odaklanma kaybını hafifletmek için sık olarak düzeltici mercekler de kullanılmaktadır.



Merkezi görme kaybı ile periferik görme kaybı simülasyonları.

Daha ciddi görme sorunları merkezi görme kaybı ve periferik görme kaybı, özellikle diyabet hastalarında veya nörolojik hastalıklar geçiren kişilerde gözleri etkileyebilecek diğer sorunlardır. Merkezi görme kaybına uğrayan kişiler tam önlerinde duranı değil, çevresinde yer alanları görmektedirler. Periferik görme kaybında tam tersi gerçekleşmektedir ve bir silindirden veya tünelden bakılıyormuş gibi, sadece merkezi bir görüntü elde edilmektedir. Bazı kişilerde bu görme zorluklarının bir bileşimi de görülebilir. İşaret sistemleri için tipografik standartlar İşaret sistemlerinde uygun yazı karakterlerinin kullanımı için gerekli gövde genişliği, yükseklik ve et kalınlığı oranları Americans with Disabilities Act (ADA – Engelli Amerikalılar Yasası) ile kararlaştırılmıştır. Bu standartlar sayesinde kullanılan yazı karakterlerinin daha tekdüze olması, çizgi kalınlıklarının fazla kalın veya fazla ince olmaması ve fazla daraltılmış veya genişletilmiş stillerin kullanılmaması sağlanmaktadır. Her ne kadar bu standartlar mükemmel bir başlangıç noktası oluşturuyorsa da, yaşlanma sürecindeki gözler için yazı karakteri seçiminde bazı ek faktörleri de göz önünde bulundurmak gerekebilir.



ADA standartları.

Aşağıdaki örneklerde, ADA'nın bildiri sistemlerinde kullanılmak üzere getirdiği koşulları yerine getiren yazı karakterleri görülmektedir. Örnekler, görme sorunu olmayan bir izleyici ile ışık ve odaklanma kaybı olan bir izleyicinin nasıl gördüğüne ilişkindir.



Bodoni Book ile görme sorunları simülasyonları.

Yazı alanının dar olmasından dolayı bu yazı karakteri bildiri sistemleri kullanımı için en ideal seçenek değildir. Düşük görüş koşullarında harfler belirsizleşme eğilimi göstermektedir.

Times Romanın, daha büyük olan küçük harf yüksekliği ile daha dar olan çizim alanı, okunaklılığı az da olsa kolaylaştırmaktadır. Orantı daha darlaştırığında, düşük görüş şartlarında, "e" ve "a" harflerinde olduğu üzere iç boşlukların kapalı-*dolu* görünmesine yol açar.



Times Roman ile görme sorunları simülasyonları

Garamond Semibold, yazı karakterinin daha tutarlı olan *et kalınlığı* ve daha geniş orantısı okunaklılığını kolaylaştırmaktadır. Minüskül "e" ve "a" harflerinin küçük iç boşlukları düşük görüş şartlarında içi dolma eğilimi gösterir. Belirginlik taşıyan üst ve alt çıkıntılar görünür olmaya devam etmektedir.



Garamond Semibold ile görme sorunları simülasyonları.

Century Schoolbook, yazı karakterinin daha geniş olan orantısı "e" ve "a" harflerinin iç boşluklarının daha az kapalı olmasını sağlar. Daha tutarlı olan çizim kalınlığı ve daha büyük olan küçük harf yüksekliği, düşük görüş şartlarında okunaklılığı kolaylaştırmaktadır.



Century Schoolbook ile görme sorunları simülasyonları.

Glypha Roman, yazı karakterinin daha önceki örneğe benzer şekilde, daha büyük olan küçük harf yüksekliği, daha geniş orantı ve tutarlı etkalınlığı, düşük görüş şartlarında okunaklılığı arttırmaktadır. Daha az belirgin olan üst ve alt çıkıntılar dağılma eğilimi gösterir ama kalın tırnaklar bütün harfleri biraz daha belirgin kılmaktadır.



Glypha Roman ile görme sorunları simülasyonları.

Futura Heavy, yazı karakterinin basit ve yuvarlak formlar da (örneğin tek parça “a” ile tek çizimli “u”), uzun üst ve alt çıkıntılar düşük görüş şartlarını iyi kaldırır. Ancak “t” harfinin kısa yatay çizgisi görünmez hale gelmektedir.



Futura Heavy ile görme sorunları simülasyonları.

Helvetica Bold, yazı karakterinin başkalarına oranla daha büyük olan küçük harf yüksekliği ve daha geniş orantıları, düşük görüş şartlarında okunaklılığı kolaylaştırmaktadır. Daha kısa olan üst ve alt çıkıntılar ise o kadar iyi bir performans göstermemektedir.



Helvetica Bold ile görme sorunları simülasyonları.

Univers 65, yazı karakterinin küçük harf yüksekliğinin başkalarına oranla biraz daha küçük olması iç boşlukların daha önceki örneğe göre biraz daha kapalı olmasıyla sonuçlanır. Ancak daha geniş olan "r" ve "t" harfleri iyi bir performans göstermektedir.



Univers 65 ile görme sorunları simülasyonları.

Frutiger Bold, yazı karakteri havaalanlarında kullanılmak üzere tasarlandığından, düşük görüş şartlarında işlevini başarılı bir şekilde yerine getirmesi normaldir. Oldukça geniş olan orantının, açık iç boşlukların ve başkalarına göre biraz daha uzun olan üst ve alt çıkıntıların okunaklılığı kolaylaştırdığı görülmektedir.



Frutiger Bold ile görme sorunları simülasyonları.

Syntax Bold , yazı karakteri biraz daraltılmış olan orantı, düşük görüş şartlarında iç boşlukların kapalı olmasına yol açar, ama daha belirgin olan "t" ve uzun üst ve alt çıkıntılar, bu yazıtipinin pozitif özelliklerini oluşturmaktadır.



Syntax Bold ile görme sorunları simülasyonları.

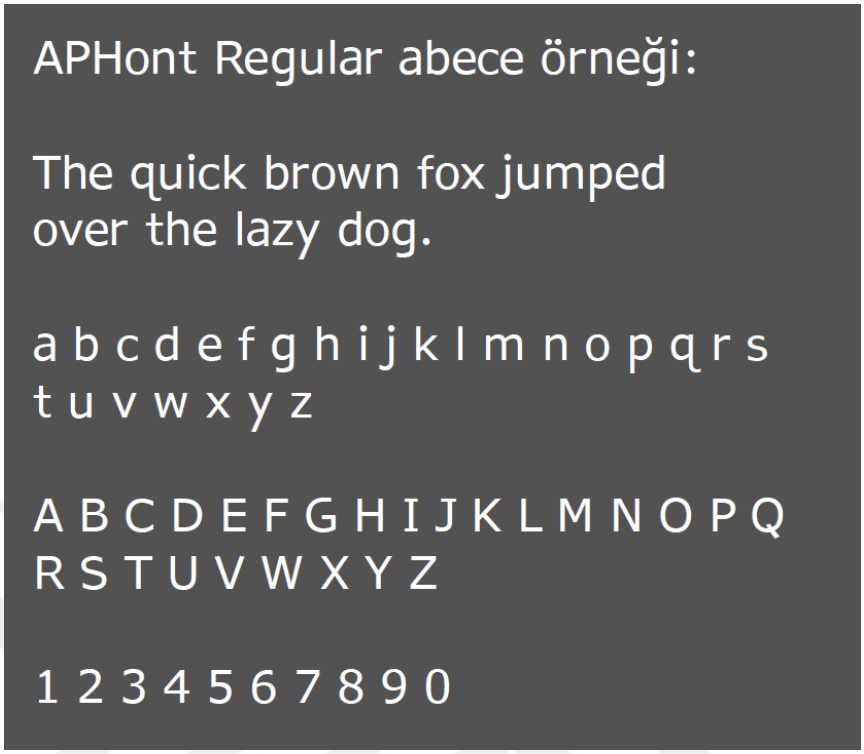
Yukarıdaki örneklerin analizi sonucunda aşağıdaki görsel özelliklerin, yazı karakterilerinin daha yaşlı izleyiciler tarafından okunabilmesi için yararlı olduğu görülmektedir:

- Harf et kalınlıklarının yeterli olması
- Açık iç boşluklar
- Belirgin üst ve alt çıkıntılar
- Daha geniş yatay orantılar
- Her harf için daha belirgin formlar (küçük harf "t" ve "j" için kuyruklar gibi)
- Bazı harf formları için daha geniş yatay çizimler (küçük harf "r"nin yatay çıkıntısı veya küçük harf "t"nin yatay çizgisi gibi)

American Printing House for the Blind (APH – Körler için Amerika Matbaası), görme sorunlarına sahip okuyucular için kullanılmak üzere APHont adıyla bilinen bir, yazı karakteri geliştirmiştir. Bu yazı, yeterli et kalınlığına sahip, alt tarafları çıkıntılı “j” ve “q” harflerine, iç boşlukları net görünen ve daha büyük noktalama işaretleri ile düzenlenmiştir. APHont estetik açıdan göze hoş görünen bir yazı karakteri olmayabilir, APHont estetik açıdan göze o kadar hoş gelmese de yaşlanma sürecindeki gözlere yardımcı olmak için gerekli olan vurguları taşımaktaktadır.



Bu benzer harfler arasında ortak olan formlara dikkat ediniz.



Körler için Amerikan Matbaası'nın tasarladığı APHont.

Daha yaşlı izleyiciler için yeni yazı karakterleri tasarlanacaksa, hem istenilen form birliğine sahip olmaları, hem de görsel olarak daha belirgin olan harfler içermeleri gerekmektedir.

Yazı tasarımcıları, farklı yazı tiplerini test etmek için buradaki durumlara benzer simülasyonlar uygulamak isteyebilir. Adobe Photoshop gibi resim işleme programlarıyla görüntü bulanıklığı veya karartma efektleri elde edilebilir ve dijital modeller üzerinde analiz yapılabilmektedir. Yaşlanma sürecindeki gözlerin etkisini simüle etmek için füme veya buzlu pleksiglas gibi malzemeler de üç boyutlu prototiplerin veya işaretlerin önüne yerleştirilebilir.

Yazı tasarımcıları bu konuyu daha kapsamlı şekilde incelemeli ve yaşlanmakta olan nüfusun görme sorunlarıyla başa çıkacak yazı karakterleri geliştirmelidir. Bu araştırma alanında ilerleme için birçok fırsat olduğu açıktır. İşaret sistemlerinin işlevlerini başarılı bir şekilde yerine getirmesi için yararlı bilgileri sergilemesi, bir mekânın ulaşılabilir bir noktasına ve uygun görme yüksekliğine yerleştirilmesi ve yeterli derecede aydınlatılması gerekmektedir. İstenilen uzaklıktan okunabilmesi için metnin uygun boyda olması ve arka fonla arasında net bir kontrastın olması gerekmektedir. Ancak yaşlanma sürecindeki gözlerin ihtiyaçları için düşük görüş şartlarında işlevlerini yerine getirecek yazı karakterleri tasarlanmalıdır.

EK-3:

İŞARETLEME VE YÖN BULMA SİSTEMLERİ ÇALIŞMALARI [90]

Okunurluk

1916 yılında Edward Johnston, Eric Gill'le birlikte Londra Metrosu için Johnston yazı karakterini tasarlamışlardır. Bu font *serif* ile *sans serif*in arasındadır. Londra Metrosu'ndaki yol gösterme sistemi hem etkilidir, hem göze hoş görünmektedir, hem de yazı karakteri görsel kimliğini önemli ölçüde güçlendirmektedir.



Şekil 4.14. Johnston yazı karakteri uygulaması

Geniş enli, daraltılmış fontlar az yer kapladıklarından yol gösterme sistemleri için uygundur. Bunların x-yükseklikleri fazladır ve bu da okunabilirliği arttırmaktadır. Bütün yazı karakterlerinin "Yazı Ailesi" olmalı ve kullanılmalıdır. (Kalın, italik vs.) Ancak bu kuralın çok başarılı istisnaları da vardır. Paris Metrosu'nda Métro yazı karakterinin yalnızca bir varyasyonu kullanılmıştır.

---

[90] Andreas UEBELE, **Signage Systems& Information Graphics**, 10-18.

Jan Tschichold'a göre iyi bir tasarımcı, bir işaret sistemi planlarken yazı karakteri tasarımının kurallarını iyi bilmeli ve böylelikle kendinden emin bir şekilde hem bu kuralları uygulayabilmeli hem de uyarlayabilmelidir. Yol gösterme sistemlerinin metinleri büyük bir özenle tasarlanmalıdır.

1960'ların sonlarında, Paris'teki yeni Charles de Gaulle Havaalanı için bir yol gösterme sistemi tasarlamak gibi zorlu bir görev üstlenen Adrian Frutiger'e göre her durum kendi içinde benzersizdi ve yeni bir tasarım gerektirmiştir. Frutiger Paris'in metro sistemi için tamamı büyük harflerden oluşan Métro adlı bir font tasarlayıp büyük harf kullanımı için de basit ama ikna edici bir öneride bulunmuştur: Durak adlarının kendi başlarına zaten yeterince çarpıcı olduğunu, kolaylıkla ayırt edilebildiğini ve bu yüzden büyük ve küçük harflerle ayrışmalarına gerek olmadığını iddia etmiştir.



Charles de Gaulle havaalanı yönlendirme tabelaları.



Métro yazı karakteri

Yazı karakteri kullanımlarının mimari bağlama uyum sağlaması gerektiği unutulmamalıdır. Örneğin modern görünümlü bir Frutiger fontu barok bir binada tamamen uygunsuz görünebilmektedir.

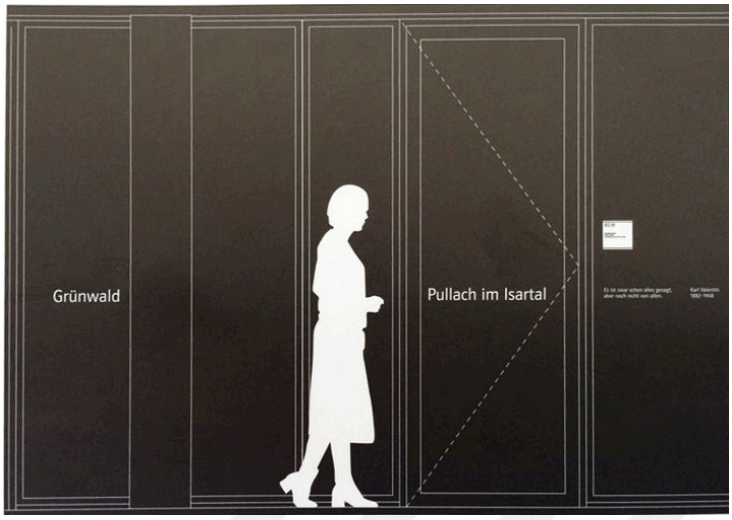
Tabelalar için font boyutlarının uygunluğunu test etmenin en kolay ve en iyi yolu kağıt çıktı alıp bunlara gözlemcinin bakacağı mesafeden bakmaktır. Yol gösterme sistemleri, sistematik olmalıdır. Font stilleri ve boyutları gelişi güzel seçilemez, önemlerine göre düzenlenir. Bölünebilirler, en büyük x-yüksekliği en küçüğün kat kat fazlası olabilir, yahut boyutlar tipografik bir hiyerarşiye işaret edebilir. Karmaşık bir sistemde, örneğin büyük miktarda bilgi içeren ve bütün departmanları gösteren kapsamlı bir panoda, bütün formlar aynı boyutta kullanılıp sunulabilir. Bilginin makul bir alana sığdırılabilmesi için büyük harf yüksekliği 15 ila 25 milim olmalıdır. Bir gözlemci hangi yöne gideceğini anlamak için panonun önünde durup bakacaktır; okuma mesafesi kısa ve okuyan kişi de sabit olduğu için font küçük olabilir. Ama trafikteki yol göstergeleri söz konusu olduğunda durum değişir, çünkü burada hedef kitlesi genellikle hareket halindedir ve bilgiyi uzaktan görüp aracını durdurmadan çabucak kavrayabilmesi gerekir. Bu yüzden, 2-3 metre uzaktan okunabilmesi için büyük harf yüksekliğinin 35 ila 45 milim olması gerekmektedir. Bu boyutlar tabii ki fonta bağlıdır ve fontları önce tam boyutlu bir çıktı alarak denemek gerekir. Bir hedef noktasına yaklaşıldığında, tek bir tabelada

çok sayıda lokasyon belirtmek mümkündür. Koridorda yürüyüp belli bir departmanı arayan bir ziyaretçi, doğru bilgiyi bulmak için bir tabeladan ötekine atlamak istemeyecektir. Görüş mesafesi 5 ila 10 metre olabilir ve yazı karakteri de da buna bağlı olarak daha büyük, belki 100 ila 150 milim olmalıdır. Bu tür bilgiler için bir sistem geliştirirken yol göstermek önemli bir rol oynamaktadır.

Göz Seviyesi

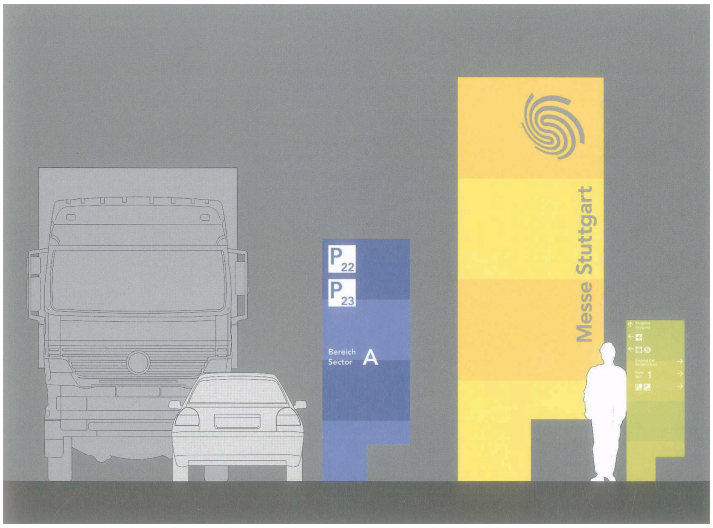
"Altın kural", bilgi vermek için ideal yüksekliğin 163 santimlik göz seviyesi olduğunu belirtse de genel bir ilke olarak bütün kurallar, özellikle de bu kural sorgulanmalıdır. Bu kuralın nereden çıktığı bilinmemektedir. Avrupa'nın ortalama göz seviyesinin 163 santim olması mümkündür, ancak kuralın birebir deneylerden ziyade bir aritmetik alıştırmasına dayanıyor olması daha muhtemeldir. Kökeni her ne olursa olsun, 163 santimlik ölçü, duvarları dengesiz oranlara böler ve bu da hiç ideal bir durum değildir. Grafikleri ya da yönlendirmeleri yapının yatay açılarıyla, örneğin tavanın duvarla ya da duvarın yerle birleştiği yerlerle ilişkilendirmek daha iyi bir seçenektir, çünkü bu şekilde bilgi görsel açıdan daha belirgin olmakta ve binanın kalanıyla daha iyi bütünleşmektedir. Duvarın merkezine yerleştirilen grafikler çoğunlukla daha az dikkat çekmektedir.

Dik durup ileri bakıldığında, bakışların yerden yüksekliği ortalama 163 santim olan bir alanı kapsıyor olabilir ancak genellikle böyle dimdik yürünmez; baş hafifçe öne eğilir ve bu yüzden bakışlar da alçalır. Bilgiyi göz seviyesine koymama nedenlerinden biri de budur. Örneğin bir kapının üzerindeki tabelanın üst kenarı için 145 santim iyi bir yüksekliktir.



Tabelanın üstü yer seviyesinden 145 santim yukarıda ve, kapının gölgesi üzerine düşmesin diye, pervazdan 4 santim uzaklıktadır. Tabela yüzeye oturmaktadır ve görsel açıdan yüzeyle bütünleşmektedir.

Bir ticaret fuarında ya da havaalanında ise bilgilerin insanların başlarının üzerinden okunabilecek kadar yükseğe konması gereklidir. Aynı şey, otomobil sürücülerinden çok daha yüksekte oturan kamyon şoförlerine yönelik levhalar için de geçerlidir. Bilgi, park halindeki arabaların ya da yayaların kapatamayacağı kadar yüksekte olmalıdır.



Araçlar için tabela yükseklikleri

Işık

Işıklı tabelalar amaca uygun kullanıldığında estetik, bazı ortamlarda da işlevsel olarak gerekli olabilmektedir. Örneğin, görsel açıdan bunaltıcı olabilen havaalanlarında ışıklı tabelalar gereklidir. Piyasada çeşitli ışıklı gösterge tipleri mevcutsa da bunların neredeyse hiçbiri tatmin edici değildir. Eğer bir tasarım belli bir proje için geliştirildiyse, prototip oluşturulmadan önce ışık efektlerini denemek için basit modeller üretmek gerekmektedir. Işık insanlara yön gösterebilir, ama bu tip enstalasyonlar bakım gerektirir ve mimarlar yahut diğer müşteriler üstlendikleri sorumluluğun bilincinde olmalıdır. Fazla ışık kullanımının insanların gözlerini de alabileceği unutulmamalıdır.



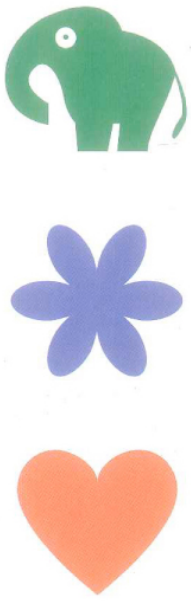
Landesbank Baden-Württemberg'in Bollwerk Servis Merkezi'ndeki yol gösterme sistemi. Beyaz arka planlar göz kamaştırabilmektedir. Gün boyunca doğal ışık beyaz duvara vururken siyah harfler kendini göstermektedir. Geceleri ise, beyaz duvarın kararmasıyla birlikte beyaz harfler dikkat çekmeye başlamaktadır.

Örneğin bir havaalanında kullanılan yol gösterme sisteminde tasarımcılar okunabilirliği ciddi ölçüde azaltabilen yansımayı minimum düzeyde tutmak için mat bir arka plan kullanmaya karar vermişlerdir. Yeraltı otoparkları gibi karanlık yerlerde ise yazılar fosforlu ya da yansıtıcı materyaller üzerinde gösterilmelidir.

Renk

İnsan beyninin renkleri kaydetme becerisi yoktur. Bir renk kataloğundan örneğin bir kırmızı tonu seçip hafızaya kaydedilmeye çalışıldığında ve birkaç saniye sonra tekrar açıp çeşitli kırmızı tonlarına bakıldığında birey hangi tonu seçtiğini tespit edemeyebilir. İnsanlar renkleri sadece geniş kategorilerde ayırt edebilme eğilimindedir; mavi, kırmızı, sarı, yeşil gibi. Bu renklerin arasındaki sınırlar bile tartışılabilmektedir; ayrıca renklerin ışığa göre de değişebildiği unutulmamalıdır.

Bu yüzden yalnızca renk kodlamalarına dayanan yol gösterme sistemleri sınırlı bir etkiye sahiptir, çünkü öncelikle sistemin öğrenilmesi gerekmektedir. Bu öğrenme formların kullanımıyla kolaylaştırılabilmektedir. Örneğin mavi bir çiçek, ya da yeşil bir fil gibi. Eğer iletilmesi gereken çok bilgi yoksa bu da büyük ölçü de basitleştirilebilmektedir.



Öğrenme formları

Stuttgart Baden-Württemberg Landesbank'ın Bollwerk Servis Merkezi'ndeki yeraltı otoparkının altı farklı katı, altı resim ve altı renkle belirtilmektedir. Resimler, daha önce kağıt paraların üzerinde kullanılan tarihi figürlerden oluşmaktadır. Her katta özel bir bilgi gerektirmeyen tanıdık bir motif bulunmaktadır. Bu yöntem aynı zamanda otoparka sıcak bir hava katmaktadır. Duvarlardaki kısa biyografiler, iç karartıcı görünebilecek atmosferi canlandırmaktadır.



Stuttgart Baden-Württemberg Landesbank'ın Bollwerk servis merkezindeki yol gösterme sisteminde kullanılan renkli motif.

EK-4:

İSTANBUL KENTSEL BİLDİRİŞİM TASARIMI [91]

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Çalışmanın ana konusu İstanbul'un kentsel bildirişim tasarımının temel ilkelerininin saptanması ve bu ilkeler doğrultusunda İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin ilçe belediyeleri sınırları içinde bulunan cadde ve sokaklarının duvar tipi ve direk tabelaları ile kapı numaraları tabelalarının kimlik oluşturucu tasarım standartlarının belirlenmesidir. Bu bağlamda, kentsel bildirişim öğelerinin kent kimliğiyle ilişkisinin tanımlanması çalışmanın başlangıç noktasında yer alır.

Kentsel bildirişim ögeleri, hiç kuşkusuz kentin kimlik verici öğeleri arasındadır. Bir kentin bildirişim öğeleri o kente ilişkin özelleşmiş bir imge tanımlar. Ne var ki kimlikle ilgili bu ilişki bütünsel bağlamdan birim öğeye giden bir süreç değildir. Kentsel kimlikle ilişkiyi kent imgesinden yola çıkarak yapılan bir tasarım belirlemez. Tam tersine birim ögelerin özelleşmiş kimliği zaman içinde kentin kimliğini tanımlayan öğeler arasına katılır. Başka bir deyişle -bu çalışma özelinde- İstanbul'dan yola çıkarak bir tasarım oluşturmaya kalkmak, yani "dışarıdan" tanınmış kimlik öğelerine başvurmak, hem tasarımı zayıflatacaktır, hem de tasarlanan öğelerin kimlik oluşturma gücünü daha baştan ortadan kaldıracaktır. Bu çalışmada izlenen yol, güçlü ve özelleşmiş bir tasarım oluşturarak kentsel kimliğin etkin aktörleri arasına katılacak bildirişim öğelerinin yaratılması olmuştur.

Kentsel bildirişim ögeleri, kentsel mekanın okunmasına olanak sağlayacak öğeler bütünüdür. Bu bağlamda, kentsel mekanın okunması iki farklı anlam katmanı oluşturur: Yer bilgisi ve mekansal örgütlenme bilgisi. Yer bilgisi, kentsel mekan içinde özelleşmiş bir kodla o yerin adlandırılmasını içerir. Bu bilgi kendi içinde kapı numarasından ilçe adına dek ulaşan bilgi düzeyleri oluşturur.

---

[91] Bülent ERKMEN, Aykut KÖKSAL, **İstanbul Kentsel Bildirişim Tasarımı Kılavuzu.**

Mekansal örgütlenme bilgisi ise o yerin hangi örgütlenmenin parçası olduğunu, yanı bütünle ilişkisini verir. Kentsel bildirişim ögeleri iki farklı anlam katmanını da içermeli, böylece hem yer hem de örgütlenme bilgisini taşımalıdır. Bu ise iki okuma doğrultusunu da içermesini getirecektir. İlk doğrultu bütünden birime ulaşmalı, ikinci doğrultu ise birimden giderek bütüne ilişkin bilgi vermelidir. İstanbul'da bugüne dek gerçekleştirilen cadde ve sokak tabelalarında bu iki okuma doğrultusunun gözetilmediğini görüyoruz. Bu çalışmada iki doğrultu birlikte ele alınmış, böylece kentsel bildirişim öğelerinden yola çıkarak kentsel mekanın örgütlenme bilgisine ulaşma olanağı ortaya çıkmıştır.

2. ÖĞELERİN İÇERİĞİ

2.1. Cadde ve Sokak Tabelaları

Cadde ve sokak tabelaları üç ana bilgi alanından ve bunların içerdiği alt bilgi katmanlarından oluşacaktır. İlk bilgi alanı sokak ya da caddenin adıyla birlikte öğenin gösterdiği kesimde yer alan kapı numaraları dizisini ve dizinin akıl yönünü içerecektir. Kapı numaraları dizisi yalnızca tabelanın konumlandığı cadde ya da sokak cephesindeki kapı numaralarından oluşacak, karşılıklı cephelerin kapı numaraları aynı tabelada yer almayacaktır.

İkinci bilgi alanı mahalle adını, üçüncü bilgi alanı ise ilçe adını gösterecektir. Böylece her birim öğe, ilgili yerin bütün içindeki konumunu gösteren bilgiye sahip olacak, başka bir deyişle, yukarıda tanımlanan iki okuma doğrultusunu bir arada içerme imkanını taşıyacaktır. Burada amaçlardan biri de kentsel mekanın örgütlenme bilgisinin her öğede yer almasını sağlamaktır. Cadde ve sokakların adlandırılmasında Türkçe'nin dilbilgisi ve yazım kuralları esas alınmış, sokak ve cadde adlarının Türkçe 'deki "isim tamlaması" kuralına göre yazılması sağlanmıştır. (*Bu konuda bkz. Tahir Nejat Gencan, Dilbilgisi, İstanbul 1969, s. 106)*

2.2. Kapı Numaraları

Kapı numaraları da iki bilgi katmanını içerecek, ilki yapıya ilişkin numara, ikincisi ise Kimlik Bilgi Sistemi (KBS) numarası olacaktır.

3. ÖĞELERİN BİÇİMLENME İLKELERİ

3.1. Taşıyıcı Öğe

Taşıyıcı öğe olabildiğince yalın, hem kentin anonim bağlamına katılabilecek, hem de bu anonim bağlam içinde özelleşmiş bir standart sunacak biçimde ele alınmıştır. Belirli ilkeler içinde gerçekleştirilecek gofre uygulaması biçimlenmenin ayırıcı bir özelliğidir.

3.2. Yazı Karakteri

Bildirişim öğesinin kent kimliğine belirleyici bir aktör olarak katılması ancak özelleşmiş bir tasarımla mümkündür. Tasarımın özelleşmesi öncelikle içeriği oluşturan yazının özelleştirilmiş biçimiyle gerçekleşmelidir. Bu amaçla, yalnızca İstanbul'un kentsel bildirişim öğelerinde kullanılmak üzere özel bir yazı karakteri tasarlanmıştır.

Yazı karakterinin tasarımında hem zorunlu anonimleşmeye engel olacak "fantezist" bir yaklaşımdan kaçınılmış, hem de farklılaştırıcı bir yoruma gidilmiştir. Bu yazı karakterini taşıyacak cadde ve sokak tabelaları ile kapı numaraları İstanbul' la özdeşleşen ayırıcı bir özellik oluşturacak, böylece öğeler toplamının kentsel kimlikle kurması hedeflenen ilişki ortaya çıkacak, yazı karakteri bu kimliğin doğurucu öğelerinden biri olacaktır.

3.3. Renk

Kentsel bildirişim öğelerinde rengin bilgi kodlayıcı olması amaçlanmıştır. Bu bağlamda iki ayrı temel düzey ve bir ara düzey belirlenmiştir.

İlk düzeyde, cadde ve sokak tabelalarındaki adlandırmayı ve numara dizisini taşıyan bilgi alanının zemininde ve kapı numaralarının zemininde uygulanacak olan değişmez renk yer alacaktır. Bu renk aynı zamanda bildirişim öğelerinin İstanbul'a ait özel kimlik rengi olacaktır. İkinci düzeyi ise, cadde ve sokak tabelalarında yer alan, ilçe adını taşıyan bilgi alanının zemin rengi oluşturacaktır. Bu renk ilçeye göre değişecek, böylece yerin bütün içindeki konumunu gösteren özel kod işlevini taşıyacaktır. Bu iki düzey arasında, beyaz bir banttan oluşan ve mahalle adını taşıyan bir ara düzey yer alacak, böylece mekansal örgütlenmede de ilçe ile sokak/cadde arasında yer alan "mahalle"ye ilişkin bilgi, örgütlenme hiyerarşisini de belirten bir konuma yerleşmiş olacaktır.

Bu uygulamanın uzun süremde son derece işlevsel olacak bir yönü de, her ilçenin kendi kod rengine sahip olmasıdır. İleride gerçekleştirilecek kent rehberi ya da kent bildirişim planlan gibi uygulamalarda bu renk kodlarından yararlanılması bir yandan tüm bildirişimin bütünsel bir konsept üzerine oturmasını sağlayacak, örgütlenme bilgisini daha okunaklı hale getirecektir.

4. ÖĞELERİN UYGULAMA İLKELERİ

4.1. Duvar Üzerine Konumlanan Öğeler

4.1.1. Yazı Uygulaması

Tüm kentsel bildirişim öğelerinde yalnızca tasarlanan özel yazı karakteri kullanılacaktır. Uygulama yalnızca majüskül harfleri içerdiğinden yazı tasarımı da majüskül harflerden oluşmuştur. Harfler arasındaki espas (aralık), sabit kılınan yazı büyüklüklerine göre iki ayrı uygulama biçimi gösterecektir. Yer adlarını oluşturan tamlamalarda daha büyük boyutta olan "özel ad" normal espasta yazılacak, bulvarı, caddesi, sokağı, çıkmazı, yokuşu, yolu sözcüklerinden oluşan tamlayanlar ise önceden belirlenmiş ve sabitlenmiş espaslarda hazır kalıp biçiminde kullanılacaktır. Yer adlarını oluşturan tamlamalardaki sözcüklerin harfleri arasındaki espas farklılığı, iki sözcüğün farklı büyüklüklerde yazılmasından kaynaklanmaktadır.

4.1.2. Renk Uygulaması

Renk uygulamasında ilk temel düzeyi oluşturan, yanı tüm tabelaların ve kapı numaralarının ana zemininde yer alan ve öğelerin genel kimliğini tanımlayan renk Ral 3001 Signalrot / Pantone 1945 olacaktır.

İkinci temel düzeyi oluşturan ve ilçe özelinde kodlama bilgisini taşıyan renkler, belirlenmiş o rengin yinelenmesinden oluşacaktır. Bu dizi Ral 6027 / Pantone 7472, Ral 8001 / Pantone 1395, Ral 1003 / Pantone 124, Ral 2000 / Pantone 152, Ral 4008 / Pantone 2583, Ral 4005 / Pantone 272, Ral 5015 / Pantone 2995, Ral 5018 / Pantone 7474, Ral 3014 / Pantone 702, Ral 4003 / Pantone 674 renklerinden oluşmaktadır. Renklerin ilçelere göre belirlenmesinde komşuluk ilişkisi esas alınacak, renk dizisinin yinelenmesinde sınır komşuluğunun olmamasına özen gösterilecektir. Komşuluk ilişkisine göre bir renk düzeni öneri tablosu hazırlanmıştır.

Ara düzeyi oluşturan ve mahalle bilgisini taşıyan bandın zemin rengi beyaz olacaktır. İki temel düzey üzerinde yer alan yazılar beyaz olacak, ara düzeyde yer alan ve mahalle adını taşıyan zemin üzerindeki yazı ise genel kimlik rengi olan Ral 3001 Signalrot / Pantone 1945 olacaktır.

4.1.3. Gofre Uygulaması

Kentsel bildirişim öğelerinin tasarımında belirleyici özelliklerden biri de gofre uygulamasıdır. Öğelerin boyutta hacim elde etmesini ve kalıcılık etkisi kazanmasını sağlayacak olan bu uygulama, öğelerin arasında yer almaktadır.

Gofre uygulaması iki ayrı düzeyde gerçekleştirilecektir:
İlk düzey, cadde ve sokak tabelalarının ana bilgi alanını ve kapı numaralarını çevreleyen ve köşeleri radius oluşturan çerçevenin gofre uygulamasıyla 4 mm yükseltilmesi biçiminde olacaktır. Çerçeveler ayrıca renkle (beyazla) vurgulanmayacak, çerçeve etkisi yalnızca üçüncü boyuttaki gofre ile sağlanacaktır. İkinci düzey ise çerçeve içinde kalan ve beyazla renklendirilen yazıların gofre uygulaması ile 2 mm yükseltilmesiyle gerçekleşecektir. Böylece iki farklı gofre düzeyi, tasarıma üçüncü boyutta verilmek istenen vurguyu kuvvetlendirici bir nitelik taşıyacaktır. Cadde ve sokak tabelalarında, zemini ilçeye ilişkin renk koduyla belirlenmiş bilgi alanında ve mahalle adını taşıyan bant üzerinde yer alan yazılarda gofre uygulaması yer almayacaktır.

4.1.4. Boyutlandırma

4.1.4.1. Cadde ve Sokak Tabelaları

Tüm cadde ve sokak tabelaları aynı genişlikte (600 mm) olacak, yükseklikler ise tabelanın taşıdığı yazının uzunluğuna göre değişecektir. Başka bir deyişle, yer adı uzun olduğunda yazının büyüklüğü değiştirilmeyecek, bunun yerine satır sayısı artırılacak, bu da tabelanın yüksekliğini belirleyecektir. Yine aynı ilke doğrultusunda, sözcüklerden biri bütünüyle satıra sığmadığında yazının büyüklüğü değiştirilmeyecek, yazım kuralları doğrultusunda, kısa çizgi eklenerek sözcük bölünecektir. Yer adı bir bileşik sözcükten oluşturulduğunda bu bölme işlemi bileşmeyi oluşturan sözcüklerden değil hecelerden yapılmalıdır. *(Bu konuda bkz. Ömer Asım Aksoy...vd., Ana Yazım Kılavuzu, İstanbul 1996, s. 46)*

Tabelalar üzerinde yer alan yazıların yüksekliği her tabelada değişmez büyüklüklerde olacaktır. Bu büyüklüler, yazıların bütün içinde taşıdığı önem ve öncelik sırasına göre belirli bir hiyerarşi tanımlayacak biçimde belirlenmiştir.
Tüm ölçüler ayrıntılı olarak hazırlanan çizimlerle sunulmuştur.

4.1.4.2. Bulvar Tabelası

Bulvar adının yer aldığı tabelalar, cadde ve sokak tabelalarındaki ölçülerin %150 oranında büyütülmesiyle üretilecektir.

4.1.4.3. Kapı Numaraları

Kapı numaralan iki boyutta olacaktır. Boyutlandırma, tek ya da iki haneli kapı numaralarında 130 mm x 100 mm, üç ya da daha fazla haneli kapı numaralarında ise 180 mm x 100 mm olacaktır.

Tüm ölçüler ayrıntılı olarak hazırlanan çizimlerle sunulmuştur.

4.1.5. Konumlandırma

Tabelalar, cadde ve sokakların her iki cephesinde (sağ sol) ve her cephenin iki ucunda yer alacak, böylece her cadde ya da sokak en az dört tabelaya sahip olacaktır. Cadde ya da sokağın uzunluğuna göre tabela sayısı artabilecektir.

Tabelaların konumlanma yüksekliği direkli tabelaların yüksekliğiyle aynı olacak, zorunlu durumlarda± 30 cm sının içinde kalmak üzere konum değişebilecektir.

4.1.6. Malzeme

Tüm cadde ve sokak adı tabelaları ile kapı numarası tabelaları için 1,5 mm kalınlığında, (dayanıklı özel bir boya sistemi olan) "PPDF" boyalı alüminyum levhalar kullanılacaktır.

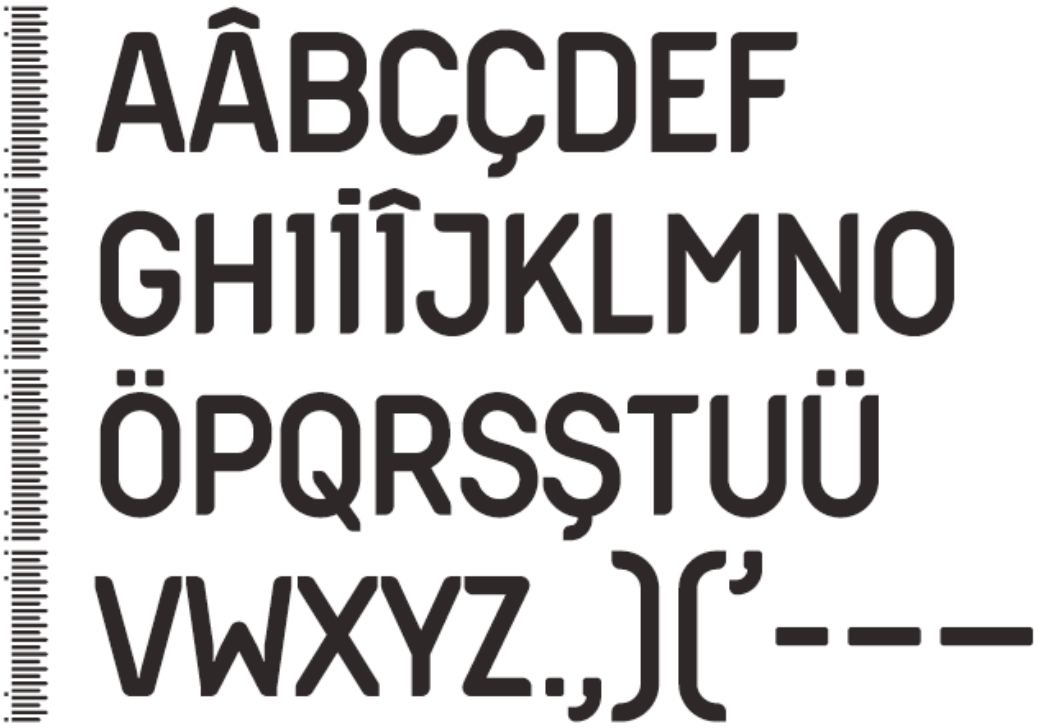
Önce zemin dışı yazı ve numaralar ile bölge kod renkleri için serigrafi sistemi uygulanacak, sonra da üstüne koruyucu lak basılacaktır.

En son olarak da yazı ve zemin gofreleri, hidrolik preslerde metal kalıplar ile basılacaktır.

5. KİMLİK OLUŞTURUCU TASARIM STANDARTLARI

Cadde ve Sokak Adları İle Kapı Numaraları için Tasarlanan Yazı Karakteri: Kent

Harfler



Cadde ve Sokak Adları İle Kapı Numaraları için Tasarlanan Yazı Karakteri: Kent

Rakamlar



Cadde ve Sokak Adları İle Kapı Numaraları için Tasarlanan Yazı Karakteri: Kent

Yön İşaretleri



Cadde ve Sokak Adları ile Kapı Numaraları için Tasarlanan Yazı Karakteri: Kent

Bulvarı, caddesi, sokağı, çıkmazı ve yokuşu yolu ibareleri için espas (15 pt) Örneği

Bu espas mahalle adlarında ve özel adların önünde yer alan unvanlarda kullanılır.



Tabela Renk Kodu

Renk uygulamasında ilk temel düzeyi oluşturan, yani tüm tabelaların ve kapı numaralarının ana zemininde yer alan ve öğelerin genel kimliğini tanımlayan renk Ral 3001 Signalrot / Pantone 1945 olacaktır.



İlçelerin Renk Kodları

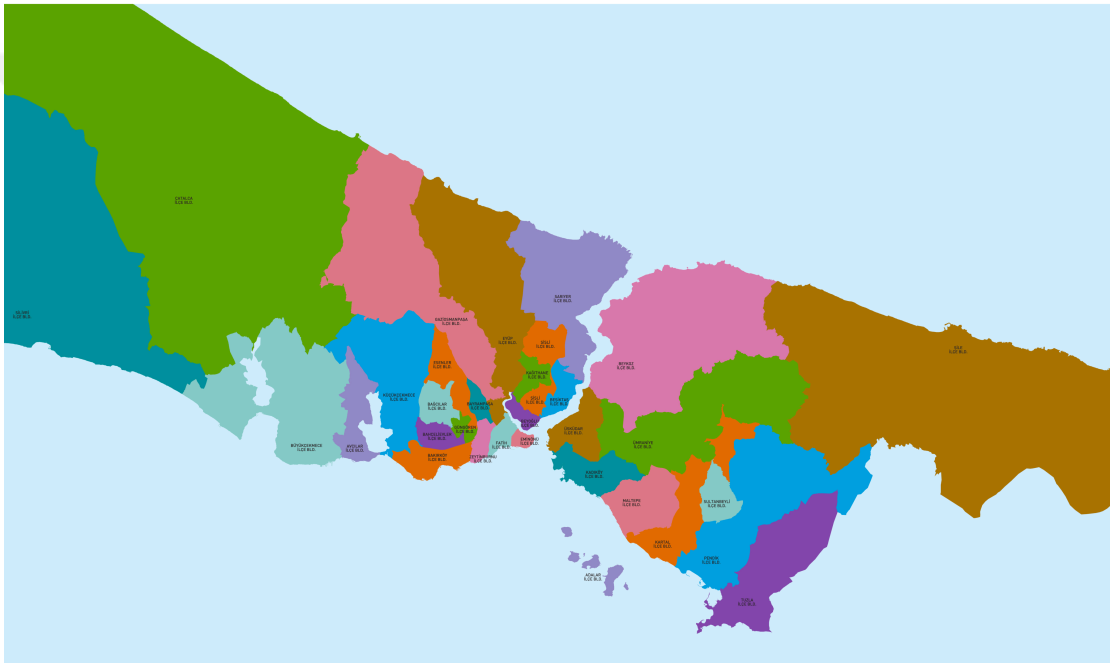
İkinci temel düzeyi oluşturan ve ilçe özelinde kodlama bilgisini taşıyan renkler, belirlenmiş 10 rengin yinelenmesinden oluşacaktır.

Bu dizi Ral 6027 / Pantone 7472 Ral 8001 /
Pantone 1395, Ral 1003 / Pantone 124, Ral 2000 /
Pantone 152, Ral 4008 / Pantone 2583, Ral 4005 /
Pantone 272, Ral 5015 / Pantone 2995, Ral 5018 /
Pantone 7474, Ral 3014 / Pantone 702, Ral 4003 /
Pantone 674 renklerinden oluşmaktadır.



İlçelerin Renk Kodları

Renklerin ilçelere göre belirlenmesinde komşuluk ilişkisi esas alınacak, renk dizisinin yinelenmesinde sınır komşuluğunun olmamasına özen gösterilecektir. Komşuluk ilişkisine göre aşağıdaki renk düzeni tablosu hazırlanmıştır.



Cadde Adının Yer Aldığı Duvar Tabelası
İlçe, Mahalle Adı ve Renk Kodu İle



Sokak Adının Yer Aldığı Duvar Tabelası İlçe, Mahalle Adı Ve Renk Kodu İle

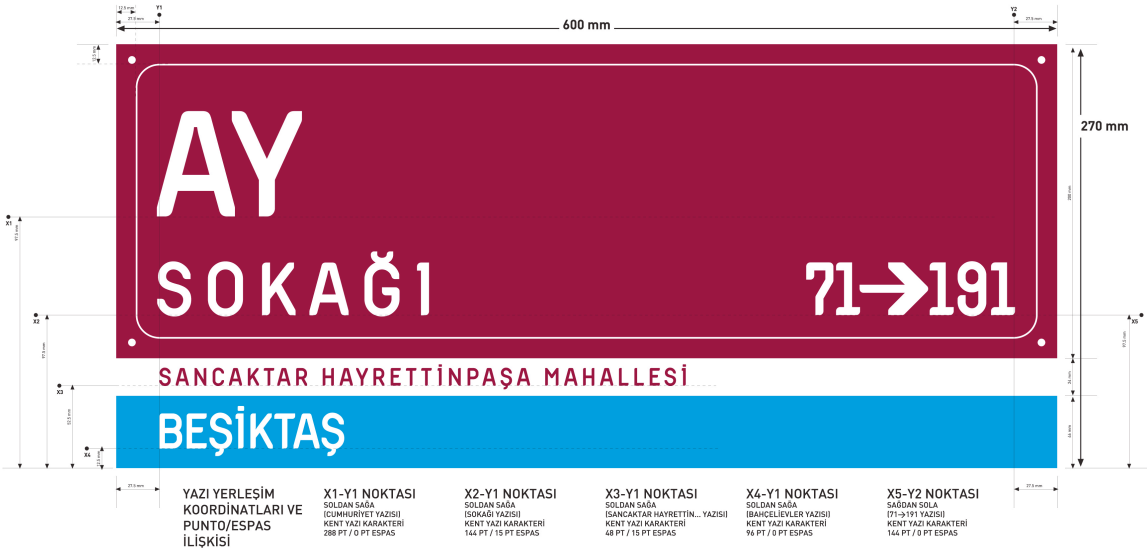
Cadde ve sokak tabelaları üç ana bilgi alanından ve bunların içerdiği alt bilgi katmanlarından oluşacaktır. İlk bilgi alanı sokak ya da caddenin adıyla birlikte öğenin gösterdiği kesimde yer alan kapı numaraları dizisini ve dizinin akış yönünü içerecektir. Kapı numaraları dizisi yalnızca tabelanın konumlandığı cadde ya da sokak cephesindeki kapı numaralarından oluşacak, karşılıklı cephelerin kapı numaraları aynı tabelada yer almayacaktır. İkinci bilgi alanı mahalle adını, üçüncü bilgi alanı ise ilçe adını gösterecektir. Böylece her birim öğe, ilgili yerin bütün içindeki konumunu gösteren bilgiye sahip olacak, başka bir deyişle, yukarıda tanımlanan iki okuma doğrultusunu bir arada içerme imkanını taşıyacaktır. Burada amaçlardan biri de kentsel mekanın örgütlenme bilgisinin her öğede yer almasını sağlamaktır. Cadde ve sokakların adlandırılmasında Türkçe'nin dilbilgisi ve yazım kuralları esas alınmış, sokak ve cadde adlarının Türkçe' deki "isim tamlaması" kuralına göre yazılması sağlanmıştır. *(Bu konuda bkz. Tahir Nejat Gencan, Dilbilgisi, İstanbul 1969, s. 106)*



Çıkmaz Sokak Adının Yer Aldığı Duvar Tabelası
İlçe, Mahalle Adı ve Renk Kodu İle



Çok Kısa Bir Sokak Adının Yer Aldığı Duvar Tabelası
İlçe Mahalle Adı ve Renk Kodu İle



Çok Uzun Bir Cadde Adının Yer Aldığı Duvar Tabelası,
İlçe, Mahalle Adı ve Renk Kodu İle



Üç Satıra Kadar Uzanan Bir Sokak / Cadde Adının Yer Aldığı Duvar Tabelası
İlçe, Mahalle Adı ve Renk Kodu İle

Tüm cadde ve sokak tabelaları aynı genişlikte (600 mm) olacak, yükseklikler ise tabelanın taşıdığı yazının uzunluğuna göre değişecektir. Başka bir deyişle, yer adı uzun olduğunda yazının büyüklüğü değiştirilmeyecek, bunun yerine satır sayısı artırılacak, bu da tabelanın yüksekliğini belirleyecektir.



Tek ve Uzun Sözcüklü Bir Sokak / Cadde Adının Yer Aldığı Duvar Tabelası
İlçe, Mahalle Adı ve Renk Kodu ile

1. Örnek

Tüm cadde ve sokak tabelaları aynı genişlikte (600 mm) olacak, yükseklikler ise tabelanın taşıdığı yazının uzunluğuna göre değişecektir. Başka bir deyişle, yer adı uzun olduğunda yazının büyüklüğü değiştirilmeyecek, bunun yerine satır sayısı artırılacak, bu da tabelanın yüksekliğini belirleyecektir. Yine aynı ilke doğrultusunda, sözcüklerden biri bütünüyle satıra sığmadığında yazının büyüklüğü değiştirilmeyecek, yazım kuralları doğrultusunda, kısa çizgi eklenerek sözcük bölünecektir. Yer adı bir bileşik sözcükten oluştuğunda bu bölme işlemi bileşmeyi oluşturan sözcüklerden değil hecelerden yapılmalıdır. *(Bu konuda bkz. Ömer Asım Aksoy...vd., Ana Yazım Kılavuzu, İstanbul 1996, s. 46)*



Cadde Adının Yer Aldığı Direkli Duvar Tabelası

İlçe, Mahalle Adı ve Renk Kodu İle

2. Örnek

Bu konudaki kural şöyledir; "Satır sonuna sığmayan bileşik sözcüğü bölmek gerektiğinde bileşmeyi oluşturan sözcükler ayrılmaz, hecelerden ayrılma yoluna gidilir.

Örneğin GÖK-ALP değil, GÖ-KALP"

(Ana Yazım Kılavuzu, İstanbul 1996, s. 46)



Cadde Adının Yer Aldığı Direkli Duvar Tabelası

İlçe, Mahalle Adı ve Renk Kodu İle



Çok Uzun Bir Cadde Adının Yer Aldığı Direkli Duvar Tabelası

İlçe, Mahalle Adı ve Renk Kodu İle



Tek ve Çok Uzun Bir Sokak / Cadde Adının Yer Aldığı Direkli Duvar Tabelası
İlçe Mahalle Adı ve Renk Kodu İle

1. Örnek

Tüm cadde ve sokak tabelaları aynı genişlikte (600 mm) olacak, yükseklikler ise tabelanın taşıdığı yazının uzunluğuna göre değişecektir. Başka bir deyişle, yer adı uzun olduğunda yazının büyüklüğü değiştirilmeyecek, bunun yerine satır sayısı artırılacak, bu da tabelanın yüksekliğini belirleyecektir. Yine aynı ilke doğrultusunda, sözcüklerden biri bütünüyle satıra sığmadığında yazının büyüklüğü değiştirilmeyecek, yazım kuralları doğrultusunda, kısa çizgi eklenerek sözcük bölünecektir. Yer adı bir bileşik sözcükten oluştuğunda bu bölme işlemi bileşmeyi oluşturan sözcüklerden değil hecelerden yapılmalıdır. *(Bu konuda bkz. Ömer Asım Aksoy...vd., Ana Yazım Kılavuzu, İstanbul 1996, s. 46)*



Bulvar Adının Ver Aldığı Duvar Tabelası Standartı

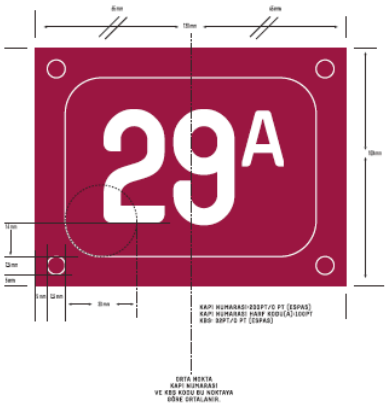
Bulvar adının yer aldığı duvar tabelaları, cadde ve sokak tabelalarındaki ölçülerin %150 oranında büyütülmesiyle üretilir.





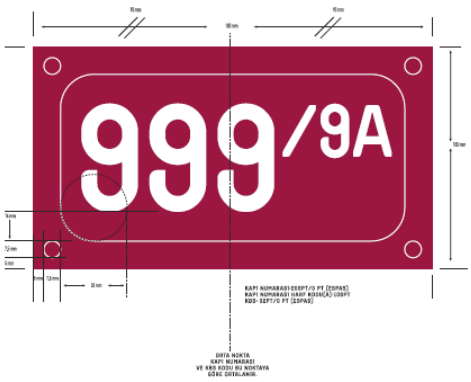
Kapı Numaraları İçin Duvar Tabelası Standartı





3 Haneden Fazla Kapı Numaraları İçin Duvar Tabelası Standartı





6. YANLIŞ UYGULAMALAR

Tabelalarda farklı bir yazı karakteri kullanılmaz.



Bulvarı, caddesi, sokağı, çıkmazı yerine bulvar, cadde, sokak çıkmaz sözcükleri kullanılmaz.



Bulvarı, caddesi, sokağı, çıkmazı sözcükleri normal espasta kullanılmaz.



Hiçbir punto ve düzenleme ilişkisi değiştirilemez.



Sokak adının uzun olduğu bir durumda satır artırma yerine punto küçültülmez.



Tüm tabela tek renkle uygulanmaz. Semt bandının kendi rengine her zaman sadık kalınır.



Semt bandı kullanılmadan tabela üretilmez.



Duvar tabelaları bağlantı noktaları dışında hiçbir noktadan duvara monte edilmez.



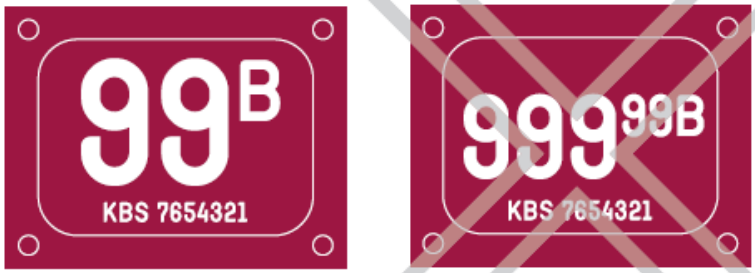
Direkli tabelada kapı numarası dizisi kullanılmaz.



İkili yön işareti kapı numarası ile kullanılmaz.



Üçten fazla haneli bir kapı numarası punto küçültülerek uygulanmaz.



EK-5:

T.C.
İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ
REKLAM, İLAN VE TANITIM YÖNETMELİĞİ [92]

BİRİNCİ KISIM

Amaç, Kapsam, Dayanak

AMAÇ

MADDE 1: Bu yönetmelik İstanbul ili idari sınırları içerisinde; konulan her türlü reklam, ilan ve tanıtım elemanları ve benzerlerinin yol açabileceği görüntü kirliliğini ortadan kaldırarak, kent estetiğine katkıda bulunmayı, reklam asma ve ticari tabela kullanımını düzenlemeyi ve bu işleri yapan gerçek veya tüzel kişilerle, kamu kurum ve kuruluşlarının uymak zorunda bulundukları esasları belirlemeyi amaçlar.

KAPSAM

MADDE 2 : Bu yönetmelik İstanbul Büyükşehir Belediyesi, İlçe ve İlk Kademe Belediyelerinin görev, yetki ve sorumluluk alanlarını ve bu yönetmelikle belirlenen hükümlerin uygulanmasını kapsar.

HUKUKİ DAYANAK

MADDE 3 : Bu yönetmelik; 5393 sayılı Belediye Kanunu, 2464 sayılı Belediye Gelirleri Kanunu, 2918 sayılı Karayolları Trafik Kanunu, 5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu, 3194 sayılı İmar Kanunu, 2960 sayılı Boğaziçi Kanunu, 775 sayılı Gecekondu Kanunu, 2872 sayılı Çevre Kanunu, 2863-3386 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu, 4207 sayılı Tütün Mamullerinin

[92] **Kentsel Tasarım Müdürlüğü, Reklam, İlan ve Tanıtım Yönetmeliği,**
http://www.ibb.gov.tr/tr-TR/e-belediye/Documents/Gelirler/rit.pdf

Zararlarının Önlenmesine Dair Kanun, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu, 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun, 3257 sayılı Sinema Video Eserleri Hk. Kanunu, 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu ve bu kanunlarla ilgili uygulama yönetmelikleri ile diğer ilgili mevzuat hükümlerinin Büyükşehir, İlçe ve İlk Kademe Belediyelerinin görev, yetki ve sorumluluklarını belirleyen hükümleri doğrultusunda hazırlanmıştır.

İKİNCİ KISIM
Tanımlar ve Esaslar
BİRİNCİ BÖLÜM
Tanımlar, Uygulama Elemanları ve Alanları

TANIMLAR

MADDE 4 : Bu yönetmelikte geçen terimler;

İlan : Ticari amaçlı olmayan duyuru veya bilgilendirme elemanlarını,

İlan Panosu : Ticari amaçlı olmayan duyuru veya bilgilendirme elemanlarının asıldığı sergilendiği alanları,

Reklam : İnsanların gönüllü olarak belirli bir davranışta bulunmaya ikna etmek, belirli bir düşünceye yöneltmek, dikkatleri belirli bir ürüne, hizmete, fikir yada kuruluşa çekmeye çalışmak, onunla ilgili bilgi vermek, ona ilişkin görüş ve tutumlarını değiştirmelerine veya belirli bir görüşü yada tutumu benimsemelerini sağlamak amacıyla oluşturulan; iletişim araçlarından yer yada süre satın almak yoluyla sergilenen veya başka biçimlerde çoğaltılıp dağıtılan ve bir ücret karşılığında oluşturulduğu belli olan duyuru.

Reklam Panosu : Reklam elemanlarının asıldığı veya sergilendiği alanları,

Reklam Tabelası: Işıklı ve ya ışıksız, reklam amaçlı konulan reklam levhalarıdır.

Tanıtım : Bir kimsenin veya kuruluşun tanınmasını sağlamak amacı ile faaliyet gösterdiği alanda yapılan uygulamalar

Tanıtım Panosu : Kent mobilyası niteliği taşıyan gece ve gündüz estetik görüntüsü olan ışıklı veya ışıksız tanıtım elemanıdır.

Direkli Tanıtım Panosu (Totem) : Kare veya yuvarlak kesitli direk üzerine montajı yapılmış ışıklı veya ışıksız tabela

Tanıtım Tabelası: Bina cephelerine ışıklı ve ya ışıksız, tanıtım amaçlı konulacak uygulamalardır.

Reklam veren : Ürettiği yada pazarladığı ürünün hizmetin tanıtımını yaptırmak, satışını arttırmak veya imaj oluşturup güçlendirmek amacıyla hazırlattığı, içinde firmasının veya ürün-hizmet markasının yer aldığı reklamları yayınlatmak, dağıtmak veya başka yollarla sergilemek üzere bedel ödeyen gerçek ve ya tüzel kişi.

Reklam Kuruluşu : Reklamı hedef kitleye ulaştıran iletişim kanallarının veya her türlü reklam taşıyan aracın sahibi, işleticisi veya kiralayıcısı olan gerçek veya tüzel kişi.

Reklamcı (Reklam Ajansı) : Reklam verenin reklamlarını hazırlayan ve yöneten bu hizmet karşılığında iş başına belli bir ücret ya da reklam verenin medya harcamaları ve reklamın yapım giderleri üzerinden komisyon alan gerçek ve ya tüzel kişi.

Reklam Alanları : Her türlü reklam unsurunun konulup asılabildiği hareketli ve hareketsiz alanları,

İlgili Belediye : 5216 sayılı Kanunun yetki verdiği alanlarda İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kentsel Tasarım Müdürlüğü'nü , Büyükşehir Belediyesi'nin görev ve yetki alanı dışında kalan alanlarda ise İlçe ve İlk Kademe Belediyelerini ifade eder. (bkz. 23. madde)

UYGULAMA ELEMANLARI

MADDE 5 : Reklam, İlan ve Tanıtım Elemanları:

1. Reklam Elemanları

a) Sabit Reklam Asma Elemanları

İstanbul Büyükşehir Belediyesinin belirlediği ölçülerde kullanılan; düzenli sabit açık hava reklam panoları, bilboard, elektronik panolar, reklam kuleleri, pissa pano, raket pano, afiş değiştirici bilboard, ışıklı bilboard, dıştan aydınlatmalı bilboard, postermatik, İETT otobüs duraklarındaki reklam panoları, bilgi bankaları (KİOKS), megavizyon, bez-kağıt afiş asma elemanları, cam grafiği (one way vision), vinyl v.b. kapsar.

b) Hareketli Reklam Asma Elemanları

Toplu taşıma araçları, ticari araçlar, zeplin, uçak, helikopter, balon, v.s. üzerindeki reklam elemanlarını kapsar.

2. İlan Elemanları

İlan panoları, el ilanları, kağıt afiş ve bez afişleri kapsar.

3. Tanıtım Elemanları

Tanıtım panosu, cam grafiği, vinyl, kutu harf, bez afiş asma elemanları ve benzerlerini kapsar.

UYGULAMA ALANLARI

MADDE 6 : Reklam, İlan ve Tanıtım Elemanlarının Uygulandığı Alanlar:

1. İstanbul ili idari sınırları içerisinde, Büyükşehir Belediyesinin hüküm ve tasarrufu altındaki alanlarda ihale yoluyla veya özel projelerle ticari amaçla sabit reklam asma elemanlarının konacağı yer ve alanlar,

2. Bina cepheleri, çatıları ile bahçe ve bahçe duvarları,

3. Arsalar; İnşaat alanı, açık depo, açık alanlı imalathane ve benzeri biçimde kullanılan veya tümüyle boş tutulan alanlardır.

4. Ortak Kamu Kullanım Alanları: Yollar, meydanlar, yeşil alanlar, yaya kaldırımları, yaya-taşıt alt ve üst geçitleri, her türlü havalandırma bacaları, pazar yerleri, açık otoparklar, hava ve deniz ortamlarında yapılacak her türlü reklam, ilan ve tanıtım elemanlarının kullanıldığı alanlardır,

6. Araçlara ve Duraklara Konulan Reklamlar: Şehir içi yolcu taşımacılığı yapan otobüs, tren, tramvay, metro, vapur v.b toplu taşım araçları ile durakları ve özel araçlar,

7. Yukarıda Belirtilenlerin Dışındaki Alanlar: İstasyon, gar, stadyum, hipodrom, spor sahaları, iskele, hal, eğlence yerleri v.b.

8. Elektrik Direkleri.

İKİNCİ BÖLÜM
Uygulama Esasları

MADDE 7 : Reklam, ilan ve tanıtım elemanlarının konulmasında uygulanacak esaslar.

1- Reklam Elemanları

a) Sabit Reklam Asma Elemanları

Düzenlenmiş yeşil alanların içine, tarihi eser ve tescilli yapıların, İbadethanelerin, heykel ve sanat eserlerinin, Konsolosluklar, Emniyet Müdürlükleri, Valilik ve Kaymakamlıklar, Askeri Alanlar, Milli İstihbarat Teşkilatına ait binaların, Okullar ve Kültür-Sanat işlevli yapıların v.b önüne gelmeyecek ve bunları kapatmayacak biçimde yerleştirilir. Kavşaklardaki sabit reklam asma elemanları, araç sürücüsünün görüş üçgenini kapatacak, trafik işaretlerinin görülmelerini engelleyecek, anlamlarını değiştirecek veya güçleştirecek, tereddüt doğuracak ve yanıltacak şekilde yerleştirilemez. Yol kenarlarındaki pano ve tanıtıcı levhalarda, yanıp sönen ışıkların kullanılması, kırmızı, sarı ve yeşil ışıklarla veya bu renkteki ışık yansıtıcı cisimlerle tertiplenmesi yasaktır. Sabit reklam asma elemanlarının üzerindeki ticari duyuruların izin süresinin bitmesi, bozulması, yırtılması, işlevini yitirmesi veya boş kalması halinde, yüzeyleri beyaz kağıt veya beyaz renkli bir malzeme ile örtülecektir. Bu husus kiracı veya ilgilisi tarafından yerine getirilecek, yerine getirilmediği taktirde ilgili Belediyesi'nce yapılarak kiracı veya ilgilisinden yapılan masraflar %20 fazlası ile tahsil edilecektir.

Yaya yolu üzerine gelecek şekilde konacak sabit reklam asma elemanları için kaldırım genişliği ve o mahaldeki reklam yoğunluğu baz alınacaktır.

Sabit reklam asma elemanlarının en alt noktası ile yaya yolu kotunun en yüksek noktası arasında en az 2,25 m'lik düşey açıklık bulunacaktır. Yaya yoluna paralel şekilde konacak sabit reklam asma elemanlarının düşey yükseklikleri yerin konumuna göre belirlenecektir. Sabit reklam asma panoları, İstanbul Büyükşehir Belediyesi, İlçe ve İlk Kademe Belediyeleri tarafından önemli günlerdeki duyuruları

ilan etmek amacıyla kullanılabilir. Bilboardlar İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin belirlediği şekil ve ebatlarda konulacak ve diğer pano veya pano grupları arasında en az 25 m mesafe şartı aranacaktır. Bilboardların dizilişi adedi ve aralarındaki mesafe İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından belirlenecektir. Bilboard grupları arasındaki mesafe 5m'den az olamaz. Sabit Reklam Asma Panoları, tanıtım, yönlendirme, ilan, bilgilendirme levhaları ve reklam kuleleri v.b tabelalar için ilgili Belediyeden izin alınacaktır. (Bkz.23. madde)

b) Hareketli Reklam Asma Elemanları

Toplu taşıma araçları ve ticari araçlara konulacak reklam ve tanıtım uygulamaları ile ilgili izinler 18 nci maddede belirtilen esaslar dahilinde verilir. Zeplin, Uçak, Helikopter, Balon, v.s. üzerindeki reklam elemanları ile ilgili projeler ise İstanbul Büyükşehir Belediyesince değerlendirilerek uygulama şekli belirlenir.

2- Tanıtım Elemanları

Tanıtım panosu, tanıtım tabelası, cam grafiği, vinyl, kutu harf, bez afiş, bayrak direkleri ve benzerleri ile ilgili izinler "Üçüncü Bölümde" belirtilen esaslar dahilinde verilir.

3- İlan Elemanları

Kağıt Afişler; Şehrin hiçbir yerine kağıt afiş yapıştırılmayacaktır. Ancak İstanbul Büyükşehir Belediyesinin belirleyeceği alanlara, İstanbul Büyükşehir Belediyesinden izin alınmak kaydıyla izin verilebilir.

İlan Panoları İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nce ölçü ve ebatları belirlenen panolardır. Bu panolar duyuru, bildiri ve kısa süreli ilanlar için kullanılır. Bu panolara asılan duyuru veya bildirim en az ikili en çok dörtlü grup halinde düzenlenir. Panoların yerleri ilgili Belediye'ce tespit edilir.

Bez Afiş, El İlanları :

Yollar ve kaldırımlar üzerine bez afiş uygulaması yapılamaz. Ancak, kamu amaçlı duyurular için Kentsel TasarımMüdürlüğü'nün belirleyeceği alanlara bez afiş uygulaması yapılabilir.

Özel kişi ve kuruluşlar tarafından talep edilen ticari amaçlı bez afişlerin, kendi bina cephelerine taşmayacak şekilde asılmasına ilgili Belediyesi tarafından izin verilecektir.

Bez afiş asma süresi (en fazla) 7 gün ile sınırlıdır. Bu süre en fazla bir defa uzatılabilir. Sürenin aşılması durumunda ilgili Belediye'nin Zabıta Birimlerince kaldırılacaktır.

El ilanlarının dağıtımına, çevre kirliliğine yol açmayacak şekilde ilgili Belediyesi tarafından izin verilir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
Uygulamalar

BİNA DIŞ CEPHELERİ

MADDE 8 : Bina Dış Cepheleri; Binaların yol, meydan, Kadastral Parseline ve diğer ortak kamu kullanım alanlarına açılan tüm dış cepheleridir.

Dış görünüş itibariyle kent estetiğini olumsuz etkileyen (Hakkında yıkım kararı bulunmayan) binaların onarımına teşvik amacıyla, kurulacak iskele yüzeyinin tamamı reklam amaçlı kullanılabilir.

Cam giydirme uygulaması yapılmış binaların cephe yüzeyleri; Ana arter ve meydanlarda İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin, bunun dışındaki yerlerde İlçe Belediyesi'nin, söz konusu güzergahtaki reklam yoğunluğu, cadde bazında bina ön cephe tasarımına uygunluğu v.b. etkenler göz önünde bulundurularak izin vermesi halinde, cam grafiği, yapıştırma film, vb. yöntemlerle reklam ve tanıtım alanı olarak kullanılabilir. Ürün mesajı, cam giydirmeli cephe yüzeyinin %50'sini geçemez.

Ticaret ve sanayi alanlarında bulunan binaların cephe yüzeyleri, mimari özellikleri göz önünde bulundurularak, vinyl germe yöntemiyle tanıtım alanı olarak kullanılabilir. Reklam alanı olarak kullanılamaz. Ürün mesajı, uygulama yapılacak cephe yüzeyinin %50'sini geçemez.

Bina dış cephelerindeki tanıtım tabelaları ile ilgili uygulama kriterleri 11. Madde de belirtilmiştir.

BİNA SAĞIR DUVARLARI ve BİNA SAĞIR YÜZEYLERİ

MADDE 9 :

A. BİNA SAĞIR DUVARLARI

Bina Sağır Duvarları; Binaların pencere, kapı gibi boşluğu olmayan duvarlarıdır. Bu duvarlar Kentsel Tasarım Müdürlüğü'nce uygunluk görüşü verilmesine müteakiben, reklam ve tanıtım amaçlı kullanılabilir.

B. BİNA SAĞIR YÜZEYLERİ

Bina Sağır Yüzeyleri; Bina Cephesinde pencerelerin ve boşlukların dışında kalan yüzeyleridir. Bina Cephe alanının %70'inden fazla sağır yüzey alanı varsa Kentsel Tasarım Birimlerince uygun görülmesi halinde bu alanlar reklam ve tanıtım amaçlı kullanılabilir. Pencere düşey akslarında yer alan parapet alanları boşluklu yüzey alanı gibi hesaplanır.

Bina sağır duvarları ve bina sağır yüzeylerinde yapılacak reklam ve tanıtım uygulamalarında aşağıdaki kriterlere uyulması esastır.

Meydan, bulvar cadde ve ana yollara cephesi bulunan bina sağır duvar ve yüzeylerinin, Reklam ve Tanıtım alanı olarak kullanılması ile ilgili olarak İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kentsel Tasarım Müdürlüğü'nden izin alınır. Diğer ara arter ve sokaklarda ise ilgili İlçe veya İlk Kademe Belediyesinden izin alınır. Ancak İlçe veya İlk Kademe Belediyesinin sorumluluk alanında olsa dahi görüntüsü ana arter ve meydanlardan algılanıyor ve metropolün görüntüsüne hitap ediyorsa, bu tür yerlerde İlçe veya İlk Kademe ilçe Belediye Başkanlığı Büyükşehir Belediyesinin olumlu görüşüne müteakip uygulama yapabilir.

Sağır yüzeyin tamamı vinyl germek suretiyle kapatılmalıdır. Ürün mesajı, uygulama yapılacak cephe yüzeyinin %50'sini geçmeyecek şekilde olmalıdır.

Sağır alanın bir kısmına reklam veya tanıtım uygulaması yapılması durumunda, açıkta kalan diğer kısımlar konulan reklamın zemin rengine uygun bir renkte boyanmalıdır.

Kullanılacak olan sağır duvar veya bina sağır yüzeylerine birden fazla Reklam ve Tanıtım uygulaması konulamaz.

Bina sağır duvarlarına konulacak olan reklamlar, görsel, sanatsal ve estetik değerler taşıyacaktır. İstanbul Büyükşehir Belediyesinin uygun gördüğü hallerde, üç boyutlu uygulamalarda yapılabilir.

Bina sahipleri sağır duvar ve bina sağır yüzeylerini reklam alanı olarak kullanmadıkları takdirde, İstanbul Büyükşehir Belediyesinin ön gördüğü, görsel kirlilik oluşturmayacak şekilde düzenlemekle yükümlüdür. Bu yükümlülüklerini yerine getirmezler ise, düzenleme 3194 sayılı İmar Kanunu doğrultusunda ilgili Belediye Başkanlığı tarafından yaptırılır ve masrafları bina sahiplerinden % 20 fazlasıyla tahsil edilir.

Dini yapılar, tarihi eser ve tescilli yapılar ile bunları etkileyecek yapıların sağır duvar ve yüzeyleri, reklam alanı olarak düzenlenemez. Boğaz Öngörünüm Bölgesindeki bina yüzeyleri reklam alanı olarak kullanılamaz. Tanıtım alanı olarak kullanılabilir.

Yapıların mimarisinde, duvar yüzeylerinden çıkıntılı olarak tasarlanan konstrüksiyon elemanları üzerine, Reklam uygulaması yapılamaz. Kentsel Tasarım Müdürlüğü'nün uygunluk görüşü vermesi halinde, tanıtım alanı olarak kullanılabilir.

Reklam-Tanıtım alanı olarak kullanılacak yüzeyin uygunluğu; uygulama yapılacak binanın yer aldığı güzergahtaki, reklam yoğunluğu, siluete etkisi v.b kriterler göz önünde bulundurularak Kentsel Tasarım Müdürlüğü tarafından değerlendirilir.

BİNA SON KAT ALIN YÜZEYİ VE ÇATILARI

MADDE 10 : Bina çatılarına reklam veya tanıtım panosu konulamaz. Ancak Sanayi ve Ticaret Alanlarında; Bina son kat alın yüzeyi, çatılarına ve asansör kuleleri duvar yüzeylerine yalnız paslanmaz malzeme kullanılarak, emniyet tedbirleri alınmış, statik hesabı yapılmış, Kutu Harf şeklinde ışıklı, azami 1,00 m yüksekliğinde tanıtım uygulaması konulabilir. Konulacak tanım uygulaması, çatı mahya yüksekliğini geçemez. Bina son kat alın yüzeyi ve çatılarına birden fazla tanıtım uygulaması konulamaz.

Boğaz Öngörünüm Bölgesi'ndeki yapılar, dini yapılar, tarihi eser ve tescilli yapılar ile bunları etkileyecek yapıların çatı ve asansör kulesi duvar yüzeylerine reklam uygulaması konulamaz.

Bina yüksekliğini artıracak biçimde ve çevresindeki binaların görüşünü engelleyecek şekilde bina çatısına tanıtım panosu, amblem veya logo konulamaz. Aksi uygulamada ilgili belediye tarafından bu reklam elemanları sökülür ve söküm işlemiyle ilgili masraflar bina sahiplerinden %20 fazlası ile tahsil edilir.

- Bina son kat alın yüzeyi ve çatılarına konulacak Tanıtım Uygulamalarının Uzunluğu;

a) Bina cephe uzunluğu 5.00 metreye kadar olan binalarda cephe uzunluğunun % 50'sini geçemez.
b) Bina cephe uzunluğu 5.00 – 10.00 metre arasındaki binalarda, cephe uzunluğunun % 40'nı geçemez.
c) Bina cephe uzunluğu 10.000 metrenin üzerinde olan binalarda, cephe uzunluğunun % 30'nu geçemez.

KONUT, KONUT + TİCARET ve TİCARET ALANLARI

MADDE 11 : İmar planlarında Konut, Konut+Ticaret ve Ticaret fonksiyonunda kalan binaların cephelerine konulacak tanıtım ve reklam öğelerini kapsar.

11.1. KONUT ALANLARI

İmar planlarında ve fiili durumda, konut olarak kullanılan binalarda, sağır duvar ve sağır yüzeyleri hariç, hiçbir şekilde reklam ve tanıtım tabelası uygulaması yapılamaz. Ancak İmar planında konut olarak düzenlenen yapıların, uygulamada zemin katlarının ticaret fonksiyonu kazandırılması halinde; tanıtıcı levha, derinliği 0.30 m'yi aşmamak şartıyla ve yerden en az 2.25 m yükseklikte cephe boyunca konulabilir. Konulacak tabelanın yüksekliği 70 cm olması esastır, ancak Kentsel Tasarım Müdürlüğü'nün uygun görmesi halinde cephe boyunca 1.00 metreye kadar izin verilebilir.

11.2. KONUT + TİCARET ALANI

Zemin katı ticaret birimi veya birimleri, üst katları konut olarak kullanılan yapılarda, zemin katta uygulanacak tanıtıcı levhanın derinliği 0.30 m'yi aşmamak şartıyla ve yerden en az 2.25 m yükseklikte cephe boyunca konulabilir. Konulacak tabelanın yüksekliği 70 cm olması esastır, ancak Kentsel Tasarım Müdürlüğü'nün uygun görmesi halinde cephe boyunca 1.00 metreye kadar izin verilebilir.

Köşe parsel niteliğindeki yapılarda köşede yer alan ticaret biriminde tanıtıcı levhalar yukarıdaki kurallara uyularak her iki cephede yer alabilir. Zemin katta birden fazla ticaret birimi söz konusu olduğunda birimlerin tanıtıcı levhalarının yatay çizgilerinde uyum aranacaktır. Son uygulayıcı, önceden standartlara uygun olarak yapılan uygulamaya uymak zorundadır.

Zemin katta faaliyet gösteren işyerlerinin tanıtıcı levhaları, Kentsel Tasarım Müdürlüğü'nün uygun görmesi halinde 1. kat pencere altı, parapet yüzeylerine konulabilir.

Konut+Ticaret alanlarında bulunan binaların üst katlarına, üst kat alın yüzeylerine ve çatılarına reklam ve tanıtım uygulamaları konamaz.

Ön bahçe nizamlı yapılarda yer alan ticaret birimlerinin tanıtım panoları; Kentsel Tasarım Müdürlüğü'nün uygun görmesi halinde, en fazla 2.00 metre yüksekliğinde, 1.50 metre eninde, 0.30 metre et kalınlığı ebatlarında olması, kendi parsel sınırları içerisinde kalması ve kaldırıma taşmaması kaydıyla konulabilir.

Zemin katta bulunan ticaret birimlerinin tentesi üzerinde ticarethanenin adı, logosu veya amblemi yer alamaz. Tentenin yerden olan yüksekliği minimum 2.50 m olacaktır. Tentenin genişliği, yaya kaldırımını aşmayacak şekilde en fazla 1.50 m genişliğinde, tente renkleri cadde bazında İlgili Belediyece belirlenecek renk, ebat ve malzemede olacaktır.

Asma kat alın yüzeyleri Kentsel Tasarım Müdürlüğü'nün uygun görmesi halinde tanıtım amaçlı kullanılabilir.

11.3. TİCARET ALANI

İmar planlarında ticaret fonksiyonunda olan veya konut niteliğini yitirerek ticaret işlevi kazanan binalarda üst katlarına tanıtım tabelası uygulaması yapılamaz.

Zemin katta uygulanacak tanıtıcı levhanın derinliği 0.30 m'yi aşmamak şartıyla ve yerden en az 2.25 m yükseklikte cephe boyunca konulabilir. Konulacak tabelanın yüksekliği 70 cm olması esastır, ancak Kentsel Tasarım Müdürlüğü'nün uygun görmesi halinde cephe boyunca 1.00 metreye kadar izin verilebilir.

Zemin katta bulunan ticaret birimlerinin tentesi üzerinde ticarethanenin adı, logosu veya amblemi yer alamaz. Tentenin yerden olan yüksekliği minimum 2.50 m.olacaktır. Tentenin genişliği yaya kaldırım genişliğini aşmayacak şekilde en fazla 1.50 m, tente renkleri cadde bazında İlgili Belediyece belirlenecek renk, ebat ve malzemede olacaktır.

Zemin katında pasaj bulunan binalarda, pasaj girişi ön cephede pasaj isim ve numarasının yer aldığı tanıtım panosu koyabilirler. Pasajda faaliyet gösteren işyerlerinin isim, logo ve numaralarının yer aldığı toplu ticari tanıtım tabelası pasaj girişinde uygun bir duvara Kentsel Tasarım Müdürlüğü'nün uygun görüş verdiği tasarım uygulaması konulabilir.

Sinema, tiyatro, gazino gibi eğlence yerleri, İstanbul Büyükşehir Belediyesinin uygun gördüğü tasarımda bina cephesine ışıklı tanıtıcı tabela koyabilirler.

Ön bahçe nizamlı yapılarda bulunan ticaret birimleri, kendi parsel sınırları içine, İstanbul Büyükşehir Belediyesinin uygun gördüğü ebatlarda tanıtım panosu koyabilirler, reklam tabelası koyamazlar.

Üst katlardaki işyerleri bina cephesinde giriş kapısının yanında uygun olan yerlere veya bina giriş holüne, binadaki işyerlerinin kat sırasına göre, her işyerine yer ayrılmak suretiyle düzenlenen toplu ticari tanıtım panosu koyabilirler.

Kendi mülkiyetinde yer almak şartı ile bahçe içine tanıtım panosu konulabilir. Zeminde tabelanın konulacağı yer, parsel ön cephe hattından, komşu parsel sınırından ve yapının kendisinden tabela yüksekliği kadar çekmek suretiyle belirlenir. (Konulacak tanıtım panosunun boyutları ve konumlandırılacağı yer ilgili belediyesince belirlenir.) Tanıtım panosunun ölçüleri; maksimum yükseklik; 3.00 m, maksimum en; 2.00 m, maksimum et kalınlığı; 0.40 m olabilir.

Ticaret Alanlarında Direkli Tabela (Totem) tipi tanıtım panosu konulamaz.

Ticaret Alanlarında; Bina son kat alın yüzeyi ve çatılarına, yalnız paslanmaz malzeme kullanılarak, emniyet tedbirleri alınmış, statik hesabı yapılmış, kutu harf şeklinde ışıklı, azami 1,00 m yüksekliğinde tanıtım uygulaması konulabilir. Konulacak tanıtım uygulaması, çatı mahya yüksekliğini geçemez.

SANAYİ ALANLARI

MADDE 12 : Sanayi alanlarında, tesislerin son kat alın yüzeyi ve çatılarına **reklam** panosu konulamaz.

Sanayi yapılarında; Bina son kat alın yüzeyi ve çatılarına, yalnız paslanmaz malzeme kullanılarak, emniyet tedbirleri alınmış, statik hesabı yapılmış, Kutu Harf şeklinde ışıklı ve ya ışıksız en fazla 1,00 m yüksekliğinde tanıtım uygulaması konulabilir. Konulacak tanıtım uygulaması, çatı mahya yüksekliğini geçemez.

Sanayi yapılarında, kendi parsel sınırları içerisinde kalmak kaydıyla tanıtım panosu konulabilir. Zeminde tabelanın konulacağı yer; parsel ön cephe hattından, komşu parsel sınırından ve yapının kendisinden tabela yüksekliği kadar çekmek suretiyle belirlenir. (Konulacak tanıtım panosunun boyutları ve konumlandırılacağı yer talep edilen arsanın alanı dikkate alınarak, bulunduğu bölgenin genel görünümünü ve siluetini bozmayacak şekilde, ilgili belediyesince belirlenir.)

Sanayi yapılarında son kat alın yüzeyi ve çatılarına birden fazla tanıtım uygulaması yapılamaz.

Sanayi sitelerinde bulunan binaların ön bahçelerine tanıtım panosu konulamaz. Sanayi sitesinin parsel sınırları içinde kalmak koşuluyla, tüm işyerlerinin isim ve/veya logosunun yer aldığı ortak tanıtım panosu Kentsel Tasarım Müdürlüğü tarafından uygun görülen yere konulabilir. Ortak tanıtım panosunun ölçüleri; maksimum yükseklik; 5.00 m, maksimum en; 2.00 m, maksimum et kalınlığı; 0.40 m'dir.

Sanayi Alanlarında Direkli Tabela (Totem) tipi tanıtım panosu konulamaz

Sanayi alanlarında bulunan binaların cephe yüzeyleri, vinyl germe yöntemiyle tanıtım alanı olarak kullanılabilir. Ürün mesajı, uygulama yapılacak cephe yüzeyinin %50'sini geçemez.

MADDE 13 : İNŞAAT ve TADİLAT İZNİ OLAN YAPILAR ve ARSALAR

İstanbul ili idari sınırları içinde İnşaat ve Tamirat Ruhsatlı yapı ve arsaların ;

1- Özel mülkiyete konu taşınmazlar üzerinde **Yapı Ruhsatı** mevcut, devam eden inşaat faaliyetleri nedeniyle bahse konu taşınmazın mülkiyet sınırları içinde kalmak kaydıyla, inşaat halindeki binalardaki görüntü kirliliğinin önlenmesi, emniyetin sağlanması ve çevreye inşaat artıklarının sıçramaması için konulan **paravan sisteminin tamamı üzerine** vinyl germek suretiyle;

A. Paravan yüksekliği, 300 cm'yi aşamaz,

B. Paravan yüzeyinde yapılacak reklam ve tanıtım uygulamalarında ürün mesajı, paravan yüzeyinin %50'sini geçemez.

C. Paravan yüzeyinde birden fazla firmanın reklam uygulaması yapılamaz.

D. Kullanılacak reklam teması için uygulama yapılmadan önce Kentsel Tasarım Müdürlüğünün onayı alınacaktır.

2- Özel mülkiyete konu taşınmazlar üzerinde devam eden Yapı Ruhsatı mevcut yapılarda inşaat faaliyetleri nedeniyle bahse konu taşınmazın üzerindeki inşaat halindeki binanın üzerine görüntü kirliliğinin önlenmesi,emniyetin sağlanması ve çevreye inşaat artıklarının sıçramaması için kurulan **iskele sistemine** vinyl germek suretiyle;

A. İskele sistemin yüksekliği, bina cephe ebatlarını ve çatı saçak hizasını aşmamalıdır.

B. İskele sistemi yüzeyinin tamamı vinyl germe tekniği ile reklam amaçlı kullanacaktır. Ancak ürün mesajı iskele yüzeyinin %50' sini aşmamalıdır.

C. Reklam amaçlı kullanılacak iskele yüzeyi birden fazla firmanın tasarrufuna verilemez. Ürün mesajı tek bir unsuru içerecektir.

D. Kullanılacak reklam teması için uygulama yapılmadan önce Kentsel Tasarım Müdürlüğünün onayı alınacaktır.

3- Özel mülkiyete konu taşınmaz üzerinde bulunan (tadilat veya iskele ruhsatlı) binalarda devam eden boya, badana ve tadilat işleri nedeniyle binalardaki görüntü kirliliğinin önlenmesi, emniyetin sağlanması ve çevreye inşaat artıklarının sıçramaması için kurulan **iskele sistemine** vinyl germek suretiyle;

A. İskele sistemin yüksekliği, bina cephe ebatlarını ve çatı saçak hizasını aşmamalıdır.

B. İskele sistemi yüzeyinin tamamı vinyl germe tekniği ile reklam amaçlı kullanacaktır. Ancak ürün mesajı iskele yüzeyinin %50' sini aşmamalıdır.

C. Reklam amaçlı kullanılacak iskele yüzeyi birden fazla firmanın tasarrufuna verilemez. Ürün mesajı tek bir unsuru içerecektir.

D. Kullanılacak reklam teması için uygulama yapılmadan önce Kentsel Tasarım Müdürlüğünün onayı alınacaktır.

E. Reklam uygulaması izni *iskele belgesi süresince* verilir. İzin süresi en fazla 1 defa uzatılabilir.

4- İnşaat alanlarında, inşaat tanıtım panoları en fazla 6 metre kare ebatlarında, Kentsel Tasarım Müdürlüğü'nün belirleyeceği kriterlere uygun olarak, inşaat süresince konulabilir.

ARSALAR

MADDE 14 : Ana arter ve meydanlara cephesi veya görüntüsü olan arsalara reklam ve tanıtım panosu konulamaz.

KAMU ORTAK KULLANIM ALANLARI

MADDE 15 : Yeşil alanlar, pazar yerleri ve açık otoparkların çevre duvarlarında ve içlerinde, sabit reklam asma panoları tesis edilerek, afiş ve pankart asılarak reklam yapılamaz.

Kamu ortak kullanım alanlarında İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin uygun gördüğü meydanlar, parklar ve bahçeler, yeşil alanlar, kara ve demir yolları kenarlarında çim, çiçek veya boyu 50 cm'yi geçmeyen bodur ağaçlarla peyzaj düzenlemesi yapılarak reklam alanı olarak kullanılmasına İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nce projesi dahilinde izin verilebilir.

Bu alanların bakım ve onarımı talep eden firma tarafından karşılanacaktır.

Kamu ortak kullanım alanlarındaki zemin kaplamaları Büyükşehir Belediyesi Kentsel Tasarım Müdürlüğü'nün onayı ile reklam alanı olarak kullanılabilir.

YAYA + TAŞIT ALT VE ÜST GEÇİTLERİ

MADDE 16 : Yaya+Taşıt alt ve üst geçitleri; İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin icraatları ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin uygun gördüğü Uluslararası etkinliklerin kamuya duyurulması amaçlı kullanılabilir.

Anlaşmalı olarak bir üst geçit yapım ve isim hakkı elde etmiş ticari firmaların sadece ad ve amblemleri Kentsel Tasarım Müdürlüğü'nün uygun göreceği yere konulabilir.

Taşıt alt geçitlerinin yan duvarları reklam alanı olarak kullanılamaz.

ELEKTRİK DİREKLERİ ÜZERİNE ASILAN REKLAM, TANITIM VE YÖNLENDİRME PANOLARI

MADDE 17: Üzerine reklam panosu konulacak elektrik direkleri, yol, meydan, iskele, köprü, sokak, park ve benzeri yerler gibi umumun kullanımına açık yerleri aydınlatan, umumun kullanımına tahsis edilen ve elektrik dağıtım şirketleri ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından konan standart elektrik direkleridir.

Elektrik direklerine reklam,tanıtım ve yönlendirme panosu asılabilmesi için, üçüncü şahıslara karşı sigorta poliçesi ve asılacak reklamın içeriği hakkındaki bilgilerle ilgili Belediye'ye başvurularak izin alınması gerekir.

Tarihi, sanatsal, prestij alanı olan yer veya bölgeler ile boğaz sahil şeridindeki elektrik direklerine reklam levhaları asılamaz. Ancak İstanbul Büyükşehir Belediyesinin izin vermesi halinde hafif ağırlıkta bez veya plastik malzemeden yapılması kaydıyla Kentsel Tasarım Müdürlüğü'nün belirleyeceği boyutlarda ve süreli asılabilir.

Ana arterlerin kesişimindeki ışıklı-ışıksız kavşak, dönel kavşak adası içerisindeki elektrik direklerine ve kavşaklardan başlangıç alan ana arterler üzerindeki ilk 2 adet elektik direğine reklam - tanıtım - yönlendirme tabelası asılamaz.

Ana arterler üzerindeki "Meydan Aydınlatma Direği" özelliğindeki elektrik direklerine reklam - tanıtım - yönlendirme tabelası asılamaz.

Ana arterler üzerindeki Yüksek Gerilim Hattı Taşıyan elektrik direklerine reklam - tanıtım - yönlendirme tabelası asılamaz.

5216 sayılı yasa kapsamındaki İstanbul Büyükşehir Belediyesi sorumluluk alanında kalan Meydanlar üzerindeki elektrik direklerine reklam - tanıtım ve yönlendirme tabelası asılamaz.

5216 sayılı yasa kapsamındaki İstanbul Büyükşehir Belediyesi sorumluluk alanında kalan meydanlara bağlantısı olan ana arterlerin, meydan başlangıçlarındaki ilk 2 adet elektrik direğine reklam - tanıtım - yönlendirme tabelası asılmaz.

Elektrik direklerine asılacak reklam tanıtım ve yönlendirme uygulamalarının 80 cm x125cm ebatlarında olması, her tabelaya bir numara verilmesi ve çerçevenin sağ alt köşesine tabela numarasını gösterir sticker konulması, her tabela çerçevesinin sol alt köşesine reklam firmasının ismini gösterir sticker konulması ve emniyet açısından reklam, tanıtım ve yönlendirme uygulamalarının elektrik direklerine emniyet zinciri ile irtibatlandırılması gerekir.

Panoların yerden yüksekliği ile tabela altına olan mesafe 6,00 m'den az olamaz. Orta refüjde bulunan elektrik direklerine simetrik olarak 2 adet, kaldırım kenarında bulunan elektrik direklerine 1 adet tabela konulabilir.

ARAÇLARA VE DURAKLARA KONULAN REKLAMLAR

MADDE 18: Özel araçlar, ait oldukları kuruluşun dışındaki herhangi bir ürün veya hizmetin reklam aracı olarak kullanılamaz.

Reklam uygulaması, araç yüzeyinin %50'sini geçmeyecek şekilde konulacaktır.

Belediye otobüsleri üzerine konan reklamlarda doğrudan doğruya yüzeye yapışan film (sticker) vb. uygulamaların tip ve nitelikleri İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nce belirlenir.

Otobüs duraklarının sadece dar yüzeylerinin iç ve dış taraflarına reklam konulmasına izin verilecektir.

Özel araçlarda cam yüzeyler üzerine hiçbir şekilde reklam-tanıtım uygulaması konamaz. Duraklara (iskele, otobüs durağı, tren istasyonları vb.) konulacak reklamlar için, 23.ncü madde hükümlerine göre İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nden izin alınır.

Araçlar üzerinde bulunan reklamlarda üç boyutlu objeler vb. sürücülerin dikkatini dağıtacak uygulamalar yer alamaz. Toplu taşıma araçları üzerindeki reklam tanıtımları ve özel taşıtlar üzerindeki tanıtımlar için İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kentsel Tasarım Müdürlüğü'nden izin alınır.

KALDIRIM + YOL ÜSTÜ TİCARİ TANITIM TABELALARI

MADDE 19: Kaldırım ve yol üstüne reklam-tanıtım tabelası konulamaz.

Ancak, Kamu Kurumları ile İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığınca ihale kapsamına alınan reklam panoları ve Belediye'ce önerilen özel projelerde yer alan tanıtım ve yönlendirme panoları kaldırım ve yol üzerlerine Kentsel Tasarım Müdürlüğü tarafından izin verilmesi halinde konulabilir.

YÖN VE YER GÖSTERİCİ TABELALAR

MADDE 20: Kaldırım üzerine yerleştirilecek yön ve yer gösterici tabelalar cadde ve sokak isim tabelaları ile birlikte projelendirilerek yer alabilir.

Tabelaların sıralanmasında en üstte cadde sokak isimleri, ikinci sırada acil ünitesi olan hastaneler, üçüncü sırada okullar, tarihi ve turistik yerler olarak sıralanmalıdır.

Tabela nitelikleri İstanbul Büyükşehir Belediyesinin belirleyeceği standartlarda olacaktır. Sağlık kurumlarının isimlerinin yazıldığı tabela yüzeyinin beyaz, yazının kırmızı renk olması, Okul isimlerinin yazıldığı tabela yüzeyinin sarı, yazının siyah renk olması, Tarihi ve turistik yerlerin isimlerinin yazıldığı tabela yüzeyinin kahverengi, yazının beyaz renk olması,

Sokak ve cadde isim tabela direklerinin yüksekliği bulunduğu kottan itibaren max. 3.50 m'dir. Tek direk üzerine tabelaların yerleştirilmesinde yerden olan yükseklik en az 2.25 m'den başlamalıdır.

Yön ve yer gösterici tabelaların direkleri özürlü insanların dolaşımını engellemeyecek ve şehir estetiğini bozmayacak şekilde konması esastır. İş ve alışveriş merkezlerinin yoğun olduğu alanlarda, konulacak yerin uygun olması halinde, iki dikme arasına 1.5 m uzunluğunda, 25 cm eninde levhaların sıralanması ile (plakalar arasında 5 cm açıklık olacaktır) oluşan dizayn Büyükşehir Belediyesinin Kentsel Tasarım Müdürlüğü'nün onayı ile toplu yönlendirme tabelası olarak kullanılabilir.

BELİRTİLENLERİN DIŞINDAKİ REKLAM ve TANITIM ELEMANLARI

MADDE 21: Hava alanı, istasyon, iskele, otogar, stat, salon, eğlence yerleri ve açık hava etkinlik alanlarında kullanılan reklam panoları için 23. madde hükümlerine göre ilgili Belediye'den izin alınır.

Lokanta, kafe vb. işyerleri, yapı mülkiyetleri içinde; girişe yakın bir konumda sundukları hizmeti ve fiyatlarını gösterir levhayı ilgili belediyesinin izin vermesi halinde koyabilirler.

Sinema, tiyatro, müzikhol, diskotek, otel, lokanta, gibi eğlence, dinlenme tesisleri ile kültür tesislerinin yapıları üzerine konacak ışıklı-ışıksız tanıtıcı levhalar için 23. madde hükümlerine göre ilgili Belediye'den izin alınır.

Kitlesel kamu kullanım binalarının içinde yer alan açık ve kapalı spor tesisleri, eğlence yerleri, çarşılar, pasajlar vb. binaların içinde yapılacak reklam, ilan ve tanıtım elemanları İlçe Belediyesinin iznine tabidir.

Lazer tekniği ile yapılacak her türlü reklam, ilan, tanıtım ve yönlendirme uygulamaları Kentsel Tasarım Müdürlüğü'nün iznine tabidir.

Bu yönetmelikte adı geçmeyen yeni uygulamalara ilişkin kararlar Kentsel Tasarım Müdürlüğü tarafından verilir.

ÜÇÜNCÜ KISIM
Genel İlkeler

UYGULAMAYA İLİŞKİN GENEL İLKELER

MADDE 22: Reklamlar, ticari tanıtım levhaları ve ilanlarda aşağıda belirtilen genel ilkeler esas alınır.

1. Bu yönetmelikte, belirtilen reklam, ticari tanıtım levhaları ve ilanlarda; sağlık yönünden zararlı olan alkollü içki, sigara, genel ahlak kurallarına aykırı görüntüler, korku ve batıl inançları içerecek, toplumun acıma duygularını istismar edecek şekilde, hasta, bebek, çocuk, yaşlı ve özürlülerle ilgili ifadeler veya görüntüler kullanılamaz.

2. Yönetmelikte belirtilen reklam ve ticari tanıtım levhaları ve ilanlar yürürlükteki mevzuata göre, getirilen kısıtlamalar ile Hükümet, Bakanlıklar veya Milli Güvenlik ve Genel Ahlak yönünden konulan ilke ve uygulamalara uymak zorundadır.

3. Reklamlar dil, ırk, cinsiyet, din ve mezhep üzerine dayalı ayrımcılık üzerine kurulamaz. Şiddet hareketlerine yol açıcı, destekleyici ve özendirici unsurlar içeremez.

4. Bina cepheleri ve elektrik direklerinde kullanılacak olan reklamlar, ticari tanıtıcı levha ve ilanlar; amblem, isim ve grafik anlatımlar dışında, telefon, faks numaraları ile internet adreslerini yazabilir, adreslerini yazamazlar.

5. Reklam panoları ve ilan levhalarının ve benzerlerinin taşıyıcı sistem şekilleri yağmur, rüzgar, deprem gibi dış etkenlere karşı dayanıklı olacaktır.

6. Reklam panosu, tabela ve ilanların asma, bakım ve onarımı reklamı yapan firma tarafından yapılacaktır. Bu konudaki esaslar İlgili Belediye ile reklamı koyan firma arasında yapılacak bir şartname ile belirlenecektir. Yer tahsisi ve ücretinin tahsili, İlgili Belediyesi'nce yapılacaktır.

7. Her bir tabela için ayrı ayrı izin alınır, müracaat izin sayılmaz, izin alınmadan hiçbir suretle reklam ve tanıtım uygulaması yapılamaz, bu tür uygulamalar tebligata gerek kalmaksızın Belediye Zabıta Müdürlüğü tarafından oluşturulan ekiplerce Belediye adına resen kaldırılır veya kaldırtılır. İzni yenilenmeyen, izin şartlarına aykırı olan, bozulan veya tahrip olan ve yeniden izin verilmesi uygun görülmeyen levha ve reklamlar, yapılacak yazılı uyarıda belirtilen hususların, verilecek süre içinde yerine getirilmemesi halinde görsel ve çevresel kirliliğe neden olmayacak şekilde İlgili Belediye tarafından kaldırılır ve masrafı (sökme, taşıma, depolama) %20 fazlası ile reklam sahibinden tahsil edilir.

8. İzinli Reklam panosu, tanıtıcı tabela ve ilanların bakım ve onarımının yapılmaması durumunda İlgili Belediye tarafından reklam firması uyarılacaktır. Bakım ve onarımı 15 gün içerisinde yapılmayan tanıtıcı tabela ve levhalar İlgili Belediye'ce kaldırılacak, tüm masraflar (sökme, taşıma, depolama) %20 fazlası ile reklam sahibinden tahsil edilecektir.

9. Yılbaşı, bayram gibi özel günler ve arefelerinde bina ve işyerlerinde, süresi 15 günü aşmamak şartı ile ışıklı veya ışıksız özel süslemeler ve tanıtım yapılabilir.

10. Ticaret birimlerinin tanıtıcı levhaları ve reklam amaçlı tabelaları; Konsolosluklar, Emniyet Müdürlükleri, Valilik ve Kaymakamlıklar, Askeri Alanlar, Okullar, Milli İstihbarat Teşkilatı ve benzeri kamuya ait bina cephelerine, çatılarına, bahçe ve bahçe duvarları üzerinde yer alamaz.

11. Kentin siluetini bozacak doğal veya tarihi çevrenin algılanmasını engelleyecek şekilde tanıtım ve reklam uygulamaları konulamaz.

12. Tarihi eser ve tescilli yapılara ve bunları etkileyecek alanlara, binalara reklam uygulaması konulamaz.

13. Tanıtım, ilan ve reklam elemanları birbirinin görüntüsüne engel olacak şekilde yerleştirilemez.

14. Ağaçların üstüne hiçbir şekilde reklam panosu, tabelası ve benzerleri ile bez afişlerin asılmasına izin verilemez.

15. Ana arter, yol, meydan ve bulvarlara cephesi olan binaların bahçelerine ve bahçe duvarlarına tanıtım ve yönlendirme tabelası konulabilir, reklam tabelası konulamaz.

16. Erişme kontrollü yolların (otoyol) güzergah çevresinde karayolları kamulaştırma sınırları içinde ve dışında erişme kontrollü karayolu (otoyol) trafiğine etken, hitap eden yerlerde ilan, reklam, tanıtım panosu ve benzeri elemanların konulmasına, ilgili Karayolları Bölge Müdürlüğü'nün görüşünü takiben İstanbul Büyükşehir Belediyesince izin verilecektir.

17. Tanıtım ve reklam uygulamalarında markalar dışında, yabancı dilde reklam ve tanıtım uygulaması konamaz.

18. Yeşil alan, park ve benzeri alanlar ile kaldırım ve yol üzerlerinde bulunan büfe ve benzeri ticari satış birimlerinin üzerinde bulunan tanıtım tabelaları yüksekliği, satış birimi kat yüksekliğinin 1/5 den fazla olamaz ve her cepheye birden fazla tanıtım tabelası konamaz. Reklam tabelası satış birimine yatay ve dikey çıkıntı oluşturacak şekilde konamaz.

19. Tanıtım uygulamaları hiçbir şekilde reklam unsuru içeremez.

20. Reklam ve tanıtım uygulamaları yatay ve dikeyde çıkıntı oluşturacak şekilde konulamaz.

21. Kent estetiği bir bütün olarak değerlendirilir. Kentsel Tasarım Müdürlüğü Kent estiğini olumsuz etkileyen tüm reklam ve tanıtım uygulamalarına müdahale etme hakkına sahiptir.

22. Reklam, İlan ve tanıtım elemanlarını koyacak kişi veya kurumlar, tüm emniyet ve güvenlik tedbirlerini almakla yükümlüdür. Üçüncü kişilere karşı doğacak zararlardan sorumludur.

23. Reklam-tanıtım elemanları için izin verilen yerlerde, Belediyelerce Kentsel Tasarım Cephe Rehabilitasyonu Projeleri uygulamaya başlanıldığında, izin verilenler proje doğrultusunda uygulama yapacaklardır.

24. Kentsel Tasarım Müdürlüğü kent estetiğine katkı sağlayacak her türlü projeyi yapabilir veya yaptırabilir.

25. Kentsel Tasarım Müdürlüğü gerekli gördüğü hallerde Başkanlık Onayını almak kaydı ile yeni uygulamalar ihdaz edebilir.

26. Uygunluk görüşü verilmesine rağmen, hukuki platformda oluşan haklı gerekçeler göz önünde bulundurularak daha önce verilmiş olan onayın iptaline gidilebilir.

DÖRDÜNCÜ KISIM
Görevli Merci ve Denetim Yetkisi

BİRİNCİ BÖLÜM
Görevli Merci ve İzin

İZİN VERME YETKİSİ

MADDE 23: Bu yönetmelik Hükümleri doğrultusunda;

1. Büyükşehir Belediye Başkanlığı; 5216 Sayılı Kanunun 7'nci maddesinin (g) bendinde belirlenen;

a) Büyükşehir sınırları dahilindeki kamunun ortak kullanım alanı olan meydan, bulvar, cadde ve anayollardaki sabit reklam asma panoları, ilan asma yerleri, elektrik direkleri, büfeler, tercihli yollar, kavşaklara konulan ilan, reklamlarla toplu taşıma araçlarına konan ilan, reklam ve tanıtım elemanlarına,

b) Büyükşehir Belediyesinin yetki alanındaki meydan, bulvar, cadde ve anayollara cepheli kamu ve özel mülkiyete konu binalara, bahçe ve bahçe duvarlarına konulacak her türlü reklam ve tanıtım elemanlarına izin vermeye yetkilidir.

2. İlçe ve İlk Kademe Belediye Başkanlıkları; Birinci Maddenin dışında kalan yerlere konulan ilan, reklam ve tanıtım elemanlarına izin vermeye yetkilidir.

Ancak, İlçe ve İlk Kademe Belediye Başkanlıkları, kendi sorumluluk alanlarında olsa dahi, İstanbul'un görünüşünü etkileyen ve ana artere görüntüsü olan ara arter ve sokaklara, özel mülkiyete konu parseller üzerine, bahçe ve bahçe duvarlarına, boş arsa ve arazilere, bina ön cepheleri, sağır duvarları, kamu kurum ve kuruluşlarının tasarrufunda bulunan arsa ve arazi ile ulaşım hatlarına konulacak

reklam ve tanıtıma uygulamaları için İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı Kentsel Tasarım Müdürlüğü'nün uygunluk görüşünü almadan izin veremez.

YÖNETMELİĞİN UYGULANMASI VE GÖREVLİ MERCİ

MADDE 24 : Bu Yönetmeliğin uygulanması için, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı'nda Kentsel Tasarım Müdürlüğü (İlgili Komisyonlar), İlçe ve İlk Kademe Belediye Başkanlıkları'nda ilgili birim (Tasarım Birimleri) yetkilidir.

Komisyonlar, Kentsel Tasarım Müdürlüğü bünyesinde Başkanlık Onayı ile görev yapar. Komisyon, Kentsel Tasarım - Zabıta Müdürlüğü - Emlak Müdürlüğü, Trafik ve Gelirler Müdürlüğü personelinden oluşur. Gerekli görülmesi halinde diğer birimler, ilgili İlçe ve İlk Kademe Belediye'leri ile sivil toplum kuruluşlarından katılım ve/veya görüş talep edilebilir.

Komisyondaki her bir müdürlük temsilcisi, kent mobilyalarının tip şekil ve niteliğinin belirlenmesi ile bu yönetmelik doğrultusunda, ilan, reklam ve tanıtım elemanlarının konulması hususunda, kendi konularında uygulamaya esas görüş verirler. Uygulama Kararı Başkanlık Onayı ile alınır.

İlçe ve İlk Kademe Belediye Başkanlıkları bünyesinde oluşturulacak Kentsel Tasarım Birimleri, İlgili Belediye Başkanınca görevlendirilecek uzman personelden oluşur.

Büyükşehir Belediyesi Kentsel Tasarım Müdürlüğü ile İlçe ve İlk Kademe Belediyeleri'nin Kentsel Tasarım birimleri koordineli olarak çalışırlar ve yetki alanlarında, İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kentsel Tasarım Müdürlüğünce hazırlanan Reklam İlan ve tanıtım Yönetmeliği'ne uymak zorundadır.

BAŞVURUDA İSTENECEK BELGELER

Madde 25: İlan, reklam ve tanıtım elemanlarını asmak ve dikmek için İlgili Belediyeler'e aşağıdaki belgelerle başvurulması zorunludur.

A) BİNA CEPHESİNE KONULACAK TANITIM PANOLARI İÇİN:

1- Dilekçe

2- Panonun ölçülendirilmiş tasarım örneği

3- Tanıtım panosu konulacak bina cephesinin tamamı gözükecek şekilde çekilmiş fotoğrafı ve bu fotoğraf üzerine pano yerinin işaretlenmesi

4- Kira kontratı veya tapu örneği

5- İş yeri açma ve çalıştırma ruhsatı örneği

B) BİNA BAHÇESİNE KONULACAK TANITIM PANOSU İÇİN:

1- Dilekçe

2- Ölçülendirilmiş tasarım örneği

3-Tanıtım panosu konulacak alanın geniş açıdan, 2-3 cepheden çekilmiş fotoğrafları ve bu fotoğraflar üzerine pano yerinin işaretlenmesi

4- Kira kontratı veya tapu örneği

5- 1/1000 ölçekli kadastral sınırları işlenmiş halihazır harita üzerine pano yerinin işaretlenmesi

6- İş yeri açma ve çalıştırma ruhsatı örneği

C) BİNA CEPHELERİNE KONULACAK REKLAMLAR İÇİN:

1- Dilekçe

2- Reklam uygulanacak cephenin 2-3 açıdan çekilmiş fotoğrafları

3-Talep edilen reklam uygulamasının, cephenin fotoğrafı üzerine bilgisayar ortamında fotomontaj tekniğiyle hazırlanmış hali

4-Özel mülkiyete konulacak reklam panoları için mülkiyet sahibinden veya apartman yönetiminden alınacak noter tasdikli muvafakatname

5- Reklam uygulanacak binanın pafta, ada, parsel numaraları ve uygulama yapılacak cephe yüzeyinin alanı

6- Müracaatlar mutlaka yetki belgesi almış kişiler tarafından yapılacaktır.

D) BİNA ÇATILARINA KONULACAK TANITIM UYGULAMALARI İÇİN:

1- Dilekçe

2- Ölçülendirilmiş tasarım örneği ve kullanılacak malzemelerin tasarım örneği üzerinde gösterilmesi

3- Uygulama yapılmadan önceki halini gösterir fotoğraf ve fotoğraf üzerine bilgisayar ortamında fotomontaj tekniğiyle hazırlanmış renkli tasarım örneği.

4- Kira kontratı veya tapu örneği

5- Taşıyıcı sistemi gösterir statik hesap ve teknik çizimler.

6- Sigorta poliçesi

E) BEZ AFİŞ UYGULAMALARI İÇİN:

1- Dilekçe

2- Afiş asılacak binanın fotoğrafı üzerine afiş yerinin işaretlenmesi

3- Uygulama süresinin bildirilmesi

4- Afiş ebatları

F) ARAÇLAR İÇİN;

1- Dilekçe

2- Ruhsat fotokopisi

3- Araç üzerinde yapılacak uygulamayı gösterir fotoğraf

4- Tasarım ebatları

5- Ruhsat sahibi ile tanıtımı yapılacak firma arasındaki bağlantıyı gösterir belge

İZİN BELGESİ

Madde 26: Bu yönetmelik doğrultusunda izin için,

İzin verilen firma adı ve adresi, reklam elemanının konulacağı yer, ilan reklam ve tanıtım elemanının şekli, ebatları, cinsi, niteliği ile konma başlangıç ve bitim tarihini içeren onaylı izin belgesi ilgili Belediye'ce düzenlenir.

İzin belgelerinde bulunan, izin veren Belediyenin ismi, izin tarih ve numarası, izin başlangıç ve bitim tarihlerinin, reklam elemanlarının sağ alt köşelerine beyaz zemin üzerine kırmızı harflerle uzaktan okunacak büyüklükte konulması zorunludur.

İZİN VERME SÜRESİ

MADDE 27: Reklam elemanları için izin süresi, bağlı bulunduğu ve takip eden takvim yılı süresince geçerlidir.

Tanıtım elemanları ise tanıtım elemanının bulunduğu güzergahta ilgili Belediyelerce Kentsel Tasarım Cephe Rehabilitasyonu Projeleri uygulamaya başlanılması ve ya verilen izin kriterlerine aykırı uygulama yapıldığının belirlenerek ilgilisine tebliğ edilmesi durumları haricinde süresizdir.

Süre bitiminde İlanlar ve izin süresi yenilenmeyen Reklam ve Tanıtım elemanları ilgilisi tarafından kaldırılır. Süre bitiminden sonra 15 gün içerisinde kaldırılmayan ilan, reklam ve tanıtım elemanları ilgili belediyesince kaldırılır, masrafı %20 fazlasıyla ilgilisinden tahsil edilir.

İKİNCİ BÖLÜM

Denetim ve Gözetim Yetkisi
DENETİM YETKİSİ

MADDE 28 : Denetim :

1- İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığınca;

İstanbul Büyükşehir Belediyesi sınırları içerisindeki meydanlar, caddeler, bulvarlar ve anayollarda bulunan, bu yerlere cepheli yapılar ile bu yerlerde hareket eden her türlü nakil vasıtaları, ilçe Belediyelerinin yetki ve sorumluluk bölgesinde bulunsa dahi İstanbul'un görünüşünü etkileyen her türlü yerler, yapılar ve nakil vasıtaları üzerine tanıtım ve reklam amacıyla, çizilerek, yapıştırılarak yapılan resimler, asılmak veya dikilmek suretiyle konan (her türlü panolar, reklam kuleleri, boyalı reklamlar, elektrikli gösteriler, dükkan vitrinleri, araç üstü reklamlar, gökyüzüne yazılan reklamlar vb.) her türlü ilan, reklam ve tanıtım uygulamaları denetlenir.

Reklam ve Tanıtım elemanları için izin İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı Kentsel Tasarım Müdürlüğünce verilir. Reklam ve tanıtım elemanlarının, izinli olup olmadıkları, izinli olanların verilen karara uygun konulup konulmadığı, Kentsel Tasarım Müdürlüğü, Zabıta Müdürlüğü tarafından denetlenir.

Vergi Denetimi Gelirler Müdürlüğü tarafından yürütülür.

Kentsel Tasarım Müdürlüğü'nden izin alınmadan konulan İlan, reklam ve tanıtım uygulamaları ile İstanbul'un estetiğini olumsuz etkileyen unsurların Kentsel Tasarım Müdürlüğü'nce tespit edilmesi halinde tebligata gerek kalmaksızın Zabıta Müdürlüğü tarafından kaldırılır.

2- İlçe ve İlk Kademe Belediye Başkanlıklarınca;

İlçe bütünlüğü içinde denetim yapılır. İlçe Belediye Başkanlıkları'nda izin ile teknik ve estetik yönden denetim İmar Müdürlüğü, Zabıta Müdürlüğü, veya Başkanlıkça denetim yetkisi verilen Müdürlüklerce yapılır.

Vergi denetimi Hesap İşleri Müdürlüğü elemanlarınca yürütülür.

Bu Yönetmelik Hükümlerine aykırı veya izinsiz konan ilan, reklam ve tanıtım birimlerince Büyükşehir Belediyesi ve İlçe ve İlk Kademe Belediyeleri denetim elemanlarınca tespit edildiğinde İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kentsel Tasarım Müdürlüğü'ne bildirilir, Kentsel Tasarım Müdürlüğü'nün görüşü doğrultusunda ilgili Belediyesine bağlı denetim birimlerince kaldırılır.

İZİNSİZ KONAN İLAN, REKLAM VE TANITIM ELEMANLARI

MADDE 29 : Bu Yönetmelik Hükümlerine aykırı veya izinsiz konan ilan, reklam ve tanıtım elemanları;

1- Büyükşehir Belediyesinin yetki alanındaki meydan, bulvar, cadde ve ana yollara cephesi bulunan arsalar ile yapıların cepheleri, çatıları, bahçe ve bahçe duvarları üzerinde bulunuyorsa 5216 sayılı kanunun 7. maddesi, 5393 sayılı kanunun 15/n maddesi, 775 sayılı kanunun 18 nci maddeleri ve ilgili mevzuat gereğince Büyükşehir Belediyesi tarafından kaldırılır.

2- Büyükşehir Belediyesinin yetki alanı dışındaki ara arter ve sokaklarda bulunan her türlü yapılara konulanlara, ilgili kanun hükümleri doğrultusunda işlem yapılarak, İlçe ve İlk Kademe Belediyeleri veya Büyükşehir Belediyesi tarafından kaldırılır.

3- Uyarılara rağmen uygulama esaslarında değişikliğe gitmeyen firmalar hakkında 1 yıl süre ile reklam faaliyetlerinden men cezası verilebilir.

4- Bu ilan reklam ve tanıtım elemanlarını koyanlar için,Türk Ceza Kanunu ve ilgili mevzuat hükümleri doğrultusunda işlem yapılması için gerekli mercilere müracaat edilir.

BEŞİNCİ KISIM
Son Hükümler

YÜRÜRLÜK

MADDE 30: Bu Yönetmelik İstanbul Büyükşehir Belediye Meclisi'nce kabul edilmesini müteakip, yayımı tarihinden itibaren yürürlüğe girer.

Bu Yönetmelik yürürlüğe girdiği tarihten itibaren, bu konuyla ilgi tüm onay ve yönetmelikler yürürlükten kalkar.

YÜRÜTME

MADDE 31: Bu yönetmeliği İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı yürütür.

GEÇİCİ MADDE 1: Bu yönetmeliğin yayın tarihinden önce ruhsat alınmış tanıtım amaçlı pano veya tabelalar ile yönetmeliğe aykırı olan pano, levha, tabela ve reklam kuleleri vb. yönetmelik yayım tarihinden itibaren en geç 6 ay içerisinde yönetmeliğe uygun hale getirilir. Yönetmeliğe uygun hale getirilemeyen pano, levha, tabela ve reklam kuleleri vb. ilgili belediyesince kaldırılır.

T.C. İstanbul Büyükşehir Belediyesi Reklam, İlan ve Tanıtım Yönetmeliği İstanbul 2005, Kentsel Tasarım Müdürlüğü Tarafından hazırlanmıştır.

8. KAYNAKLAR

ABDULLAH, R. - HÜBNER, R. (2006), **Pictograms, Icons and Signs**, Thames & Hudson, Londra.

ALPTEKİN, M. Yavuz (2007), **Medeniyet Havzasından Küresel Trendlere Şehir ve Toplum**, Beta Basım Yayım, İstanbul.

AMBROSE, G. - HARRIS, P. (2009), **The Fundamentals of Graphic Design, Ava Publishing SA**, Lozan, İsviçre.

AMBROSE, G. - HARRIS, P. (2012), **Tipografinin Temelleri,** Literatür Yayınları, İstanbul.

ANTHONY, Giddens (2005), **Sosyoloji Kısa Fakat Eleştirel Bir Giriş**, Phoenix, İstanbul.

ARNHEIM, Rudolf (2007), **Görsel Düşünme**, Çev. Rahmi Öğdül, Metis Yayınları, İstanbul.

ASLANOĞLU, Rana A. (2000), **Kent, Kimlik ve Küreselleşme**, Ezgi Kitabevi , Bursa.

BAINES, P.- DIXON, C. (2003), **Signs Lettering in the Environment**, Laurence King Publishing, Londra.

BARTHES, Roland (2005), **Göstergebilimsel Serüven**, Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul.

BAINES Phil, DIXON Catherine (2003), **Signs Lettering in the Environment**, Laurence King Publishing, Londra, İngiltere.

BALCIOĞLU, İbrahim (2007), **Sosyal ve Psikolojik Açıdan Göç**, Elit Kültür Yayınları, İstanbul.

BARNHARD, Malcolm (2002), **Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür**, Ütopya Sanat Dizisi, İstanbul.

BATUR, Enis (2004), **İmgeleri Kim Dinler?** Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

BAUDRILLARD**,** Jean **(**1997), **Tüketim Toplumu**, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

BAUDRILLARD, Jean (2003), **Simulakr ve Simulasyon**, Doğu Batı Yayınları, Kızılay, Ankara.

BAUMAN, Zygmunt **(**1999), **Küreselleşme ve Toplumsal Sonuçları**, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

BEKTAŞ, Dilek (1992), **Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi**, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

BERGER, John (2003), **Görme Biçimleri**, Çev.Y. Salman, Metis Yayınları, İstanbul.

BERGER M. Craig (2005), **Wayfinding Designing and Implementing Graphic Navigational Systems**, Rotavision Books, Mies, İsviçre.

BOZDOĞAN, Sibel (2008), **Modernizm ve Ulusun İnşası**, Metis Yayınları, İstanbul.

BRINGHURST, Robert (2004) **The Elements of Typographic Style**, Hartley and Marks Publishers.

BUMİN, Kürşat (1990), **Demokrasi Arayışında Kent**, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

BURNETT, Ron (2007), **İmgeler Nasıl Düşünür**, Çev. G. Pusar, Metis Yayınları, İstanbul.

BURTON, Grame (1995), **Görünenden Fazlası**, Alan Yayıncılık, İstanbul.

CALORI, Chris (2007), **Signage and Wayfinding Design**, John Wiley and Sons, New Jersey, Amerika.

CALVINO, Italo (2011), **Görünmez Kentler**, Çev: Işıl Saatçioğlu,Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

CARMONA M. - TIESDELL S. vd. (2010) **Public Places Urban Spaces The Dimension Of Urban Design**, Architectural Press, Oxford,U.K.

CARTER, Rob (2001), **Working With Type**, Rotovision, New York.

CASTELLS, Manuel (1997), **Kent, Sınıf, İktidar**, Çev. K.Esat, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.

CORRIGAN, Peter (1997), **The Sociology of Consumption**, Sage yayıncılık, Londra.

DELLALOĞLU, Besim (1998). **Toplumsal'ın yeniden yapılanması: Habermas üzerine bir araştırma,** Bağlam, İstanbul.

DERNIE, David (2006), **Exhibition Design**, Laurence King Publishing, London.

DIETHELM, Walter (1982), **Visual Transformation**, Abc Verlag, Zürih, İsviçre.

DROSTE Magdalena (2002), **Bauhaus**, Taschaen GmbH, Köln, Almanya.

DURU B.- ALKAN A. (2002), **20.Yüzyıl Kenti**, İmge Kitabevi Yayıncılık, Ankara, Türkiye.

ERGUN C.- GÜNEŞ M. vd. (2003) **Kent Üzerine Özgür Yazılar**, Bağlam Yayınları, İstanbul.

ESKILSON F.Stephen (2007), **Graphic Design A New History**, Laurence King Publishing, Londra, İngiltere

FARRELY Lorraine (2007), **The Fundamentals of Architecture**, Ava Publishing, Londra, İngiltere.

FISHMAN, R. (2002), **" 20. Yüzyılda Kent Ütopyaları: Ebezer Howard, Frank Lloyd Wright, Le Corbusier"**, 20.yüzyılda Kent ve Kentsel Düşünce, Der. A. Alkan. ve B. Duru, İmge Yayınevi, Ankara.

GIBSON, David (2009), **The Wayfinding Handbook Information Design for Public Places**, Princeton Architectural Press, New York, Amerika.

GOFFEE, R.- JONES, G. (2000), **Kurum Kültürü**, Ankara, MediaCat Kitapları, İstanbul.

GÖKBERK, Macit (2008), **Değişen Dünya, Değişen Dil**, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

GÖKGÜR, Pelin (Ocak 2008), **Kentsel Mekanda Kamusal Alanın Yeri**, Bağlam Yayıncılık, İstanbul, Türkiye

GÖREGENLİ, Melek (2010), **Çevre Psikolojisi İnsan-Mekan İlişkileri**, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul

GRAHAM, Vickers (1998), **Key Moments in Architecture The Evolution of the City**, Reed Consumer Books Limited, Londra.

GÜVENÇ, Bozkurt (1997), **Kültürün ABC'Sİ**, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

HABERMAS Jürgen (2003), **Kamusallığın Yapısal Dönüşümü,** Çev. Bora, T., Sancar, M., İletişim Yayınları, İstanbul.

HAL, Foster (2004), **Tasarım ve Suç**, İletişim Yayınları, İstanbul.

HARRISON C, WOOD P. (2011), **Görmenin Diyalektiği**, Walter Benjamin ve Pasajlar Projesi, Küre Yayınları, İstanbul.

HARVEY, David (2002), **"Sınıfsal Yapı ve Mekansal Farklılaşma Kuramı"**, 20.yüzyılda Kent ve Kentsel Düşünce, Der. A. Alkan. ve B. Duru İmge Yayınevi, Ankara.

HARVEY, David (2003), **Postmodernliğin Durumu**. 3. Baskı. Çev. Sungur Savran Metis Yayınları, İstanbul.

HARVEY, David (2008), **Umut Mekanları**. 1. Baskı. Çev. Zeynep Gambetti, Metis Yayınları, İstanbul.

HASOL, Doğan, (1997) **Yağma Var!,** Yapı Endüstri Merkezleri (YEM) Yayınları, İstanbul.

HATT, K.P. - JR REISS. A. J. (2002) **"Kentsel Yerleşimlerin Tarihi",** 20.yüzyılda Kent ve Kentsel Düşünce. A. Alkan. ve B. Duru Der. Ankara: İmge Yayınevi.

HARVEY, David (2003), **Sosyal Adalet ve Şehir**, Çev. M.Maraşlı, Metis Yayınları, İstanbul.

HERDEG, Walter (1981), **Archigraphia**, Graphic Press Corp., İsviçre.

HOLLIS, Richard (2006), **Swiss Graphic Design : The Origins and Growth of an International Style**.

HOLMES, Nigel (2005), **Wordless Diagrams**, USA.

HURLBURT, Allen (1981), **The Design Concept,** Watson-Guptill Publications, New York.

İNCEDAYI, Deniz (2002), **Çevre Tümdür Çok Boyutlu Olguya Bütüncül Bakış**, Bağlam Yayıncılık, İstanbul.

JEAN, Georges (2002), **Yazı İnsanlığın Belleği**, Çev. Nami Başer, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

KAYRA, Cahit (1990), **İstanbul Mekanlar ve Zamanlar**, Ak Yayınları Kültür ve Sanat Kitapları Yeni Dizisi 6, İstanbul.

KELEŞ, Ruşen (1976), **Kent Bilim İlkeleri**, Sevinç Matbaası, Ankara.

KELEŞ, Ruşen (1996), **Kentleşme Politikası**, İmge Kitapevi Yayıncılık, Ankara, Türkiye.

KELEŞ, Ruşen (1998), **Kentbilim Terimleri Sözlüğü**, İmge Kitapevi Yayıncılık, Ankara, Türkiye.

KIRAY, Mübeccel (2007), **Kentleşme Yazıları**, Bağlam Yayıncılık, İstanbul.

KLEIN, Naomi (2002), **No Logo**, Bilgi Yayınevi, İstanbul.

KÖKSAL, Aykut (2009), **Karşı Notlar**, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, İstanbul.

KÖKSAL, Aykut, (2009), **Anlamın Sınırı**, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, İstanbul.

KUBAN, Doğan (1998), **Kent ve Mimarlık Üzerine İstanbul Yazıları**, Yapı-Endüstri Merkezi Yayınları, İstanbul.

KUBAN, Doğan (2002), **Mimarlık Kavramları**,Yem Yayın,İstanbul.

LASN, Kalle (2004), **Kültür Bozumu**, Bağımsız Yayınları, İstanbul.

LEFEBVRE, Henri (2007), **Modern Dünyada Gündelik Hayat**, Çev: Işın Gürbüz, Metis Yayınları, İstanbul.

LEPPERT, Richard **(**2002), **Sanatta Anlamın Görüntüsü, İmgelerin Toplumsal İşlevi**, Çev. İsmail Türkmen, 3. Baskı., Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

LIPTON, Ronnie (2002), **Information Graphics and Visual Clues**, Rockport.

LUBLINER, Murray J. (1994), **Global Corporate Identity**, Massachusetts, Rockport, Publishers,

LORENC, J., SKOLNICK, vd., (2007), **What is Exhibition Design?,** RotoVision Book SA., İsviçre.

LYNCH, Kevin (2011), **Kent İmgesi**, İş Bankası Kültür Yayınları / İnceleme - Araştırma, İstanbul.

LUHAN, M. (2001), **Gutenberg Galaksisi Tipografik İnsanın Oluşumu**, Çev. G. Ç. Güven, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

MEUSER Philip, Pogada Daniela (2005), **Raumzeichen Architecture und Kommunikations-Design**, Dom Publisers, Berlin, Almanya.

MIJKSENAAR, Paul (1997) **Visual Function: An Introduction to Information Design,** Princeton Architectural Press.

MIJKSENAAR, P. (2008), **"Signage to the Rescue"**, Information Design Workbook, haz. Kim Baer, Rockport Publishers, Massachusetts.

MOLLERUP, Per (2005), **Wayshowing A guide to Environmental Signage Principle&Practices**, Lars Müller Publishers, İtalya.

OAKLER, Mark, (1990), **Design Management "A hard book of issues and methods**, Blackwell Publications, UK.

OKAY, Ayla, (2000), **Kurum Kimliği**, Ankara, MediaCat Kitapları, İstanbul.

OLINS, Wally (1995), **The New Guide Identity**, The Design Council, England.

ORTAYLI, İlber (2007), **İstanbul'dan Sayfalar**, İletişim Yayınları, İstanbul.

ÖNCÜ, A. - WEYLAND, P. (2013), **Mekan, Kültür, İktidar Küreselleşen Kentlerde Yeni Kimlikler**, Çev: Leyla Şimşek-Rathke, Nilgün Uygun, 4. Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul.

PETTERSSON, Rune (2002), **Information Design: An Introduction**, John Benjamins Publishing Co.

PONTY, Maurice Merleau (2006), **Algının Önceliği**. Çev: Yusuf Yıldırım, Kabalcı Yayınevi, İstanbul.

RAGON, Michel (2010), **Modern Mimarlık ve Şehircilik Tarihi**, Çev: Murat Aykaç Erginöz, Kabalcı Yayınevi, İstanbul.

RITZER, George (1998), **Toplumun McDonaldlaştırılması Çağdaş Toplum Yaşamının Değişen Karakteri Üzerine Bir İnceleme**, Çev: Şen Süer Kaya Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

REYHAN, H. - LEBLEBICI, Ö. (2013), **Kentli Hakları Bağlamında Kenti Yeniden Düşünmek**, Alter Yayınları, Ankara.

SWINGEWOOD, Alan (1996), **Kitle Kültürü Efsanesi**, çev. Aykut Kansu, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.

SENNETT, Richard (2011), **Ten ve Taş**, Batı Uygarlığında Beden ve Şehir, Metis Yayınları, İstanbul.

SEZER S., Nilüfer (2009), **Sınır Tanımayan Reklam Ortamı: Açıkhava Reklamcılığı**, Beta Yayınevi, İstanbul.

SIMMEL, Georg. (2009), **Bireysellik ve Kültür**, Çev. Tuncay Birkan, Metis Yayıncılık, İstanbul.

SMITSHUIJZEN, Edo (2007), **Signage Design Manual**, Lars Müller Publishers, İtalya.

TAŞÇIOĞLU, Melike (2012), **Bir Görsel İletişim Platformu Olarak Mekan**, 2. Baskı, Yem Yayınları, İstanbul.

TEKELİ, İlhan (2010), **Gündelik Yaşam, Yaşam Kalitesi ve Yerellik Yazıları**, (İlhan Tekeli Toplu Eserler 12) Tarih Vakfı Yurt Yayınları / Araştırma - İnceleme Dizisi, İstanbul.

TEKELİ, İlhan (2010), **Kent, Kentli Hakları, Kentleşme ve Kentsel Dönüşüm**, Tarih Vakfı Yurt Yayınları / Araştırma - İnceleme Dizisi.

TEKELİ, İlhan (2010), **Türkiye'nin Kent Planlama Ve Kent Araştırmaları Tarihi Yazıları**, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.

TEKELİ, İlhan (2011), **Tasarım, Mimarlık ve Mimarlar,** Tarih Vakfı Yurt Yayınları, Kent Araştırmaları Dizisi, İstanbul.

TEKER, Ulufer (2009), **Grafik Tasarım ve Reklam**, Yorum Sanat ve Yayıncılık, Referans Kitaplar Dizisi, İstanbul.

TUFTE, Edward (2001), **The Visual Display of Quantitative Information**, Graphics Press.

TÜMERTEKİN, Erol (1997), **İstanbul: İnsan ve Mekan**, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.

ULLMAN, E.L. ve HARRIS, C. D. (2002), **20. Yüzyıl Kenti,** Der. ALKAN, A. ve DURU B., Ankara: İmge Yayınevi.

UEBELE, Andreas (2007), **Signage Systems& Information Graphics**, Thames&Hudson, Londra.

WACQUANT, Loic (2011), **Kent Paryaları**, Boğaziçi Yayınları, İstanbul.

YAYINOĞLU, E. Pınar – SUSAR, A. Filiz (2008), **Kent, Görsel Kimlik ve İletişim**, Umuttepe Yayınları, İzmit.

YIRTICI, Hakkı (2009), **Çağdaş Kapitalizmin Mekansal Örgütlenmesi**, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

MAKALELER

AYGEN, Zeynep (1996), "Kentlerin Tarihi Dokusu Korunmalı mıdır?", **Cogito, Yapı Kredi Yayınları,** 8:37.

BEGEL, Egon Ernest (1996), "Kentlerin Doğuşu", Çev. Özden Arıkan, **Cogito, Yapı Kredi Yayınları**, 8:7.

DEMİR, Çiğdem (2009), **"Günümüz Sergileme Tasarımı, Türleri ve Londra'dan Sergileme Tasarımı Örnekleri"**, Gazi Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi, 2: 51-67.

DEMİRKAN, Tarık (1996), "Tarih Boyunca Kuşatılan Özgürlük Adaları; Kentler", **Cogito Yapı Kredi Yayınları,** Kent ve Kültürü, 8:17.

DOĞAN, Hasan Hüseyin (2011), " Küreselleşme Koşullarında Kentsel Dinamiklerin Gelişimi ", **Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Hitit Üniversitesi Yayını, 4, Haziran: 20.

İZER, Ayşegül (2013), "Urbs, Megalopolis, Metropolis", **Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,** 8: 145- 152.

KÖKDEN, Uğur (1996), "Kentler Üreten Tarih - Tarih Üreten Kentler", **Cogito Yapı Kredi Yayınları,** 8:37.

KÖKSAL, Aykut (2009), "Kaldırımsız Beyoğlu'nun Tramvayı, Tabelaları", **Anlamın Sınırı,** Arkeoloji ve Sanat Yayınları**,** 38.

SHAUKLAND, Graeme (1996), "Tarihi Değeri Olan Kentlere Neden El Atmalıyız", **Cogito Yapı Kredi Yayınları,** 8:23

SEVER. Ö. - KELEŞ USTA. G. (2009), "Sosyo-Kültürel Bir Mekan Olarak Kentin Biçimlenişinde Siyasal Eğlimlerin Rolü-Rize Örneği",
21. Uluslararası Yapı & Yaşam Kongresi Kitabı, 123.

SÖNMEZ UZ, Funda (2009), "Dil, **İstanbullaşmak Olgular, Sorunsallar, Metaforlar,** Ed. DERVIŞ P.- TANJU.B vd., Ofset Yayınevi, İstanbul, 69.

SUHER, Hande (1995), "Kent kimliğine Etkili Yasa Uygulamaları", **Mimari ve Kentsel Çevrede Kalite Arayışları Sempozyumu,** İTÜ, İstanbul, 3-12.

URAL, Şafak (2012), **Şehir Bilinci/ Şehrin Bilinci**, II.Uluslararası Felsefe Kongresi, Şehir ve Felsefe, Uludağ Üniversitesi, 16-21.

VURAL, T. – YÜCEL, A. (2006), **Çağımızın yeni kamusal mekanları olan alışveriş merkezlerine eleştirel bir bakış,** 98. (2006), Çağımızın yeni kamusal mekanları olan alışveriş merkezlerine eleştirel bir bakış, İtü Dergisi/a Mimarlık, Planlama, Tasarım, Cilt:5, 2/1:97-106.

TEZLER

BAŞER, Mürvet (1994), **Görsel İletişimde Piktogram ve Sembollerin İnsan Üzerindeki Etkileri**, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

ÇÖL, Şölen (1998), **Kentlerimizde Kimlik Sorunu ve Günümüz Kentlerinin Kimlik Derecesini Ölçmek İçin Bir Yöntem Denemesi,** Doktora Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

GONCAGÜL, E.Ertunç (2007), **Mekânsal Çelişkilerin Değerlendirilmesinde Çok Boyutlu Algılama Yaklaşımlarının Planlama Sürecinde Kullanımı: İzmir Örneği**, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

GÜLER, Tuğcan (2008), **Grafik Tasarımda Yeni Bir Alan: Bilgilendirme Tasarımı ve Bir Uygulama**, Sanatta Yeterlik Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Grafik Anasanat Dalı, İzmir.

OKUDAN, Aylin (2003), **Mekansal İmge ve Görüntü**, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

TOSUN KARAKURT, Elif (2007), **Küreselleşme Sürecinde Kentlerde Mekansal, Sosyal Ve Kültürel Değişim: Bursa Örneği**, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.

ÜSTÜNER AYTOĞ, Ebru (2009), **Mimari ve Kentsel Mekanda Grafik Tasarım,** Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

İNTERNETTE YAYINLANAN DERGİ MAKALESİ

AKSU, Özge Volkan (2012), **Kent Mobilyaları Tasarımında Özgün Yaklaşımlar,** İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi, Cilt/Vol. 2, 6: 373-386.

ALEMDAR, Yeşim (2010), **Anlatıya Dayalı Bir Kent Okuması: Kayseri Sahabiye Mahallesi,** Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 29/2: 283-306. http://sbe.erciyes.edu.tr/dergi/sayi_29/16.pdf

BERRY, D. John (2008), **Kamusal Mekanda Okunaklılık**, Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar; 73:1-4.
http://www.gmk.org.tr/pdf/gsu/grafik_sanatlar_uzerine73.pdf

BODUR S. - KUCUR R. (1994), **Görüntü Kirliliği Üzerine,** Çevre Dergisi, 12:50-51. http://www.ekoloji.com.tr/resimler/12-11.pdf

ES M.-ATEŞ H. (2004) **Kent Yönetimi, Kentlileşme ve Göç: Sorunlar ve Çözüm Önerileri,** Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi, 48: 205-248.
http://www.journals.istanbul.edu.tr/iusskd/issue/view/1023000045

GÜRBÜZ H. - GÜLTEKİN Ö. - ÖZMEN M. (2009) **Billboard Reklamlarının Tüketicilerin Satın Alma Kararına Etkileri**, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10:181-210.

HARVEY, David (2008), **"The Right to the City"** (Kent Hakkı), M. Kırmızı (çev.). New Left Review.
http://www.sendika.org/2013/05/kent-hakki-david-harvey/

İNALHAN, Göksenin (2014), **Sağlıklı ve dengeli bir çevrede yaşama hakkı için fiziksel çevre tasarımında "herkesi" düşünebilmek,** İstanbul Barosu Dergisi Sayı: Mart-Nisan, 66-74.
http://www.istanbulbarosu.org.tr/proje/dergi/19/files/assets/basic-html/page86.html

MAZUMDAR, Sanjoy (2003), Dosya: **Kentsel Yaşam Kalitesi Kentsel Yaşam Kalitesi ve Yer Duygusu,** Mimarlık Dergisi.
http://www.mimarlikdergisi.com/index.cfm?sayfa=mimarlik&DergiSayi=53&RecID=1330

NINI, Paul (2010), **Tipografi ve yaşlanma gözler: Görme sorunları olan yaşlı izleyiciler için yazıtipi okunaklılığı,** Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar; 89:1-4.
http://www.gmk.org.tr/pdf/gsu/grafik_sanatlar_uzerine89.pdf

ÖNDER,S.- KONAKLI, N. (2003), **Konya Kentinde Görsel Kirliliğe Neden Olan Uygulamalar ve Çözüm Önerileri,** 498-506.
http://www.cmo.org.tr/resimler/ekler/dd82bba518c69c6_ek.pdf?dergi=686

SEÇKİN, Z.- DEMİREL,Y. (2009), **Küresel Rekabetin Zihinsel İzdüşümü: Kavram Satmak**, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 8.28:175-186**.**
http://asosindex.com/journal-article-abstract?id=576#.UfeNe9I3Cxo

SOUİCİ, B. - KILINÇASLAN, T. (2005), **İletişim Teknolojisindeki Değişimin Kent Açık Mekanına Etkisi**, İtü Dergisi, 4, 1:97-106.
http://itudergi.itu.edu.tr/index.php/itudergisi_a/article/view/945

ŞENYİĞİT, Ö. - ALTAN, İ. (2011), **Anlamsal İfade Aracı Olan Cephelerin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Yaklaşım: İstanbul'da Meşrutiyet Caddesi'ndeki Cephelerin İncelenmesi**, MEGARON Dergisi, 6, 3:139-150.
http://www.onlinemakale.com/home/jvi.asp?pdir=megaron&plng=tur&volume=6&issue=3

UYAN DUR, Banu İnanç, **Çevresel Grafik Tasarım'ın Uygulama Alanları,** 159-178.
http://www.sanatvetasarim.gazi.edu.tr/web/makaleler/7_banu.pdf.

YILDIZ, H.Ö. - POLAT, S. (2011), **Bursa-Korupark Alışveriş Merkezi ve Korupark Evleri'nin Mekansal, Anlamsal ve Göstergebilimsel Analizi,** Uludağ Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi, 16.2: 11-24.
http://160112.datafon.net.tr/system/files/dergiler/57112/makaleler/16/2/arastirmax_9615_pp_11-24.pdf

YILMAZ, Gülşen (2006), **Suç ve Mekân: Suçun Temsili Üzerine Düşünceler**,
http://www.mimarlikdergisi.com/index.cfm?sayfa=mimarlik&DergiSayi=46&RecID=1108

DİĞER İNTERNET KAYNAKLARI

IIID International Institute of Information Design, http://www.iiid.net

2008 SEGD Society of Environmental Graphic Design, http://www.segd.org

Kentsel Tasarım Müdürlüğü, Reklam, İlan ve Tanıtım Yönetmeliği ,
http://www.ibb.gov.tr/tr-TR/e-belediye/Documents/Gelirler/rit.pdf

Görüntü Kirliliği Kontrolü Yönetmeliği,
http://www.csb.gov.tr/db/cygm/editordosya/goruntu_yon_taslak_cygm_20052013-son.docx.

Türk Standartları Enstitüsü'nün çıkarmış olduğu TS 12576 "Şehir İçi Yollar-Özürlü ve Yaşlılar için Sokak, Cadde, Meydan ve Yollarda Yapısal Önlemler ve İşaretlemenin Tasarım Kuralları"
http://www.csb.gov.tr/iller/dosyalar/imajlar/imaj6202/sabtl.docx.

http://engelsizkent.org/tasarim-rehberi.

http://thebrandage.com/istanbul-billboard-pluslarla-tanisiyor.

http://www.clearviewhwy.com

9. ÖZGEÇMİŞ

Dide Akdağ Satır, 1979 İstanbul doğumludur. Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümü'nde 1996-2000 yılları arasında derece ile lisansını ve 2004-2006 yılları arasında da yüksek lisansını tamamlamıştır. 2007-2010 yılları arasında ikinci yüksek lisansını, İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Tasarımı Anabilim Dalı'nda yapmıştır. 1998 - 2002 yılları arasında reklam sektöründe grafik tasarımcı ve sanat yönetmeni olarak çalışmıştır. 2002-2006 yılları arasında Maltepe Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Grafik Tasarım Bölümü'nde başladığı araştırma görevliliğini, 2007 yılından itibaren İstanbul Kültür Üniversitesi İletişim Tasarımı Bölümü'nde sürdürmektedir. Ulusal ve uluslararası kongrelerde bildiriler sunmuş, kişisel ve karma sergilere katılmıştır.

Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Ana Sanat Dalı Programı'nda sanatta yeterlik eğitimine devam etmektedir. İstanbul Kültür Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi, İletişim Tasarımı Bölümü'nde çalışmakta, görsel kimlik, kentsel kimlik ve tipografi alanında araştırma ve projelerini sürdürmektedir.