



Kurumsal İllüstrasyon Alan Uygulamaları, Sille Baraj Parkı Uygulama Örneği

Corporate Illustration Field Practices, Sille Dam Park Practise Example

Prof. Birsen ÇEKEN¹, Öğr. Gör. Ahmet FUTTU²

Öz

Sanayi devrimiyle beraber gelişen kurumların markalaşma ve tanınırlık çabası, kurumsal kimliğin var olmasını sağlamıştır. Önceleri işlevsellik açısından tek başına bir logo kurumlar için yeterli iken, zamanla ortaya çıkan yeni tanıtım mecraları, yeni tanıtım materyalleri ihtiyaçları doğurmuştur. İhtiyaç duyulan bu materyaller hem teknolojiye hem de hedef kitleye uygun olarak değişiklikler göstermiştir. Uygulama alanlarında da farklılıklar ortaya çıkmış, grafik tasarım bu soruların hemen hepsine cevap olarak gelişmiş ve uyum sağlamıştır. Grafik tasarımın bir alt disiplini olan illüstrasyon ise özellikle hikâye anlatıcılığı özelliği ile öne çıkarak, görsel iletişimin vazgeçilmez bir aracı olmuştur. Çünkü tanıtım ihtiyacı olan her kurumun ya da kişinin bir hikâyesi vardır. İllüstrasyon, açıklayıcılığı ve süsleyiciliği bir arada uyumlu bir şekilde kullanarak dikkat çekici görselleri üretmekte, böylece kurumların ihtiyaç duydukları görsel kimliği etkili bir şekilde yansıtabilmektedir. Kurumların, basılı kurumsal kimlik materyalleri haricindeki görsel tanıtım alanlarına da ihtiyacı vardır. Duvar ve cam gibi yüzeylere uygulanan illüstrasyon çalışmaları hem kurumda özgün bir ortam oluşturmakta hem de kurumun kimliği, vizyonu ve misyonu hakkında kullanılan illüstrasyonlar bu çalışmanın araştırma konusudur. Sonuç kısmında, illüstrasyonun, bir ifade ve iletişim biçimi olarak mekanlarda kullanımının, kurumlara nasıl bir etkisi olduğu ve kurumun hedef kitlesi ile arasındaki iletişime katkısı tartışılmıştır. Yapılan uygulamaların, kendilerinden sonraki çalışmaları nasıl etkileyeceğinden bahsedilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal illüstrasyon, kurumsal alan, grafik tasarımı

Makale Türü: Araştırma

Abstract

The branding and recognition efforts of corporations that emerged during the industrial revolution were ensured establishing corporate identity. While a single logo initially sufficed for functional, with the appear of new presentation channels necessitated the creation of new materials. These materials have evolved in response to technological advancements and the preferences of the target group. Differences have also emerged in the practice areas, and graphic design has developed and adapted in response to almost all of these questions. Illustration, as a sub-discipline of graphic design, has become an indispensable tool in visual communication, particularly due to its storytelling capabilities. Because every corporation or individual seeking to make publicity has a story to tell. By using harmoniously explanatory and ornamental elements, illustration creates remarkable visuals that effectively reflect the desired visual identity of corporations. Corporations also require visual presentation areas other than printed corporate identity materials. Applying illustrations to surfaces such as walls and glass not only establishes a distinctive environment within the corporation but also communicates information about its identity, vision, and mission. This study focuses on exploring the use of illustrations within design solutions for corporate

¹Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, birsen.ceken@hbv.edu.tr

²KTO Karatay Üniversitesi, Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi, ahmet.futtu@karatay.edu.tr

spaces. In the conclusion part, how the use of illustration in spaces as a form of expression and communication has an impact on corporations and its contribution to the communication between the corporation and its target audience are discussed. Furthermore, the potential influence of these practices on future studies is mentioned.

Keywords: Corporate illustration, corporate space, graphic design

Paper Type: Research

Giriş

Markalaşma, genellikle modern dünyanın bir olgusu olarak kabul edilse de tarihsel olarak bakıldığında oldukça eskiye dayandığı görülmektedir. İnsanoğlu yüzlerce yıldır amblemler ve imza niteliği taşıyan işaretler kullanarak kendilerini tanımlamaktadırlar. Bilinen tarih boyunca tasarım çalışmalarının çoğu görsel kimliği iletmek ile ilgili olmuştur. Markalaşmanın tarihi eski aile armalarına ve hatta hiyerogliflere kadar uzanmaktadır. Eski çağlardaki ülkelerin ve şehir devletlerinin kendilerini tanımlamak için kullandıkları bayraklarındaki renkler ve şekiller (Şekil 1), bu medeniyetler tarafından kullanılan metal paraların üzerlerine bastırdıkları işaretler, kralların, devlet yöneticilerinin, soylu kişilerin ve tüccarların anlaşmalar ve yazışmalarda kullandıkları bireysel mühürleri dahi ilk kurumsal kimlik örnekler arasında sayılabilirler. Aile ve sosyal sınıf armaları toplumda statü belirtisi idi. Belirli bir renk ve şekil dizisi, belirli bir soylu aileyi ya da sosyal sınıfı temsil etmekteydi. Bu görüntü setleri birbirlerinden farklı birer şekil ve görsel oluşturmak için kullanılıyordu. Bir nevi logo idiler. El sanatları ürünleri üreten sanatçılar eserlerinin üzerine kendi mühürlerini işleyerek marka oluşumunun öncüleri olmuşlardır (Becer, 2015, s. 193). Orta Çağ'da işyerleri tabelalarında kullanılan resim ve görseller de logoların ilk örnekleri arasında sayılabilir. Gutenberg'in matbaayı icat etmesiyle birlikte basılı materyallerin üretimi yaygın hale gelmeye başladı. Bu süreçte matbaacılar ve yazarlar çalışmalarının mülkiyetini sağlamaya çalışırken oluşturdukları kişisel sembollerini modern logo tasarımı için zemin hazırladı. 15. yüzyılın sonlarına gelindiğinde, çeşitli matbaacılar eserlerini tanımlamak için logolar kullanmaya başlamışlardır. 1600'lerde, gazeteler tarih sahnesine çıktığında, kurumsallaşma çabası içinde olan markalardan elde ettikleri reklam gelirleri sayesinde varlıklarını sürdürmüşlerdir.

Şekil 1. Karamanoğulları beyliği bayrağı (Solda), Osmanlı Devleti arması (Sağda)



Kaynak: (<https://tr.wikipedia.org>)

Sanayi devrimi ile birlikte gelen seri üretim imkânları modern markalaşmanın önünü açmıştır. Bu dönemde insan gücüne dayalı sanayinin gelişmesi kırsaldaki çoğunluk nüfusun,

şehirlere doğru kanalizasyonun da beraberinde getirdi. Yeni iş gücü yeni iş imkanlarına kapılar açtı. Fabrikalarda işçi olarak çalışan bu göç dalgası yeni ihtiyaçların doğmasına sebep oldu. Sanayi devrimi, belki de tarihte ilk defa orta sınıf diye adlandırılan bir grubun ortaya çıkmasını sağladı. İlk defa toplumun üst kademelerinde yer almayan insanlar harcayabilecekleri bir paraya sahip oldular. Halkın alım gücünü karşılamak için perakende satış yapan iş yerlerinde artış meydana geldi. Doğal olarak işletmeler büyüdükçe markalaşma da gelişim gösterdi.

20. yüzyıl itibari ile markalaşma oldukça önemli bir hale geldi. Şirketler özelinde rekabet ve tanınırlık çabası olarak yükselen markalaşma, kurumlar ve kişilerinde tanıtım ihtiyacını gidermek için kullanmaya başlamasıyla çağın bir gereksinimi olmuştur. Hizmet standartlarını belirleyen kurumsallaşma kurumsal kimliği de beraberinde getirmiştir. Kurumsal kimlik alanında uzmanlaşan tasarım stüdyoları da bu ve benzeri ihtiyaçlardan doğmuştur (Becer, 2015, s. 176).

1. Yöntem

Bu çalışmada kurumsal mekânların ihtiyaç duyduğu tasarım çözümleri kapsamında illüstrasyonun konumu sorgulanmıştır. Araştırmanın teorik altyapısı nitel araştırma yöntemlerinden literatür taraması yöntemi ile oluşturulmuştur. Araştırmanın genel amacı doğrultusunda kurumsal kimlik, logo ve illüstrasyon kavramlarının tarihsel gelişimi incelenmiş ve bu gelişim süreci örneklerle anlatılmıştır. Nihayetinde kurumsal kimliğe katkı sağlaması açısından illüstrasyonun rolünün sorgulandığı çalışmada farklı örnekler incelenmiştir. Bir ifade aracı olarak illüstrasyonun kullanım alanları hakkında literatür araştırması yapılarak kurumsal illüstrasyonlar ve alan uygulamalarının yurtiçi ve yurtdışı örnekleri incelenmiş, elde edilen bilgiler araştırmaya dahil edilmiştir. Yapılan uygulamalar ile ilgili gerek teorik gerekse de görsel veri toplama aşamasında, doküman inceleme tekniği üzerinden, ilgili kurum, kuruluş ve şirketlerin sosyal medya ve internet sayfaları ile kurumsal kimlik kılavuzları incelenerek uygun örnekler seçilmiş ve araştırma içerisinde sunulmuştur. Ayrıca çalışmaları üreten tasarımcıların kişisel arşivleri ve çevrimiçi portfolyoları da araştırmaya katkı sağlamıştır. Elde edilen bilgiler, görseller eşliğinde okuyucuya sunulurken kurumsal illüstrasyon alan uygulamaları hakkında farkındalık oluşturulmaya çalışılmıştır. Araştırma sonunda Konya'da bulunan Sille Baraj Parkı İşletmeleri için yapılan kurumsal illüstrasyon uygulaması örneklerinin yorumlamaları yapılarak görselleri sunulmuştur.

2. Günümüzde Kurumsal Kimlik Tasarımı

Kurumsal kimlik, bir şirketin iş tanımına ve iş anlayışına, sunduğu hizmet düzeyine ve yenilik isteğine karşılık gelen özelliklere göre ele aldığı görsel materyallere ve davranma biçimine verilen addır (Ambrose ve Harris, 2014, s. 134). Bir kurumun kişisel ve karakteristik özelliklerini yansıtan, akılda kalıcı ve kurumu diğer kurumlardan ayıran özelliklerinin tasarimsal olarak belirtilmesidir. Her kurum birçok öğeyi içine alan bir kimlik geliştirir ve kendine has ortak değer ve kriterlerini oluşturur. Kurumun vizyon ve misyonuna, kültür ve imajına görsel bir kişilik kazandıran kurumsal kimlik, kurumun temel değerlerinden farklı düşünülemez. Bu sayede her kurum, kendisini diğer kurumlardan ayıran belirli farklılıklar oluşturur ve kurum içi birleştirici faktörler olarak, belirlemiş olduğu bu normları kullanarak hedef kitlesinin zihninde yer edinmeye çalışır.

Kurumsal kimlik ele aldığı görsel materyallerin tamamı ile kuruma artı değer katacak şekilde hizmet eder. Kurumsal kimlik temel olarak isim, amblem, logo, kurumsal renkler, kurumsal yazı karakteri, çeşitli matbu evraklar (zarf, antetli kâğıt, fatura vb.) (Şekil 2), tanıtım ve etkinlik faaliyetlerinde kullanılan çeşitli gereçler (flama, masa üstü takvimi, vb.) gibi görsel materyallerden oluşmaktadır. Ancak kurumsal kimlik sadece görsel materyallerden oluşmaz. Görsel materyallerin yanı sıra, kurum çalışanlarının tavır ve davranışlarını da belirler. Kurum eğer ürün üreten bir işletme ise, ürünlerin ambalaj tasarımlarını, tanıtım ve sunum görsellerini de kapsar. Hatta mimari ve iç mimari yapıya da yansır çünkü kurum kendisine ait olan tüm materyaller ile bir bütündür ve bu bütünün sınırlarını kurumsal kimlik ile belirler. (Leblebici, 2009, s.13)

Şekil 2. Alexandria Üniversitesi kurumsal kimlik materyalleri



Kaynak: (www.behance.net/nouranelwishy)

İster bireysel bir girişim ile oluşmuş olsun isterse de ortak bir amacı veya eylemi gerçekleştirmek için bir araya gelen insanların oluşturduğu bir yapı olsun, kurumların bireysel hedeflerin dışında ve ötesinde amaçları vardır. Bir kurumun varlığını sürdürebilmesi için toplumun ihtiyaç duyduğu bazı mal, hizmet ve fikirleri üretmesi ve satması gerekir. Kuruluşlar her zaman çevre ile olumlu ve güçlü bir etkileşime sahip olmalıdır. Bu olumlu etkiyi oluşturabilmekte kurumsal yapının tüm kurum tarafından benimsenerek hedef kitleye yansıtılmasıyla mümkündür (Kaya, 2006, s. 28).

3. Grafik Tasarımda Bir Anlatım Aracı Olarak İllüstrasyon

Betimleyici resim olarak kısaca tanımını yapabileceğimiz illüstrasyonun kelime kökeni, anlamı “anlaşılır yapmak” olan, Latince “lustrare” kelimesinden gelmektedir. (Becer, 2015, s. 210). Geçmişte oldukça eskiye dayanan illüstrasyon, tarih boyunca insanların kendilerini ifade etme biçimlerinden biri olarak varlığını sürdürmüştür. Ele aldığı konular itibari ile oldukça çeşitlilik gösteren illüstrasyon temel olarak hikâye anlatıcı özelliği ile öne çıkmaktadır.

İllüstrasyon, söz ya da yazı ile aktarılan metinlerin veya olayların, nesnelerin ve düşüncelerin resimsel olarak aktarılmasının sonucudur. Görsel aktarım sırasında düşüncede, yorumlamada, uygulamada ve teknikteki özgünlük illüstrasyondan beklenen özelliklerdir. Bir konu barındırma ve mesaj verme özelliği illüstrasyonu resimden ayıran temel özelliktir. İletmek istediği mesajı, etkili, anlaşılır ve uygun bir kompozisyon halinde izleyiciye sunması gerekir. Bu açıdan ele alındığında doğada oluşması veya insanlar tarafından kurgulanması mümkün olmayan kompozisyonlara sahip olmalıdır (Sarı, 2006, s. 3). Kompozisyon kurmadaki özgürlüğü sayesinde fotoğraf makinası ile elde edilemeyen görüntüleri meydana getirir. İllüstrasyon, sahip olduğu uygulama yeteneği ve çeşitliliği sayesinde pek çok görsel çözümlene mümkün hale gelmektedir (Şekil 3). Süsleme, sadeleştirme, abartma, eğlendirme, şaşırtma, esinlendirme yönleri ile hikayeci ve betimleyici anlatım üslubunu desteklemektedir. Ayrıca bilgilendirme, yorumlama, açıklama, yönlendirme, teşvik etme gibi yönleri ile de eğitim alanında etkin bir şekilde kullanılmaktadır (Ersan ve Bayraktar, 2021, s. 1362).

Şekil 3. İllüstrasyon çalışması, Jung Gi Kim



Kaynak: (<https://superani.com/kim>)

İllüstrasyon üreten sanatçılara illüstratör denilmektedir. Her illüstratör kendi tarzına sahiptir ve illüstratörlerden, aktarılmak istenen konuyu kendi tarzları ile ele almaları beklenir. Böylece özgün çalışmalar ortaya çıkar. İllüstratör ancak kendi yorumlaması ile özgünleşebilir. İllüstratör güçlü bir imge meydana getirerek verilmek istenen mesajı çağdaş bir anlatım yoluyla ortaya koyabilir. İnsanlık tarihi boyunca çağa ayak uydurarak, sürekli yenilenen ve gelişim gösteren bu mecra birçok üretim çeşitliliğine sahiptir. Geleneksel üretim yöntemlerinin yanında teknolojik gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan dijital üretim olanakları da mevcuttur. Devamlı olarak gelişmekte ve yenilenmekte olan illüstrasyon üretim araçları arasından kendilerine has üretim teknikleri geliştirebilmektedirler. Bunun için hem geleneksel yöntemlerle hem dijital üretimle hem de bu iki mecraı uyumlu bir şekilde bir araya getirerek kendilerine has bir üslup ortaya koyabilirler (Wigan, 2012, s. 9).

Açıklama, örneklendirme ya da süsleme ve daha birçok amaçla yapılan illüstrasyon çalışmalarının ister geleneksel ister dijital isterse de karışık tekniklerle yapılıyor olsun oldukça çok çeşidi bulunmaktadır. Diğer görüntüleme yöntemlerinin işlevsel olmadığı alanlarda sıkça başvurulan illüstrasyon kullanım yerleri ve amaçları açısından da çeşitlilik göstermektedir. (Ambrose ve Harris, 2014, s. 113)

İllüstrasyon, sahip olduğu yetenekler açısından değerlendirildiğinde çok yönlü bir üretim alanıdır. Ürettiği ürün resim olarak değerlendirildiğinde sanatsal bir disiplin olduğu söylenebilir. Bir fikrin belirli bir anlatımla iletilmesi ve görselleştirilmesi yönü ile de değerlendirildiğinde ise grafik tasarımı ve iletişim alanına daha yakın olduğu gözlemlenebilir. Nihayetinde birden çok disiplinle iç içedir. Farklı alanlar arası geçişlerin, disiplinler arası araştırmaların ve çalışmaların arttığı günümüz dünyasında çok keskin farklılıklardan bahsetmek pek mümkün olmayabilir. Etkileşim halinde olan disiplinler birbirlerini çekmekte ve ihtiyaçlara göre şekillenmektedirler. Disiplinler arası çalışabilirliğinden bahsettiğimiz illüstrasyon da ihtiyaçlar ve imkânlar dâhilinde

sürekli kendini güncellemekte, farklı alanlara işler üreterek yeni yollar açmaktadır. Tarih boyunca insan ihtiyaçlarına göre ilerleyen ve gelişen illüstrasyonun çağa ayak uydurması adeta yeteneği gibidir. İllüstrasyon türlerine bakıldığında, ne kadar çok alanda üretim yapabildiği görülecektir (Çeken ve Ersan, 2019, s. 322).

Teknoloji ile doğrudan bağlantıya sahip olan illüstrasyon, hızla gelişen günümüz dünyasında oldukça popüler bir hale gelmiştir. Bilgisayarların donanımsal özelliklerinin gelişmesi, kullanılan yazılımların çeşitlenmesi ve zenginleşmesi sayesinde illüstrasyon üretim araçlarında yeni bir mecra ortaya çıkmıştır. Artık çizimler, eskizden son dokunuşa kadar tamamen bilgisayar ortamında da oluşturulabilmektedir. Çizim tabletleri aracılığı ile illüstratörün kalem kabiliyeti dijital ortama aktarılabilir. Dijital illüstrasyonlar, Adobe Photoshop, Procreate, Corel Painter, Adobe Illustrator, Autodesk Sketchbook gibi farklı yazılımlar ile gerek vektör gerek piksel tabanlı olarak çeşitli mecralara uygun şekilde üretilebilmektedir (Şekil 4). (Çeken vd, 2018, s. 170)

Şekil 4. Dijital illüstrasyon çalışması, David Bonazzi



Kaynak: (<https://www.behance.net/dbonazzi246b32>)

İllüstrasyonun kullanım alanları her geçen gün artmaktadır. Teknolojik gelişmeler sayesinde illüstrasyonun üretim alanında yenilikler olduğu gibi kullanıldığı alanlarda da yenilikler ortaya çıkmıştır. Önceleri, genellikle kitap, dergi, afiş gibi basılı mecralarda karşılaşılan illüstrasyon, dijital mecralar başta olmak üzere, insanların günlük kullandıkları eşyalara varıncaya kadar, artık hayatın hemen her yerinde kendisini göstermektedir. Kullanıldığı pek çok alandan biri de mimari mekanlara ait duvarlar ve cam yüzeylerdir (Dağ, 2015, s. 24).

Mimari tasarımın sanatla iç içe olması, mekânsal bir kimlik içinde kavramsal bir bütünlük sağlamaktadır. Bu kavramsal bütünlüğün gerçekleştirilmesinde grafik tasarım, mekânın anlamsal boyutunu derinleştirilmekte, bilgi aktarımını sağlamakta ve mekâna kimlik kazandırmaktadır. Bilgi aktarımı gücü sayesinde, çevresel ve mekânsal tasarım kimliğinin oluşması açısından, grafik tasarım etkili bir disiplindir. Göstergibilimin etkisi ile görsel ve algı odaklı bir tasarım yaklaşımı benimsenerek mekanlarda farkındalık oluşturulmakta, mekanların çekici ve ayrıcalıklı bir his vermesi sağlanmaktadır. Modern mimarinin sadeliği, grafik tasarımın ifade gücüne olumlu manada katkı sağlamaktadır. Tasarlanan mekanlarda mesaj iletimini artırmak için farklı yöntemlerden faydalanılmakta, grafik tasarımın alt disiplinlerinden olan illüstrasyon, grafik

tasarımın görevini üstlenerek marka imajı aktarımında önemli bir rol oynamaktadır (Kutlu, 2015, s. 41).

3.1. Kurumsal İllüstrasyon ve Örnek Uygulamalar

Marka oluşumları, kurum tarafından üretilen ürünün ya da hizmetin kişilik kazanarak, rakiplerinden veya emsallerinden ayrılmasını sağlar. Marka, çoğu zaman, kurumun tanınırlığının önüne geçse de diğer kurumlardan ayrılmak için kullanılan temel unsur olabilmektedir. Tanınırlık arttıkça marka belli bir kalite seviyesini ifade etmeye başlar. Tüketici kurumu marka üzerinden değerlendirir ve bu durum satın alma eğilimini etkiler (Ambrose ve Harris, 2014, s. 149).

Kurum ya da marka kimliğini yansıtmak için genellikle tek bir grafik işaret (logo) yeterli olarak kabul edilegelmiştir. Kurumun temel değerlerini yeteri kadar yansıttığı düşünülen bu logo kurumsal kimliğe ait bütün materyallerde ve kuruma ve markaya ait çeşitli alanlarda kullanılmaktadır. Birçok kurum, kurumsal kimliği bu açıdan ele almaktadır. Ancak teknolojinin getirdiği yenilikler kurumların kullandığı materyalleri, hizmet standartlarını, sunum yöntemlerini de etkilemiştir. Bu etkileşim doğrultusunda yeni tanıtım materyalleri ihtiyaçları ortaya çıkmaktadır. Tanıtım olanaklarının arttığı günümüz dünyasında kurumlar nezdinde özellikle markalar, hitap ettikleri insan grupları için farklı işlevlere sahip, esnek ve çok yönlü iletişim kanalları tercih etmek durumunda kaldılar. Yeni ihtiyaçlar yeni çözümler gerektirdiğinden, kurumlar ve markalar farklı tanıtım arayışlarına girmiş ve bu arayışların bir kısmında illüstrasyona yer vermişlerdir (Twemlow, 2011, s. 112).

Şekil 5. Ambalaj illüstrasyonu çalışması, Anna Kuptsova

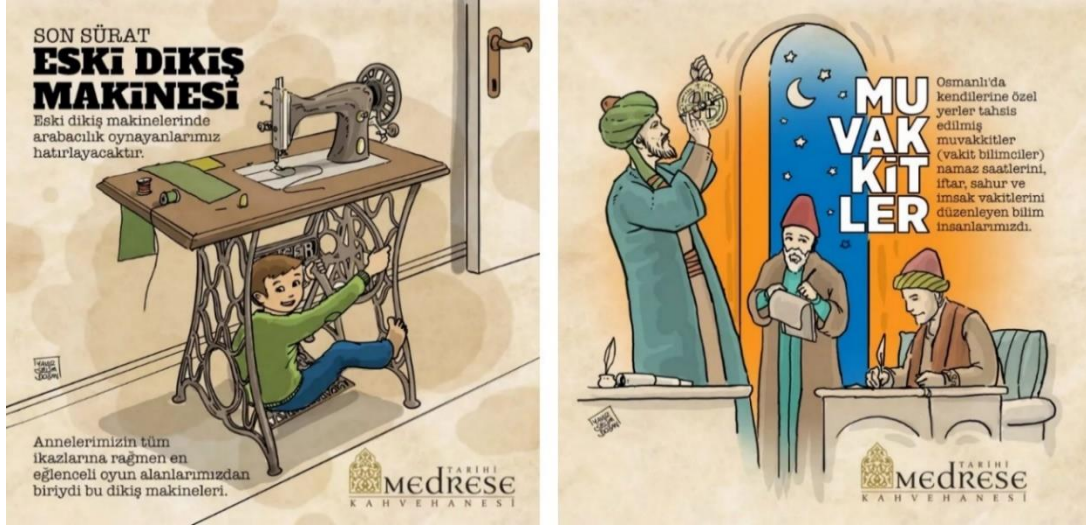


Kaynak: (https://www.behance.net/anniko_story)

Kurumsal illüstrasyonlar kurumu ya da kuruma ait hizmeti konu alan illüstrasyon türleridir. Uygulama alanlarına göre çeşitlilik gösterse de genel olarak belirli bir hedef kitleye hitap etmesi gerekir. Logo ve kurumsal kimlik tasarımlarından, kurumsal web sitelerine, basın yayın ilanlarından kuruma ve markaya ait ürünlerin ambalajlarına varıncaya kadar geniş bir üretim alanına sahiptir (Şekil 5). Çeşitli kurumsal kimlik materyallerinde de kullanılarak kuruma ve markaya hizmet edebilir (Wigan, 2012, s. 158). Bilindiği üzere illüstrasyonun en temel özelliği betimleme yapmasıdır. Ele aldığı konuyu ilgi çekici bir hale getirerek insanlara sunması gerekir. Kurumsal illüstrasyon, özellikle hikâye anlatıcı özelliği ile kuruma ve markaya önemli katkılarda bulunabilir. İnternet ve teknolojinin imkân sağladığı farklı mecralarda marka kendisini temsil edebilmektedir. Sosyal medya bu mecraların başında gelmektedir. Kurumlar ve markalar kendilerine ait sosyal medya hesaplarında kendi hikayelerini, kültürlerini, mesajlarını rahatlıkla

hedef kitlesine ulaştırabilmektedir. İllüstratif çözümler kullanarak, yazı ile verebilecekleri mesajdan çok daha fazlasını verebilmektedirler (Şekil 6).

Şekil 6. Kurumsal illüstrasyon örnekleri, Tarihi Medrese Kahvehanesi'nin sosyal medyası.



Kaynak: (https://www.instagram.com/tarihi_medrese_kahvehanesi)

Kurum veya markanın kendisini ifade etme yolu olarak illüstrasyonu tercih etmesinin sebebi ürün ve tüketici arasında bağ kurma isteğidir. Görsel iletişimin amacı, her zaman, mesajı hızlı bir şekilde ilgili kitleye ulaştırmak olsa da özellikle çağımızın hızlı tüketim alışkanlığı, yazılı kaynakları okuma alışkanlığının daha da ötelenmesine sebep olmuştur. Bu da görsel iletişimin önemini arttırmıştır. İllüstrasyon, logo ve sembollerden farklı olarak, kurum ve marka hakkında ayrıntılı bilgi vermeyi sağlamaktadır. Kurumsal illüstrasyon, yukarıda bahsedilen sosyal medyadan farklı olarak kurum ve markaya ait diğer iletişim kanallarında da kendisini gösterir. Etiket, ambalaj, karakter ve maskot tasarımı bu kanallardan bazılarıdır. Kuruma ait araçların markaya ait illüstrasyonlar ile kaplanması da etkili iletişim kanalları arasındadır (Şekil 7).

Şekil 7. Araç üzerine giydirilmiş illüstrasyon örneği



Kaynak: (<https://www.behance.net/shimmy>)

Tüm bu mecralarda illüstrasyonun kullanılması, hedef kitle ile olan iletişimi güçlendirmekte, kurum veya markanın insanların akıllarında bir yer edinebilmesini sağlamak

amaçlıdır. Anlattığı hikayeler aracılığı ile insanlarla duygusal bir bağ kurmaya çalışır. Bu çabanın vücut bulduğu uygulama alanlarından biri de kurumlara ait mekanların duvar ve cam yüzeyleridir. (Gürkan ve İlhan, 2018, s. 131) Elbette farklı iletişim mecraları farklı üretim ve uygulama yöntemleri gerektirmektedir. Teknolojinin getirdiği kolaylıklarla birlikte tasarımlar bilgisayar ortamında yapılabilmektedir. Tasarımı yapılan çalışmalar baskı üretim makineleri aracılığı ile duvar kağıtları ya da folyolar üzerine baskı alınarak ilgili yüzeye uygulanabilmektedir.

3.2. Kurumsal İllüstrasyon Alan Uygulamaları

Görsel algılama kişiden kişiye değişkenlik gösterebilmektedir. İnsanların deneyimleri, psikolojileri, sosyal ve kültürel yapıları algılama yetilerini olumlu veya olumsuz yönde etkileyebilmektedir. İnsanlar bir kısım bilgileri çevresel uyarıcılar vasıtasıyla alırlar. Diğer algılama çeşitlerine nazaran en faal ve hızlı olan insan özelliği görsel duyu ile elde ettiği algıdır. İçinde bulunulan mekân ya da çevre, insanlar ile önce görsel yolla iletişime geçmektedir. Mekânsal illüstrasyonlar, eğer doğru çözüm önerileri getirilebilmişse, mekân ile kişi arasında kurulacak görsel iletişimde kuruma ilişkin bilgi aktarımının etkili bir aracı olacaktır. Mekâna uygulanan görsel çözümler işlevselliğinin yanı sıra özgün bir görsel zenginlik katacaktır. İllüstratif uygulamaların bir diğer avantajı ise evrensel bir anlatım gücüne sahip olmasıdır. Farklı dil ve kültürden olan insanların rahatlıkla anlayabileceği ortak bir anlatım dili oluşturabilmektedir. Bu sayede mekân kimliğini ve mesajları iletmede, diğer görsel disiplinlere göre daha etkilidir. Mekân ve kullanıcı arasında estetik ve kuvvetli bir bağ oluşturabilir (Kutlu, 2015, s. 49).

Mekânlara uygulanan illüstrasyonlar, mekânlarda bulunan yönlendirme de yardımcı olabilirler. Genelde firmalar tarafından, marka kimliğini iletme için sipariş edilen kurumsal illüstrasyonlar, iki boyutlu ortamda tasarlanıp üç boyutlu mekânlara giydirilerek bilgilendirme tasarımı olarak kullanılabilirler. İllüstratörler, kurumsal illüstrasyonun uygulanacağı alana göre, mimar, iç mimar, peyzaj mimarı, endüstri tasarımcıları ve farklı disiplinlerden tasarımcılarla iş birliği yaparak pek çok farkı ölçekte, özgün projeler üretebilmektedirler (Wigan, 2012, s. 63).

Kurumlarda, görsel kimliğin yansıtılmasında yardımcı unsur olarak tercih edilen afiş ve reklam panoları için ayrılan alanlara duvar ve cam yüzeylerde eklenmiştir. Kuruma ait mekânlardaki duvar ve cam yüzeylerine uygulanan kurumsal illüstrasyon çalışmaları, kurumlarda özgün ve etkileyici ortamlar oluşmasını sağlamaktadır. Ayrıca kuruma ait motiflerin yer aldığı içerikler sayesinde, mekânda bulunan kişilere, kuruma ait bilgiler vermektedir.

Araştırma konusu olan kurumsal illüstrasyon alan uygulamaları örnekleri aşağıda verilmiştir. Ele alınan örneklerden ilki Şekil 8’de görülen, tasarımcı Elorm Senah tarafından, Hollard Ghana şirketi için yapılmış kurumsal illüstrasyon örnekleridir. Hollard Ghana, Gana’da bulunan bir sigorta şirkettir (Hollard, 2022). Şirket, kurumsal olarak illüstrasyonları kullanan bir kurumdur. Elorm Senah’tan da kendilerine görsel olarak katkı sağlayacak bir çalışma talep etmişlerdir. Tasarımcının kendi ifadesi ile; yapılan çalışmalarda Gana’nın sembolizmi ve kültürel varlıkları esin kaynakları olmuştur. Bu esin kaynakları ile oluşturulan ilham panosundan yola çıkarak ilgili yüzeyler için eskizler çalışılmıştır. Eskiz aşamasında keşfedilen motifler yeniden yorumlanarak modern ve markaya uygun formlara dönüştürülmüştür. Elde edilen tasarım öğeleri, tasarımcının kendi anlatı üslubu ile birleşerek özgün illüstrasyonlar oluşmasını sağlamış ve şirket için eşsiz görsel materyaller üretilmiştir (Senah, 2022). Yapılan kurumsal illüstrasyon çalışmaları kurum içinde birden çok yüzeye uygulanarak, kurumda özgün mekânlar oluşturulması sağlanmıştır. Aynı zamanda kurumsal kimliğin bir parçası haline gelerek kurumun araç giydirmeleri, internet sitesi gibi farklı mecralarında kullanılmıştır.

Şekil 8. Kurumsal illüstrasyon çalışması, Paul Senah.



Kaynak: (<https://www.behance.net/Paulsenah>)

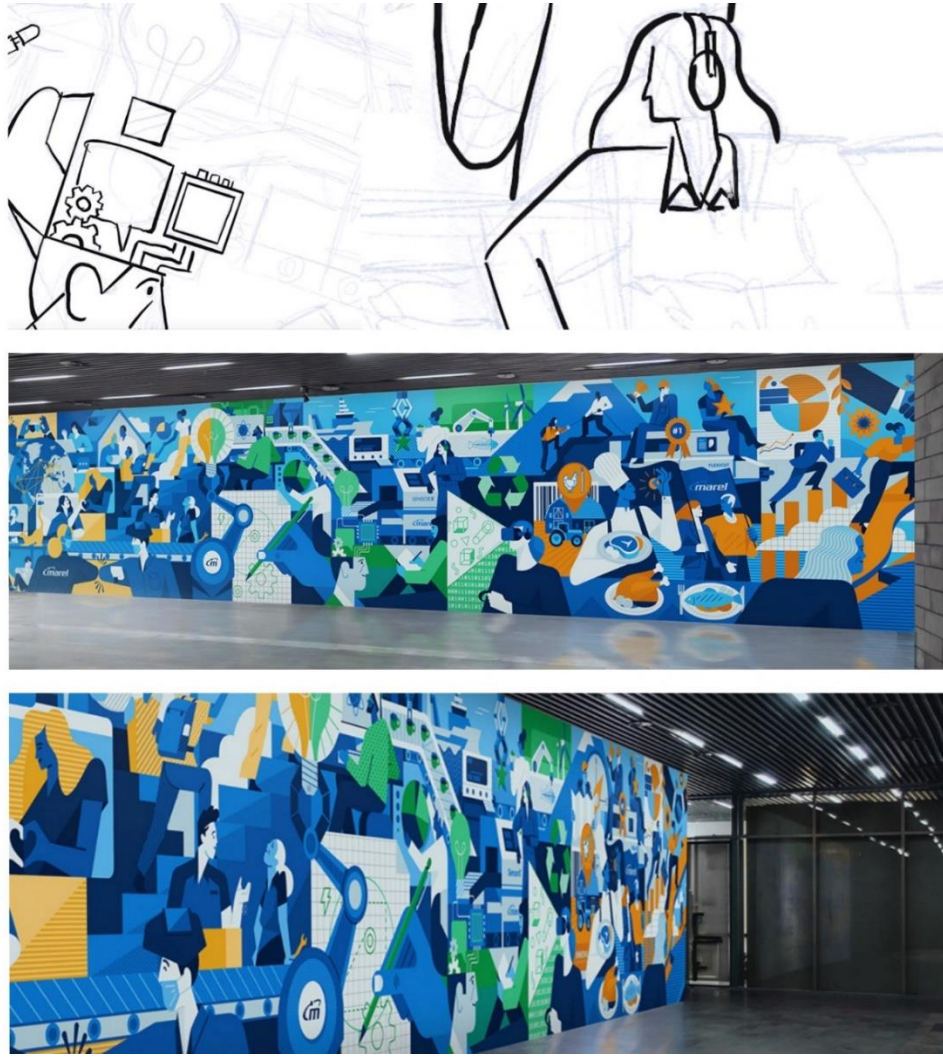
Şekil 9. Kurumsal illüstrasyon uygulama örnekleri, Paul Senah.



Kaynak: (<https://www.behance.net/Paulsenah>)

Şekil 10'da Snorri Eldjarn tarafından Marel firması için yapılan kurumsal illüstrasyon çalışmasına yer verilmiştir. İzlanda merkezli Marel, gıda üretiminde ihtiyaç duyulan, gıda işleme ekipmanlarını, sistemlerini ve yazılımlarını üreten bir firmadır (Marel, 2022). Uluslararası çalışan firmanın tasarımcıdan isteği, ofisleri için firmanın değerlerini ve ofis hayatını anlatan bir kurumsal illüstrasyon çalışması olmuştur. Hem kurumsal yapının içinde hem de daha sonraki pazarlama projelerinde kullanabilecekleri bir çalışma yapan Eldjarn, Marel firmasının kurumsal yapısına uygun, içeriğinde kurum kültürünü barındıran bir kurumsal illüstrasyon üretmiştir. Öncesinde, pazarlama materyallerinin bir parçası olarak hiç illüstrasyonları kullanmamış olan firma için, görsel kimlik de oluşturabilecek bir stil yaratması gerekmiş. Renkler için marka kimliğinden yararlanan tasarımcı, illüstrasyonu tamamlayabilmek için birkaç ek renk tonunu da dahil etmiştir. İllüstrasyon üslubunun biraz teknik olması gerektiğini ama yine de karakterlerin canlı ve çeşitli bir şekilde göstermesinin önemli olduğunu belirten tasarımcı, firma için ideal bir kurumsal illüstrasyon üretmeyi başarmıştır (Eldjarn, 2021).

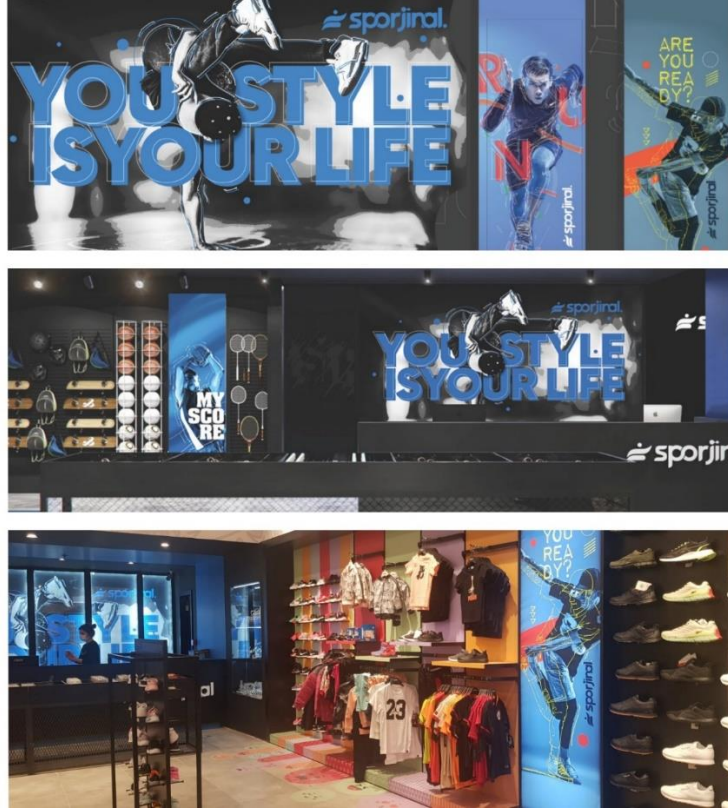
Şekil 10. Kurumsal İllüstrasyon uygulama örneği, Snorri Eldjarn



Kaynak: (<https://www.behance.net/snorrieldjarn>)

Şekil 11'deki çalışma, tasarımcı Yavuz Selim Doğan tarafından Sporjinal adlı ulusal bir firmanın Konya'daki şubesi için özel olarak tasarlanmıştır. Sporjinal, çeşitli markalara ait spor kıyafetlerini ve ürünlerini satan bir mağazadır ve tasarım, bu mağazanın iç mekânında kurumun ruhunu yansıtacak duvar giydirme çalışmalarını içermektedir. Çalışmada, spor ürünleri satan bir mağazanın canlı ve enerjik atmosferini yansıtmak amacıyla dikkat çekici renkler ve sportif hareket görselleri kullanılmıştır. Tasarımda, dekoratif çizgilerle birleştirilen spor yapan ve hareket halindeki figürlerin yer aldığı kompozisyonlar oluşturulmuştur. Bu figürlerin dinamikliği ve enerjisi, mağazanın hareketli ve aktif bir ortam sunma amacını desteklemektedir. Sporjinal'in duvar giydirme çalışmalarında kullanılan illüstrasyonlar, sadece ürünlerin sergilenmesi değil, aynı zamanda firmanın ruhunu ve değerlerini de yansıtmayı hedeflemektedir. Bu şekilde, müşterilere sadece ürünlerin sunulduğu bir alan değil, aynı zamanda Sporjinal'in enerjik ve dinamik kimliğinin de hissedildiği bir atmosfer sunulmaktadır. Duvarlarda kullanılan illüstrasyonlar, mağazanın müşterilerine hareketli bir ortamda spor yapma motivasyonu ve heyecanı sağlamaktadır. Bu tasarım örneği, kurum atmosferini olumlu yönde etkileyen ve kurumsal kimlikle bütünlük sağlayan illüstrasyonların etkisini göstermektedir. Duvar giydirme çalışmaları, Sporjinal'in müşterilerine benzersiz bir deneyim sunmak için kullanılan bir iletişim aracıdır. Tasarımın, müşterilerin mağazaya olan ilgisini artırması ve satışları desteklemesi beklenmektedir.

Şekil 11. Kurumsal illüstrasyon uygulama örnekleri, Yavuz Selim Doğan.



Kaynak: (https://www.instagram.com/marker_lines/)

4. Sille Baraj Parkı İçin Yapılan Uygulama

Ele alınan son örnek, Konya’da bulunan Sille Baraj İşletmeleri için üretilmiş olan kurumsal illüstrasyon çalışmalarıdır. Selçuklu Kent Hizmetleri çatısı altında hizmet veren kurum, Konya’nın tabiat parklarından biri olan Sille Barajı ve çevresinde hizmet vermektedir. Baraj parkta doğa yürüyüşleri, izci kampları, bisiklet turları gibi çeşitli doğa etkinlikleri yapılabilmektedir. Sille Baraj İşletmeleri kurumu, yapılan etkinlikleri sürdürülebilir kılmak, denetlemek, desteklemek ve etkinlikler için gerekli teçhizatların temin edilebilmesi için “Bisiklet Evi” adı verilen bir mekân oluşturmuştur (Selçuklu Kent Hizmetleri, 2021). Bölgede bulunan, kuruma ait iki farklı mekân için kurumsal illüstrasyon çalışmaları talep edilmiştir. İllüstrasyon çalışmalarından ilki Bisiklet Evi için yapılmıştır. Bisiklet Evi, genel olarak yukarıda belirtilen etkinliklere hizmet vereceği için yapılan illüstrasyon çalışmasında esin kaynağı yine bu etkinlikler olmuştur. Bisiklet turları, doğa yürüyüşleri ve sporları, kamp etkinlikleri görselleri incelenmiş, edinilen bilgi ve görsel kaynaklar ile uygun bir kompozisyon oluşturulmuştur. Kompozisyonda bahsi geçen etkinliklerin hepsine yer verilmiş ve Sille Barajı merkeze alınarak tasarım sürdürülmüştür. Uygulanacak alanın genişliği yaklaşık 10 metre olduğu için kompozisyonun bu geniş alanı doldurması planlanmıştır. Eskizler yapılırken tasarımda yer alacak her unsur tek tek ele alınmış ve belli bir sıralama ile kurgulanmıştır. Sağdan sola doğru düşünülen kompozisyonda gündüz ve gece bir arada ifade edilmeye çalışılmıştır (Şekil 12). Bisiklet ve doğa turları gibi etkinlikler gündüz yapılabilirdiğinden kompozisyonun sağında yani gündüz tarafında, çadır kampı gibi etkinlikler de solda yani gece tarafında yer almaktadır. Bütünsel olarak bakıldığında panoramik bir görsel elde edilmiş ve mekânın hizmet verdiği ilgili etkinliklerin tamamı illüstrasyon çalışması içinde konumlandırılabilmiştir. Her bir unsurun ayrı ayrı tasarlandığı çalışma nihayetinde folyolara basılarak mekânın cam yüzeyine uygulanmıştır. Uygulama sayesinde, Bisiklet Evi’nde özgün bir ortam oluşmuş ve dışarıdan bakıldığında mekân hakkında açıklayıcı bilgi oluşturacak bir unsur elde edilmiştir (Şekil 13).

Şekil 12. Kurumsal illüstrasyon çalışması, Ahmet Futtu.



Şekil 13. Kurumsal illüstrasyon uygulama örnekleri, Sille Baraj Parkı.



Çalışmanın ikinci kısmı ise yine Sille Baraj Parkı içerisinde bulunan market için yapılmıştır. Kurumsal illüstrasyon uygulaması yapılabilecek, mekâna ait iki farklı cephe söz konusudur. Şekil 14'te görüldüğü üzere ilk olarak marketin ön cephesinde bulunan yedi farklı cam yüzeye uygun olabilecek bir tasarım yapılması planlanmıştır. Markette satılan ürünlerin illüstratif olarak yeniden yorumlandığı bir çalışmanın uygun olduğu düşünülerek her bir cam için ayrı ürün seçilmiştir. Yedi farklı ürünün her biri etkili, dikkat çekici ve canlı renkler kullanılarak yeniden yorumlanmıştır. Özgün bir üslupla illüstre edilen ürünlerin isimleri de tarza uygun tipografiler ile tasarıma dahil edilerek ön cephe kompozisyonları tamamlanmıştır. Şekil 15'te

görülen marketin diğer cephesinde bulunan alana ise farklı bir çalışma tasarlanmıştır. Markette satılan ürünlerin yanı sıra Sille Baraj Parkı'nda piknikte yapılabildiği vurgulanmak istenmiştir. Bu sebeple baraj parkta piknik yapmakta olan bir aile görseli oluşturulmuştur. İllüstrasyona Sille Barajı ve doğası da dahil edilmiştir. Bisiklet Evi'nde yapılan illüstrasyonun üslubu bu çalışma içinde benimsenerek bir bütünlük oluşturulması planlanmıştır. Görseller baskıya hazır hale getirildikten sonra folyolara çıktılar alınmış ve ilgili yüzeylere giydirilerek kurumsal aidiyet kazandırılmaya çalışılmıştır.

Şekil 14. Kurumsal illüstrasyon uygulama örnekleri, Sille Baraj Parkı.



Şekil 15. Kurumsal illüstrasyon uygulama örnekleri, Sille Baraj Parkı.



Sonuç ve Öneriler

Görsel kimlik tasarımları tarih boyunca çeşitli oluşumların, kurumların, markaların ve insanların kendilerini doğru bir şekilde ifade etmesine yardımcı olmuşlardır. Özellikle sanayi devriminden sonra öne çıkan tanınırlık ihtiyacı kurumsal kimlik materyallerine olan ihtiyacı da beraberinde getirmiştir. İhtiyaç duyulan görsel kimlik materyallerinin hemen hepsi grafik tasarımı ile üretilmektedir. Teknolojinin gelişmesi ile oldukça çeşitlenen kurumsal kimlik uygulama alanlarına, kurumlara ait mekânların cam ve duvar yüzeyleri de eklenmiştir. Bilgisayar ortamında hazırlanan tasarımlar, teknolojinin el verdiği imkânlar sayesinde geniş yüzeylere rahatlıkla uygulanabilir hale gelmiştir. Büyük ölçekli çalışmalar sayesinde mekânlarda bütünlük ve devamlılık hissi oluşmaktadır. Kurumsal kimliğin yansıdığı alan uygulamaları ile kurumlar kendilerini kolay ve etkili bir şekilde ifade edebilmektedirler.

Grafik tasarımının alt disiplini olarak kabul edilen illüstrasyonun süsleme ve bezeme gibi özellikleri kullanılarak kurumsal görseller oluşturulabilmektedir. Yapılan çalışmalara bilgi verme amacı da eklendiğinde kurumun kendisini ifade gücü artmakta, hedef kitlesine ulaşması kolaylaşmaktadır. Yapılan kurumsal illüstrasyon çalışmalarındaki doğru görsel çözümler ile kurum ve hedef kitle arasında olumlu bir etkileşim oluşturulmaya çalışılmaktadır. Bu sayede kurumun kimliği, tarihi, kültürü, vizyonu ve misyonu hakkında açıklayıcı bilgi verilebilmektedir. İllüstrasyonlar oluşturulurken yapılan araştırmalarda, kurumlara uygun görsel ve kavramsal bilgi edinimi sağlanmalıdır. Böylece tasarıma başlarken zihinlerde oluşan soyut fikirler belirginleşerek özgün illüstrasyonlara dönüşebilmektedirler. Tasarım yapılan mekânın konseptine ve kimliğine uygun olarak stilize edilen figürler ve objeler dikkat çekici görseller oluşturmak için gerekli hammaddeyi sağlamaktadır. İllüstrasyonlar yapılırken benimsenecek üslubun dikkatle seçilmesi gerekmektedir. Kuruma ve mekâna uygun olarak seçilen üslup kurumun iletişimine olumlu katkı sağlamaktadır. Tasarım sonrasında ilgili alanlara uygulanan kurumsal illüstrasyonlar, farklı mekân deneyimleri sunarak kurumlarda özgün ortamlar oluşmasını sağlayacaktır.

Araştırmada verilen örnekler incelendiğinde kurumsal bütünlük açısından kurumsal illüstrasyonun ne kadar etkili bir iletişim gücüne sahip olduğu gözlemlenebilmektedir. Güncel imkanlardan faydalanılarak hayata geçirilen projeler kendilerinden sonra gelecek olan çalışmalar için örnek alınacak rol modeller olabilecek ve bu sayede tasarımcılar daha geniş düşünerek yeni projeler üretebileceklerdir. Özgün ve yaratıcı projeler üretilmeye devam ettikçe kurumsal illüstrasyonun tercih edilmesinde artış olacağı öngörülebilir.

Kaynakça

- Ambrose, G., Harris, P. (2014). *Görsel grafik tasarım sözlüğü*. (2.Bs.). (B. Barhana, Çev.). İstanbul: Literatür Yayınları.
- Becer, E. (2015). *İletişim ve grafik tasarım*. (10.Bs.). Ankara: Dost Kitabevi.
- Çeken, B., Çiçekli, K. ve Ersan, M. (2018). Dijitalden doğan illüstrasyon tekniği: low poly. *Sanat Eğitimi Dergisi*, 6(2), 167-179. doi:10.7816 sed-06-02-05
- Çeken, B. ve Ersan, A. G. M. (2019) Günümüz illüstrasyon sanatı ve geleneksel illüstrasyonda sıra dışı yaklaşımlar. *The Journal of Academic Social Science*, 7(97), 318-328. doi:10.16992/ASOS.36770
- Dağ, E. S. (2015). *İllüstrasyonun ikinci altın çağı*. İstanbul: Grafik Kitaplığı.
- Eldjarn, S. (2021). Marel mural. <https://snorrieldjarn.com/marel-mural> (Erişim Tarihi: 11.12.2022).

- Ersan, M. ve Bayraktar, C. (2021). Resimli çocuk kitaplarında sembolik temsil ve kolaj. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 11 (4), 1360-1375. doi: 10.7456/11104100/011
- Gürkan, N., İlhan, Y. (2018). İllüstratif marka tasarımında güncel uygulamalar. *Uluslararası Disiplinlerarası ve Kültürlerarası Sanat*, 3(4), 129-141.
- Hollard, (2022). About us. <https://www.hollard.com.gh/general/about-us> (Erişim Tarihi: 10.12.2022)
- Kaya, B, Ü. (2006). Kurum kimliği ve kurumsal tasarım. *Tasarım+ Kuram*, 3(4), 27-37. doi:10.23835/tasarimkuram.240785
- Kutlu, R. (2015) Tasarımda disiplinlerarası yaklaşım-mekân ve grafik tasarım ilişkisi. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*. 5(3), 40-51. doi: 10.7456/10503100/006
- Leblebici, H. (2009). *Marka görsel kimliği unsurlarından logoya yönelik tüketici algularını belirleme üzerine bir çalışma* (Yüksek lisans tezi), Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Marel, (2022). About marel. <https://marel.com/en/about-marel> (Erişim Tarihi: 11.12.2022).
- Sarı, N. (2006). *Çocuk kitapları illüstrasyonları üzerine bir araştırma ve bir örnekleme*. (Yüksek lisans tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Selçuklu Kent Hizmetleri. (2021). *Sille baraj işletmeleri*. <https://selcuklukenthizmetleri.com/hizmetlerimiz/sille-baraj-isletmeleri> (Erişim Tarihi: 22.12.2022).
- Senah, E. (2022). *Hollard Ghana Murals 2022*. <https://www.behance.net/gallery/154434061/Hollard-Ghana-Murals-2022> (Erişim Tarihi: 10.12.2022).
- Twemlow, A. (2011). *Grafik tasarım ne içindir?. (2.Bs.)*. (D. Özgen, Çev.). İstanbul: Yem Yayın.
- Wigan, M. (2012). *Görsel illüstrasyon sözlüğü*, (M. E. Uslu, Çev.). İstanbul: Literatür Yayınları.

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazarlar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : %50

2. yazar katkı oranı : %50