

173572

İLETİŞİM ARACI OLARAK MEKAN TASARIMI

E. Nazlı BALTACIOĞLU

Yüksek Lisans

Eskişehir 2003

**Anadolu Üniversitesi
Merkez Kütüphane**

YÜKSEK LİSANS TEZ ÖZÜ

İLETİŞİM ARACI OLARAK MEKAN TASARIMI

E. Nazlı BALTACIOĞLU

İç Mimarlık Anasanat Dalı

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mart 2003

Danışman: Doç.Dr.Meral NALÇAKAN

Mekanların hedeflenen kullanıcı tarafından, amaçlanan şekilde kullanılmaması, kullanım sırasında zorlanma yaşanması ve vandalizm gibi istenmeyen davranışların ortaya çıkması çok sık karşılaşılan durumlardır. Bu gibi durumlar, tasarımcı ile kullanıcı arasında bir iletişim sorunu olarak değerlendirilmektedir. Yukarıdaki gözleme dayanarak, bu çalışmada mekan tasarımı bir iletişim süreci olarak ele alınmış; etkin bir kullanım için, kullanıcının bütün yönleriyle göz önünde bulundurulduğu ve mekanı oluşturan elemanların olası etki ve iletilerinin farkında olduğu bir yaklaşım önerilmiştir.

Tez üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, mekan kavramı tanımlanarak, mekan tasarımının iletişimsel yönü ortaya konmuş; daha sonra iletişim kavramı ve iletişim süreci ele alınarak, mekan tasarımı bir iletişim süreci olarak değerlendirilmiştir.

İkinci bölümde, iletinin belirlenmesindeki kriterler, kaynak olarak tasarımcı ve hedef olarak kullanıcı ana başlıkları altında ele alınmıştır.

Üçüncü bölümde ise, belirlenen iletilerin mekana kodlanmasında göz önünde bulundurulması gereken kriterler ortaya konulmaya çalışılmış; bunun için mekanın davranışı yönlendirmesi ve davranış üzerindeki dolaylı etkileri ile mekan tasarımında kullanılan elemanların olası etkileri irdelenmiştir. Son olarak, genel bir değerlendirme yapılmıştır.

ABSTRACT

Quite often, interiors are not used by the intended target user or they are misused and unwanted behaviors such as vandalism take place. Such situations can be claimed as a failure of communication process between the designer and the user. Therefore, this study evaluates interior design as a communication process and proposes an approach that all aspects of the user and all messages that the design elements convey are considered in the design.

This study is constituted of three chapters. In the first chapter, the concept of space is defined and the communicative aspect of interior space is considered. Then, interior design is referred as a communication means and evaluated as a communication process regarding the theories on the concept and the process of communication.

The second chapter appraises the criteria for determining the message to be conveyed under the titles of 'designer' as the source and 'user' as the target in the communication process.

The last chapter is about the criteria for coding the intended message to the physical environment. Accordingly, the direct and the indirect effects of interiors are examined and the elements of interior design are considered in this respect. Finally, a general evaluation is made.

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

E.Nazlı BALTACIOĞLU'nun "İletişim Aracı Olarak Mekan Tasarımı" başlıklı tezi 20 Mart 2003 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca, İç Mimarlık Anasanat Dalında, yüksek lisans tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

İmza

Üye (Tez Danışmanı) : Doç.Dr.Meral NALÇAKAN

Üye : Doç.Dr.Ruşen YAMAÇLI

Üye : Yrd.Doç.Füsun CURAOĞLU

Prof.Dr.Nurhan AYDIN
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü



İÇİNDEKİLER

ÖZ	ii
ABSTRACT	iii
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI	iv
ÖZGEÇMİŞ	v
ŞEKİLLER VE RESİMLER LİSTESİ	viii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

MEKAN TASARIMI VE İLETİŞİM

1. MEKAN KAVRAMI	3
2. MEKANIN SOSYAL YÖNÜ	4
3. İLETİŞİM AÇISINDAN MEKAN	5
4. İLETİŞİM KAVRAMI	10
4.1.Tanım Olarak İletişim	10
4.2.İletişim Türleri	11
4. İLETİŞİM SÜRECİ VE MEKAN TASARIMININ İLETİŞİM SÜRECİ OLARAK DEĞERLENDİRİLMESİ	15

İKİNCİ BÖLÜM

İLETİŞİM ARACI OLARAK MEKAN TASARIMINDA İLETİNİN OLUŞTURULMASI

1. KAYNAK OLARAK TASARIMCI	21
2. HEDEF OLARAK KULLANICI	25
2.1. Kullanıcının Tanımlanması	27
2.2. Kullanıcı Boyutları	27
2.2.1.Antropometrik Boyutlar	28
2.2.2.1.Kişisel Alan Kavramı	29
2.2.2.Duygusal Boyutlar	32
2.2.3.Algısal ve Bilişsel Boyutlar	35
2.2.3.1. Çevresel Algı.....	35
2.2.3.2. Temel Algıya Dayalı Tasarım Kriterleri	36
2.2.3.3. Dikkat Kavramı	42
2.2.3.4. Çevresel Biliş	45
2.2.3.5. Duygusal Süreçler	49
2.3.Davranışlar	49
2.3.1.Davranış Kavramı	50
2.3.2.Davranışın Açıklanması	50

2.4. Mekana Dair Gereksinimler	53
2.4.1. Güvenlik Gereksinimi	54
2.4.2. Kontrol Gereksinimi	55
2.4.2.1.Egemenlik Alanı	57
2.4.2.2. Kişiselleştirme Gereksinimi	58
2.4.2.3. Seçme Özgürlüğü Gereksinimi	60
2.4.3. Mahremiyet Gereksinimi	62
2.4.4. Düzen Gereksinimi	63
2.4.5. Farklılık Gereksinimi	64
2.5. Kişilik Özellikleri ve Kültür	65

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İLETİŞİM ARACI OLARAK MEKAN TASARIMINDA BELİRLENEN İLETİLERİN FİZİKSEL ÇEVREYE KODLANMASI

1. MEKANIN DAVRANIŞI YÖNLENDİRMESİ	70
2. FİZİKSEL ÇEVRENİN DAVRANIŞ ÜZERİNDEKİ DOLAYLI ETKİSİ..	76
2.1.Çevresel Psikoloji ve Fiziksel Çevre-Davranış İlişkisi Üzerine Teoriler	76
2.1.1. Fiziksel Çevreye Verilen Tepkiler	76
2.1.2. Uyarım Özellikleri Açısından Fiziksel Çevre ve Etkileri	77
2.1.3. Fiziksel Çevrenin Uyandırdığı Duygusal Tepkiler	82
2.1.4. Estetik Kavramı	84
3. TASARIM ELEMANLARI VE ETKİLERİNİN ELE ALINMASI	86
3.1. Mekanı Tanımlayan Yatay ve Düşey Sınırlar	86
3.2. Sınırlar Üzerindeki Açıklıklar ve Geçişler	91
3.3. Mobilyalar ve Donatı Elemanları	93
3.4. Renk	95
3.5. Aydınlatma	98
3.6. Ses	101
SONUÇ	102
KAYNAKLAR	109

RESİMLER LİSTESİ

<u>Resim no.</u>	<u>Sayfa no.</u>
Resim 1: Okuma Amaçlı Tasarlanmış Bir Mekan.....	6
Resim 2: Restoran ‘T.K. Tripps’.....	7
Resim 3: Restoran ‘Trapani Pasta Company’.....	7
Resim 4: Yemek Odası.....	9
Resim 5: Yemek Odası	9
Resim 6: Bir Çalışma Mekan	18
Resim 7: Bir Vitrin Tasarımı ‘Fashion Boutique’	33
Resim 8: Oturma Odası.	38
Resim 9: Otel Odası.	38
Resim 10: Restoran ‘Jasper’s’	39
Resim 11: Restoran ‘Nobu’	40
Resim 12: ‘Liberty Center’	40
Resim 13: Japonya’da Bir Oyuncak Mağazası.	41
Resim 14: Aydınlatma Etkileri.	42
Resim 15: Tokyo Edo Müzesi.....	44
Resim 16: Mağaza ‘Reti’	44
Resim 17: İngiltere Redhill Tren İstasyonu.	71
Resim 18: Resepsiyon ‘Alliance for Downtown’	72
Resim 19: Süpermarket.	74
Resim 20: Alışveriş Merkezi ‘Motomachi Cred’	75
Resim 21: Çalışma Mekanı.	87
Resim 22: Oturma Birimi-Rodolfo Dordoni Tasarımı.	89
Resim 23: ‘Euro Disney’ Fransa.....	90

<u>Resim no.</u>	<u>Sayfa no.</u>
Resim 24: Caf�-bar ‘JFK Havaalanı’	90
Resim 25: Mağaza ‘Scott Shuptrine’	92
Resim 26: Toplantı salonu.	94
Resim 27: Toplantı Salonu.	94
Resim 28: Aynı Mekanın Farklı Renklerin Kullanımı ile Yarattığı Etkiler.	96
Resim 29: Bir Mekanın Farklı Aydınlatma Koşulları Altında Görünümü.	99
Resim 30: Rodin Müzesi’nde Bir Fotoğraf Sergisi.	99
Resim 31: Bir Gece Klübünün Girişi.	100

ŞEKİLLER LİSTESİ

<u>Şekil no</u>	<u>Sayfa no.</u>
Şekil 1: Gösterge Şeması.	13
Şekil 2: İletişim Süreci	16
Şekil 3: İletişim Süreci Olarak Mekan Tasarımı.	16
Şekil 4: Shannon ve Weaver İletişim Modeli.	17

GİRİŞ

Tasarlanmış mekanlar her zaman amaçlandığı şekilde kullanılmayabilir. Çeşitli mekanların, işlevlerine ilişkin özellikleri doğru iletmemesi ve buna bağlı olarak öngörülen şekilde kullanılmaması, istenmeyen kullanım durumlarının ortaya çıkması ve kullanıcıların kullanımda zorlanması çok sık karşılaşılan sorunlar olarak gözlenmektedir. Bu durumlara,

- Giriş ve çıkışların ayırdedilememesi,
- Kapıların açılış yönlerinin denenmeden çözülememesi,
- Hedeflenen farklı kullanıcı kitlesinin mekanı kullanması,
- Kullanıcının bir görevliye danışmadan gitmesi gereken bölümü bulamaması,
- Mekanlarda üzerine oturulması ya da basılması istenmeyen kısımların bu amaçla kullanılması,
- Kullanıcının yetkili olmayanlar tarafından girilmesi öngörülme kısımlara girmesi gibi örnekler verilebilir.

Norman'a göre (1988, s.151), tasarımcıların estetik konusunu ilk planda ele alması; tasarımı kendilerine göre değerlendirip, kullanıcının yaşayabileceği sorunları göz ardı etmesi; müşterilerini memnun etmeye çalışırken, asıl kullanıcıya çok önem vermemesi tasarımı yanlış noktalara götüren yaklaşımlar olmaktadır. Mekanların öncelikle, içinde gerçekleşecek insan aktiviteleri ve buna bağlı davranışlar temelinde ele alınması gerektiği düşünülmektedir. Bunun yanında, tasarımcı ve kullanıcı arasındaki bu iletişim sorununa çözüm, hedef kullanıcı tarafından çözülebilecek bilgilerin, fiziksel çevreye uygun şekilde kodlanabilmesine dayanmaktadır (Rapoport, 1982, s.19).

Bu çalışmada, mekan tasarımına iletişim açısından yaklaşımın önemi vurgulanarak; etkin biçimde kullanılan ve düzenleniş amacına bağlı beklentileri yerine getiren bir tasarım için sağlanması gereken kriterler belirlenmeye çalışılacaktır.

Etkin bir kullanım ile ifade edilen; kullanıcının mekanın ne için olduğu, mekana nereden gireceği, girdikten sonra nereye yöneleceği, mekan içinde kiminle etkileşime girmesi gerektiği, yapması gereken işlemlerin sırası gibi durumları olağan bir şekilde ve zorlanma yaşamadan anlayabilmesidir. Mekanın bu anlamda, işlevini ve gerçekleşmesi öngörülen davranışları kullanıcıya iletmesi gerekmektedir. Tasarımcının yapılması

öngörülen davranışları, uygun çevresel elemanlarla kodlamasından önce, kullanıcının fiziksel, psikolojik, algısal ve benzeri boyutlarına aykırı düşmeyecek şekilde belirlemiş olması da, istenen kullanımın sağlanması için önemlidir. Ayrıca, yapılması öngörülen davranışların yanı sıra, istenmeyenlerin de ele alınması ve kullanıcıya iletilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Mekanın düzenleniş amacına bağlı beklentiler ise, mekanın işlevini istenen şekilde yerine getirmesi ile ilgilidir. Örnek olarak, çalışma ve eğitim amaçlı mekanlarda performansın yüksek olması, sosyal amaçlı mekanlarda etkileşimin belli bir düzeyde gerçekleşmesi gibi amaçlar söz konusudur. Bu amaçların da, öngörülen durumlar olarak gerçekleştirilen tasarım tarafından desteklenmesi önemlidir.

Tasarımcının kullanıcıya mekan tasarımı ile, gerek kullanıma dair, gerek duygusal, gerekse sosyal ve kişisel iletiler ilettiğinin farkında olması gerekmektedir. Bu çalışma kapsamında yapılan araştırma sonucunda, mekan tasarımından istenen sonuçların alınabilmesi ve etkin bir kullanımın sağlanabilmesi için, mekan tasarımının bir iletişim aracı olarak ele alınması ve başarılı bir iletişimin gerektirdiği koşulları sağlaması gerektiği görülmektedir. Bu koşullar belirlenerek tasarım süreci için değerlendirilecek ve buna bağlı mekan tasarım kriterleri ortaya konmaya çalışılacaktır. Burada ele alınan mekanlar, öncelikle iç mekanlar olacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

MEKAN TASARIMI VE İLETİŞİM

1. MEKAN KAVRAMI

Sözlük karşılığı olarak mekan kavramı, 'yer, uzay'dır (TDK, 1992, s.1002). Nesnel dolulukla ilişkiliyken, mekanlar sınırların tanımladığı iç boşluğu ifade eder. Scott, mekanı boşlukların sınırlandığı yer olarak tanımlamıştır (Zevi, 1990, s.83). Mekan, sınırları oluşturularak çevresinden farklılaştırılan bir uzay parçası olarak görülebilir.

İnsan aktiviteleri, tanımlanmış olan bu boşluk içinde gerçekleşir (Demirkaya, 1999, s.4). Mekan olmadan, yaşam mümkün değildir (Norberg-Schulz, 1988, s.16). İnsan yaşamının önemli bir kısmı, sınırları tanımlanmış kapalı, açık veya yarı açık mekanlarda geçmektedir.

Mekanlar, insanların aktivitelerinin gerçekleşmesi için gerekli ortamı oluşturur. Buna bağlı olarak iç mimarlık, çeşitli aktiviteler için arka plan yaratmaktır (Denby, 1963, s.108). Daha geniş bir bakış açısıyla, şehir tasarımından mobilya düzenlemesine bütün ölçeklerdeki planlama ve tasarım, farklı aktivitelere göre mekan düzenlemesi olarak görülebilir (Rapoport, 1982, s.179). Kaldırımların planlanması yayaların yürüyeceği, alışveriş merkezleri ve mağazaların tasarlanması belli ürünlerin alınıp satılacağı, banyoların tasarlanması vücut temizliğinin yapılacağı, yemek masasının yerleşimi yemeğin yenileceği alanların oluşturulmasıdır.

Genereux, Ward ve Russel tarafından yapılan çalışma, insanların mekanları davranışlar doğrultusunda ayırdettiğini, çeşitli davranışların tanımlı mekanlarla ilişkilendiriliğini ortaya koymuştur (Genereux, Ward ve Russel, 1995, s.43). Canter (1977, s.158-159), bir mekanın hangi davranışlarla ilişkilendirildiğini, hangilerinin gerçekleşmesinin tahmin edildiğini bilmeden, o 'mekan'ın tam olarak tanımlanamayacağını ileri sürmüştür (Sime, 1995, s.43). Buna göre, bir yer ve anlamı hakkındaki tanımlamalar, büyük ölçüde burada geçen davranışlar hakkındaki bilgilerin sonucudur.

Özet olarak mekan kavramı, içinde belirli bir aktivitenin gerçekleşmesi için, çeşitli sınırlar yardımıyla tanımlanmış ve uygun koşullar içerecek şekilde düzenlenmiş bir hacimdir. Bu bağlamda mekan, öncelikle içerdiği aktiviteler temelinde ele alınması gereken bir kavram olmaktadır.

2. MEKANIN SOSYAL YÖNÜ

Tasarlanmış çevre, aynı zamanda sosyal ve kültürel bir üründür (King, 1990, s.1). İnsan etkinlikleri ve sosyal yapıdan bağımsız hiçbir fiziksel çevre yoktur (Proshansky, Ittelson ve Rivlin, 1970, s.8). Kişinin aktiviteleri, içinde bulunduğu sosyal çevreden bağımsız değerlendirilemeyeceği için, aktivitelerin gerçekleştiği mekanlar da sosyal açıdan ele alınmak durumundadır.

İlk başlarda, bireyin hayatta kalabilmesi için gerekli çevresel koşulları sağlamak üzere ortaya çıkan mimarlık, sosyal yapının dış kabuğunu oluşturarak, toplumun bir göstergesi haline dönüşmüştür (Clark, 1964, s.199). Gregory ve Urry (1985), mekansal yapıların sosyal yaşamın meydana geldiği sahneler olmakla birlikte, sosyal ilişkilerin üretildiği ve düzenlendiği bir araç da olduğunu ileri sürmüştür (Pearson, Richards, 1994, s.3). Benzer şekilde, Hillier ve Hanson (1985), yapıların sadece toplum tarafından ortaya çıkarılmadığına; bunun yanı sıra, tasarlanmış çevrenin sosyal aktiviteleri sınırlandırdığına işaret etmiştir (Locock, 1994, s.9). Buna göre, içinde gerçekleşecek davranışların mekanların oluşmasında olduğu kadar, mekanların da sosyal yaşamın biçimlenmesinde belirleyiciliği söz konusudur.

Kimin, kimle, hangi koşullar altında, ne zaman, nerede ve nasıl bir durumda iletişim kurduğu, mekan tasarımının cevap verdiği sorulardır (Rapoport, 1982, s.181). Mekan, içerdekiler ve dışardakiler arasındaki ile içerdekilerin kendi aralarındaki olmak üzere iki çeşit ilişki tanımlar (Hillier, Hanson, 1985, s.2,15). Çevrede, ilişkiler öncelikle uzaysaldır; objeler ve insanların ilişkileri, aralarındaki çeşitli uzaklıklarla belirlenir (Rapoport, 1982, s.178). Bunun için, yapılarda mekanların düzenlenişi, bir anlamda insanlar arasındaki etkileşimin düzenlenmesidir. Örnek olarak bir bankada, müşterilerle banka çalışanlarının ilişkilerinin ve çalışanların kendi aralarındaki ilişkinin belli ölçüde mekan tasarımını tarafından belirlenmesi söz konusudur. Müşteri öncelikle gişelerde

çalışan kişilerle etkileşime girebilmekte, yüksek banko bu etkileşimi belli ölçüde sınırlandırmaktadır. Sadece küçük bir açıklıktan para alınıp verilmesine olanak tanıyan vezne ise, etkileşim çok daha sınırlıdır. Farklı birimlerde çalışanların birbirleriyle görsel ve duyuşal etkileşimleri kadar, bekleyen müşterilerin birbirleriyle olan ilişkileri de mekanın boyutları, biçimi ve mobilyaların yerleşimi ile tanımlanmış olur.

Mekansal bölünmeler, sosyal hayatı düzenlemesi açısından da önem taşır (King, 1980, s.30). Mekanların fiziksel olarak bölünmesi ve sınıflandırılmasıyla, sosyal ilişkiler de kontrol altına alınmış olur (Pearson, Richards, 1980, s.24). Etkileşimi belirleyen kurallar genelde sosyal kurallarken, işaretler fizikseldir. İnsanları belli mekanlara yerleştirerek, onları gruplar; kategorilere ayırır (Rapoport, 1982, s.191). İnsanların fiziksel mekandaki konumları, sosyal ortamdaki yerlerine de işaret eder (Rapoport, 1982, s.185). Buna bağlı olarak, tanınmayan insanlar hakkında, buldukları mekana ve mekan içindeki konumlarına dayanarak belli yargılara varılabilmektedir. Bir mahkeme salonu, oturma düzeninin sosyal statüyü göstermesi açısından en somut örneklerden biridir.

Sonuç olarak, mekanlar sadece aktivitelerin gerçekleştiği değil, aynı zamanda kişiler arası ilişkilerin önemli oranda belirlendiği ve insanların sosyal statülerinin iletildiği hacimlerdir. Bu sebeple mekanlar, sosyal anlamlarından bağımsız düşünülmemelidir.

3. İLETİŞİM AÇISINDAN MEKAN

Tasarlanmış çevrenin önemli işlevlerinden biri, insanlarla iletişim kurmaktır (Farbstein, Kantrowitz, 1978, s.63). Mimarlık, dünya görüşünü, değerleri, yaşam biçimlerini, toplumsal düzeni ve en önemlisi sürdürülen etkinlikleri anlatan bir anlatım aracıdır (Gür, 1996, s.31,32). Mimari olarak kendini ifade etmeyen ve iletişim kurmayan toplum yoktur (Preziosi, 1979, s.6). Buna göre, mimarlık bir iletişim aracı olarak kabul edilmektedir.

Konu mekan boyutunda ele alındığında, bir mekanın oluşturulması, öncelikle o mekanda gerçekleşecek aktivitenin tanımlanması anlamına gelmektedir. Mekanın düzenleniş şekli de, aktivitenin nasıl gerçekleşeceğini belirler. Buna bağlı olarak bir

mekanın, kullanıcının davranışlarını yönlendirmesi ve sınırlandırması söz konusudur. Stea'nın tanımına göre de mekan, hareketi, görsel ve işitsel duyumu kısıtlayacak fiziksel engellerle tanımlanmış çevredir (Proshansky, Ittelson ve Rivlin, 1970, s.37). Davranışın sınırlandırılıp yönlendirilmesi, mekanın ne için olduğunun, içinde hangi aktivitenin ne şekilde gerçekleştirileceğinin iletilmesi olarak değerlendirilebilir. Örnek olarak, Resim 1'de görülen mekan, kitaplık ve oturma biriminin yanındaki aydınlatma elemanı ile, buranın kitap okumak için düzenlenmiş bir yer olduğunu; oturma biriminin biçimi de, burada ayaklar uzatılmış halde oturulacağını iletmektedir. Bu mekan, sosyal etkileşim veya yemek yemek için uygun koşulları sağlamadığı için, bu aktiviteleri fiziksel olarak sınırlandırmış olmaktadır.



Resim 1: Okuma Amaçlı Tasarlanmış Bir Mekan

Kaynak: Cerver, 2000, s.125.

Fiziksel çevrenin, gerçekleştirilecek ve gerçekleştirilmeyecek davranışlar için açıkça ipuçları içermesi sebebiyle, bir iletişim şekli olarak ele alınması söz konusudur (Rapoport, 1982, s.50). Nelson'a göre (1975, s.6), tasarım bir anlamda da sosyal iletişimdir. Belli bir mekan tanımlandığında, ne tür insanlarla karşılaşılacağı ve nasıl bir etkileşimin olacağını tahmin edilmesini sağlar (Ruesch, Kees, 1964, s.108). Resim 2'de görülen restoran, kullanıcı gubunu çoğunlukla gençlerin oluşturacağını, etkileşimin

dinamik ve yoğun olacağını gösterirken, Resim 3'teki restoran, daha resmi ve sakin bir etkileşimin gerçekleşeceği etkisini vermektedir..



Resim 2: Restoran 'T.K. Tripps'.



Resim 3: Restoran 'Trapani Pasta Company'.

Kaynak: PBC International Inc., 1991, s.193,184.

Kültürlerde, malzemelerin, objelerin ve diğer insan yapımı ürünlerin, sözsüz iletişim yoluyla sosyal ilişkileri düzenlediği görüşü, aynı zamanda antropologların da

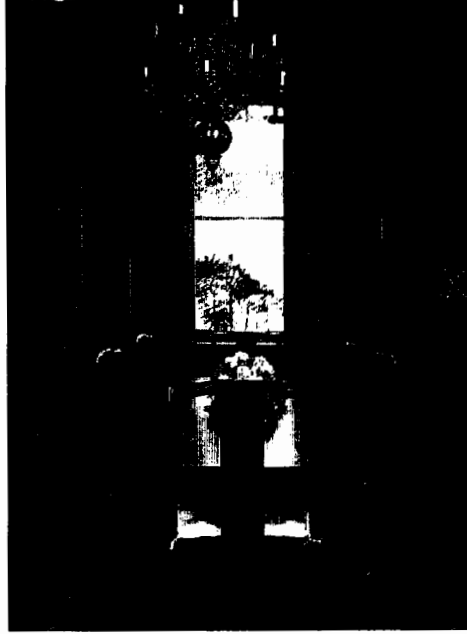
genel yaklaşımıdır (Rapoport, 1982, s.177). Malzemelerin, objelerin ve yapıların iletileri, kültürler arasında farklılık gösterir. Her fiziksel çevrenin, sadece ait olduğu kültürel grubun anlayabildiği, işaretler, malzemeler, renkler, biçimler, boyut ve mekan düzenlemesi ile ifade edilen belirli bir sosyal anlamı vardır (King, 1980, s.28). Bir başka açıdan bakıldığında, geçmiş toplumlar ve kültürlerinin tanımlanması, büyük ölçüde onlardan kalan objeler ve yapılar aracılığıyla olmakta; bunlar, o toplumdaki yaşam biçimleri ve sosyal ilişkiler hakkında bilgiler iletmektedir.

Fiziksel çevre, dile benzer şekilde, işaretler sistemi olarak sosyal anlamlar ifade eder (Hillier, Hanson, 1985, s.8). İnsanlar, bu çevresel işaretler doğrultusunda davranırlar. Aynı kişilerin, farklı ortamlarda farklı davranmaları bu nedene bağlanmaktadır (Rapoport, 1982, s.57). İşaret sistemleri, çözülebiliyorsa ve anlaşılabiliriyorsa, mekanın ne olduğunu tanımlar, sosyal pozisyonu işaret eder, grup kimliğini ortaya çıkarır, beklenen davranışı gösterir (Rapoport, 1982, s.181,182). Örnek olarak, ofislerde çalışanların konumları, birbirlerine uzaklıkları ve yerleşim düzeni, çalışanlar hakkında sosyal iletiler iletir, özel ve kamusal alanları tanımlar ve böylece dışarıdan gelenlerin nasıl davranacağı konusunda fikir vererek, duruma uygun davranışların gerçekleşmesi için gerekli ortamı oluşturur.

Fiziksel çevre, sosyal iletilerin yanında, kullanımına ilişkin iletiler de içermek durumundadır. Bir mekan kullanıcıya, öncelikle nerede bulunduğunu ifade eden, yolunu bulmasına yardımcı olacak iletiler taşımalıdır. Örnek olarak, bir metro istasyonunda, kişi biletin nereden alınacağını ve nasıl kullanılacağını, hangi yön için hangi durağa gideceğini, beklerken nereye oturabileceğini, güvenliği açısından geçmemesi gereken sınırları anlayabilmelidir.

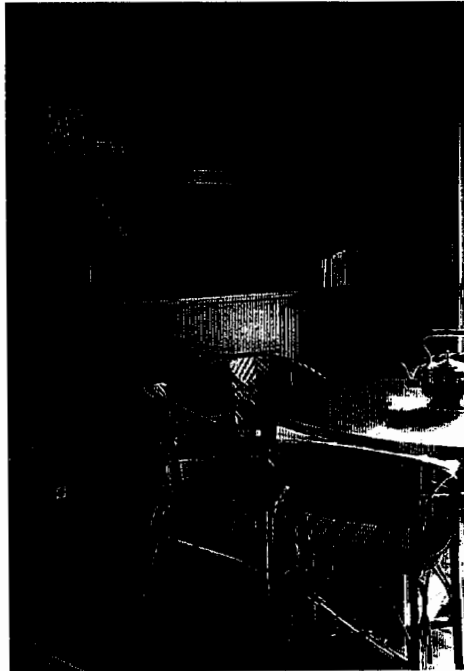
Mekanın çeşitli özellikleri, iletinin iletmesini sağlayabilir. Ne tür bir yer olduğunu ve orada ne yapılması ile ne yapılmaması gerektiğini doğrudan belirten işaretler ve grafikler kullanılabilir gibi, mekanın biçimi de işlev hakkında bilgi verebilir. Örnek olarak, boş bir duvara karşı eğimli bir zeminde, yan yana sıralanmış, diziler şeklinde oturma birimleri içeren karartılmış bir mekan, gösterim salonu olarak tanımlanabilir. Mobilyaların düzenlenişi, insanların arasındaki ilişkileri; mekandaki objeler, beğenileri ve hangi aktivitelerin yapıldığını iletir (Farbstein, Kantrowitz, 1978, s.61). Rahat bir oturma düzeni ve esnek bir mekan anlayışı gayri resmi bir etkileşimi;

ağır elemanlar ve dzenli bir yerleşim ile statü farklarını iletcek oturma düzeni resmi bir etkileşimi gösterir (Miller, Schlitt, 1985, s.160). Resim 4'te görülen yemek odası resmi, Resim 5'teki ise, gayri resmi bir etkileşimi ileten mekanlara örnektir.



Resim 4: Yemek Odası

Kaynak: Poore, 1994, s.68.



Resim 5: Yemek Odası.

Kaynak: Cerver, 2000, s.216.

Mekanın düzenleniŖi ve mobilyaların niteliklerinin yanı sıra, ses ve kokular da mekanın iŖlevi konusunda fikir verebilir (Farbstein, Kantrowitz, 1978, s.61). Bu unsurlar, mekanın etkisini güçlendirmek üzere tasarıma katılabilir. Örnek olarak, ızgaranın ayrı bir mekan yerine, yemek yenilen kısımına açık bir Ŗekilde yapılacağı bir et restoranında, kokunun restoranın iŖlevini göstermesi ve iŖtah açıcı etki yaparak, mekanın amacını desteklemesi sağlanabilir. EtkileŖimde iŖitsel mahremiyetin öngöröldüğü veya bastırılması istenen seslerin olduğu durumlarda, su sesi veya müzik kullanılmaktadır.

Özet olarak mekanlar, gerçekteŖirilecek ve gerçekteŖirilemeyecek davranıŖları, kiŖilerin sosyal konumları ile aralarındaki etkileŖimin nasıl olacağını ve kullanıma dair ipuçlarını iletmediği için, mekan tasarımı bir iletiŖim Ŗekli olarak görölmektedir.

4. İLETİŖİM KAVRAMI

Büyükölüğü, biçimi, içerdidiği donatıların özellikleri ve düzenleniŖleri, kullanılan malzemeler ve bütün diğer fiziksel özellikleriyle bir mekanın; iŖlevini, içinde bulunan sosyal koŖulları, yapılması öngörölen davranıŖları, kullanıma iliŖkin ipuçlarını iletmesi söz konusudur ve mekan tasarımı bir iletiŖim Ŗekli olarak kabul edilebilir. Buna bağlı olarak tasarımdan istenen sonucun sağlanması, yani öngörölen davranıŖların gerçekteŖmesi için, başarılı bir iletiŖimin gerektirdiği Ŗartların mekan tasarımı açısından değerlendirilmesi önerilmektedir. Bunun için, iletiŖim kavramı ele alınarak, mekan tasarımı bir iletiŖim süreci olarak değerlendirilecektir.

4.1. Tanım Olarak İletiŖim

İletiŖim, yaŖamın farklı boyutları için ele alınabilecek, vazgeçilmez bir kavramdır. Örnek olarak, biyolojik yaŖam, belli bir düzen içinde iŖlemesi gereken iletiŖim sistemleri olarak tanımlanabilir (Faruque, 1984, S.9).

İletiŖim birçok disiplin tarafından incelenmektedir ve iletiŖim kavramının çok çeŖitli tanımları mevcuttur. Matematiksel, psikolojik, sosyal-psikolojik, sosyolojik, kitle iletiŖim, linguistik, pedagojik ve siyasi iletiŖim gibi modeller, farklı teorik düşöncelere

dayanarak 'iletişim' kavramını tanımlamaya ve değerlendirmeye çalışmışlardır. İletişim, kimine göre 'uyarı-tepki', kimine göre ise 'canlı varlıklar arasında bilgilerin aktarılması' anlamına gelmektedir. Ancak, iletişimin klasik fonksiyonu olarak 'bilgi aktarımı' tezi yaygındır (Gökçe, 1993, s.24,25).

İletişim, basit tanımıyla, bir 'haber verme, bilgi verme, bilgi gönderme, bilgi yayma eylemi' olarak açıklansa da, yalnızca 'yayım' değil, aynı zamanda 'alma' ve 'tepki gösterme'yi de içermektedir (Şenyapılı, 1996, s.1). Bir iletişimin söz konusu olabilmesi için, iletinin belirlenmiş yani seçilmiş kişi tarafından algılanmış olması ve bu kişinin karşısındakine yönelik iletişimsel davranması gerekmektedir (Gökçe, 1993, s.37,38). Schulz'a göre de (1971, s.90), iletişim kavramı iletişimin bitmesinden, yani iletişim eyleminin gerçekleşmesinden sonra kullanılabilir. Diğerleri, sadece bir iletişim denemesi veya girişimidir.

Özet olarak iletişim, herhangi bir bilginin belirli kişi veya kişilere aktarılması, bu kişiler tarafından algılanması ve iletinin öngördüğü tepkinin verilmesidir. Buna göre iletişim, bilgi aktarımının ağırlıklı olduğu bir durum değil, bilgiyi alanın tepkisinin de eşit derecede önem kazandığı bir etkileşimdir. Bu açıdan, mekan tasarımı bir iletişim şekli olarak ele alındığında, kullanıcı-mekan etkileşimi ön plana çıkmakta ve kullanıcı merkezli bir yaklaşım söz konusu olmaktadır.

4.2. İletişim Türleri

İletişim biliminde, kaynaktan alıcıya bir ileti taşıyan herşey iletişim aracıdır ve iletişim türleri, iletişim araçlarının sınıflandırılmasına göre şu başlıklar altında toplanabilir:

- 1-Sözel (ya da söze dayalı) iletişim
- 2-Sözsüz (ya da söze dayanmayan) iletişim
- 3-Görsel iletişim
- 4-Dokunsal iletişim (Şenyapılı, 1996, s.4).

Mekan tasarımında, bilgilendirici ve yönlendirici yazılar bulunabileceği için söze dayalı iletişim ve dokunma duyusuna bağlı etkiler olabileceği için dokunsal

iletişimden bahsedilebilir. Ancak, Şenyapılı'ya göre (1996, s.47,48), mekan dilinde söz yoktur; mekanın hangi amaçla kullanıldığına dair yapılan sözlü açıklamalar dolaylıdır, dışarıdan katkıdır, mekanın dili görseldir. Bu bağlamda, mekan tasarımına bir iletişim aracı olarak yaklaşıldığında, görsel iletişim ele alınması gereken önemli bir konu olmaktadır.

Görsel iletişim öncelikli olarak, görsel araçlarla bilginin paylaşılmasıdır (Curtiss, 1987, s.3). Şenyapılı tarafından (1996) görsel dilin araçları, beden ve yüz devinimleri, resim, heykel, sahne sanatları, fotoğraf, sinema ve mimarlık olarak sayılmaktadır.

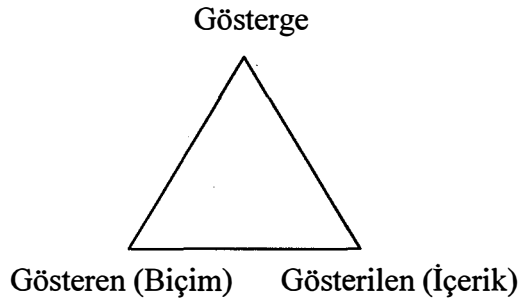
Bir ileti göndermek için seçilebilecek en etkili kanal görsel olandır. Bunun bir nedeni, beyinde görsel bilginin işlendiği bölümün, diğerlerinden büyük olmasıdır. Ancak asıl neden, beynin aynı anda birden fazla görsel iletiyi işleyebilme yetisidir. 'Paralel işleme' denilen bu özelliğe göre, önde gerçekleşen aktiviteler izlenirken, arka plan da algılanabilir. Buna karşılık, konuşma sırasında 'sıralı işleme' söz konusudur; bir anda sadece bir kelime duyulur ve bir sonrakine geçilmeden önce bunun işlenmiş olması gereklidir (Morgan, Welton, 1986, s.112). Bu özellik, mekanların kullanımında yazılı uyarıların, biçimsel iletilere göre etkisiz kalışına açıklık getirmektedir.

Görsel dilin, sözel dil gibi öğrenilmesi gereklidir (Şenyapılı, 1996, s.61). Curtiss'e göre de (1987, s.3), görsel iletilerin gerek oluşturulması, gerekse anlaşılması bilgi ve deneyim gerektirir. Bir görsel iletişim şekli olarak mekan tasarımında da istenen sonucun sağlanması için, kullanılan elemanların olası etkilerinin ve iletilerinin bilinmesi gereklidir.

Görülme ve deneyimlenme üzere yaratılmış veya biraraya getirilmiş objeler, görsel ifade olarak tanımlanmaktadır (Curtiss, 1987, s.4). Bu tanım, çok çeşitli boyutları, biçimleri, farklı formatları, üretim yöntemlerini, malzeme ve teknikleri kapsar. Her insan görsel iletiler iletir ve ortaya konan ifadeyi görebilen herkes de alıcı konumundadır. Görsel iletişimde bulunan kişinin, görsel iletilerinin ne derecede bilincinde olduğu, bu konuda almış olduğu eğitim ve sahip olduğu iletişimsel niyet, onun tasarımcı, sanatçı veya iletişimde bulunan herhangi bir kişi oluşunu belirler (Curtiss, 1987, s.4). Buna göre, herhangi bir kaynak, bu konuda eğitim almadan ve

bilinçli niyetlere sahip olmadan, kişisel amaçlarla, görünüşü, giydiği giysiler veya düzenlediği oda ile görsel iletiler iletir. Bunun yanında bir tasarımcı, kapsamlı bir eğitim almış olarak, bilinçli iletişim kurma niyetleri ve müşteri kaynaklı problemleri çözme amacı ile, mimarlık, iç mimarlık, çevre tasarımı, moda ve ürün tasarımı, grafik tasarım, sinema alanlarında görsel ifadeler meydana getirir. Konusunda eğitim almış olabilen bir sanatçı ise, kendini ifade etme amacına ve kimi zaman bilinçli, kimi zaman da bilinçsiz niyetlere sahip olarak resim, heykel, fotoğraf, baskı, takı gibi görsel ifadeler ortaya koyar. Özet olarak mekan tasarımında, tasarımcı, kullanıma yönelik amaçlarla ve ifade ettiği anlamların bilincinde olarak görsel iletiler ortaya koymak durumundadır.

Görsel ifadeler içerik ve biçimden oluşur. Görsel ifadelerin içerikleri, duygusal, mistik, kurgusal, felsefi, dini, politik veya bilgilendirici olabilir. Biçim ise, görsel bir ifadenin yapısıdır. Biçim, hem şekil, boyut, malzeme ve yapılış tekniği gibi fiziksel niteliklere sahiptir, hem de çizgi, hacim, renk gibi belli prensiplere göre bir araya gelen teorik elemanlardan oluşur (Curtiss, 1987, s.5,6). Saussure, biçime 'gösteren', içeriğe de 'gösterilen' demiştir. Bir göstergede, yani görsel ifadede gösterenle gösterilen arasındaki ilişkinin kurulmasına 'anlamlama' denmektedir (Asatekin, 1997, s.45,46). Kullanılan yaygın bir gösterge şeması Şekil 1'de verilmiştir.



Şekil 1: Gösterge Şeması.

Kaynak: Asatekin, 1997, s.46.

Bir toplumda yer alan görsel kültürün bütün öğelerinde işaret sistemleri bulunur. Bunlar, dışsal ve içsel işaret sistemleri olmak üzere iki şekilde ele alınabilir (Barnard, 1998, s.133). Dışsal işaret sistemleri, bir mekan için ele alındığında, burada yaşanacak deneyimleri, beklenen ilişkilerin doğasını gösterir; bir anlamda kullanıcıyı hazırlayıcı özelliği vardır. Williams'ın (1981, s.131) verdiği örneğe göre, bir sanat galerisi, resim

ve heykel gibi eserlerin gözlenebileceği yer olarak tasarlanmış ve özelleştirilmiş bir mekandır. Dışsal işaret sistemleri, burada kişinin sanat yapıtları arasında olduğunu, gezmeye açık ya da kapalı olduğu saatleri, hangi düzende yürünmesi gerektiğini ve çalışmalara yaklaşılması uygun görülen en az mesafeyi iletir (Barnard, 1998, s.134). Kısaca dışsal işaret sistemleri kullanıcıyı farklı davranış şekillerine hazırlar. İçsel işaret sistemleri ise, belli biçimdeki bir tasarımın genel kabul gören anlamlarıdır ve biçim ile sosyal yapı arasındaki ilişkiyi gösterir. Örnek olarak, belli biçimler, renkler ve dokular, farklı cinsiyet ve yaş gruplarıyla ilişkili olarak kabul edilmektedir. İçsel işaret sistemleri, belli bir sosyal sınıf kimliğinin de göstergesi olabilir (Barnard, 1998, s.133-140). Farklı kültürlerdeki sosyal yapı ile toplumun kabulleri farklı olacağı için, işaret sistemleri de farklılık gösterecektir.

Bir mimarlık yapıtıyla kurulan iletişimde etkili olan öğeler, mekan ve kütle öncelikli olmak üzere hacim, yüzey, ışık, gölge, renk, orantı, ölçek, denge ve doku olarak sayılabilir. Ancak, bir mimarlık yapıtıyla kurulan iletişimde yapıtın işlevselliği de etkindir (Şenyapılı, 1996, s.66). Buna göre, kapının giriş çıkışı, sandalyenin oturmayı ifade etmesi gibi, çeşitli elemanların belirli fonksiyonlarla ilişkili olarak algılanması söz konusudur.

Kaynağın durumuna, gerçekleşen iletişimde kanal azlığı ve çokluğuna, aracın özellik ve niteliklerine göre, iletişimi bir başka açıdan; yüzyüze (kişisel) iletişim ve kişisel olmayan iletişim olarak türlere ayırmak da mümkündür (Şenyapılı, 1981, s.47). Yüzyüze yani kişisel iletişim, katılanların birbirini görerek ve tanıyarak gerçekleştirdikleri iletişim şeklidir. Kişisel olmayan iletişimin temel niteliği ise, yüz yüze kurulmamasıdır. Bu tür iletişimde, gönderici ve alıcıdan çok 'araç' belirleyici özellik taşımaktadır.

Mekan tasarımında, müşteri asıl kullanıcı olduğunda veya bütün kullanıcıları birebir tanımak söz konusu ise kişisel iletişimden bahsedilebilir. Diğer durumlarda, kişisel olmayan iletişim gerçekleşmektedir. Bu iletişim şeklinde, kullanıcıların tepkilerini baştan ölçmek söz konusu olmadığı için, aracın, yani çevresel elemanların olası etkilerinin bilincinde olunması gerekmektedir.

Kişisel olmayan bir iletişim türü, kitle iletişimidir. Kitle iletişiminde temel özellik, yüksek alıcı sayısı, yani bir kaynağın çok kişiye ulaşmasıdır. Bu ise, araçla sağlanmaktadır. Dolayısıyla, kitle iletişimini 'araçlı iletişim' diye adlandırmak da olanaklıdır. Bu tür iletişimde, kaynak açısından, alıcıların tepkisini gözleme fırsatı ya çok azdır ya da hiç yoktur (Şenyapılı, 1981, s.50). Kaynak alıcıları bazı istatistikî bilgilerin dışında tanımaz. Dolayısıyla, kitle iletişiminde kullanılan iletiler birçok insana ulaşma, etkileme ve kabul görme amacıyla olduğu için, genel niteliklere sahip olmak durumundadır.

Kamusal mekanların tasarımı, kitle iletişimi olarak görülebilir. Buna göre, hedef kullanıcının iyi tanınması, özelliklerinin doğru belirlenmesi gereklidir. Kişisel özelliklerin saptanmasının mümkün olmadığı bu gibi durumlarda, kullanıcı grubunun yaş düzeyi, eğitim durumu, sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel konumu gibi kriterlere bağlı genel özellikler göz önünde bulundurulmalıdır.

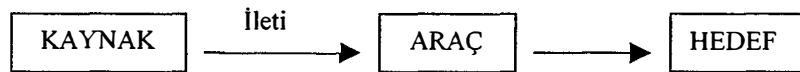
Özet olarak, öncelikle görsel iletişim şekli olan mekan tasarımında, tasarım elemanlarının olası etkilerinin ve buna bağlı olarak kullanıcının algısal özelliklerinin ele alınması gerektiği düşünülmektedir. Bunların yanı sıra, tasarımın kişisel olmayan iletişim ya da kitlesel iletişim olarak gerçekleştiği durumlar için, mekansal gereksinimler ve kullanıcı mekan etkileşimi bağlamında genel kullanıcı özellikleri, önem taşıyan kriterler olarak görülmektedir. Göz önünde bulundurulması gereken kullanıcı özellikleri ikinci bölümde 'Hedef Olarak Kullanıcı' konusunda, olası etkileri açısından tasarım elemanları ise üçüncü bölümde ele alınacaktır.

5. İLETİŞİM SÜRECİ VE MEKAN TASARIMININ İLETİŞİM SÜRECİ OLARAK DEĞERLENDİRİLMESİ

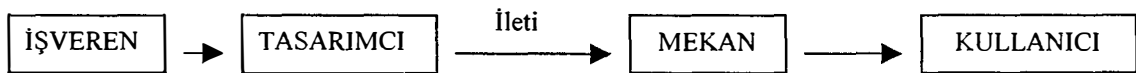
İletişim sürecini dört temel öge oluşturmaktadır;

- Kaynak: Birşey iletmek isteyen kişi veya grup,
- İleti: İletilmek istenen anlam içeriğinin kendisi,
- Araç: İletiyi taşımaya sağlayan bir medya,
- Hedef: İletiyi algılaması istenen kişi ya da kişiler (Gökçe, 1993, s.51).

Tasarımcı iletişim sürecindeki kaynak; meydana gelmesi öngörülen davranış ve duygusal tepkiler ileti; fiziksel mekan araç ve kullanıcı hedef olarak değerlendirilerek, bir iletişimin gerçekleşme koşulları tasarıma uygulanabilir. Burada belirtilmesi gereken bir nokta, uygulamada tasarımcının bir mekanı kendi kararıyla tasarlayan kişi olmamasıdır. Mekanın sahibi olan kişi veya tasarımın yapılmasını isteyen bir kurum olarak işverenin tasarım sürecini başlatması ve maddi olanakları sağlaması söz konusudur. Bu açıdan yaklaşıldığında, işveren de, mekanı kullanacak kişilerin çeşitli davranışlarını öngörmesi bakımından kaynak olarak görülebilir. Şekil 2’de, iletişim süreci, Şekil 3’te ise Şekil 2’den uyarlanarak, iletişim süreci olarak mekan tasarımı şematize edilmiştir.



Şekil 2: İletişim Süreci



Şekil 3: İletişim Süreci Olarak Mekan Tasarımı

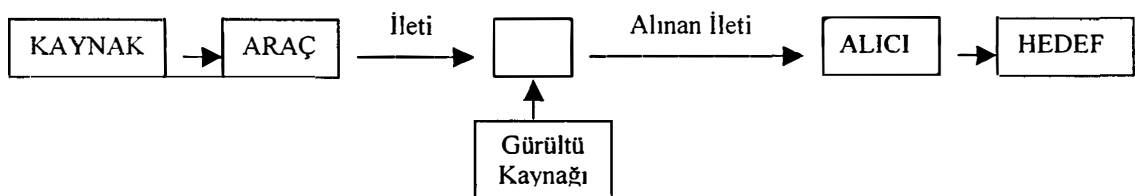
Bir iletişim sürecinde, birbirleriyle karşılıklı ilişkiye giren en az iki kişi kadar, iletişimin amacı da önemlidir. Kaynağın iletişimsel eyleminin amacı, hedefe bir araç yardımıyla, ileti iletmek, hedef üzerinde belli bir etki bırakarak, öngörülen davranışta bulunmasını sağlamaktır. Bu amaç olmazsa, iletişim yerine sadece kendini ifade etme eylemi gerçekleşmiş olur (Morgan, Welton, 1986, s.8,11). Ball-Robeach ve De Fleur tarafından yapılmış olan sınıflandırmaya göre, bir iletişimden beklenen sonuçlar, bilişsel, duygusal ve davranışsal olmak üzere üç şekilde ele alınabilir (Morgan, Welton, 1986, s.110).

Alıcı üzerinde belli bir etki bırakarak, öngörülen davranışta bulunmasını sağlamak şeklindeki iletişim amacının gerekliliği, tasarım için de geçerlidir. Bir mekanın tasarımına sadece estetik açıdan yaklaşılmaması, kullanıcının davranışlarının ve mekanla etkileşiminin de göz önünde bulundurulması, yani mekanın boş olarak değil, içinde bulunan ve çeşitli şekillerde davranarak onunla etkileşime geçen kullanıcı

ile birlikte ele alınması gerektiği düşünülmektedir. Mekanın kullanım şekli planlanarak yapılan tasarımda, kullanıcının belli biçimde davranmasının önerilmesi söz konusudur.

Kimi iletileri gönderirken sahip olunan niyetler, ulaşılan sonuçlarla aynı olmayabilir. Bunun yanı sıra, bir iletinin işlevi zamanla değişebilir (Morgan, Welton, 1986, s.103). Mekan tasarımında söz konusu olan iletişim bir defaya özgü değil, mekanın kullanım süresince, farklı koşullarda ve farklı alıcılar için sürekli tekrarlanan bir süreçtir. Bunun yanı sıra, içinde bulunulan toplum, hızla gelişen teknolojiye bağlı olarak sürekli değişmektedir. Önceki kuşaklar gibi geleneksel ve kültürel değişmezliğe sahip değildir. Kitle iletişim araçları moda ve zevklerde ani ve temel değişiklikler yaratmakta, ürünler kullanım ömrünü tamamlamadan işlevini yitirebilmektedir (Lawson, 1997, s.115). Tasarlanan mekanların işlevinin de zamanla değişmesi ve buna bağlı olarak öngörülen davranışların geçerliliğini kaybetmesi beklenebilir.

İlk iletişim modellerinden biri olan ve telekomünikasyon sistemlerinin etkinliğini artırma amaçlı geliştirilmiş Shannon ve Weaver modeli (1949), iletişimde beş aşama tanımlar ve bir de gürültü kavramını ileri sürer (Gökçe, 1993, s.8). Bu modelde, ilk olarak kaynak, istenen bir iletiyi mümkün olan diğer kaynaklar arasından seçer. Bir sonraki aşama, bu iletiyi mevcut olan araca uygun şekilde sinyale çevirir. Bu sinyal, araç üzerinden alıcıya iletilir. Dördüncü aşamada alıcı, bu sinyalden iletiyi yapılandırır ve son aşama olarak hedefe iletir. İnsan iletişimlerinde, alıcı duyu organları, hedef ise beyin olarak değerlendirilebilir. Gürültü kavramı, iletiyle aynı aracı kullanan ve alınan sinyalin farklı algılanmasına sebep olan, kaynağın önceden amaçlamamış olduğu durumlardır (Morgan, Welton, 1986, s.5). Gürültü etkisi sonucu, kaynak tarafından üretilen ileti ile alıcı tarafından yeniden yapılandırılıp hedefe ulaştırılan ileti aynı anlama gelmeyebilir, bu da iletişimin başarısız olmasına yol açar (Gökçe, 1993, s.9). Şekil 4’de, Shannon ve Weaver modeli şematize edilmiştir.



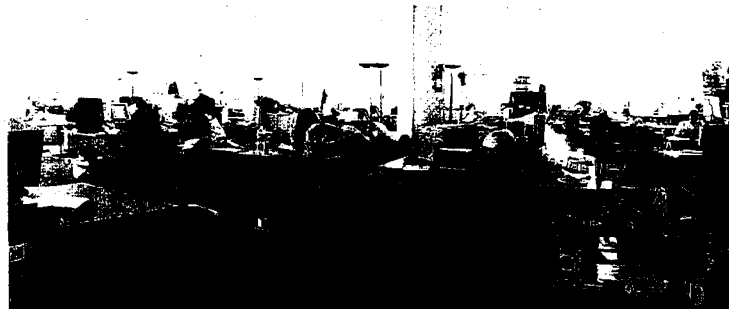
Şekil 4: Shannon ve Weaver İletişim Modeli.

Kaynak: Morgan, Welton, 1986, s.5.

Shannon ve Weaver'ın modelinde gürültü etkisinin yanısıra, tanımlanan her aşama, iletişimdeki olası sorunun sebebi olabilir; kaynağın iletmek istediği asıl iletinin ayırında olmaması; iletiyi ifade ettiği sembollerin veya iletiyi üzerinden gönderdiği fiziksel aracın uygun olmaması; iletinin kullandığı sembolik dilin alıcı için yabancı olup, alıcının iletiyi çözümleyememesi; ileti yapısal olarak yeniden yapılandırılabilmiş olsa da, iletinin içeriğinin, alıcının düşünce yapısının farklılığı ya da iletinin karmaşık yapısı sebebiyle alıcı tarafından kavranamaması gibi (Morgan, Welton, 1986, s.5,6).

Shannon ve Weaver'ın modeli tasarıma uygulandığında, tasarımcının iletmek istediği iletinin bilincinde olmaması; iletiyi iletmek üzere seçtiği fiziksel elemanların duruma uygun olmaması ve beklenen etkiyi yaratamaması; kullanıcının iletiyi algılayamaması; algılayabilse de, farklı düşünce yapısı ve değer sistemi nedeniyle kavrayamaması tasarımın istenen sonucu verememesinin nedenini oluşturabilir.

Gürültü kavramı da tasarım için ele alınmalıdır; bir mekanın sosyal ve fiziksel çevresinden bağımsız algılanamayacağını ve kullanıcının mekanı boş olarak değil, içinde insanlarla ve kullanım sırasında meydana gelecek, kalabalık, yüksek ses düzeyi gibi olası fiziksel koşullar içinde deneyimleyeceğinin göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Bunun yanı sıra, kullanıcının mekanı kişiselleştirmek ve değişen gereksinimlerine uydurmak amacıyla yapacağı eklemeler ve düzenlemeler de, tasarımcının amaçlamadığı ve görsel etkiyi bozan durumlar olacağı için, gürültü olarak tanımlanabilir. Tasarımcı, bu gibi olasılıkların farkında olarak tasarımı ele almalıdır. Resim 6'da, kullanıcılar ve masaların üzerindeki eşyalarıyla bir çalışma mekanı görülmektedir. Bu mekanın boşken görünümü, kullanım sırasındakinden çok farklı olacaktır.



Resim 6: Bir Çalışma Mekanı

Kaynak: Duffy, 1997, s..

Shannon ve Weaver'ın modelinden yola çıkan Berlo, başarılı bir iletişim için; kaynak ve hedefin aynı iletişim dilini bilmeleri, işaretleri aynı şekilde kullanmaları ve bunun için de aynı sosyo-kültürel sisteme ait olmalarının gerekliliğini vurgulamıştır (Morgan, Welton, 1986, s.9-11). İletişim durumunun karşılıklı doğru yorumlanmasında, ortak değer ve norm sistemi büyük ölçüde etkilidir. Karşılıklı iletişim ve anlaşmanın oluşması için, iletişimde bulunanların ortak bir dile, ortak değer ve norm sistemlerine ve böylece karşılıklı davranış şekillerinin beklenebilirliği imkanına sahip olmaları gerekmektedir (Gökçe, 1993, s.75).

Bir iletişim şekli olarak tasarımda da, kaynak ve alıcının ortak bir dile sahip olması gereklidir. Tasarımcı, bu anlamda, ifadelerinde tamamen bağımsız olamaz; anlaşılabilirlik için kullanıcının sahip olduğu anlamların, değer ve norm sisteminin farkında olmak durumundadır. Chambers'a (1986) göre, bir iletişim şekli olarak tasarımın dört şekilde gerçekleşmesi söz konusudur:

- 1-İleti tasarımcı tarafından yollanır ama alıcı tarafından alınmaz.
- 2-İleti yollanır, tasarımcı ve alıcı için aynı şeyi ifade eder.
- 3-İleti yollanır, alınır ama anlaşılmaz.
- 4-İleti yollanır, ancak ileti yanlış ya da tam tersi olarak alınır (Büyükarda, 2000, s.71).

Buna göre, tasarımın istenen sonucu verememesinin nedenleri, iletinin farkedilememesi, kavranamaması ve tasarımcı ile kullanıcının farklı anlamlara sahip olmasından dolayı öngörülen biçimde yorumlanamaması olarak görülebilir.

İletişim için önemli rol oynayan bir başka kavram, geri besleme kavramıdır. Kaynağın, ortaya koyduğu anlamı hedefin algılayıp algılayamadığı, algılamışsa tepkisinin ne olduğu hakkında bilgi elde ettiği süreçtir. Bu bilgi, iletişim sürecini, daha başarılı olarak devam ettirmek için yönlendirir (Gökçe, 1993, s.55).

Geri-besleme, daha önceki kullanıcı tepkileri gözlenerek yapılacak tasarımın buna göre ele alınması anlamında, tasarımdan istenen sonucun sağlanmasına yardımcı olabilir. Kullanıcıdan geri-besleme alınması, çoğunlukla davranış ve sosyal psikologların çalışmaları ile sağlanmaktadır (Young, 1986, s.166).

Sonuç olarak, başarılı bir tasarım için, tasarımcının iletmek istediği iletinin bilincinde olması, kullanıcının farkedebileceği, algılayabileceği ve kavrayabileceği şekilde iletisini düzenlemesi ve göndermek için uygun aracı, yani fiziksel elemanları seçmesi gerekmektedir.

Bir iletişim süreci olarak mekan tasarımının istenen sonuca ulaşması için sağlaması gereken durumları belirlemek üzere, iletinin oluşturulmasındaki kriterler ikinci bölümde; fiziksel çevreye kodlanmasındaki kriterler üçüncü bölümde detaylı olarak ele alınacaktır.

İKİNCİ BÖLÜM

İLETİŞİM ARACI OLARAK MEKAN TASARIMINDA İLETİLERİN OLUŞTURULMASI

Birinci bölümde, bir tasarımdan istenen sonuçların elde edilmesi için, tasarımın bir iletişim süreci olarak ele alınıp, başarılı bir iletişimin gerektirdiği şartların sağlanması gerektiği ortaya konulmuştur. Bu bölümde ise, tasarımcının iletişimini belirlemedeki kriterler ortaya konmaya çalışılacaktır. Bu kriterler, 'Kaynak Olarak Tasarımcı' ve 'Hedef Olarak Kullanıcı' ana başlıkları altında ele alınacaktır.

1. KAYNAK OLARAK TASARIMCI

Mekan tasarımı bir iletişim şekli olarak ele alındığında tasarımcı, kullanıcıya belli bir işlev, kullanım şekli, yapılması istenen ve istenmeyen davranışlar ile sosyal anlamlar ileten kaynaktır. İletişimsel bir süreç olarak tasarım, tasarımcının iletişimini belirlemesi ile başlar.

Bir iletişim sürecinde yanıtlanması gereken öncelikli soru, iletişimin amacıdır. İletişim, alıcıyı bir konu hakkında bilgilendirmek, kitlenin değer yargılarını değiştirmek amaçlarına yönelik olabilir. Bir firmaya imaj kazandırmak da, başlı başına bir iletişim kurma nedenidir (Becer, 1997, s.14). Buna göre, iletiler uyarma, bilgilendirme, ikna etme, düşünceleri ortaya koyma gibi işlevler üstlenebilir. Özellikle grafik tasarım için ileri sürülen bu görüşlerin, mekan tasarımı için de ele alınabileceği düşünülmektedir. Bir mekan kullanıcıyı, işlevi ve kullanımı konusunda bilgilendirebileceği ve uyaracağı gibi, mekana kurumsal kimlik kazandırabilir, farklı kullanımlar öngörerek bu konudaki yargıların ve kabullerin değiştirilmesini önerebilir.

İlk bölümde ele alındığı gibi, mekan tasarımının öncelikli amacı belli bir gereksinimi karşılama, gerçekleşecek bir aktivite için uygun yer oluşturmaktır. Tasarımcı, kullanıcısının gereksinimlerini karşılama ama aynı zamanda özgün bir tasarım ortaya koyma çabasında, bir meydan okuma ile karşı karşıyadır (Bell ve diğerleri, 1990, s.366). Tasarımcının, duygusal ve fiziksel olarak kabul edilir mekanlar yaratma zorunluluğu vardır (Isaac, 1971, s.7). İnsan, mimari tasarımların kullanıcısıdır,

herşey onun için tasarlanır (Arcan, Evcı, 1999, s.22). Bunun için, tasarımcı tasarımında tamamen özgür değildir. Kullanıcıyı tanımak ve tasarımını onun gereksinim ve beklentilerini karşılayacak şekilde biçimlendirmek, iletisini ona göre belirlemek durumundadır.

Kullanıcıdan farklı olarak işverenin beklentileri de tasarımcıyı kararlarında sınırlayan temel bir unsurdur. Müşteri, problemi getiren ve sınırlılıkları ortaya koyan kaynaktır. Pek çok tasarım, asıl kullanıcı olmayan müşterilere yapılmaktadır. Örnek olarak, hastane, okul gibi kamusal mekanların tasarımında, tasarımcının kullanıcıyla etkileşimi kısıtlıdır. Kimi durumda da müşteri, asıl kullanıcı üzerinde politik etkilemede bulunmak, sistem içinde güçlü bir pozisyon sağlamak isteyen yönetici konumundaki otoriteler olabilir (Lawson, 1997, s.85). Buna göre, müşterinin beklentileri ile kullanıcının gereksinimleri çatışabilir. Bu durumda, işverenin genelde maddi olan ve tasarımın maliyetinin düşük, mekanın işlemeden elde edilecek karın yüksek olması şeklindeki amaçları ile kullanıcının gereksinimlerinin karşılanması ve kullanım etkinliğinin sağlanması şeklindeki beklentilerinin uzlaştırılmasının da tasarımcıya düştüğü söylenebilir.

Isaac'e (1971, s.58) göre, tasarımcı, kullanıcının katılımcı kullanımını sağlamak için, insan gereksinimlerini, duygusal tepkilerini ve davranışlarını tam olarak anlayabilmelidir. Tasarım planlaması, mekanda yer alacak aktiviteler, tasarımın kullanıcısının gereksinim ve beklentileri ile tasarımı etkileyebilecek dış faktörlerin toplu olarak ele alınmasıdır (Nielson, Taylor, 1990, s.12). Herkes için aynı olan gereksinimlerden farklı olarak, toplumsal değişme ve teknolojik gelişme sonucu ortaya çıkan, kullanıcının sosyal ve ekonomik durumuna bağlı olarak farklılık gösteren istek ve beklentiler de karşılanmak durumundadır. Özet olarak tasarımcı; belli bir kullanım şekli öngörürken, kullanıcıdan kaynaklanan fiziksel, psikolojik ve sosyal kriterleri göz önünde bulundurmak durumundadır.

Tasarımcının iletisini oluşturan işlev, kullanım şekli ve buna bağlı olarak öngörülen davranışların belirlenmesinden sonra, bunların fiziksel çevreye kodlanması söz konusudur. Bunun için, hangi tasarım elemanlarının nasıl bir ileti taşıdığı ve kullanıcının algısal-bilişsel özelliklerinin farkında olunmalıdır.

Çevredeki işaretlerin, öncelikle farkedilir ve anlaşılır olmaları gerekmektedir. Bir iletinin anlaşılması, alıcının sahip olduğu değerler ve farkındalık düzeyine bağlıdır (Farbstein, Kantrowitz, 1978, s.63). Bu durum, tasarıma kullanıcı açısından yaklaşmanın gerekliliğini tekrar ortaya koymaktadır.

İletilerin farkedilip anlaşılmasından sonra ise, kullanıcıların bunları kabul edip etmemeleri konusu ortaya çıkacaktır (Rapoport, 1982, s.59). Bu süreçte, kültürel bilginin kullanılması, kabul edilir olması açısından önem taşır. Bütün iletişim durumlarında, işaretlerin anlaşılabilmesi için de kültürel bilgi gereklidir (Rapoport, 1982, s.75,76). Belli bir kültürde, fiziksel çevredeki işaretler ve kodlanmış anlamlar, davranışların değişmezliğini sağlamaya yardım eder. Miller (1956), Milgram (1970), Rapoport'a göre (1976, 1977, 1980-1981), ortak bir anlayış yerine tamamen kişisel ifadeler, sosyal yapıyı ve kültürel anlaşmayı imkansız hale getirir; sosyal etkileşimi zorlaştırır ve insanların kapasitesini zorlayacak ölçüde bilgi işleme durumu gerektirir (Rapoport, 1982, s.61). Mimarlıkta, tüm iletişimsel düzeylerde ortak olan sonuç, bir repertuar ortaklığı ve yeniliklerde geçmişle evrimsel bir bağ taşınması gerekliliğidir. Aksi durumda, mekanlar tanınmaz ve kullanılamaz (Aynan, 1995, s.45). Buna göre, kullanıcı gereksinimlerinin, olası davranışsal tepkilerinin, algısal-bilişsel özelliklerinin yanı sıra, bu özellikler üzerinde de belirleyiciliği olan kültür kavramının ele alınması başarılı bir tasarım için kaçınılmazdır.

Tasarımcı, kendine, kullanıcıya ve kültüre göre değişen anlam farklılıklarına çözüm bulmak durumundadır. Bu probleme çeşitli şekillerde yaklaşılabilir:

- 1-Kullanıcı tanınmaya çalışılarak, onun anlamlarından yola çıkılması,
- 2-Kullanıcı bilgilendirilerek ve yönlendirilerek, yeni anlamların oluşturulması,
- 3-Evrensel özellikteki anlamların kullanılması (Miller, Schlitt, 1985, s.123).

Bu görüşe göre, beklentilere uygun tasarımların yanı sıra, yenilik getiren tasarımların da kabul edilirliliği söz konusudur. Bunun için, kullanıcının öncelikle fikre alıştırılması ve kullanım sırasında yönlendirilmesi gerekir. Ancak bu süreçte de, yeni olanın eski ve alışılmış olanla ilişkisinin kurulması, bunun için kullanıcının kültürel değerlerinin her zaman göz önünde bulundurulması gerektiği düşünülmektedir.

Bir tasarımda, işleve ve kullanıma dair iletinin yanı sıra, tasarımcının kişisel iletisi de söz konusudur. Tasarımcılardan, sanatçılarda olduğu gibi, sadece problemlere çözüm getirmesi değil, tasarım sürecine kendi bakış açılarını ve düşüncelerini de ortaya koyması beklenmektedir (Lawson, 1997, s.87). Bir problem çözme işi olarak tasarımda, hiçbir zaman tek bir doğru çözüme ulaşılmaz. Sınırsız sayıdaki olası çözümlerin doğruluğu, tasarımın ifade ettiği anlama bağlıdır (Papanek, 1971, s.5). Bu sebeple, tasarımcının çok fazla ifade seçeneği bulunmaktadır ve seçimleri gelişigüzel değildir. Tasarımcılar, problemlere farklı çözümler getirmenin yanı sıra problemleri de farklı algırlarlar. Problemler farklı olarak ortaya konduğu için, çözümlerin çok çeşitli olması kaçınılmazdır (Lawson, 1997, s.122). Tasarımcı, doğru olduğuna inandığını, doğru olarak algıladığını tasarımına yansıtır ve bu konuda sorumluluğu vardır (Nelson, 1957, s.7). Burada tasarımcının kişiliği ve dünya görüşü önem kazanmaktadır.

İyi bir tasarım genellikle, bütününe hakim olan birkaç ana düşünce ve bunların etrafında düzenlenmiş yan düşünceler içermektedir. Bu ana düşünceler, kimi zaman tek bir temel düşünceye indirgenebilir; bu tasarımın 'konsept'i olarak adlandırılmaktadır (Lawson, 1997, s.194). Abercrombie'ye göre (1990, s.165), bitmiş bir mekan, tasarımcının konseptinin fiziksel bir ifadesi olmalı, konseptin gerektirdiği duygusal yönleri içermelidir. Ancak daha önce tasarımcı, çıkış noktası olan konsepti bilinçli bir şekilde belirlemelidir.

Lawson'a göre (1997, s.199,200), konseptin üç temel kaynağı vardır. Bunlar, mekanın işlevi ile ilgili olan temel sınırlılıklar; tasarımın üretimi, uygulanması ve kullanım sürecindeki teknik sınırlılıklar ve tasarımcının kişisel prensipleridir.

Mekan tasarımında, fonksiyon tarafından belirlenen elemanlar, aynı zamanda farklı iletilerle yüklü olmaktadır; bu iletileri okuyabilmek ve hangisinin gönderileceğine karar vermek de tasarımın çok önemli bir aşamasıdır (Abercrombie, 1990, s.73). En işleve yönelik obje bile, kullanıma dair işlevinin yanında sembolik bir anlam içerir. Tamamen fonksiyonel objeler bile, kişiyi belli bir alışkanlık veya yaşam tarzına götürür ve bu tarzın bir göstergesi haline gelir (Csikszentmihalyi, 1992, s.21). Buna göre, tasarımcının tasarıma yaklaşımı da, aynı zamanda kişisel bakış açısının, hayat anlayışının ifadesi olacaktır. Burada tasarımcının, Becer'in (1997, s.18), iletişim kurma nedenleri arasında saydığı, başkalarını kendi gibi düşünmeye ve davranmaya

ikna etmek şeklinde bir amacı olduğundan bahsedilebilir. Morgan, Welton'a göre ise (1986, s.1), bir iletişim kurulduğunda iki farklı gereksinim söz konusu olmaktadır; bunlar, diğer kişi veya kişileri etkileme ile kişinin kendisine kim olduğunu ve kim olmak istediğini hatırlatma gereksinimleridir. Tasarımcı, kendi bakış açısıyla problemi belirlediği ve çözüm getirdiği tasarımıyla, bu gereksinimlerini karşılamış olur.

Mimarlık, iç mimarlık, ürün tasarımı ve şehir-bölge tasarımı, tasarımcının estetik bir değere sahip ama aynı zamanda da kullanışlı ve sorunsuz işleyen ürünler ortaya koymasını gerektirir. Bu alanlardaki tasarımcılar, pek çok kişinin yaşam kalitesi üzerinde etkisi büyük olan ürünler ve yerler ortaya çıkarırlar (Lawson, 1997, s.4). Dünyanın ne olduğunu tanımlayan bilim adamlarından farklı olarak, tasarımcılar dünyanın nasıl olması gerektiği konusunda önerilerde bulunurlar. Bu anlamda tasarımcıların işinin özü, gelecekle ilgili durumları kurgulamaktır. Ancak bu iş, yeni olan şeylerin genelde garip ve tehdit edici algılanması veya düşünülen şeyin gelecek için uygun olmaması şeklinde riskler içerir (Lawson, 1997, s.113). Mekanların da bir parçası olduğu görsel kültür, bir toplumu oluşturan, devamını sağlayan ve onu yeniden yapılandıran ve geliştiren bir araçtır (Barnard, 1998, s.195). Mekanlar, bu anlamda sosyal yaşamı ilgilendirdiği için, tasarımcının toplumsal bir sorumluluğu olduğu düşünülmektedir.

Sonuç olarak tasarımcı, mekanın öncelikli amacının tanımlanmış fonksiyonun aksamaması ve buna bağlı olarak kullanıcının gereksinimleri ile beklentilerinin karşılanması olduğunu unutmamalıdır. Öngördüğü davranışları kullanıcının fiziksel, algısal ve bilişsel kapasitesini, gereksinimlerini ve sosyo-kültürel özelliklerini göz önünde bulundurarak belirlemelidir. Çevresel işaretlerin ve ifade ettikleri anlamların farkına varmalı; kullanıcıya bir şeyi belli bir biçimde yapma konusunda önerdiği kişisel yaklaşımının, toplumsal ölçekteki etkisinin bilincinde ve sorumluluğunda olmalıdır.

2. HEDEF OLARAK KULLANICI

Mekan tasarımı, kullanıcının amacına ve dürtülerine bağlı olarak, bir 'yer'de, bir etkinliğin gerçekleşmesi ve yerin etkinliğe uyumlu olması için gerekli koşulları içermesi durumudur (Gür, 1996, s.28). Tasarım problemlerini de, müşteri ve kullanıcıdan

kaynaklanan durumlar oluşturmaktadır (Lawson, 1997, s.103). Buna göre, tasarım öncelikle kullanıcı için yapılır. Dolayısıyla, tasarım süreci, kullanıcının varlığının bilincinde olunmasını gerektirir.

İletişim teorileri, alıcının iletişimdeki rolü üzerinde durmaktadırlar. Bir anlamın oluşturulmasında, alıcı kaynakla eşit derecede öneme sahiptir. En basit iletişimde bile, kaynağın ve alıcının aktif olarak katılımı gereklidir. Kaynak, alıcının odaklanabileceği, algılayabileceği, anlayabileceği ve tepki gösterebileceği iletiler göndermelidir. Burada kaynak ne kadar etkinse, alıcının işi o ölçüde kolaylaşır (Morgan, Welton, 1986, s.108,115).

Bir yerle ilişkilendirilen kullanıcı grubu, o mekanın fiziksel niteliklerini ve kullanımını etkiler (Farbstein, Kantrowitz, 1978, s.139). Kullanıma dair iletilerin belirlenmesinde, kullanıcı özelliklerinin bilinmesi şarttır. Benzer şekilde, bu iletilerin çevreye kodlanması aşamasında da, kullanıcının algısal-bilişsel özellikleri önem kazanır.

İletişim açısından önemli olan bir konu da, kullanıcı anlamlarıdır. İnsanlar, fiziksel çevrelerine, onlara ifade ettikleri anlama göre tepki verirler (Rapoport, 1982, s.13). Fiziksel çevreye ait elemanlar, insanların zihinlerindeki şemalara uyduğu zaman anlam taşırlar. Yapılan araştırmalarda, tasarımcı ve kullanıcıların, tercihlerinin ve çevreye verdikleri tepkilerin çok farklı olduğu, bunun da farklı şemalara sahip olmalarından kaynaklandığı ortaya konulmuştur (Rapoport, 1982, s.15,16). Sonuç olarak kaynak ve alıcı aynı iletide farklı şeyler görürler. Buna göre, iletişimin gerçekleşebilmesi için tasarımcının, kullanıcının bilişsel süreçlerinin farkında olması ve konuya kullanıcı açısından da bakabilmesi gerekmektedir.

Özet olarak, kullanım özelliklerinin ve buna bağlı olarak iletilecek davranışların belirlenmesi ve fiziksel çevreye kodlanması, kullanıcının çeşitli özelliklerinin bilinmesini gerektirir. Bu özelliklerin saptanmasından önce, kullanıcı grubunun tanımlanması gelmektedir.

2.1. Kullanıcının Tanımlanması

Tasarım, kullanıcının çeşitli boyutlarına, gereksinimlerine göre biçimlenir. Araştırma süreci, kullanıcının tanımlanmasıyla başlar. Kullanıcı grubu, asıl kullanıcıdan, hizmet verilen insanlar ve misafirlere kadar, doğrudan veya dolaylı olarak tasarımı kullanacak olan kişileri kapsar (Nielson, Taylor, 1990, s.12). Örnek olarak, bir mağazanın kullanıcı grubu, müşterilerin yanı sıra, mağazanın sahibini, tezgahçıları ve mağazanın temizliğini yapan görevlileri de kapsar. Benzer şekilde, bir restoran tasarımında ahçı, garsonlar ve bulaşık yıkayan görevliler de göz önünde bulundurulmalıdır.

Kişisel iletişim şekli olarak, tasarımcıyla kullanıcının yüz yüze gelebildiği, birebir görüşebildiği durumlar, kullanıcının kişisel olarak tanınması ve planlama aşamasında geri-besleme alınmaya başlanması açısından uygundur. Ancak, müşterinin asıl kullanıcı olmadığı durumlarda kişisel olmayan iletişimden; kamusal mekanlar gibi çok sayıda kullanıcı tarafından kullanılan mekanların tasarımında yığın iletişiminden, buna bağlı olarak da, tasarım aşamasında alıcının tepkilerinin gözlenme fırsatının hemen hemen hiç olmamasından bahsedilebilir. Böyle durumlarda tasarımcının, kullanıcı grubuna dair genel özellikleri ele alması söz konusudur.

Tasarım için farkında olunması gereken kullanıcı özelliklerinin başında, fiziksel ve psikolojik kullanıcı boyutları gelmektedir. Bunun yanı sıra, mekan tasarımına davranış temelinde yaklaşıldığı için davranış kavramının, mekanın temel amacı gereksinim karşılama ve kullanım olduğu için de mekana dair gereksinimlerin ele alınması gerektiği düşünülmektedir. Tasarımın her aşamasında göz önünde bulundurulması gereken bir kriter de, kullanıcının hemen hemen bütün özellikleri ile yakından ilişkili olarak, hakkında genel yargılara varılmasında ipuçları sağlayan ve tasarımın kabul edilirliliği için önem taşıyan kültür kavramıdır. Bu konular, bu bölümde ele alınacaktır.

2.2. Kullanıcı Boyutları

Bir mekan, doğrudan kullanım veya görsel, dokunsal boyutta duyumsal etkileşim amaçları ile oluşturulduğu için, kullanıcının çeşitli boyutlarına uygun olarak

tasarlanması kaçınılmazdır. Beyazıt (1982), mekan ve içindeki donatıların, insanın kullanımında herhangi bir zorlanma, rahatsızlık ve yorgunluk yaratmayacak şekilde düzenlenmiş olması gerektiğini belirtmiştir (Arcan, Evcı, 1999, s.22). Bunun için kullanıcı, her şeyiyle bir bütün olarak ele alınmalıdır.

Kullanıcının, mekanı rahatsızlık duymadan kullanması, çevresini algılayabilmesi ve kavrayabilmesi için, bütün boyutlarının göz önünde bulundurulması tasarımın altyapısını oluşturur.

Ünügür'e göre, tasarlanan mekanların insana uygun olup olmadığı, iskelet-kas sisteminden kaynaklanan vücut ölçülerine bağlı olan antropometrik boyutlar; beş duyu organına bağlı olan duyu boyutları ve çevreden duyu organları ile alınan iletilerin algılanması ve bunun sonucunda tepki verilmesine bağlı olan algısal ve bilişsel boyutlar olarak üç başlıkta incelenmelidir (Arcan, Evcı, 1999, s.22- 24).

2.2.1. Antropometrik Boyutlar

Michelangelo, anatomi bilgisi olmadan mimarlığın anlaşılamayacağını ileri sürmüştür (Abercrombie, 1990, s.40).

Bir mekanın ve içerdiği donatı elemanlarının boyutlarının, biçiminin, yerleşiminin ve bunun yanı sıra, önerilen kullanım şekillerinin kaynağı, statik ve dinamik ölçüleri ve hareket kapasitesi ile insan vücududur. Kapı boyutları, kapı kolunun yeri ve biçimi, oturma birimlerinin yüksekliği, genişliği ve derinliği, elektrik düğmelerinin konumları, basamakların yükseklik ve derinlik oranı ve benzeri pek çok elemanın boyutsal ve biçimsel özellikleri, insan vücudundan yola çıkılarak belirlenmektedir.

Ağırlığı, boyutu, sıcaklığı, duyu organları, hareket etme biçimleri ile, bir mekanın kullanım sürecinde orada bulunacak olan vücut, aynı zamanda zihinsel süreçlerin çevreyi değerlendirdiği fiziksel bir referanstır (Abercrombie, 1990, s.164). Örnek olarak, donatı elemanları arasındaki açıklık vücut genişliğinden fazlaysa geçiş için; yere paralel olan ve belli bir genişlikteki yüzey kalça seviyesinden aşağıdaysa

oturmak veya dayanmak için uygun olarak algılanır. Bu özelliğin, kullanıma dair davranışların iletilmesinde önemli bir referans olduğu düşünülmektedir.

Özet olarak, antropometrik boyutlar kullanılabilir bir tasarımın ilk koşulu olmanın yanı sıra, fiziksel çevrenin algılanması ve anlaşılmasında da önem taşımaktadır. Bunun için bu boyutların, hem kullanıma dair iletilerin belirlenmesinde, hem de çevreye kodlanmasında göz önünde bulundurulması gereklidir.

Vücudun doğası, herkes için yaklaşık aynıdır. Kullanıcının kişisel olarak tanınmadığı durumlarda, yerel özelliklerden sonuçlar çıkarılmalıdır (Abercrombie, 1990, s.164). Bu anlamda ergonomi, insanı anatomik, fizyolojik ve psikolojik açılardan inceleyen bilim dalı olarak, tasarım için önemli bir kaynak oluşturur.

2.2.1.1. Kişisel Alan Kavramı

Mekanın boyutlarının belirlenmesinde ve mekansal düzenlemelerde, özellikle kişiler arası etkileşimin söz konusu olduğu durumlarda, antropometrik boyutların yanı sıra göz önünde bulundurulması gereken bir başka kriter de kişisel alan kavramıdır.

Kişisel alan, insanı çevreleyen, başkalarının giremediği, görünmez bir sınırdır. İnsanın başkalarıyla olan etkileşiminin yakınlığını belirler, onunla birlikte harekete eder, içinde bulunulan duruma göre genişleyip daralır (Bell ve diğerleri, 1990, s.228).

Katz tarafından 1937'de ortaya atılan kişisel alan kavramı, sadece psikolojiye ait bir kavram değildir; biyolojide (Heideger, 1950), antropolojide (Hall, 1968) ve mimarlıkta da (Sommer, 1959) kökleri vardır (Bell ve diğerleri, 1990, s.228).

Hall, mimarlığın, mekan gereksinmelerini vücut sınırlarına göre değil, insanın çevresini saran ölçülebilir, görünmez alana göre ele alması gerektiğini ileri sürmüştür (Proshansky ve diğerleri, 1970, s.26). Kişinin davranışsal açıdan rahatsızlık duymadan eylemlerini yerine getirebilmesi için gerekli olan alan boyutları, Hall tarafından şu şekilde saptanmıştır:

-Samimi uzaklık: 0-46 cm. Bu uzaklıkta diğer kişinin varlığı çok belirgindir. Bu alana çok samimi olunan kişiler dışında yaklaşılması rahatsızlık ve huzursuzluk yaratır.

-Kişisel Uzaklık: 46-122 cm. Bu uzaklık kişinin, başkaları ile arasında tuttuğu koruyucu sınırı oluşturur. Kişilerin birbirleriyle alçak sesle konuştukları en yakın görüşme uzaklığıdır.

-Toplumsal uzaklık: 122-366 cm. Kişinin, toplum içindeki diğer kişileri rahatsız etmeden etkinliklerini gerçekleştirdiği uzaklıktır. Normal sesle konuşma, görüşme bu alan içinde olur.

-Kamusal uzaklık: 366 cm ve sonrası. Kişilerin dolaşım anında birbirlerini hiç rahatsız etmedikleri mesafedir (Gür, 1996, s.102).

Farklı aktiviteler için saptanmış olan uygun kişiler arası uzaklıklar söz konusudur. Örnek olarak, birlikte çalışan insanların, yakın toplumsal uzaklığı kullanma eğiliminde oldukları gözlenmiştir. Günlük sosyal toplantılarda da, bu uzaklığın kullanımı yaygındır. Uzak toplumsal mesafe ise, insanların birbirinden ayrılması ve yalıtılması için uygundur; bu mesafede insanlar, başkalarının varlığında da rahat çalışabilirler (Proshansky ve diğerleri, 1970, s.24). Çalışma mekanlarının düzenlenmesinde bu uzaklıkların belirleyici olmasının, performans üzerinde olumlu etkisi olacaktır. Benzer şekilde, Bell ve diğerleri tarafından (1990, s.240), öğretmenle öğrenci arasındaki mesafenin, kişisel hatta samimi uzaklık sınırları içinde olması durumunda, kesin olmasa da, öğrenmenin daha etkin şekilde gerçekleştiği görüşü ileri sürülmüştür.

Kişisel alanın iki amacı, koruma ve iletişim olarak tanımlanmıştır; duygusal ve fiziksel tehditlere karşı koruma sağlarken, insanların başkaları ile aralarındaki mesafeyi belirleyerek, sosyal etkileşimin şeklini ortaya koyar (Bell ve diğerleri, 1990, s.230). Örnek olarak, bir ofiste çalışanla ziyaretçi arasındaki masa, fiziksel ve psikolojik mesafe ihtiyacını iletir (Bell ve diğerleri, 1990, s.386).

Bu alanın, biçim olarak küresel olması gerektiği gibi, bütün yönlerde de eşit değildir; örnek olarak insanlar yabancıların, yan taraflarında, ön taraflarından daha yakın mesafede bulunmalarını hoş görürler (Sommer, 1969, s.26). Kişisel alanın bu özelliği, birbirlerini tanımayan insanların kalabalık olarak bir arada bulunacağı kamusal

mekanların boyutlarının belirlenmesinde ve donatı elemanlarının yerleşiminin yapılmasında önem kazanacaktır.

Hall'e göre belirlenen uzaklıklar, kişisel farklılıklar ve çevresel koşullara göre değişkenlik gösterir. Örnek olarak, yüksek gürültü veya düşük seviyeli aydınlatma, insanların yakınlaşmasına sebep olmaktadır (Proshansky ve diğerleri, 1970, s.21). Buna göre, bar gibi bu özelliklere sahip mekanlarda tolere edilebilecek kişilerarası mesafe daha yakın olarak düşünülebileceği gibi, yakın etkileşimin öngörüldüğü sosyal amaçlı mekanlarda aydınlatma seviyesi düşük, ses düzeyinin yüksek olması sağlanabilir.

Bazı mimari unsurlar, kişisel alan üzerinde etkilidir. Bu konuda yapılmış olan çeşitli araştırmalar, tasarımda göz önünde bulundurulacak kriterler sağlamaktadır. Savinar (1975), erkeklerin, tavan yüksekliği azaldıkça daha fazla alana gereksinim duyduklarını ortaya çıkarmıştır. White (1975), mekanın boyutları küçüldükçe, kişisel alanın genişlediğini belirtmiştir. Daves ve Swaffer (1971), insanların kare bir mekana göre dar mekanlarda, daha fazla alan istedikleri sonucuna ulaşmışlardır. Baum, Reiss ve O'Hara (1974), bir mekana yerleştirilen bölücülerin, kişisel alanın işgal edildiği duygusunu azalttığını ileri sürmüşlerdir. Gergen ve Barton (1973) ise, insanların karanlıkta, normal aydınlatma koşullarına göre birbirine dokunmaya daha fazla eğilimli olduklarını belirlemişlerdir (Bell ve diğerleri, 1990, s.239).

Mimari unsurların yanı sıra, insanların mekan içindeki pozisyonu, oturuyor ya da ayakta duruyor olmaları, buldukları yerin kapalı veya açık bir mekan olması da kişisel alanı etkiler. Dabbs, Fuller ve Carr (1973), Tennis ve Dabbs (1975) tarafından yapılan çalışmalar, insanların, mekanın ortasına oranla köşelerinde daha geniş kişisel alana sahip olduklarını ortaya çıkarmıştır. Altman ve Vinsel'e göre (1977), ayaktayken, oturur duruma göre insanlar arası mesafeler daha düşük tutulmaktadır (Bell ve diğerleri, 1990, s.239). Little (1965), Pempus, Sawaya ve Cooper (1975), iç mekanlarda, dış mekanlara göre kişiler arası mesafenin daha fazla olduğunu belirtmiştir. Bu 'köşe-orta', 'oturma-ayakta durma' ve 'içerisi-dışarı' ilişkilerinin, farklı fiziksel kaçış imkanı sağladığı; uzaklaşabilme olanağı olduğunda, insanların daha küçük alanla yetinebildiği düşünülmektedir (Bell ve diğerleri, 1990, s.240). Bu görüşe dayanarak, bahsedilen durumlara uygun boyutta alan sağlamanın yanı sıra, mekan düzenlemesinin ve sınırları

oluşturan elemanların malzeme ve biçimi ile üzerlerindeki açıklıkların, görsel olarak kişi üzerinde sınırlandırma etkisi yaratmayacak şekilde düşünülmesi önerilebilir.

Hall'e göre, yetersiz kişiler arası mesafe, diğerlerine karşı olumsuz tutuma sebep olup, etkileşimi olumsuz etkileyebilmektedir. Evans (1978) ise, yakın mesafelerin, tehdit edilme hissine, korku, rahatsızlık ve gerginliğe yol açabildiğine işaret etmiştir (Bell ve diğerleri, 1990, s.244). Bunun yanı sıra, kişiler arasında olması gerekenden fazla olan mesafenin de olumsuz etkileri vardır (Bell ve diğerleri, 1990, s.255). Böyle bir durumun, kişilerarası etkileşimi azaltacağı ve kişide yalıtılmışlık duygusu uyandırabileceği tahmin edilmektedir.

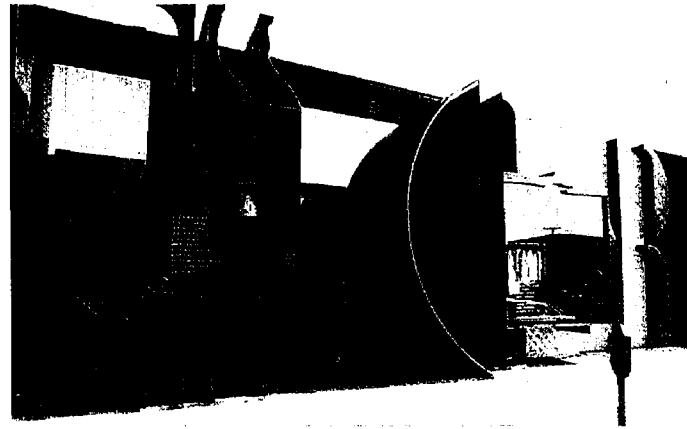
Sonuç olarak, mekan düzenlemesinde belirli bir aktivite için gereksinim duyulan alanlar, vücut ölçülerinin yanı sıra, kişiyi saran ve içinde bulunulan duruma göre değişen, görünmez alan da hesaba katılarak belirlenmelidir. Bunun için, çeşitli aktivitelerin ve sosyal durumların gerektirdiği alanın saptanması ve fiziksel unsurların bu alan üzerindeki etkilerinin de farkında olunması gerekmektedir.

2.2.2. Duyusal Boyutlar

İnsanların mekanları deneyimlemesi, bilginin alınması ve işlenmesine bağlıdır (Farbstein, Kantrowitz, 1978, s.5). Fiziksel çevre hakkında bilgi toplanması, içinde bulunulan duruma göre ayrı ayrı ya da ortak olarak işleyen görme, duyma, koku alma, dokunma ve tat alma olarak beş duyuya dayanır. Mimari tasarımın, genelde görme duygusu baskın olsa da, diğer duyularla desteklenmesi, etkisinin artırılması açısından önemlidir. Bunun için tasarımcı, duyuların birbiriyle etkileşiminin ve algı üzerindeki etkilerinin farkında olmalıdır (Isaac, 1971, s.13). Örnek olarak, görme duygusu, bir mekandaki malzemelere dokunulduğunda ne hissedileceğini söyler; sadece yüzeydeki açık ve koyu değerlerin değil, yumuşaklık, soğukluk gibi niteliklerin de hissedilmesinde, görme ve dokunma duyularının bütünlüğü söz konusudur (Abercrombie, 1990, s.118). Burada belirtilmesi gerektiği düşünülen bir nokta, ahşap görünüşlü plastik malzeme gibi taklit malzemelerin kullanımının, görme duygusu ile dokunma duygusu arasında yaratacağı farklılık sebebiyle etkisinin olumsuz olabileceğidir.

Duyusal boyutlarda, öncelikle anatomik yapıdan kaynaklanan kriterler önem kazanmaktadır. Gözler, kulaklar, burun ve ağız karşı tarafa yönelik olduğu için, duyuusal bilginin çoğu yüzün dönük olduğu yönden alınır. Dokunma dışındaki duyu organları, vücudun üst kısmında yer aldığı için, insan belli bir yükseklikten gelen uyarımlara karşı daha duyarlıdır (Farbstein, Kantrowitz, 1978, s.11). Buna göre, bir mekanın deneyimlenmesinde, kullanıcının mekana giriş yönünün ve izlediği güzergahta karşısına gelen ve göz hizasına göre belli bir açıda olan kısmın öncelikle duyulanması söz konusu olacaktır.

Gözün hareketi temelde yatayda olduğu için, görüş alanı düşey boyutta daha sabit olacak şekilde tasarlanmalıdır. Kişi, objenin yüksekliğinin iki katı uzaklıktayken objenin görüntüsü tamamen görülebilir; üç katı uzaklıktayken ise, objenin göze çarpıcılığı azalır (Isaac, 1971, s.26). Resim 7’de görülen vitrin tasarımında kullanılmış olan harflerin ancak belli bir uzaklıktan algılanması söz konusu olacaktır. Böyle bir yaklaşımda, kullanıcının tasarımla karşılaşacağı uzaklığın göz önünde bulundurulması gerekir.



Resim 7: Bir Vitrin Tasarımı ‘Fashion Boutique’.

Kaynak: Storefront 1, 1995, s.44.

Duyusal boyutlar açısından önemli olan bir diğer konu, duyu organlarının fizyolojik işleyişidir. Duyu organları ile beyin arasında iletişimi sağlayan sinir sistemi, ‘nöron’ adı verilen, birbiriyle ilişki içindeki milyarlarca hücreden oluşmuştur. ‘Reseptör’ adı verilen nöronlara herhangi bir uyarı geldiğinde, bu ileti belli bir voltajda bir elektrik akımı halinde sinir boyunca beyne doğru iletilir (Tolan, 1991, s.86).

Organizmalar, çevreden gelen enerji-iletilerin tümüne karşı duyarlı değildir. Duyuların uyarıma geçebilmesi için minimal ölçüde bir enerjinin reseptörlere yansması ve sinir sistemini harekete geçirmesi gerekir. Bu enerji miktarına 'mutlak eşik' adı verilir (Tolan, 1991, s.87). Buna dayanarak, dikkat çekmek amacıyla kullanılan renk, ışık, ses ve diğer unsurların farkedilir olması için, şiddetlerinin belli bir seviyenin üzerinde olması gerektiği söylenebilir.

Aynı nitelikteki iki uyarıcının birbirinden ayırdedilebilmesi için gerekli uyarıma ise 'ayırım eşiği' denir. Bu eşiğin altındaki uyarıcılar birlikte algılanır (Tolan, 1991, s.87). Sommer (1972) tarafından ortaya atılan Weber-Fechner fonksiyonuna göre, yeni bir uyarının mevcut uyarandan farklı olarak algılanması, şiddetinin mevcut uyarının şiddetine olan oranına bağlıdır. Değişiklik küçükse, değişikliğe karşı olan tepki de daha az olur. Bunun yanında, hızlı değişiklikler, yavaş olanlara göre daha kolay farkedilmektedir (Bell ve diğerleri, 1990, s.36,37). Buna göre, renk, ışık veya ses gibi duyumlarda farklılığın algılanabilmesi için, duyu organlarının ayırdedebileceği minimum değerlerin farkında olunması ve etkin kullanım açısından önem taşıyan farklılıkların belirgin olması gerekir.

Bahsedilen eşikler, değişebilir değerlerdir. Uyarıcı ileti, sürekli aynı yoğunlukta reseptörlere gelecek olursa, duyuşal duyarlılık azalacaktır. Bu alışma durumuna 'duyuşal uyum' adı verilir (Tolan, 1991, s.87,88). Bu durumun bir sonucu olarak, parlak bir ışık kaynağına maruz kalan gözün, güçlü ışığa alışarak, parlaklığı daha az objelere olan duyarlılığı azalır (Bell ve diğerleri, 1990, s.383). Bu nedenle, tehlikeli olabilecek durumlar yaratmamak için, tasarımın bu özellik göz önünde bulundurularak yapılması gerekmektedir. Örnek olarak, parlak bir ışığın arkasından loş bir ortama giriliyorsa, bu mekanda tek basamak gibi dikkat edilmesi gereken durumlardan kaçınılmalıdır.

Duyusal uyumun psikolojik olarak açıklaması, reseptörlerin tekrarlanan uyarım karşısında daha seyrek sinyal göndermeleridir. Bilişsel bakış açısı ise, aynı uyarının bir süre sonra daha az dikkat çekici hale gelmesini sebep olarak göstermektedir (Bell ve diğerleri, 1990, s.35). Bu yaklaşım başka bir açıdan ele alındığında, herhangi bir yenilik ve farklılığın zamanla uyum sebebiyle bu özelliğini kaybedeceği; buna bağlı olarak farklılık iddiasındaki bir mekanın, değişimlere olanak tanınması gerektiği söylenebilir.

2.2.3. Algısal ve Bilişsel Boyutlar

Kullanıcının bir mekanı öngörülen şekilde kullanması ve istenen davranışları gerçekleştirmesi, öncelikle çevreye kodlanmış olan iletileri algılayabilmesine ve kavrayabilmesine bağlıdır. Bunun için, belirlenmiş olan iletilerin mekana kodlanmasında, algısal-bilişsel boyutların bilinmesi ve tasarımın buna göre biçimlenmesi gerekir.

2.2.3.1. Çevresel Algı

Schulz (1988, s.28), insanın içinde yaşadığı çevreden yararlanabilmek, ona uyabilmek ya da onu kendine uydurabilmek için, o çevreyi tanımak ve anlamak zorunda olduğunu; bunun, çevreden bilgiler almak yoluyla gerçekleştiğini ve insanın, bu bilgileri uygun ve doğru hareket etmesini sağlayacak şekilde yorumlayıp değerlendirmesinin 'algı' olduğunu belirtmiştir (Demirkaya, 1999, s.9). Buna göre algı, çevreden alınan uyarımların zihinsel süreçlerden geçirilerek anlamlandırılmasıdır.

Algılamanın bir fizyolojik, bir de psikolojik boyutu vardır (Silah, 2000, s.40). Duyu sisteminin uyarılara tepki vermesi olan duyumsama, fizyolojik olarak herkes için aynı şekilde işler. Duyumsanan uyarıların işlenmesi, anlamlandırılması süreci olan algılama ise kişinin aktif olduğu bir süreçtir; kişiden kişiye farklılıklar içerir (Bell ve diğerleri, 1990, s.27). Zihinsel süreçler herkes için farklı olduğu için, kişinin algısı kendisine özel olmaktadır. Ancak bu konuda da genel kriterler söz konusudur.

Bir mekanın algılanmasında iki aşama tanımlanmıştır. Yeni bir çevreye giren kişi, üç ile on saniye arasında değişen bir süre içinde mekana dair ilk izlenimlerini edinmektedir. Algılamanın detaylı inceleme içeren ikinci aşaması ise çok daha uzun süre alabilir. Ancak ilk aşamada elde edilen izlenimlerin, algılamanın bütününde etkisi güçlü ve sabittir, bu sebeple tasarımın ana teması, ilk bakışta göze çarpacak ve güçlü bir duygusal etki bırakacak şekilde vurgulanmalıdır (Isaac, 1971, s.16). Bu yaklaşım, duygusal boyutlar konusunda ele alındığı gibi, mekanla ilk karşı karşıya geldiğinde yüzün dönük olduğu yöndeki kısmın, yaratılmak istenen etki açısından öncelikli olarak ele alınması ile desteklenebilir.

Bütün durumlarda, içinde bulunulan koşullar, çevrenin anlamlandırılmasını etkiler (Rapoport, 1982, s.71). Mekan, fiziksel özellikleri, içindeki insanlar ve gerçekleşen aktivitelerle bütün olarak kişinin tepkilerini belirler. Örnek olarak, kalabalık algısı, sadece belli bir alandaki insan yoğunluğuna değil, insanların tanıdık ya da yabancı olmasına, yapılmakta olan aktiviteye ve kişinin benzer durumlar için önceden yaşamış olduğu insan yoğunluğuna bağlıdır (Proshansky ve diğerleri, 1970, s.9). Bunun için bir mekan tasarlanırken, kullanım sırasında oluşacak durumlarla ele alınmalı ve yakın çevrenin olası etkilerinden bağımsız düşünülmemelidir.

Algılamanın psikolojik boyutu olarak kişinin çevresini anlamlandırması, önceki bilgilerine, yaşantılarına bağlı olarak gerçekleşecektir. Buna bağlı olarak, önceden bilinen veya ilgi duyulan bir unsurun daha kolay algılanacağı düşünülmektedir. Örnek olarak, kedi seven birinin, soyut bir kedi biçimini tanıması hızlı olacaktır. Algılama, kişiden kişiye farklılık göstermesinin yanında, insanın ruh haline göre değişir. (Norberg-Schulz, 1988, s.20). Kişinin mutluken algıları olumlu bir yönde olurken, üzgün veya gergin olduğunda durum tam tersi olabilir. Bu konuyla ilgili olarak, bir mekanda kalabalık, gürültü, havasızlık gibi kullanıcı üzerinde olumsuz etki yaparak gerginliğe sebep olabilecek olası etkenlerin önceden göz önüne alınarak önlenmeye çalışılmasının, mekanın daha olumlu bir bakış açısıyla algılanmasına ve kullanıcının memnuniyetinin sağlanmasına yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Çevresel algı, iyi ile kötünün belirlendiği değerlendirme sürecini de içerir. Çevrenin algılanan kalitesi, bütüne ait algının bir parçasıdır. Algının duygusal ve yargısal unsurları, çevreye karşı alınacak tutumların kökenini oluşturur (Bell ve diğerleri, 1990, s.29). Bu anlamda, mekanın iletilerinin doğru bir şekilde algılanması, bir sonraki aşama olan bu iletilerin kabul edilebilmesi için de ön koşuldur.

2.2.3.2. Temel Algıya Dayalı Tasarım Kriterleri

Kullanıcının, fiziksel çevresinden tutarlı bir anlam çıkarabilmesi, çevresini fiziksel ve duygusal olarak deneyimleyebilmesi, algılamasına ve algıladığını anlamlandırabilmesine bağlıdır. Bunun için tasarımla ilgili her konu, insanın algı

özellikleriyle ilişkili olmalı ve temel algıya dayalı olarak, öncelikle kabul edilebilir tasarım yargıları oluşturulmalıdır.

İletişim sürecinde iletinin algılanması önemli bir yer tuttuğu için, tasarımın biçimlenmesinde temel algıya dayalı kriterlerin öncelikli olarak ele alınması gerektiği düşünülmektedir.

Temel algı konusunda ilk ele alınacak kavram düzendir. Tasarım, anlamlı bir düzen verme çabasıdır (Papanek, 1971, s.3). Düzen, tasarımdaki en temel kavramdır (Winters, 1986, s.218). Bir tasarımda, belli bir düzene göre bir araya getirilmiş çeşitli biçim, malzeme, renk ve benzeri özelliklere sahip elemanların oluşturduğu uyarımlar, ancak içerdikleri düzen algılanabiliyorsa kişi için bir anlam içerir.

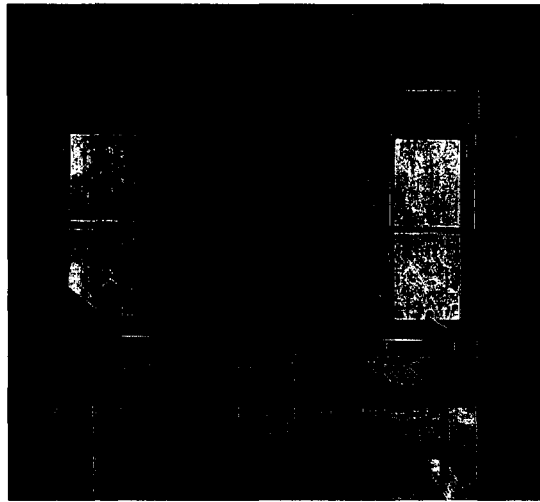
S. Kaplan'a göre (1975), insanların çevreye başarılı bir şekilde uyum sağlamaları, çevreden gelen bilgiyi işleme yeteneklerine bağlıdır; bu sebeple, kolay kavranan mekanlar, daha çok tercih edilmektedir (Miller, Schlitt, 1985, s.85). Genel bir kural olarak, daha basit ve düzen içeren bir şekil, daha kolay ve daha yüksek kesinlik derecesi ile algılanacaktır. Bu sebeple, üçgen, daire ve kare en kolay ve en hızlı tanınan biçimlerdir (Isaac, 1971, s.20). Mekan boyutunda da tam bir algılamanın, basitlik, düzenlilik ve devamlılık özelliklerine bağlı olduğu söylenebilir (Isaac, 1971, s.24).

Düzen sağlamanın bir yolu gruplamadır (Winters, 1986, s.218). Fiziksel elemanlar, çizgisel, dairesel veya başka tanımlı bir şekle, büyüklüğe, renge göre bir araya getirildiğinde, düzenli olarak algılanırlar (Winters, 1986, s.5).

Çeşitli biçimler, birbirlerinden çok farklı da olsalar, tek bir birim oluşturmak üzere düzenlenebilirler. Bu, bütünlük kavramıdır (Winters, 1986, s.26). Gestalt kuralları, fiziksel objelerin 'benzerlik', 'yakınlık', 'devamlılık' gibi kavramlar temelinde bütün olarak algılandığını göstermektedir (Norberg-Schulz, 1988, s.29).

İki eleman arasındaki uzaklık, büyük olanın en küçük boyutundan daha azsa, grup oluştururlar ve küçük olan büyük olana bağlı olarak görülür. Bu durumun tersi söz konusu olduğunda ise, objeler birbirlerinden ayrı olarak algılanacaktır (Isaac, 1971, s.42).

‘Benzerlik kuralı’na göre, renk, parlaklık, doku, biçim, boyut. olarak benzer olan parçalar, bütün olarak algılanır. Biçim olarak farklı olan, ancak ortak bir anlam içeren birimler için de aynı kural geçerlidir. Bu durumda, rengin tekrarlanması gibi sembolik tekniklerle, bütünlük algısı güçlendirilebilir (Miller, Schlitt, 1985, s.84). Resim 8’de, pencere, şömine, merdiven korkuluğu, süpürgelik gibi elemanlarda, aynı malzeme ve rengin kullanımıyla sağlanmış bir bütünlük söz konusudur. Resim 9’da görülen otel odasında ise, yatak başlığı ile sandalyelerin arkalıklarının ve sandalyeler ile sehpanın ayaklarının benzer formu, yatak örtüsü ile perdenin ortak deseni, aydınlatma elemanlarının benzerliği ile mekanda bütünlük sağlanmıştır.



Resim 8: Oturma Odası

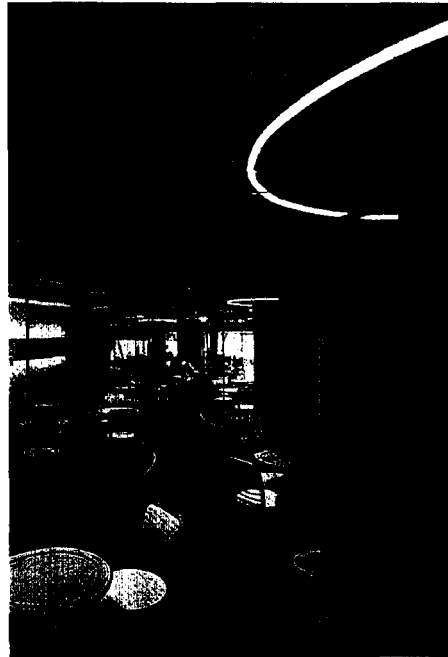
Kaynak: Poore, 1994, s.40.



Resim 9: Otel Odası

Kaynak: Kishikawa, 1991, s.186.

Farklı parçalardan oluşan bir tasarımda, parçaların bütün veya birbiriyle ilişkili olarak algılanmasını sağlayacak bütünleştirici, ortak bir temanın olması önemlidir (Isaac, 1971, s.22). Resim 10'daki restoranda, masa ve sandalyelerin, kolonların, zemindeki yükseltilerin ve aydınlatma elemanlarının sahip olduğu ortak biçimsel özellikler, mekanın bütünlüğünü sağlamaktadır.



Resim 10: Restoran 'Jasper's'.

Kaynak: Interior Spaces. A Pictorial Review of Significant Interiors in the U.S.A., 1992, s.130.

Bir diğer düzen sağlama yolu, tekrar ve ritmin kullanılmasıdır (Winters, 1986, s.219). Resim 11'de görülen mekan, bölmeleri oluşturan duvarlarının, duvarların yüzeyindeki kabartma şekillerin, iki duvar arasında belli açılarda bir araya getirilmiş cam panellerin ve tavandaki aydınlatma elemanı ile havalandırmanın tekrarı ile sağlanmış bir düzene sahiptir. Resim 12'deki mekanda ise, cephede ve zeminde tekrarlanan ve mobilyaların formu ile de desteklenen biçim, ritm duygusu yaratmaktadır.



Resim 11: Restoran 'Nobu'.

Kaynak: Entwistle, 2000, s.80.



Resim 12: 'Liberty Center'.

Kaynak: Interior Spaces. A Pictorial Review of Significant Interiors in the U.S.A., 1992, s.17.

Algıda bir başka temel kural, benzerlik ve farklılıkların ayırdedilebilir olmasıdır. İnsan, farklılık algılayamazsa, anlaması imkansızdır (Winters, 1986, s.xiv). Çoğu durumda, çeşitli elemanlar içinde fark edilir ayrılıklar içerenler, anlamı ifade etmektedir (Rapoport, 1982, s.116). Böyle farklılıklar, yani kontrastlar olmadan, anlamın okunması

zordur (Rapoport, 1982, s.119). Franklin Y. Gates' e göre de, 'kontrast olmadan, algılama olmaz (Winters, 1986, s.214).

Kontrast ilgi ve dikkat çekicidir, göz kontrasta karşı duramaz (Winters, 1986, s.214). Vurgulu bir alan oluşturmak, önemli bir konuya dikkat çekmek için, kontrast kullanılabilir (Winters, 1986, s.41). Kullanım kolaylığı açısından, dikkat edilmesi, gözden kaçırılmaması, yönelinmesi gereken kısımların vurgulanması önemlidir. Resim 13'teki mağazanın kapıları, binanın bütünüyle kontrast oluşturan renkleri ve cephedeki tek açıklık olmaları ile girişlerin dikkat çekmesini sağlamaktadır.

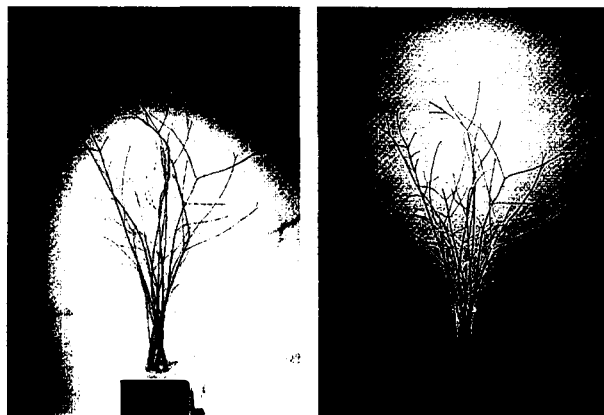


Resim 13: Japonya'da Bir Oyuncak Mağazası.

Kaynak: Storefront 1, 1995, s.124 .

Farklı kısım veya unsur, bütün içinde tek olduğunda, daha kolay farkedilir; bu sebeple, kontrastla eksikliğin veya varlığın vurgulanmasında, nadirlik kavramı önemlidir (Rapoport, 1982, s.121). Bir mekanda vurgulanmak istenen kısmın ya da elemanın, genel renk skalasında bulunmayan bir rengin kullanımı ile ya da genel aydınlatılma düzeyinden farklı şekilde aydınlatılması ile göze çarpıcılığı artırılmış olacaktır.

Bir objeyle arka plan arasındaki parlaklık değeri açısından kontrast, objenin kişiden olan görünür uzaklığını etkiler; güçlü bir kontrast ve yüksek aydınlık değeri, objenin olduğundan daha önde görünmesini, biçimin net olarak ortaya çıkmasını sağlar (Isaac, 1971, s.28). Resim 14'de, aynı objenin arka planla arasındaki kontrast değerinin değişmesiyle oluşan farklı etkiler görülmektedir.



Resim 14: Aydınlatma Etkileri.

Kaynak: Turner, 1994, s.22.

Algılama hızı ve derinliği, ortamın karmaşa derecesi, obje ve arka plan arasındaki kontrast, objenin hareketli veya durağan oluşu gibi çeşitli faktörlere bağlıdır (Isaac, 1971, s.14). Bir mekanın aydınlatma kalitesi, biçimin, rengin ve mekanın algılanmasını direkt olarak etkiler (Miller, Schlitt, 1985, s.87).

Görsel algı, kişinin kendinin hareketi ile de değişir (Isaac, 1971, s.13). Bir yerden geçiş hızı, detayların algılanmasını etkiler (Farbstein, Kantrowitz, 1978, s.12). Kişi, bir mekanı, onun sadece bir gözlemcisi olarak değil bir parçası olarak algılar (Abercrombie, 1990, s.3). Yerler, içlerinde hareket edildikçe kavranır. Kişinin pozisyonu değiştikçe, mekanın görünüşü de değişir, objelerin konumları ve büyüklükleri farklı görünür. Duyumların devamlı değişmesine karşılık, zihinde sabit ve bütün bir imaj yaratılır. Bir yerin tam olarak algılanması ve anlamlandırılması, çok çeşitli açı ve pozisyonlardan deneyimlenmesine bağlıdır (Farbstein, Kantrowitz, 1978, s.11). Bu sebeple, bir mekan tüm yönlerden görünüşleriyle ve kişinin bakış açısı da göz önünde bulundurularak ele alınmalıdır.

2.2.3.3. Dikkat Kavramı

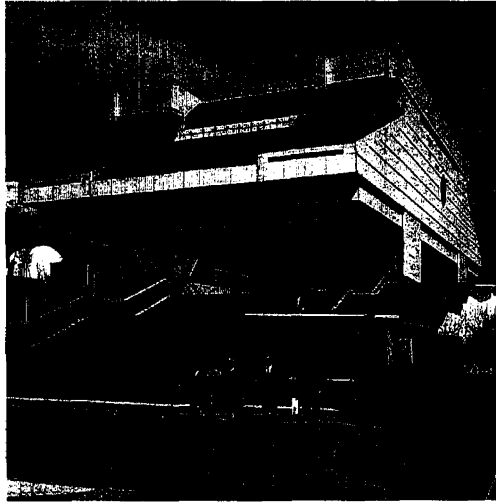
Çevre, bir kerede kavranabileceğinden çok daha fazla uyaran içerir; bu sebeple, kişi uyaranları algılamada seçici olmak durumundadır (Bell ve diğerleri, 1990, s.30,31). Bir olay, durum kişiyi motive ediyorsa, kişi bunları daha etkili biçimde gözlemektedir. Öztabağ, dikkati, bireyin kendisini motive eden uyarıcıları diğerlerinden ayırdığı seçme faaliyeti olarak tanımlamaktadır (Silah, 2000, s.33).

Dikkat kavramı algılanan uyaranların seçilmesi anlamına geldiği için, dikkatin mesajı taşıyan elemanlar üzerinde toplanması, mesajın algılanması için ön koşuldur. Detaya ilişkin bir örnek olarak, açılması için bir düğmeye basılması gerekli olan bir kapıda, renk, ışık, konum ve boyut gibi özellikler kullanılarak, dikkatin çaba harcanmadan düğme üzerinde toplanması sağlanmalıdır.

Bilinçli dikkat yeteneği sınırlıdır, bir konuya odaklanıldığında diğerlerine karşı olan dikkat azalır. Bu durum psikologlar tarafından, seçici dikkat olarak adlandırılmaktadır (Norman, 1988, s.168). Seçici dikkat, o anki problem üzerinde yoğunlaşıp, diğerlerini göz ardı etmek olduğu için tasarımcı, dikkatin toplandığı konunun dışındaki faktörleri daha dikkat çekici ve kolay ulaşılır hale getirmeli, mümkünse gerekliliklerini azaltmalıdır (Norman, 1988, s.169). Örnek olarak, merdiven inilip çıkılırken bütün dikkati üzerinde toplayacak görsel etkilerden, yönlendirmelerden kaçınılmalıdır. Bir başka örnek olarak da, bir tiyatrodaki oyun sonunda dikkatin farklı bir konuya yönelmiş olması nedeniyle vestiyerde birşeylerin unutulmaması için, vestiyerin çıkış güzergahı üzerinde olması veya dikkati çekecek şekilde daha parlak olarak aydınlatılması gibi çözümler önerilebilir.

İnsanın seçimi üzerinde birçok faktör etkili olmaktadır. Kişi, uyarının fiziksel özelliklerine veya kişisel güdeleri ve ilgi alanlarına göre dikkatini yöneltmektedir (Feldman, 1992, s.119). Buna göre, dikkatin bir konu üzerinde toplanması için sağlanacak kriterlerin, uyarının fiziksel özellikleri ve kullanıcının kişisel özellikleri olarak iki açıdan ele alınması söz konusudur.

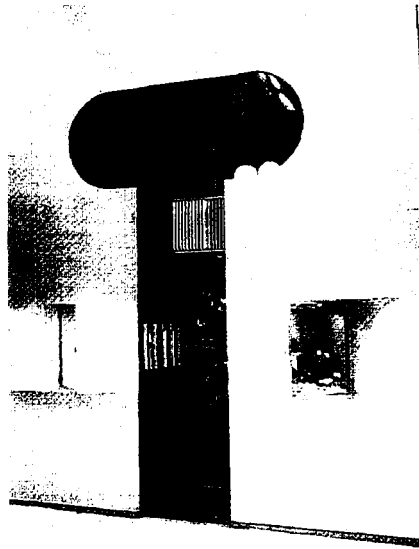
Dikkatin yönlendirilmesi, görüş alanının sınırlanması; tasarımın önemli bir yönünün vurgulanması için boyut veya biçimin, ses ve kokunun, kontrastın kullanılması, aydınlatma ve hareketin kullanılması ile biçimin çarpıtılması veya abartılması gibi çeşitli yöntemlerle sağlanabilir (Isaac, 1971, s.36). Temel algıya dayalı tasarım kriterlerinde de ele alındığı gibi, dikkatin çekilmek istendiği unsurun çevresinden belirgin şekilde farklı olması ve bütün içinde tek olarak öne çıkmasının, dikkati üzerinde toplama konusundaki etkisini artıracak düşünülmemektedir. Resim 13'e (s.40) benzer şekilde, Resim15'te görülen müzenin, yürüyen merdivenlerle olan girişinin ağzında yer alan yapı, çevredeki tek kırmızı eleman olarak öne çıkmakta ve kullanıcıyı yönlendirmektedir.



Resim 15: Tokyo Edo Müzesi.

Kaynak: Myerson, 1996, s.43.

Kullanıcının özel ilgisine yönelik konuların kullanılması ve merak duygusunun uyandırılması da dikkatin yönlendirilmesine yardımcı olacaktır. Örnek olarak, gençlere yönelik bir mekanda, sevilen bir şarkıcının imgesinin kullanılması veya camekan yerine sadece belli yerlerden içeriği gösteren opak yüzeyle merak uyandırılması dikkatin çekilmesi için kullanılabilir. Resim 16'daki mağazanın vitrin tasarımının, içeriğinin tam olarak değil, kısmi olarak gösterilmesi ve bunu sağlayan açıklıkların sıradan olmayan formları ile dikkat çekici bir özelliğe sahip olduğu söylenebilir.



Resim 16: Mağaza 'Retti'.

Kaynak: Pegler, 1994, s.113.

2.2.3.4. Çevresel Biliş

Kişinin çevresini kavrayışı, bilgiyi işleyişi, yargılara varması ve karar vermesi bilişsel süreçlerin sonucu gerçekleşmektedir (Feldman, 1992, s.216). Çevreden alınan uyaranların anlamlandırılması ve buna bağlı tepkilerin oluşması, kullanıcının bilişsel özelliklerine bağlı olmaktadır.

İnsanlar, çevrelerini sınıflayarak ve kategorilere ayırarak kavrarlar. Sınıflandırma ile, sosyal ilişkiler, mekan ve zamana düzen verilir. Bu düzenlemelerde, en önemli belirleyici insan vücududur. İnsan, vücudu ile mekan ve zamanda hareket eder, çevresini deneyimler. İnsan vücudunun üst-alt, sağ-sol, ön-arka, yatay-dikey gibi potansiyel bölünmeleri, çevreye de yüklenir (Pearson, Richards, 1980, s.10). Algı konusunda da ele alındığı gibi, fiziksel çevrenin zihinde değerlendirilmesi ve yorumlanmasında temel referans insan vücududur.

Bir mekanın, aktif olarak duyulanmadan da zihinsel olarak deneyimlenmesi mümkündür. Çevre hakkındaki bilgiler, görüşler ve duygusal tepkiler hatırlanarak, fiziksel çevrenin zihinsel imgesi oluşturulur; böylece çevre kavranır, planlar yapılır, çevresel koşullara bağlı problemler çözülür (Bell ve diğerleri, 1990, s.59). Buna göre, çevreye verilen tepkinin büyük ölçüde önceki deneyimlere ve bilgilere bağlı olduğu söylenebilir.

Bilginin depolanmasını ve geri çağrılıp tekrar kullanılmasını sağlayan ve buna bağlı olarak öğrenmeyi olanaklı hale getiren hafızadır (Feldman, 1992, s.175). Bir mekanın tanımlanması ve kullanılmasında, önceki bilgilere bağlı olunması ve bunlara dayanarak yorum yapılması söz konusu olduğu için hafıza, ele alınması gereken bir konudur.

Tasarımcı, gerçekleştirilecek davranışların belirlenmesinde, kullanıcının hafızasının kapasitesini, yani bir seferde ne kadar aktif düşüncenin yer alabileceğini göz önünde tutmalıdır (Norman, 1988, s.191). Buna göre, özellikle kullanıma dair mesajların belirlenmesinde hafızanın işleyişi önem kazanmaktadır.

Psikologlar, kısa dönemli ve uzun dönemli olmak üzere iki çeşit hafıza tanımlamaktadırlar. Kısa dönemli hafıza, yaşanan anın hafızasıdır, bilgi otomatik olarak

depolanır ve kolaylıkla geri çağırılır; ancak bilgi kapasitesi beş ile yedi arası birimle sınırlıdır ve depolanan bilgiler geçicidir, yeni bilgiler geldikçe öncekiler unutulur (Feldman, 1992, s.176).

Uzun dönemli hafıza ise, geçmişe dair hafızadır, bilginin yüklenmesi ve geri çağırılması, zaman ve çaba gerektirir. Bilgiler, olduğu gibi değil, kişinin anlayışına göre değişikliklere uğrayarak depolanır. Kapasitesi çok geniş olan uzun dönemli hafızada asıl sorun, bilginin depolanması ve geri çağırılmasıdır. Bilginin kolay hatırlanması için iyi kodlanması gerekmektedir; bunun için, bilginin mantıklı bir açıklamaya oturtulabilmesi, daha önceki birtakım bilgilere uygun olması kolaylık sağlayacaktır (Feldman, 1992, s.181,182).

İnsanların hafızalarını kullanması ve bilgiyi geri çağırması konusunda üç kategori belirlenmiştir:

1-Gelişigüzel bilgilerin depolanması: Alfabenin veya ayakkabı bağlamanın öğrenilmesi gibi, basitce hatırlanması gereken gelişigüzel bilgilerin kodlanmasıdır. Öğrenmenin zor olduğu bu durumda, çıkan sorunların sebepleri anlaşılamadığı için, çözüm getirmek de imkansızdır (Norman, 1988 s.67,68).

2-Bilgilerin anlamlı ilişkiler kurularak depolanması: Yeni bilgiler, daha önceden edinilmiş bilgilere uygunsa, onlarla ilişkilendirilerek anlamlandırılır ve depolanır; buna bağlı olarak hafızanın işi büyük ölçüde kolaylaşır (Norman, 1988, s.68,69).

3-Bilgilerin açıklama getirilerek depolanması: Hafızanın en etkili kullanıldığı durumdur. Olaylara açıklama getirebilmek, öğrenmek ve hatırlamak konusunda yardımcı olur. Bu zihinsel etkinlik, hatırlanmayan veya hiç karşılaşılmamış şartlara uygun davranışları mantığın kullanımıyla belirleyerek, beklenmedik durumların etkin bir şekilde karşılanmasını sağlar. Ancak, zaman ve zihinsel çaba gerektirdiği için, hız ve kesinlik gerektiren durumlar için uygun değildir (Norman, 1988, s.70,71).

Buna göre, mekanda herhangi bir kullanım şekli önerilirken, kolay uyum sağlanabilmesi için yapılacak işlemlerin daha önceki bilgilere uygun olması ya da mantığa dayanan bir açıklamasının yapılabilmesi önemlidir. Örnek olarak, yan yana duran, ancak iki ayrı ışık kaynağına kumanda eden elektrik düğmelerinin hangisinin,

hangi ışık kaynağına ait olduğu öğrenilmesi zor olan, gelişigüzel bir bilgidir. Deneme yanılma yöntemi ile kullanılır ya da doğru seçeneğin ezberlenmesi gerekir. Buna karşılık, tuvalet, soyunma kabini gibi kişisel olarak kullanılan kamusal mekanlarda, kapının içerden kilitlemesi durumunda kırmızıya dönen, diğer zamanlarda yeşil olan uyarıcıların, trafik ışıklarından kaynaklanan renk kodları ile bağlantı kurulduğu için anlamlandırılması ve öğrenilmesi kolay olacaktır.

Bir davranışın kesinliği, zihindeki bilginin de kesin olmasını gerektirmez. Kişinin, belli bir işi yapabilmesi için gereken bilginin büyük bölümü, tasarlanmış çevre tarafından sağlanabilir. Davranış, zihindeki bilgi ile, çevrenin içerdiği bilginin birleşimi tarafından belirlenir. Sahip olunan bilgi, doğru davranışı diğer seçenekler arasından ayırabiliyorsa yeterli olacaktır. Ayrıca, tasarımın sağlayacağı doğal ve kültürel sınırlamalar, belli bir durumda yapılabilecek davranış seçeneklerini, buna bağlı olarak da hafızada tutulması gereken bilginin miktarını azaltır (Norman, 1988, s.55). Örnek olarak, müze, metro gibi girerken ödeme yapılması gereken mekanlarda, girişte turnikenin ve turnikenin hemen öncesinde jeton veya bilet gişesinin olması, sistemin işleyişini gösterir. Jeton veya biletin atılacağı açıklığın dikkati çekecek özelliklere ve yanılığlara yol açmamak için tek olası kullanım şekline sahip olması, kullanıcıyı üzerinde düşünmeden doğru kullanıma yöneltten çevresel unsurlardır. Mekandan çıkışın yapıldığı kısımda tek yönlü turnikenin kullanılması da, buradan ödeme yapılmadan girilmesini önlemiş olur.

Yapılan bir işteki hız ve performansın yüksekliği ile harcanan zihinsel güç arasında ters orantı vardır (Norman, 1988, s.57). Buna göre, çevrenin yapılacak davranışları yönlendirmesi söz konusu olduğunda, kullanım etkinliği ve performansının artacağından bahsedilebilir.

Pek çok davranış, bilinçli bir dikkat harcanmadan otomatik olarak yapılır. Bu davranış şekli, geçmişte yaşanmış deneyimlere dayanır, dikkatli bir analiz ve anlayış içermez (Norman, 1988, s.125). Buna karşılık, bilinçli düşünce, yavaştır ve çaba gerektirir. Alternatifleri ele almayı, farklı seçenekler arasında karşılaştırma yapmayı ve dikkatli karar vermeyi gerektirir, açıklamalar bulmaya çalışır. Bilinçli düşünce, kısa dönemli hafızaya dayanır, bu yüzden kapsamı sınırlıdır (Norman, 1988, s.125,126). Otomatik davranışlara, kapının açılıp kapanması, çöpün atılması, çekmecelerin çekilip

ittirilmesi, tuvalete gidilip gelinmesi, birşeyler yenilip içilmesi gibi örnekler verilebilir. Otomatik davranışlar olan günlük aktiviteler, fazla zihinsel çaba gerektirmediği için sıkıcıdır, ancak böylece, sınırlı olan bilinçli düşünme kapasitesi önemli konulara yönlenebilir (Norman, 1988, s.127). Buna göre, bir mekan tasarlanırken burada gerçekleşecek otomatik davranış kalıpları ile bilinçli dikkatin yönleneceği durumlar göz önüne alınmalıdır. Otomatik davranışlar için, çevrenin yönlendirici olması yani üzerinde düşünmeye gerek olmadan neyin, nasıl yapılacağını iletmesi gerektiği düşünülmektedir. Örnek olarak, müze, alışveriş merkezi gibi mekanlarda, dikkatin sergilenen objelere ve vitrinlere yönlenebilmesi için bulunulan konumu kavrama ve yön bulma kolay hale getirilmelidir. Ayrıca, mekan düzenlemesi yön bulma açısından ele alındığında, kısa dönemli hafızanın sınırlılığında dolayı geçilen yerlerin hatırlanmasını kolaylaştıracak yöntemler kullanılmalıdır. Bu yöntemlerden, 'Mekanın Davranışı Yönlendirmesi' konusunda bahsedilecektir.

Bilişsel özelliklerle ilgili olarak, tasarımda göz önünde bulundurulması gereken bir diğer husus, hatalardır. İnsanlar çok sık hata yapar. Hatalar temelde, şaşırma ve yanlış yapma olarak sınıflandırılır. Şaşırma, otomatik davranışlar sırasında meydana gelir ve kolay farkedilirken; yanlışlar, bilinçli davranışlar sırasında yapılır ve farkedilmesi zordur (Norman, 1988, s.105). Şaşırma ve hata yapma, tasarımda öngörülmeyen davranışların gerçekleşmesi, yani bir iletişim sorunu olarak görülebilir.

Eğer bir hata yapılıyorsa, bunun genelde bir açıklaması olmaktadır. Yanlış yapılıyorsa, çevrenin ilettiği bilgi yetersiz veya yanlış yönlendiriyor olabilir. Bir kapının çekilmesi gereken yerde ittirilmesi, çevrenin yanlış yönlendirmesinin sebep olduğu bir yanıştır. Şaşırma durumunda ise, dikkati dağılması söz konusudur (Norman, 1988, s.131). Örnek olarak, bir yüzme havuzunda, dolap anahtarları çıkışta dolap üzerinde unutuluyorsa, hatırlatıcı, dikkati anahtar üzerine çekici unsurların eksikliğinden bahsedilebilir. Bu sebeple tasarım sırasında, sadece öngörülen davranışların iletilmesi değil, yapılması öngörülmeyen ama gerçekleşebilecek davranışların göz önüne alınarak önlenmeye çalışılması; önlenemeyen olası hataların ise kabul edilip, kolay farkedilmesini ve düzeltilmesini sağlayacak şekilde ele alınması gerektiği düşünülmektedir.

2.2.3.5. Duygusal Süreçler

Duygular, herhangi bir andaki içsel deneyimi ifade eder (Feldman, 1992, s.220).

Bilişsel süreçlerin yanı sıra, duygular da çevrenin algısını ve benzer şekilde çevrenin algısı da duyguları etkiler (Bell ve diğerleri, 1990, s.29). Davranışlar da çoğunlukla, duyumsama ve algılamının temelini oluşturduğu, çevre hakkındaki bilgi ve görüşlerin yol açtığı duygusal tepkilerden etkilenir (Bell ve diğerleri, 1990, s.59). Örnek olarak, hoş giden sosyal bir çevrede kişi daha fazla sosyal etkileşime girebileceği gibi, etkin bir şekilde davranmadığı çevrenin kişi üzerinde huzursuzluk yaratması da söz konusudur.

Fiziksel mekanın davranış üzerindeki etkilerinden bahsedildiği üçüncü bölümde, çevrenin uyandırdığı duygusal tepkiler ele alınacaktır.

2.3. Davranışlar

Mekan düzenlemesinin çeşitli davranışlar için arka plan oluşturma şeklindeki temel amacından ve mekanın öncelikli iletisinin, burada belli biçimde davranmak olmasından dolayı, davranış kavramı tasarım için ele önemli bir konudur.

Isaac'a göre (1971, s.58), tasarıma kabul edilir bir temel oluşturulabilmesi için, kullanıcının olası tepkilerinin, davranış kalıpları içinde ele alınması gerekmektedir.

Davranışların tasarım için öncelik taşıyan bir yönü, fiziksel hareketler bağlamında vücudun statik ve dinamik boyutlarıdır. Bu boyutlar, belli bir davranış için gereken hacmin ve mekanın kullanım şeklinin belirlenmesinde gereklidir. Bunun yanı sıra, davranışların nasıl oluştuğunun ele alınmasının, kullanıcının belli şekilde davranmasını sağlamak konusunda yardımcı olacağı düşünülmektedir. Bu anlamda, fiziksel çevrenin belli davranışlara yol açan özelliklerinin bilincinde olunması, istenen sonucun sağlanması açısından önemlidir.

2.3.1. Davranış Kavramı

İnsan bir algı, biliş ve davranış mekanizmasıdır. Algı, duyarlar yoluyla çevreden bilgi edinme eylemi; biliş, yorumlama, hafızaya gönderme yapma, duyumsama eylemi; davranış, amaç ve güdüler doğrultusunda algılara organizmanın devinim ve diğer tepkileri yoluyla verdiği yanıtlardır (Gür, 1996, s.83).

İnsan, bütün yaşantısını çeşitli davranışlarda bulunarak geçirmek zorundadır. Dış ve iç çevresinden aldığı uyarımlara yaklaşma-uzaklaşma tepkileri, jest ve mimik eylemleri, sevinç ya da ızdırap duyma, hissetme ve düşünme gibi dolaylı ya da doğrudan bir reaksiyon veriyor ise, bu onun davranışı olmaktadır (Silah, 2000, s.9). Buna göre, bir davranış fiziksel olabileceği gibi, duygusal ve zihinsel tepkiler şeklinde de ortaya çıkabilir. Nitekim, duygu ve düşüncelerde oluşan tepkilerin fiziksel davranışı belirlemesi de söz konusu olacaktır.

Bu çalışmada davranış, kişiyi davranışa yönlendiren nedenlerin açıklanması ile çevreye verilen tepkiler ve bu davranışlara yol açan çevresel özellikler olarak iki açıdan ele alınacaktır. Çevre davranış etkileşiminden, 'Araç Olarak Fiziksel Mekanın Davranışı Yönlendirmesi ve Tasarım Elemanlarının Olası Etkileri' bölümünde bahsedilecektir.

2.3.2. Davranışın Açıklanması

İnsan davranışları oldukça karmaşık, çok yönlü ve değişik faktörler tarafından belirlenmektedir. Güdülenme, insanların çeşitli gereksinimlerini karşılamaları için doyum sağlayacak ya da amaca götürecek davranışlarda bulunma sürecidir (Silah, 2000, s.45). Güdülenme konusundaki çalışmalar, insanı davranışa yönlendiren faktörleri ele alarak, insanların yaptıkları şeyleri neden yaptıklarını araştırmaktadır. Belli bir şekilde davranmaya yönlendiren enerji, biyolojik, bilişsel ve sosyal faktörler tarafından açıklanmaya çalışılmıştır (Feldman, 1992, s.220,221). Davranışı ortaya çıkaran bu faktörlerin farkında olunmasının, gerek tasarımın bunlara aykırı düşen kullanımlar içermemesi, gerekse benzer yaklaşımlarla yapılması öngörülen davranışların meydana gelmesinin sağlanması açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Psikologlar güdülenme kavramını, öncelikle içgüdülerle, yani biyolojik olarak belirlenen ve doğuştan gelen davranış kalıplarıyla açıklamaya çalışmışlardır. Bu görüşe göre insanlar, hayatta kalmalarına yönelik davranışlara programlanmışlardır. Bu yaklaşım, çoğu öğrenilmiş olan, çeşitli ve karmaşık davranışların açıklanmasında yetersiz kalmıştır (Feldman, 1992, s.222). Biyolojik davranış kalıpları, bütün davranışları açıklayamasa da, ilk insanlardan bugüne değişmemiş olan ve herkes için geçerliliğe sahip, evrensel özellikleri ortaya koyarak tasarım için değişmez veriler sağlar. Örnek olarak, kişisel alan konusunda ele alınmış olan, mekandan uzaklaşma imkanının görülmediği durumlarda daha geniş alana gereksinim duyulmasının, bilinçli bir düşünce değil içgüdüsel bir tepki olduğu söylenebilir.

Davranışın oluşumu hakkındaki bir başka kuram, Hull'ın (1943) ilk olarak ortaya koyduğu 'İtki Azaltma Kuramı'dır. Hull'ın formülünde, davranışın itkiyi, yani bir gereksinimin yol açtığı gerilimi ortadan kaldırması ilkesi getirilmiştir (Tolan, 1991, s.64).

İnsan davranışını güdüleyen önemli bir faktör de meraktır. Merak ve heyecan arayan davranışlar, itki azaltımından çok, uyarım seviyesini yükseltmek ve etkinlik içine girmek üzere güdülenmişlerdir (Feldman, 1992, s.223). Açlık, susuzluk, yorgunluk ve seks gibi biyolojik gereksinmelere dayanan birincil itkilerin yol açtığı davranışları açıklayabilen itki azaltma kuramı, belli bir heyecan veya uyarım seviyesi sağlamaya yönelik davranışları açıklamada yetersiz kalmıştır. Berlyne (1967), Brehm ve Self (1989), heyecan artırma amacındaki davranışları açıklamak için, 'Uyarım Teorisi'ni ortaya koymuştur. Bu teoriye göre, herkes belli bir uyarım ve hareketlilik seviyesini korumaya çalışmaktadır (Feldman, 1992, s.223). Bu görüş, mekanların sahip oldukları uyarım seviyeleri açısından da ele alınmasını gerektirir. Bu konu, 'Faklılık İhtiyacı' ve 'Fiziksel Çevrenin Davranış Üzerindeki Dolaylı Etkisi' bölümlerinde tekrar ele alınacaktır.

Judson Brown gibi bazı psikologlar, doğrudan fizyolojik gereksinmelere yüklenemeyecek 'edinilmiş' ya da 'ikincil' itkilerden söz etmektedirler (Tolan, 1991, s.66). Bu yaklaşım, davranışın her zaman itki azaltma veya uyarım seviyesini belli bir seviyede tutma gibi içsel bir gereksinimden kaynaklanmadığını, dış bir uyarımın da davranışa yönlendirdiğini ortaya koymuştur. Örnek olarak, kişinin tok olduğu halde

yediği tatlı, tatlının yeme davranışına yönlendirmesiyle açıklanmaktadır (Feldman, 1992, s.225). Brown'a göre edinilmiş itkiler, yokluğunda bireyi hoşnutsuzluğa, bunalıma ve endişeye sürükleyen birtakım amaç-nesnelere gösterilen öğrenilmiş eğilimlerdir (Tolan, 1991, s.66). Hoşa giden bir obje görüldüğünde, gereksinim olmamasına rağmen almaya yönelinmesi, bu teoriyle açıklanabilir. Ahlaki yönü tartışılır olsa da, bu yaklaşım mağaza, süpermarket ve benzeri mekanların tasarımında, satış amacını desteklemek üzere kullanılabilir.

Güdülenmeye ilişkin bilişsel görüşlerde, davranışın, insanın bilinçli olarak seçtiği amaçlara yönelmesi teması işlenmektedir. Birey, bazı planlar yapar, bu planlarda beklentiler, olasılıklar ve riskler bellidir; bunlara ulaşmak için hangi eylemlerde bulunması gerektiğini bilir. Bu amaçların ve onlara ulaşmadaki araçların belirlenmesinde, bireyin dünyayı algılama ve tanıma biçimi belirleyici bir rol oynamaktadır (Tolan, 1991, s.79).

Bilişsel psikologların yaptığı temel bir ayırım, içten gelen ve dıştan sağlanan güdülenme şekilleridir. İçten gelen güdülenme, keyif alındığı için bir aktivitenin gerçekleştirilmesi; dıştan sağlanan güdülenme ise, sonrasında alınacak bir ödül için davranışta bulunulmasıdır. Araştırmalar, iki tür güdülenme içinden, içten gelen güdülenme durumunda yapılan işte daha kararlı olunduğunu, daha etkili çalışıldığını ve daha yüksek kalitede sonuçlara ulaşıldığını ortaya çıkarmıştır (Feldman, 1992, s.226). Buna dayanarak, içinde bulunmaktan keyif alınan bir mekanın, dolaylı olarak burada yapılan işin veya gerçekleştirilen aktivitenin de olumlu değerlendirilmesini sağlayacağı ve performansın yüksek olmasına yardımcı olacağı söylenebilir.

Hisler de davranış güdüleri (Feldman, 1992, s.220). İnsanların hislerinin, ne yaptıkları ve nasıl yaptıkları üzerinde etkisinin büyük olduğu düşünülmektedir. Fiziksel çevreler, kişide kızgınlık, korku, zevk, sıkıntı gibi hisler uyandırabilir ve belli biçimde davranmasına sebep olabilir (Mehrabian, 1976, s.8). Bunun için, fiziksel çevrenin uyandırdığı duygusal tepkiler tasarımda göz önünde bulundurulması gereken bir konu olarak, 'Fiziksel Mekanın Davranış Üzerindeki Dolaylı Etkisi' bölümünde ele alınacaktır.

Davranışın açıklanmasına dair bir başka yaklaşım, Leighton (1959) ve Maslow'un (1943, 1954), insan davranışının en zorunlu ve yaşamsal olandan, en ağıdalı ve seçkin olana doğru bir uzanma gösteren gereksinimlerden kaynaklandığı görüşüdür (Gür, 1996, s.83). Maslow, güdülenme sağlayan farklı gereksinimleri hiyerarşik bir sıraya koymuştur. Buna göre, daha yüksek gereksinimlerin karşılanması için, öncelikle alt seviyedeki gereksinimlerin karşılanması gerekmektedir. Bu gereksinimler aşağıdan yukarıya doğru, fizyolojik, güvenlik, sevgi ve ait olma, saygı görme ve kendini gerçekleştirme gereksinimleridir (Feldman, 1992, s.227). Bahsedilen gereksinimler açısından ele alındığında, mekanların öncelikle kişinin fizyolojik gereksinimlerini karşılayacak ortamı oluşturması ve doğa koşulları ile diğer insanlara karşı fiziksel ve psikolojik korunma sağlayarak, güvenlik ihtiyacını karşılaması söz konusudur. Bunların yanı sıra, ait olma duygusunun yaşanması ve ait olduğu kişiye farklılık ve kendine özgünlük sağlayarak toplumda saygı görme konusunda kriter oluşturması, özellikle kişisel mekanların karşılanması beklenen gereksinimlerdir.

Ele alınan teorilerin yaklaşımları karşıt değil, birbirini tamamlayıcı özelliktedir (Feldman, 1992, s.228). Özet olarak, içgüdüler, biyolojik itkiler, amaç nesnelere yöneltilmiş itkiler, merak ve uyarım seviyesini yükseltme isteği, bilinçli amaçlar, kızgınlık, korku, sıkıntı, zevk gibi duygular ve gereksinimler insanı davranışa yönelten faktörlerdir ve mekan tasarımında göz önünde bulundurulmalıdırlar.

2.4. Mekana Dair Gereksinimler

İnsan çevre etkileşimlerinin kaynağı insan gereksinimleridir (Gür, 1996, s.83). Kişi, temel olarak okulda eğitim, restorantta yemek yeme, hastanede tedavi olma gereksinimini karşılamak üzere bulunur. Tasarım süreci, gereksinimlerin farkında olunmasını gerektirir. Daha önce de bahsedildiği gibi, gereksinimlerin yanı sıra, kişinin sosyal, sınıfsal ve ekonomik durumuna, gelişen teknoloji ve değişen toplumsal yapıya bağlı istek ve beklentilerin de göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Ancak bu çalışmada, öncelikli olarak karşılanması zorunlu olan gereksinimler ele alınacaktır.

Mekan düzenlemesi, mekana dair gereksinimlerin yanıtıdır (Gür, 1996, s.27). Norberg-Schulz'a (1971, s.71) göre de, mimari mekan, içinde yaşayan kullanıcıların fizyolojik, psikolojik ve toplumsal gereksinimlerini karşılayan bir uzay parçasıdır (Aydınlı, 1986, s.16). Bu çalışmada da, bir mekanın öncelikli amacı kullanım ve buna bağlı olarak kullanıcının mekana dair gereksinimlerinin karşılanması olarak görülmektedir.

Mekan düzenlenmeleri insan ve onun gereksinimlerini karşılamak amacı ile yapıldığı için, insan için gerekli çevresel koşullar yaratılmak ve ona uygun nitelikler bilinmek durumundadır. Erdoğan'a (1986) göre, bu niteliklerde olabilecek herhangi bir eksiklik, kullanıcı için bir rahatsızlık nedeni oluşturarak mekanın kullanımını aksatacaktır (Arcan, Evcı, 1999, s.30). Bunun için, öngörülen kullanım şeklinin sağlanabilmesinde, gerek kullanıcıyı mekanı kullanmaya yönelten gereksinimlerin, gerekse mekanı kullanımı sırasında ortaya çıkması söz konusu olan gereksinimlerin karşılanması gerekmektedir.

İnceoğlu'na (1982) göre kullanıcı gereksinimleri, birey veya toplulukların eylemlerini en etkin biçimde yerine getirebilmeleri için gerekli olan çevresel koşullardır (Arcan, Evcı, 1999, s.31). Mekana dair gereksinimler öncelikle fizikseldir; çeşitli etkinlikler için uygun fiziksel mekanlara gereksinim duyulur. Örnek olarak uyumak için, üzerinde uzanılabilir uygun sertlikte düzleme, bu düzlemin boyut açısından kişiye uygunluğuna ve içinde bulunulan mekanın belli sıcaklık, nem ve aydınlık özelliklerine sahip olmasına gerek vardır.

Fiziksel gereksinimlerin yanı sıra, psikolojik ve toplumsal yaşamdan kaynaklanan sosyal gereksinimler de bulunmaktadır. Bunlar, güvenlik, kontrol, mahremiyet, düzen, farklılık olarak beş başlık altında ele alınacaktır.

2.4.1. Güvenlik Gereksinimi

Korunma ve güvenlik gereksinimi, barınma ve konut kavramlarının temelini oluşturur (Nielson, Taylor, 1990, s.19). Doğada veya kentte, dışardayken sahip olunamayan güvenliği ve fiziksel şartlardan korunmayı, kapalı mekanlar sağlamaktadır (Abercrombie, 1990, s.3). Bu anlamda güvenlik, öncelikle fiziksel bir gereksinim olarak

görülebilmektedir. Ancak, toplumsal yaşamın geldiği nokta, insanların birbirlerinden korunması gereksinimini de ortaya çıkarmıştır.

İnsanın hayatını normal olarak sürdürebilmesi için, fiziksel ve psikolojik güvenliğinin sağlandığı bir yeri olması şarttır (Miller, Schlitt, 1985, s.66). Psikolojik açıdan güvenlik gereksinimi, başkalarının izinsiz giremeyeceği, kişinin çeşitli tehditlere karşı kontrolünde olduğunu hissettiği bir mekanı gerektirir. Bu gereksinimin karşılanması, konut ve ofislerde önceliklidir.

Toffler (1970), insanın uyum sağlama yeteneklerini zorlayan bir durum olarak, 'Kültür şoku' olarak adlandırdığı bir kavram üzerinde çalışmalar yapmıştır. İnsanların, hızla değişen teknolojik bir dünyada, bilinen, tanıdık olan yerlerin yok edilmesi ve ilişkilerin kısa sürmesi gibi durumlarla karşı karşıya olduğunu ileri sürmüştür (Miller, Schlitt, 1985, s.74). Bu durum, kişinin hissettiği güvenlik duygularıyla ilişkilidir. Kimi durumlarda, eski yapının korunması veya yeni bir tasarımda eskiye dair unsurların kullanılmasının bu anlamda olumlu etkiye sahip olacağı düşünülmektedir. İkinci Dünya Savaşı'nda yıkılan Varşova'da, şehrin eskiye birebir sadık kalınarak baştan yapılması bu yaklaşıma örnek olarak verilebilir.

İnsanlar, 'gelecek şoku' ile başedebilmek için, geçmişi muhafaza etmeye çalışmaktadırlar; çünkü geçmiş, belirsiz bir dünyada, tanıdık ve güvenli olanı ifade eder, süreklilik hislerine katkıda bulunur (Miller, Schlitt, 1985, s.74,75). Buna dayanarak, konut ve ofis gibi kişisel kullanımın söz konusu olduğu mekanlarda, kullanıcıların belli kişisel eşyalarını kullanmalarına olanak verecek, kişiselleştirmeye açık bir tasarım anlayışı önerilebilir.

2.4.2. Kontrol Gereksinimi

R.W. White'a göre (1959), çevre üzerinde etki sahibi olmaktan, çevreyi değiştirmekten ve çevreyle başarılı bir etkileşime girmekten kaynaklanan bir memnuniyet söz konusudur. De Charms (1968), insanların kendilerini, kontrolleri dışında bir takım güçlerin elverdiği şartlar içinde yaşayan değil; etkide bulunabilen ve birşeylerin 'olmasını' sağlayan, merkezi varlıklar olarak algılamak istediklerini belirtmiştir. Bu güdüye, kontrol gereksinimi denmektedir (Miller, Schlitt, 1985, s.8).

Buna göre, her açıdan kontrolün tasarımcıda olduğu görüşü geçerli değildir. Belirlenen kullanımın, kullanıcıyı tamamen yönlendirmesi ve davranışlarında sınırlandırması olumsuz karşılanabilir.

Çevre üzerinde kontrole sahip olunamazsa, diğer gereksinimlerin karşılanması da zor olacaktır; ancak çevre üzerinde kontrol sağlanabiliyorsa, amaçların gerçekleştirilmesine yönelik düzenlemeler yapılabilir (Miller, Schlitt, 1985, s.8). Özellikle kişisel kullanımın söz konusu olduğu mekanlarda, kullanıcının mekanı farklı gereksinimlerini karşılamak üzere kullanabilmesi için esnek bir tasarım anlayışı önerilebilir.

İnsan, çevresi üzerinde kontrolünü kaybettiğini anladığında, ilk etki olumsuz olacaktır. Kişi, büyük olasılıkla, kontrolü kazanmayı deneyecektir. Kontrolün kazanılmaya çalışıldığı girişimler başarısız olduğunda ise, öğrenilmiş çaresizlik durumu ortaya çıkmaktadır. Kişi, gerçekte öyle olmasa bile, davranışlarının durum üzerinde etkisi olmadığına inanarak, denemeyi bırakır. Öğrenilmiş çaresizlik, çoğunlukla depresyona yol açar (Bell ve diğerleri, 1990, s.105). Bu durum, daha çok önerilen kullanım sırasında ortaya çıkabilir. Bir kapının nasıl açılacağına çözülmemesi, gidilmek istenen kısmın bulunmasında zorluk yaşanması, kişisel olması öngörülen bir alana girip çıkanların kontrol edilememesi, kullanıcı üzerinde olumsuz etki yapacaktır.

Ancak, insanın, daha çok kontrol sahibi oldukça, çevresine daha iyi bir şekilde uyum sağlayacağı görüşünün aşırı bir genelleme olduğu düşünülmektedir. Averill (1973), Folkman (1984) ve Thompson (1981), algılanan kontrolün, artan tehdit, endişe ve uyumsuz davranışlara sebep olabildiği durumlar olduğunu ileri sürmüşlerdir. Kişi, kimi zaman daha az kontrole sahip olmayı tercih etmektedir (Bell ve diğerleri, 1990, s.107). Kişinin, üzerinde düşünmeden, çevrenin yönlendirmesine göre hareket edeceği durumlar da söz konusu olabilmektedir. Daha önce de ele alındığı gibi, otomatik gerçekleşen davranışların çevre tarafından yönlendirilmesi gerekli görülmektedir. Bunun yanı sıra, kamusal mekanlarda kişinin çevresi üzerinde kontrol şansının ve davranışlarının sınırlı olması olağandır. Böyle bir durumun geçerli olduğu bir mekan türü hastanelerdir. Olsen (1978) ve Taylor (1979), hastanelerin kesin olarak uyulması gereken çok sayıda kurala sahip olması sebebiyle, hasta ve özellikle ziyaretçilerin düşük kontrole sahip olmalarının gerekliliğini belirtmişlerdir (Bell ve diğerleri, 1990, s.414).

Kontrol gereksiniminin mekana yansıması olarak, egemenlik alanı, kişiselleştirme gereksinimi ve seçim özgürlüğü gereksinimi ele alınacaktır.

2.4.2.1. Egemenlik Alanı

'Egemenlik alanı' kuramı, mekana sosyal bir gerçeklik kazandıran bir teoridir. Çok çeşitli ele alınmış şekilleri olan bu teori, mekan organizasyonunun çıkış noktasının, insanın evrensel olan ve biyolojik olarak belirlenen, diğerlerinin giremeyeceği, aralarından sadece bir kısmının seçici olarak alınacağı, açıkça tanımlanmış bir alan gereksinimi olduğunu ileri sürmektedir (Hillier, Hanson, 1985, s.6). İçgüdüsel bir gereksinim olarak, egemenlik alanına sahip olmanın temel bir gereksinim olduğu ve mekan düzenlemesinde öncelikli olarak ele alınması gerektiği düşünülmektedir.

Egemenlik alanı, kişinin merkezinde olduğu, bilişsel olarak belirlenmiş sabit bir alandır (Gür 1996, s.102). Kişi, kendi egemenlik alanında, istediği kadar zaman geçirebilir, istediğini yapar, o alana girip giremeyeceklere karar verir, bu alanda diğerlerinin davranışlarını yönlendirir. Kısaca, kendi mekanına sahip olmak, kişiye fiziksel ve sosyal çevrede kontrol şansı ile belli bir alanda da olsa çevreye hakimiyet hissi verir (Miller, Schlitt, 1985, s.9). Özellikle konut ve ofislerde böyle bir alan gereksinimi söz konusu olacaktır. Bir ailenin egemenlik alanı olarak konut içinde de, aile fertlerinin ayrı ayrı egemenlik alanlarına sahip olmalarının gerekliliğinden bahsedilebilir.

Egemenlik alanı, kişiler ve gruplar arasındaki etkileşimi düzenlemede, bireyin kişiliğini ortaya koymada rol oynar; değer verme ve bağlılık duygularıyla ilişkilendirilir (Bell ve diğerleri, 1990, s.255). Sime' a göre, tanımlı bir yere bağlılığın oluşmasıyla, kişi hayatına anlam veren bir ait olma duygusu kazanır; buna göre bir yerin temel işlevlerinden birinin, ait olma hissini sağlayarak ve kimlik duygusunu güçlendirmesi olduğu ileri sürülmektedir (Groat, 1995, s.34). Buna göre, kişinin egemenlik alanına sahip olması, Maslow'un gereksinim hiyerarşisinde yer alan ait olma gereksinimini karşılaması açısından da önemlidir.

Egemenlik alanı, gerçekten sahip olunanın yanı sıra, üzerinde kontrol sahibi olunan mekanı da ifade eder (Bell ve diğerleri, 1990, s.256). Onlara ait olan veya

kontrollerindeki mekanları seven kişiler, bu mekanlara daha iyi bakmaktadırlar (Young, 1986, s.173). Bir mekanın sahiplenilip sorumluluğunun üstlenilmesi için, sahip olmanın gerekmediği, kişinin mekanı kendi kontrolünde olarak algılamasının yeterli olduğu söylenebilir.

Egemenlik alanı, bir kişiye ait olabileceği gibi, bir grubun kontrolünde de olabilir. Edney ve Uhlig (1977), insanların tek başlarına olduklarında, mekana karşı daha güçlü bir sahiplik hissettiklerini, daha fazla sorumluluk hissedip gözettiklerini ortaya koymuştur (Bell ve diğerleri, 1990, s.262). Buna dayanarak, kişisel kontrol altındaki alanlarda, vandalizmin daha az olacağı düşünülmektedir.

Mekanın ihtiyaca göre değil, statü, zenginlik ve güç kavramlarına göre paylaşılması, tarih boyunca mücadeleye yol açmıştır. Mekan konusundaki anlaşmazlıkların çoğu da, egemenlik alanlarının net bir biçimde tanımlanmamasından kaynaklanmaktadır (Farbstein, Kantrowitz, 1978, s.158). Bir mekanın, belli bir kişinin kontrolünde olduğunu iletibilmesi gerekir. Bu da egemenlik alanının sınırlarının, başkaları tarafından algılanabilecek şekilde tanımlı olmasıyla sağlanabilir. Bu tanımlamanın ne şekillerde yapılabileceği konusu, üçüncü bölümünde 'Sınırlar' konusunda ele alınacaktır.

Sonuç olarak egemenlik alanı, karşılanması zorunlu olan temel bir gereksinim ve aynı zamanda vandalizmin engellenmesi ile mekanın bakımı ve sürdürülebilirliği açısından da göz önünde bulundurulacak bir kavramdır.

2.4.2.2. Kişiselleştirme Gereksinimi

'Yer' kavramı, kişiye kendini tanımlama imkanı sağlar (Norberg-Schulz, 1988, s.37). İnsanların çevrelerindeki objeler ve onların düzenlenişi, yaşam tarzlarını ve hayat görüşlerini gösterir. Seçilen objeler kişiliğin ifadesidir (Kaufmann, 1969, s.5). Daha önce de ele alındığı gibi kişi, özellikle yaşadığı fiziksel çevreyi kendi isteklerine göre düzenleyebiliyorsa ve kendini ifade ettiğini düşünüyorsa, bu mekan ait olma ve saygı görme gereksiniminin karşılanmasında önemli yer tutar.

Pek çok insan, zevklerinin ve yaşam tarzlarının kendilerine özgü olduğunu düşünmek ister, kişiliklerini ifade etme özgürlüğüne gereksinim duyarlar (Pearson, Richards, 1980, s.7). İnsanlar, yaşadıkları ve çalıştıkları yerlerde, seçtikleri objelerle kişiliklerini yansıtmak isterler. Onlara ait olan bu yerleri kişiselleştiremedikleri durumlarda, mekana karşı soğukluk hissederler. Bir mekanın, kişinin gereksinimlerine uygun olma ve kişiliğini yansıtma derecesi, tatmin ediciliğini belirler (Farbstein, Kantrowitz, 1978, s.32). Örnek olarak Bell ve diğerleri (1990, s.460), kişinin çalıştığı mekanın egemenlik alanı olarak görebilmesinin ve kişiselleştirme imkanının olmasının, işten memnuniyetini ve buna bağlı olarak işteki performansını arttıracaklarını ileri sürmektedir. Bu açıdan da, kişisel kullanım için tasarlanan mekanlarda, kullanıcıya kişiselleştirme olanağının tanınması önemlidir.

Fiziksel çevreye dair problemler, pratiğe dayalı yönlerine indirgenemezler; çözümleri, kullanıcının anlamlarının ve tasarıma katılma gereksiniminin anlaşılmasını gerektirir (Norberg-Schulz, 1988, s.11). Pek çok fiziksel çevrenin anlamı, kullanıcının kişisel eşyalarını kullanarak, mekanı değiştirerek ve tamamlayarak gerçekleştirdiği kişiselleştirme sonucunda belirlenmektedir. Bu sebeple, tam olarak bitmiş, herhangi bir değişikliğe ve kişisel objelerin kullanılmasına olanak vermeyen bir tasarım, kullanıcıların memnuniyetsizliğine ve karşı gelmesine yol açmaktadır (Rapoport, 1982, s.21). Tasarımcı bu anlamda, mekanın kendi öngördüğü şekilde kullanılmama ihtimalini göz önünde bulundurmalı, kullanıcının mekana ekleyeceği kişisel nesnelere ve yapacağı düzenlemelerin tasarımın görsel bütünlüğünü bozmayacağı çözümler aramalıdır.

Konut tasarımında, evin duygusal, kişisel ve sembolik anlamlarının önemi sebebiyle, kişiselleştirme ve değişiklik yapabilme olanağının verilmesi de büyük önem kazanmaktadır (Rapoport, 1982, s.22). Tasarımcı, insanların, özellikle evlerini kişiselleştirerek, 'onların' evi olduğunu vurgulama gereksinimlerine saygı göstermelidir (Young, 1986, s.170).

Hegel, hukuk felsefesinde bir şeylere sahip olmanın üç biçimini vurgulamaktadır:

1-Bir şeyi doğrudan fiziksel olarak almak,

2-O şeyi biçimlendirmek,

3-O şeyi, sadece 'benim' olarak nitelendirmek.

Bunların içinde en önemlisi ikincisidir. İnsan canlı ya da cansız bir nesneye biçim verirken ona çeşitli istemlerini, bilgilerini kabul ettirmekte ve o şey artık insanın kişiliğini yansıtmaktadır (Gür, 1996, s.106,107). Bu görüş, mekanın sahiplenilmesi için gerçek anlamda sahip olmanın gerekmediğini, mekanın kişinin kontrolünde olmasının ve buna bağlı olarak kendi amaçlarına göre biçimlendirebilmesinin aynı anlama geldiğini göstermektedir.

Sime'a göre de, bir yerin, birisine ait oluşu, sadece fiziksel olarak sahip olma ile sağlanmaz; kişiler için kendi çevreleriyle ilgilenmek; düzenlenmesi ve bakımına etkin olarak katılmak önem taşımaktadır. Çevreye yabancılaşma, kişinin çevre üzerinde kontrolü olmadığını hissettiğinde ortaya çıkmaktadır (Groat, 1995, s.35).

Kişiselleştirme, bir yerin ya da mekanın dönüştürülmesinde ortaya çıkan bir otorite, bir denetim göstergesidir. Oluşumuna katılan nesnelere benimsenir, korunur, bakılır, sevilirler (Gür, 1996, s.107). Bu yaklaşım da, vandalizme karşı önemli bir çözüm getirmektedir.

Sonuç olarak, hem kişiselleştirmenin karşılanması gereken bir gereksinim olduğu kabul edilerek, hem de kullanım sırasında olası eklemelerin tasarımın bütünlüğünü bozmaması için, kişiselleştirmeye olanak tanıyan, esnek bir fiziksel yapı sağlanması önerilmektedir. Böyle bir yaklaşım, mekanın sahiplenilmesini ve korunmasını sağlamaya da yardımcı olacaktır.

2.4.2.3. Seçim Özgürlüğü Gereksinimi

İnsanlar, düşünceleri, hisleri ve davranışlarının kısıtlanmasına olumsuz tepki verirler. Davranışlarında, kendilerini özgür hissetmeyi ve seçeneklerin olmasını isterler (Miller, Schlitt, 1985, s.130). Bu durum, mekan tasarımına neyin nasıl yapılacağını tanımlaması ve kullanıcıya bu yönde sınırlamalar getirmesi açısından yaklaşıldığı için önem kazanmaktadır.

Yapılacak davranışları büyük ölçüde sınırlayan ve belli bir düzenin dışına çıkılmasına olanak tanımayan bir tasarım, kamusal mekanlarda etkin bir kullanım ile işlevin seri bir şekilde gerçekleştirilmesini sağlasa da, kullanıcının sınırlandırılmayı hoş görmediği, esnek bir yaklaşımın gerekeceği durumlar da söz konusudur.

Seçim, bir anlamda kişinin gerçekleştireceği davranışı seçebileceği alternatiflere sahip olmasıdır (Miller, Schlitt, 1985, s.130). Araştırmalar, kişinin bir mekanı hangi amaçla kullandığının, o mekanın tasarımının veya adlandırılmasının ortaya koyduğu işlevinin aynısı olmayabileceğini ortaya koymuştur (Proshansky ve diğerleri, 1970, s.30). Örnek olarak, mutfak sadece yemeğin hazırlandığı, yendiği ve gıda maddelerinin depolandığı değil, çocukların oyun oynadığı, ders çalıştığı bir yer olarak da kullanılabilir.

Kişinin, istediğini yapmakta özgür olacağı egemenlik alanına sahip olması; mekanın, içerdiği mobilyalar ve düzenleniş şekli ile çeşitli aktiviteleri desteklemesi; esneklik anlayışıyla, hareketli, ayarlanabilir, çok işlevli mobilyaların kullanıldığı, yeni düzenlemelere açık bir mekan tasarımının, farklı aktivitelerin gerçekleştirilmesine olanak tanınması; tasarımcının, temel kullanım dışındaki diğer kullanım olasılıklarını ve bunların gereklerini de ele alması, davranış çeşitliliğinin sağlanmasına yardımcı olacak yaklaşımlardır (Miller, Schlitt, 1985, s.133-135). Ancak, daha önce de ele alındığı gibi, bu yaklaşımların kişisel mekanlarda kullanılması uygunken, kamusal mekanlarda belli bir düzen ve devamlılık gösteren işleyişin sağlanması açısından kullanıcıya tanınan kontrol sınırlanabilir.

Seçme özgürlüğü, kişinin algısı, hissetmesi ve tutumu ile de ilgilidir. İnsanlar kendilerini, özgür, açık, rahat, engellenmemiş ve sınırlanmamış hissetmek isterler. Genelde, geniş, ferah mekanlar bu duygularla ilişkilendirilirken; dar ve sıkışık mekanlar, kalabalık, sınırlanma, kısıtlanma hisleri yaratmaktadır (Miller, Schlitt, 1985, s.139). Buna göre, kullanıcının kontrolünün fazla olmamasının öngörüldüğü mekanlarda da, temel hareketleri konusunda sınırlanmaması, mekana giriş ve çıkışında zorlanma yaşamaması için gereken düzenlemelerin yapılması, mekanın daha ferah algılanması için tasarımın bu yöndeki görsel etkilerle desteklenmesi gerektiği düşünülmektedir.

2.4.3. Mahremiyet Gereksinimi

Mahremiyet, bir kişi veya gruba, diğerlerinin belirli bir düzeyde yaklaşma koşulu olarak tanımlanabilir. Burada ele alınan, uygun bir toplumsal ilişki düzeyidir (Çakın, 1988, s.21). Bu anlamda mahremiyet, sosyal etkileşimin söz konusu olduğu mekanların tasarımında belirleyici bir kavramdır.

Mahremiyet kavramının basit ve tek bir anlamı yoktur; farklı şekillerde ifade edilebilir. Miller ve Schlitt'e göre (1985, s.26) mahremiyet, kişinin kendisiyle ilgili bilginin kontrolü, aktivitelerde, başkalarının müdahalesinin kontrolü ve yalnız kalma gereksinimi olarak ele alınabilir.

Margulis (1979), mahremiyeti, bilginin kontrol edilmesi süreci olarak tanımlamaktadır. İnsanlar, kimi zaman, önyargı oluşturmamak, gülünç olmamak, cezalandırılmamak veya başkaları tarafından kontrol edilememek gibi nedenlerle, kişisel bilgileri saklamak isterler (Miller, Schlitt, 1985, s.26). Bunun için kişinin, başkalarının müdahalesinden ve kontrolünden uzak olarak, özel eşyalarını muhafaza edebileceği ve kişisel aktivitelerini gerçekleştirebileceği bir egemenlik alanına sahip olması önem kazanır.

Pek çok insan için mahremiyetin anlamı, başkalarının müdahalesi olmadan bir aktiviteyi tamamlayabilmek üzere; izinsiz şekilde araya girilmesinin, yapılan işe engel olunmasının, zihnin ve ilginin yapılan işten başka bir konuya çekilmesinin önlenemesidir (Miller, Schlitt, 1985, s.35). Özellikle işyerlerindeki ve evlerdeki çalışma mekanlarının bu açıdan ele alınması gerekmektedir. Dikkati dağıtabilecek görsel ve işitsel uyarıların yalıtılmasının yanı sıra, başkalarının rahatsız etmemesinin gerektiğini belirtecek görsel mesajlar içeren tasarımlar kullanılabilir. Buna, normalde aralık duran, içerde çalışıldığını göstermek üzere tam olarak kapatılacak jaluzi örnek olarak verilebilir.

Devamlı bir sosyal etkileşim yorucu ve zorlayıcı olduğu için, kişinin dinleneceği, diğerlerinden ayrı olarak kendini deneyimleyeceği zamana da gereksinimi olmaktadır (Miller, Schlitt, 1985, s.40). Kişi, sosyal olarak doğası ne olursa olsun, kimi zaman yalnız kalarak kendi duygu ve düşüncelerini gözlemeye, kimi zaman da

diğerleriyle etkileşimde bulunmaya gereksinim duyacaktır (Nielson, Taylor, 1990, s.18). İstendiği zaman tek başına kalabilme, tasarımda ele alınması gereken temel bir gereksinimdir.

Altman'a göre (1975), yalnız kalma gereksinimi, daha genel bir mahremiyet kontrol sürecinin sadece bir yönüdür. İnsanlar için önemli olan, değişen gereksinimlerine uygun mahremiyet düzeyini sağlamak üzere, sosyal etkileşimlerini kontrol edebilme yetisidir. Kişi, kimi zaman diğerleriyle birlikte olmayı, kimi zaman yalnız kalmayı, kimi zaman da ikisinin arasında bir durumu tercih eder (Miller, Schlitt, 1985, s.44,45). Her iki ihtiyaca da cevap verebilecek esnek bir mekan tasarımı ya da iki durum için uygun koşullar içeren ayrı mekanlar çözüm olarak önerilebilir.

Mahremiyet derecesi, kimi fiziksel, kimi sosyal çeşitli faktörlere bağlıdır. Fiziksel olarak, insanlar mesafe ve engellerin yardımıyla ayrılabilirler. Mahremiyeti etkileyen sosyal faktörler ise, yapılan aktivitenin niteliği, kullanıcıların sahip olduğu tutumlar, kurallar ve kabullerdir. Kişisel ve toplumsal beklentiler, rahatsızlık eşliğini belirler (Farbstein, Kantrowitz, 1978, s.82). Buna göre, mahremiyet gereksinimini karşılamak üzere yapılan düzenlemelerde, içinde bulunulan sosyal durum ve kullanıcıların olası beklentileri göz önüne alınarak, öncelikle sağlanmak istenen mahremiyet derecesi belirlenmelidir. Belirlenen amaca göre, kişinin diğerlerinden sadece belli bir mesafe ile, aynı mekan içinde görsel mahremiyeti sağlayacak bölüntülerle, işitsel mahremiyeti sağlayacak ama görsel etkileşimi engellemeyecek ses yalıtımının kullanılması ile ya da tamamen ayrı bir mekan içine alınması ile, farklı şekillerde ayrılması mümkündür.

2.4.4. Düzen Gereksinimi

Kaplan (1975), çevreye başarılı bir şekilde uyum sağlanabilmesi için, çevrenin kullanıcıya bir anlam ifade etmesi gerektiğini ve buna bağlı olarak, anlaşılır bir yapısı olan ve düzen içeren, tutarlı mekanların daha çok tercih edildiğini ileri sürmüştür (Miller, Schlitt, 1985, s.81). Özellikle bürokratik işlerin yapılması gibi, bulunma amacı bir zorunluluktan kaynaklanan mekanlarla, kişinin ilgisinin belli bir konuya yönelmiş olup çevresini incelemeye yöneltecek dikkati ve zamanı olmadığı durumlar için,

çevrenin kolay anlaşılır bir düzeni olması ve yapılması gerekenleri iletmesi gerektiği düşünülmektedir.

Kişi, çevresini anlam veremezse, onu kontrol de edemez (Abercrombie, 1990, s.31). Nerede olduğunu ve ne yapması gerektiğini iletemeyen mekanların, kişiyi etkin bir şekilde davranmaktan alıkoyarak, üzerinde sınırlandırma etkisi yaratacağı söylenebilir.

Pek çok kullanıcıya göre düzen, sadece mekanın fiziksel özellikleri ile değil, kullanımı ve bakımı ile yakından ilişkili görülmektedir. Bu anlamda, mekanın etkili kullanımı, temizliği, objelerin ulaşılabilirliği önemli kavramlardır (Miller, Schlitt, 1985, s.88). İnsanlar, düzenli bir ortamın yanı sıra, aktivitelerini de belli bir düzen içinde, etkili olarak gerçekleştirme gereksinimi duyarlar (Miller, Schlitt, 1985, s.93). Bu anlamda, kullanım etkinliği de bir çeşit düzen gereksinimi olarak görülebilir ve buna göre mekanın yönlendirici olması, bu gereksinimin karşılanmasına yardımcı olacaktır.

2.4.5. Farklılık Gereksinimi

Parr (1964-65), çevrede değişiklik gereksiniminin önemini ele almış, kişinin fiziksel çevreden sağlayamadığı farklılık gereksinimini, çeşitli aktivitelerle karşılaşmaya yöneldiğini belirtmiştir (Proshansky ve diğerleri, 1970, s.41). Davranışın açıklandığı bölümde de ele alındığı gibi, kişinin belli bir uyarım seviyesini sağlamaya yönelik davranışlarda bulunması söz konusudur.

Bir kişinin farklı zamanlardaki uyarılma gereksinimleri değişkenlik gösterir. Uyarılmanın düşük olduğu durumların arkasından, farklılığa, yeniliğe, değişikliğe gereksinim duyulacağı gibi; aşırı uyarılmanın arkasından da, sakinlik ve sessizlik tercih edilecektir (Miller, Schlitt, 1985, s.98). Örnek olarak, bir müzede yoğun görsel uyarım söz konusu olduğu için, yer yer dinlenme ve dikkati yeniden toplama için boş alanlarının olması önerilebilir.

Çeşitlilik ve farklılık, tasarımda önemle ele alınması gereken kavramlardır; aşırı görsel uyarım karmaşık bir etki yaratabilirken, çeşitliliğin ve farklılığın eksikliği de monotonluğa yol açar (Winters, 1986, s.136). Buna göre, içinde bulunulan fiziksel

çevrenin ve mekanda yer alacak aktivitelerin nitelikleri göz önünde bulundurularak mekanın uyarım değeri belirlenmelidir. Örnek olarak, müşteri yoğunluğunun ve buna bağlı olarak görsel ve işitsel uyarımın yüksek olduğu istasyonlarda, gişe memurlarının dinlenme amaçlı kullandıkları mekanların sessiz ve düzenli olması, buna karşılık belli düzeyde bir hareketlilik beklentisi ile gidilen bir bar ortamının uyarım açısından yüksek değere sahip olması uygun olacaktır.

Miller, Schlitt (1985, s.99) tarafından da, tasarımcının farklı uyarım seviyeleri sağlamaya yönelik mekanları amaçlaması; yüksek ve düşük uyarım seviyelerine sahip ayrı mekanlar ya da uyarım seviyesi ayarlanabilen esnek mekanlar tasarlaması önerilmektedir.

2.5. Kişilik Özellikleri ve Kültür

Daha önce de ele alındığı gibi, tasarımcının fiziksel ve psikolojik olarak kabul edilir mekanlar yaratma zorunluluğu vardır. Mekanın, fiziksel olarak kullanıcıya uygunluğunun yanı sıra, davranışsal iletilerin algılanması, kavranması ve son aşama olarak da kabul edilmesinde kişisel ve kültürel özelliklerin önemi büyüktür.

Toplumsal bir varlık olan insanı insan yapan, sahip olduğu bireysel özelliklerdir. Bunun bir sonucu olarak da, yeryüzündeki insanların hiçbiri diğerinin aynısı değildir (Silah, 2000, s.301). Psikologlara göre kişilik, bireyin özel ve onu diğerlerinden ayıran davranışlarını içermektedir. Bireyin sıklıkla yaptığı ya da en tipik davranışlarını temsil ettiği için özeldir; bu davranışlar bireyi başkalarından ayırdığı için de ayırdedicidir (Silah, 2000, s.231). Yanbastı'ya göre (1990, s.10), kişilik terimi, bireyi diğer bireylerden ayıran, farklı kılan ve bireyin ilerdeki davranışlarını ilgilendiren tahminlerin dayanağını oluşturan, göreceli olarak değişmez özelliklerini belirtir (Silah, 2000, s.303). Bu anlamda, tasarım için temel oluşturacak davranış kalıplarının belirlenmesinde, kişilik özellikleri önemli yer tutacaktır. Kullanıcının kişilik özelliklerinin ele alınması, ancak kişisel iletişimin söz konusu olduğu durumlarda olasıdır.

Kişinin, tasarlanmış çevreye olan tepkisi, daha önceki deneyimlerine bağlı olmaktadır. Bu sebeple, yerler hakkındaki bigisi ve görüşü kendine özeldir. Ancak insanlar, pek çok değer, tutum ve öncelikleri paylaşan, daha geniş insan toplulukları

içinde yer alırlar. Bu gruplar, tasarlanmış çevrenin değerlendirilmesini ve kullanımını etkilerler (Farbstein, Kantrowitz, 1978, s.2). King'e göre (1980, s.8), yapıların ve fiziksel çevrelerin anlaşılması için, içinde yer aldıkları toplum ve kültürün de anlaşılması gerekir. Buna göre, kişisel özelliklerden sonra, toplumsal ve kültürel özellikler de, tasarım için önemli veriler sağlar.

Toplum, kısaca, sürekli bir arada yaşayan ve varlıklarını sürdürebilmek için birbirlerine gereksinim duyan örgütlü bir insan topluluğu olarak tanımlanmaktadır (Tolan, 1991, s.3). En basit toplumdan, en gelişmiş ve karmaşık toplumlara varıncaya kadar, yaşayan her toplumun bir kültürü vardır. Tezcan'a göre (1987, s.21) kültür, bir toplumdaki insanların toplam olarak paylaşılmış yaşam biçimleridir. Kültür, her toplum ve kurumda, belirli maddi gereksinimleri tatmin etme amacıyla meydana getirilen bir teknolojinin ve ürünlerinin, teknik bilginin yanı sıra, toplumsal hayatta insan ilişkilerini düzenleyen kural ve kaideler, örf ve adetler, fikir ve tasarımlardan oluşmuş bir bütün halinde işler (Silah, 2000, s.292). Kültürel değerler, insanların gerek maddi çevreleriyle, gerekse birbirleriyle, hatta kendileriyle ilişkili bir takım kuralların belirlenmesinde kaynak oluştururlar (Tolan, 1991, s.4). Buna göre kültür, kişilerin birbirleriyle etkileşimini belirleyerek tasarımda öngörülecek davranışların tanımlanmasında ve kişinin fiziksel çevresiyle etkileşimini belirleyerek, mekanların biçimlenmesinde göz önüne alınması gereken kriterler ortaya koyar.

Kültür, ortak bir düzeni ifade eder ve ortak sembol sisteminin varlığını gerektirir. Bir kültüre ait olmak, bu sembol sistemini bilip kullanmayı gerektirir (Norberg-Schulz, 1988, s.20). Objeler ve mekanlar, da sembolik özellikleriyle, içinde yer aldıkları toplumun kültürünü oluştururlar ve sadece o kültürün içinde anlamlıdırlar (Leakey,Lewin, 1979, s.176). Salon, meyhane gibi mekana dair kavramların yanı sıra, kamusal mekanların pek çoğunun girişinde bulunan ve kullanıcının mekana girişte kontrol edilmesini öngören metal dedektörleri de örnek olarak verilebilir.

Objeler ve mekan düzenlemeleri, kişisel farklılıkları göstermek, kişinin başkaları arasından sıyrılmasını, farkedilmesini sağlamak üzere kullanılabilirler. Ancak kişinin diğerlerinden farklı olduğunu gösterebilmesi, diğerlerinin ona anlam verebilmesine bağlıdır; bu da daha üst düzeyde diğerleriyle paylaşılan bir bütünlüğü gerektirir

(Csikszentmihalyi, 1992, s.33). Buna bağlı olarak, farklılık arayışında bile, tasarımcının tamamen bağımsız olmadığı söylenebilir.

Sosyal bilimlerin bakış açısından, insan kendi ürünü olan sosyal çevresinin etkisi altındadır (Proshansky ve diğerleri, 1970, s.2). İnsan etkinliğinin nicelik ve niteliği, içinde yaşadığı toplumun nicelik ve niteliği tarafından belirlenmektedir. Bu nedenle toplumsal çevre, bir yandan insan gereksinimlerini biçimlendirmekte, bir yandan da bu gereksinimlerin karşılanması için gerekli ortamı oluşturmaktadır (Ünlü, 1998, s.90). Örnek olarak, farklı kültürlerde mekanların kullanım biçimleri, mekanda kişiler arası etkileşimler, uzaklıklar ve kişisel mekan gereksinimi farklı olmaktadır (Çakın, 1988, s.20). İçinde bulunulan kültürün belirlediği gereksinimlere ve bu gereksinimin karşılanması için oluşturulmuş ortama bir örnek olarak, misafir ağırlamak için, günlük olarak kullanılmayan özel bir mekan gereksinimi ve 'salon' kavramı verilebilir.

Güvenç'e göre (1996), farklı kültürler, sadece farklı yaşam biçimlerini değil, dünyayı farklı algılama biçimlerini ve farklı değer sistemlerini de simgelemektedir. Bu farklılıklar fiziksel çevrelere de yansır (Ünlü, 1998, s.93). Bu görüşe dayanarak, kültür kavramının tasarım için, davranış kalıplarını ortaya koymasının yanı sıra, mekanın içerdiği mesajların algılanması ve tanımlanması açısından da önemli olduğu tekrar vurgulanabilir.

De Laguna'nın çalışması, farklı ortamlarda yaşayan insanların, mekanı farklı algıladıklarını ortaya koymuştur. Segall, Campbell ve Herskovits, düz yüzeyli ve birbirine dik açılı olarak konumlanmış binaların olduğu bir çevrede büyümüş insanların, öyle olmayanlardan farklı görsel-mekansal ilüzyonlara sahip olduğunu; örnek olarak, ufuk çizgisine doğru birbirine yaklaşan yatay çizgilerin uzak mesafe anlamına geldiğini, yaşadıkları ortamın onlara öğrettiğini göstermişlerdir (Lym, 1980, s.16).

Algılar, yani insan zihninin, çevreden gelen bilgiyi seçip düzenleyerek oluşturduğu görüntülerin anlamlandırılması, paylaşılan kültürel değerlere göre olmaktadır (Farbstein, Kantrowitz, 1978, s.1). İnsanlar fiziksel çevrelerinde anlamlar yüklerler ve bu anlamlara göre davranışlarda bulunurlar (Pearson, Richards, 1980, s.5). Anlamlar, her durum için yeniden yapılanmazlar. Bir kere öğrenildiklerinde, beklenti ve normlara dönüşüp, yarı otomatik olarak işlerler (Rapoport, 1982, s.62). Örnek olarak,

onaylanan bir durum olmasa da, umumi tuvaletlerin aynı zamanda sigara içme yeri olarak bir anlamı da vardır.

Mekansal ve toplumsal davranışlar da, mekan tasarımında önemli olan davranışlardır (Gür, 1996, s.83). Goodenough'a göre (1957), bir kültürün bireyleri, çeşitli ortamlarda nasıl davranılması gerektiğini bilmektedirler (Rapoport, 1982, s.61). Dört duvar ve tavanla sınırlanmış bir mekan içinde çok çeşitli davranışlar meydana gelebilir. Ancak, bu yapı bir sınıfsa, buradaki insanların davranışları, farklı kültürel amaçlı mekanlardakinden, örnek olarak bir fabrikada, restoran veya sinemadakinden farklı olacaktır (Bell ve diğerleri, 1990, s.109). Aynı kültüre ait insanlar, çeşitli fiziksel çevrelerle, bunların ilişkili olduğu durumları bilirler; farklı kültürlerin çevresel nitelikleri de farklıdır; görünüşte benzer olan çevrelerde, uygun davranışlar kültürlere göre farklılık gösterebilir (Rapoport, 1982, s.61). Buna göre, tasarlanan mekanlarda öngörülen davranışlar, kültür içindeki işleyişine bağlı olarak ele alınmalı, buna ters düşen kullanımlar beklenmemelidir.

Her kültürün statik ve tutucu bir niteliği bulunmaktadır. Bu durum doğal kabul edilmektedir, çünkü, toplumsal yaşamda uyulması ve uygulanması gereken standartların oluşabilmesi için belli bir süreye gereksinim duyulur. Belli bir süre sonra ise, kültürel değerler insan kişiliğinin bir parçası haline gelir. Yaşam güvenliğinin doğal bir sonucu olan bu uyum eğilimi, toplum üyelerinin kültürel değerlere olan bağlılığını güçlendirir. İşte bu niteliğinden dolayı, değişiklik meydana getirilmek istenen kurum ve toplumlarda, kültürel yapının bir direnciyle karşılaşılır. Toplumlar yenilik ve reform yapılabilmesi için, bu direncin yumuşatılması ya da kırılması gerekir (Silah, 2000, s.297). Buna dayanarak, farklı bir mekan anlayışı ya da kullanım şekli önerilirken, toplumun bu duruma öncelikle düşünce olarak alıştırılması ve önyargısının kaldırılması veya yeni tasarımda bilinen, tanıdık durumlarla ilişki kurularak uyum sürecinin kolaylaştırılması önerilebilir.

Sonuç olarak, belli objeler ve fiziksel elemanların belli bir kültür içinde anlamlı olmasının yanı sıra, bir mekanın algılanması, anlamlandırılması ve kullanımı, mekanda meydana gelecek davranışlar ve hatta gereksinimlerin biçimlenmesinde de kültürün etkisi büyüktür. Tasarımda kullanıcıyı birebir tanımak mümkün olduğunda kişisel, diğer

durumlarda kültürel bilginin kullanımı, tasarımın kabul edilir olmasına ve istenen sonuçların sağlanmasına yardımcı olacaktır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İLETİŞİM ARACI OLARAK MEKAN TASARIMINDA BELİRLENEN İLETİLERİN FİZİKSEL ÇEVREYE KODLANMASI

İleti kavramı, sadece söylenenin ne olduğu ile değil, nasıl, hangi araçla ve kodla iletildiği ile de ilgilidir (Becer, 1997, s.22). Kaynağın önemli bir işi, alıcı üzerinde öngörülen etkileri yaratacak aracı kullanmaktır (Morgan, Welton, 1986, s.116). Kaynak iletisini alıcıya iletmek için semboller kullanır (Barker, 1990, s.10). İletişim, üzerlerine belirli anlamlar yüklenen simgelerin alışverişi olarak görülebilir. Aynı simge, farklı yerlerde ve zamanlarda değişik anlamlar ifade edebilir (Becer, 1997, s.23). İletinin belirlenmesinden sonra, kullanıcının algılayabileceği şekilde ve ifade edilmek istenen anlamı yüklenmiş işaretler olarak mekana kodlanması gerekmektedir.

Yapılması öngörülen davranışların ve diğer iletilerin belirlenmesinde ve çevreye kodlanmasında, kullanıcıdan kaynaklanan algısal ve bilişsel özelliklerin yanı sıra, fiziksel elemanların olası etkileri açısından mekan ile davranış etkileşiminin de bilinmesi gerekir.

Bu bölümde, mekanın fiziksel olarak davranışı yönlendirmesi ve fiziksel çevrenin davranış üzerindeki dolaylı etkileri olarak iki açıdan mekan davranış etkileşimi ele alınacaktır. Ayrıca, mekan tasarım elemanlarının olası etkileri ve iletileri üzerinde durulacaktır.

1. MEKANIN DAVRANIŞI YÖNLENDİRMESİ

İlk bölümde ele alındığı gibi, bir mekan düzenlendiğinde, o mekanda neyin nasıl yapılacağı da belli ölçüde tanımlanmış olur. Buna göre, mekanlar insanları, öngörülen aktivitelerinde destekleyerek ve öngörülmeyenlerde engelleyerek işlevlerini yerine getirirler. Bir odanın düzenlenişi, bir binanın tasarımı, konut projesi için yapı alanının seçilmesi, büyük ölçüde, teşvik edilmesi veya önlenmesi istenen davranışlara dayanmaktadır (Proshansky ve diğerleri, 1970, s.3). Bir işyeri ele alındığında, çalışanların birbirlerinin egemenlik alanlarının farkında olması, mekana dışardan gelenlerin orada verilen hizmetin bilincinde ve gereksiniminde olması, bu kişilerin

işlemlerini doğru sırada gerçekleştirmeleri ve hangi bölümlere ne kadar yaklaşmaları gerektiği ile hangi çalışanla iletişime geçmeleri gerektiğini anlayabilmeleri amaçlanan durumlar olarak görülebilir.

Olası davranışlar arasından doğru olanın seçilebilmesi için, fiziksel çevrenin hatalı davranışı, fiziksel, anlamsal, kültürel ve mantıksal olarak sınırlandırması mümkündür. Fiziksel sınırlandırma, öğrenilmesine gerek olmayan bir sınırlamadır ve öngörülenin dışındaki davranışların gerçekleşmesini fiziksel olarak engeller. Daha etkili sonuçlar için, kolay görülür ve anlaşılır olmalı, istenmeyen davranışı olabildiğince erken bir safhada durdurmalıdır (Norman, 1988, s.84). Örnek olarak Resim 17’de görülen istasyon gişelerinde, kapalı olan gişenin jaluzisinin kapatılması, kullanıcıya durumu yakına gelmesine gerek olmadan iletecek, doğru gişeye yönelmesini sağlayacaktır.

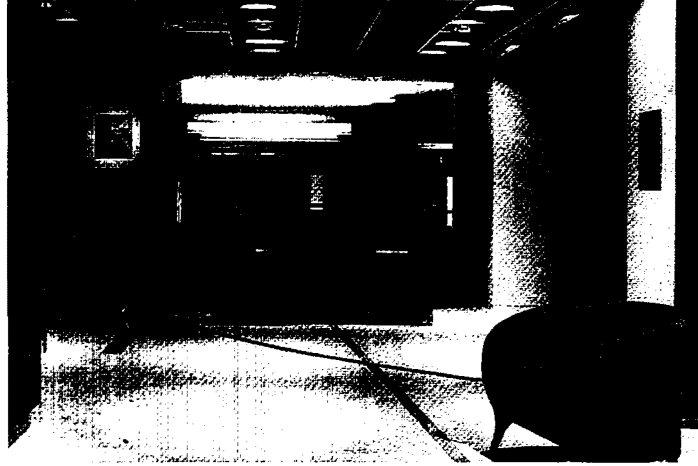


Resim 17: İngiltere Redhill Tren İstasyonu.

Kaynak: Transport Stations, 1992, s.207.

Kullanıcının fiziksel olarak yönlendirilmesine, bir mekanda izlemesi gereken yönün veya güzergahın sınırlandırılması örnek verilebilir. Bunun için, mobilyaların veya diğer donatım elemanlarının, aralarında geçiş alanı olarak algılanacak bir açıklık bırakılacak ve diğer yönlere geçişi sınırlandıracak şekilde düzenlenmesi; halı, döşeme farklılığı veya aydınlatma ile önerilen yolun vurgulanması gibi yöntemler kullanılabilir. Resim 18’de görülen resepsiyonda, zemindeki çizgiler kullanıcıyı yönlendirici niteliğe sahiptir. Bankoya doğru giden ve bankonun biçimi ile de görsel olarak devam ettirilen düz çizgi, mekana giren kişinin yönelmesi gereken yönü ve bankoya yaklaşacağı

konumu; dairesel çizgi ise kamusal alandan özel bir alana geçildiğini, kullanıcının buradaki davranışlarında sınırlı olduğunu iletmektedir.



Resim 18: Resepsiyon 'Alliance for Downtown'.

Kaynak: Corporate Interiors, 1997, s.130.

Fiziksel sınırlandırma konusuna bir başka açıdan yaklaşıldığında, bir mekanda herhangi bir davranış için uygun fiziksel koşulların bulunmaması, bu davranışı sınırlandırmış olacaktır. Örnek olarak üzerine oturulabilecek herhangi bir elemanın olmaması, o mekanda oturma davranışının sınırlandırılması olarak görülebilir.

Anlamsal sınırlandırma, kullanıcının durum hakkındaki ön bilgisine; kültürel sınırlandırma ise, toplumun kabullerine, nerede, nasıl davranılacağını belirleyen bilgiler ve kuralları içeren zihinsel şemalara dayanır (Norman, 1988, s.85). Bir banka gibi, müşterinin hizmet almak için sıraya girmesi gereken mekanlarda, gişelerin üst kısmında ışıklı ve sesli bir gösterge ile belirtilen ve artarak ilerleyen numara, kişinin işleminin yapılması için numara alması gerektiğini iletir. Herhangi bir mekanda bu sistemle karşılaşmış olan bir kullanıcının, bu kullanım şekliyle ilgili ön bilgisi oluşmuş olmaktadır.

Mantıksal sınırlamaları, elemanların uzamsal veya işlevsel düzenlenişi, etkiledikleri ve değiştirdikleri durumlar ile kullanım şekilleri arasındaki mantıksal ilişki belirler (Norman, 1988, s.86). Örnek olarak bir kafeteryada , yemeğin self servis olarak alındığı büfenin olması ve hemen yanında ödemenin yapılacağı kasanın yer almasıyla, yemeğin önce alınıp masaya sonra oturulması, büfenin önünde kasanın olmadığı

tarafından ilerlenmeye başlanması, ödemenin yemekten önce yapılması şeklinde, olası davranışların sınırlandırılması ve kullanıcının istenen davranış şekline yönlendirilmesi söz konusudur.

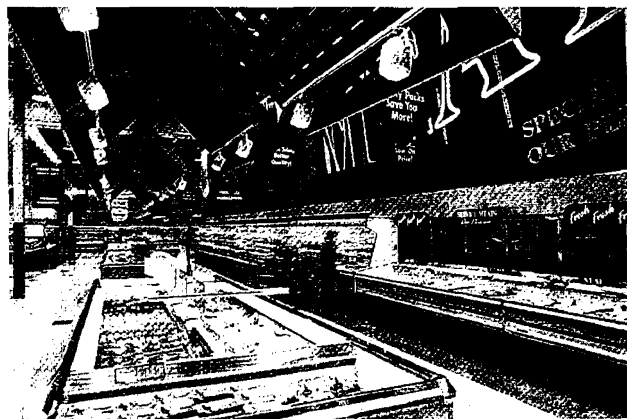
Zeisel (1973) ve Jopling'e (1974) göre çoğunlukla, objeler, mobilyalar ve malzemeler de, nasıl işlediklerini ve nerelerde kullanılacaklarını gösterirler (Rapoport, 1982, s.75). Örnek olarak, bir obje, sıvı veya gaz değil de bir katı ise, zemine doğru 90 dereceden farklı bir açı ile eğimli ise ve en azından bir bölümü kişiden daha yüksekse, korunak olarak algılanır. Bir başka katı obje, zeminden bir miktar yüksek ve üst yüzeyi yere paralel ise, oturulabilirlik hissi verir (Bell ve diğerleri, 1990, s.34). Buna göre, bir mekanda oturulması öngörülmediği halde oturuş kısımların, bu özellikleri taşıyarak kullanıcıya 'oturulabilir' mesajı vermesi söz konusudur. Bir sandalye dayanak olmak içindir, oturmayı destekler, aynı zamanda taşınabilir. Cam, arkasını göstermek içindir ve kırılmalıdır. Ahşap, kütsellik, opaklık, destek sağlamak içindir ve oymak için uygundur. Yassı, düzgün, gözenekli malzemeler üzerine yazmak içindir. Buna göre, ahşap da üzerine yazmak için kullanılabilir (Norman, 1988, s.9). Malzemelerin bu nitelikleri, öncelikle vandalizm tehlikesi ile karşı karşıya olan mekanların tasarımında göz önünde bulundurulmalıdır. Her malzeme aynı zamanda, düzgünlük, pürüzlülük, sertlik, yumuşaklık, soğukluk ve sıcaklık gibi dokunsal ve ısasal özellikler de çağırır (Ruesch, Kees, 1964, s.89). Kısaca, mekanın istenen mesajı iletilmesinde, mekan düzenlemesinin yanı sıra, kullanılan donatım elemanları ve malzemeler de rol oynar. Ancak, bu elemanlar istenen etkiyi ve davranışı sağlasa da, ilettiği diğer olası mesajlarla öngörülme davranışlara sebep olabilir. Bunun için, kullanılan elemanların biçim ve malzemenin kaynaklanabilecek bütün etkilerinin bilincinde olunması gerekir.

Bir mekanın yönlendirmek durumunda olduğu davranışların başında, mekanın kullanımına ilişkin olarak, kullanıcının yönünü bulması ve bulunduğu yeri kavraması gelmektedir. Kullanım amacı ne olursa olsun bir mekanın öncelikle içeri nereden girileceğini ve daha sonra nereye yönelmesi gerektiğini iletebilmesi gerekir.

Kevin Lynch (1960), bir çevrenin yön bulmayı kolaylaştırmasında, okunabilirlik özelliğinin önemini vurgulamıştır. Gärling ve diğerleri (1986), bu konsepti geliştirerek, yön bulmayı kolaylaştıracak bazı özellikler ortaya koymuşlardır; bunlar ayırda edilebilir

derecesi, görsel ulaşım seviyesi ve mekansal düzenlemenin karmaşıklığıdır (Bell ve diğerleri, 1990, s.80).

Ayırddilebilme, çevreyi oluşturan elemanların aynı veya farklı görülme derecesini ifade eder. Appleyard (1969), Evans ve diğerleri (1982), farklı biçime sahip, kolay görünen ve çevresinden ayrılan yapıların daha kolay hatırlandığını ortaya koymuşlardır. Bu durumun, farklı yapıların dikkati daha çok çekmesi ve uzun dönemli hafızaya aktarılmasının söz konusu olması ile ilgili olduğu söylenebilir. Evans ve diğerleri (1980) tarafından, iç mekanlarda renk kodlamasının yön bulmada etkili olduğu gösterilmiştir. Resim 19'da, bir süpermarketteki farklı ürün çeşitlerine ait bölümlerin, farklı renklerle kodlandığı görülmektedir. Bu örnekte, et reyonu kırmızı, süt ürünleri reyonu sarı, donmuş ürünler reyonu mavi, sebze reyonu yeşil olarak, aynı zamanda bu ürünleri anlamsal olarak simgeleyen renklerle tanımlanmıştır.



Resim 19: Süpermarket.

Kaynak: Supermarket Design, 1996, s.150,151.

Çizgi, biçim, renk veya dokudaki kontrastlar da benzer şekilde ayırdedilirlik sağlamaktadırlar. Resim 20'deki alışveriş merkezinde, zemindeki diagonal çizginin kullanıcıları zemin katın girişinden çıkışa ya da otoparka olduğu tahmin edilen kestirme bir yöne doğru yönlendirdiği görülmektedir. Bu çizgi kadar vurgulu olmayan, birbirine paralel diğer çizgilerin de, kullanıcıları mekana getiren ve mekandan uzaklaştıran güzergahı tanımlayarak yönlendirme sağladığı söylenebilir.



Resim 20: Alışveriş Merkezi 'Motomachi Cred'.

Kaynak: Storefront 1, 1995, s.153.

Yeni bir mekanın öğrenilmesinde, ayırdedilir farklılıkların yanı sıra, mekandaki farklı kısımların önemli noktalardan görülebilmesi, yani görsel ulaşım derecesi de etkilidir. Böylece, mekanın tamamının veya büyük bölümünün görüntüsünün zihinde oluşturulması söz konusu olacaktır. Böyle bir durum söz konusu olmasa da, en azından mekana girilen noktada, yönelinebilecek ana yönlerin görünür olması gerektiği düşünülmektedir. Son olarak, mekansal düzenlemenin karmaşıklığı, çevrede hareket edebilmek için işlenmesi gereken bilginin miktarına ve zorluğuna işaret eder. Karmaşa, yol almayı ve öğrenmeyi zorlaştırır. Weisman (1981), basit planların, yön bulmayı kolaylaştırdığını; basitliğin mekanın tanıdık olmasından daha etkili olabildiğini ortaya çıkarmıştır (Bell ve diğerleri, 1990, s.80). Planın karmaşıklığı, kısa dönemli hafızanın beş ile yedi arası bilgiyle sınırlı olduğu göz önünde bulundurularak ve dikkatin çevreden başka bir konuya yönelmiş olma ihtimali düşünülerek belirlenmelidir.

2. FİZİKSEL ÇEVRENİN DAVRANIŞ ÜZERİNDEKİ DOLAYLI ETKİSİ

Çevre, insanın düşündüklerini, hissettiklerini ve yaptıklarını etkiler (Miller, Schlitt, 1985, s.5). Fiziksel çevre, davranışı doğrudan yönlendirmenin ve sınırlandırmanın yanı sıra, kişinin psikolojisi üzerindeki etkisi ile de davranışı belirler. Fiziksel çevrenin bu dolaylı etkisi, amaçlanan sonucun sağlanmasına yardımcı olabileceği gibi, engel de oluşturabileceği için göz önünde bulundurulması önemlidir.

2.1. Çevresel Psikoloji ve Fiziksel Çevre Davranış İlişkisi Üzerine Teoriler

Çevresel psikoloji, davranış ile çevre arasındaki ilişkiyi inceleyen bilim dalıdır (Bell ve diğerleri, 1990, s.24). Davranışı, insan tarafından tanımlanmış ve düzenlenmiş çevre ile ilişkili olarak ele alır (Proshansky ve diğerleri, 1970, s.5). Mekan tasarımına davranış temelinde yaklaşıldığı için, çevresel psikolojinin tasarıma, çevrenin davranış üzerindeki etkileri açısından önemli veriler sağlaması söz konusudur.

Psikoloji, çevrenin kullanıma dair belli davranışları desteklemesi ve estetik ile ilgili konularda tasarıma kaynak oluşturur (Bell ve diğerleri, 1990, s.378). Bu konularda yapılan araştırmaların, tasarım için kullanılabilir kriterler sağladığı düşünülmektedir. Bu sebeple, bu alandaki teoriler, 'Fiziksel Çevreye Verilen Tepkiler', 'Uyarım Özellikleri Açısından Fiziksel Çevre ve Etkileri', 'Fiziksel Çevrenin Uyandırdığı Duygusal Etkiler' ve 'Estetik Kavramı' başlıkları altında toplanarak ele alınacaktır.

2.1.1. Fiziksel Çevreye Verilen Tepkiler

Mehrabian' a göre (1976, s.5), insanların bütün mekanlara tepkileri, yaklaşma ve uzaklaşma olmak üzere iki temel kategoride toplanmaktadır.

Davranışın tümü devinimsel bir tepki olarak gerçekleşmez (Gür, 1996, s.83). Buna bağlı olarak, yaklaşma ve uzaklaşma kavramları da, sadece fiziksel olarak mekana gelme veya mekandan ayrılma anlamlarına gelmez; kişinin mekandan fiziksel olarak ayrılmadığı durumlarda gösterdiği davranışları da içerir. Kişi, tanıdık olmayan bir mekanda bulunduğu anda, çevresini inceleyebilir; etrafındaki objelerle ilgilenip, mekanı tanımaya çalışabilir. Çevreyle ilgilenme de bir yaklaşma şeklidir. İnceleme söz konusu

olmadığında; kişi mekanda bir yere oturup, duvarı seyrettiğinde, çantasından birşeyler çıkarıp okuduğunda veya uyuduğunda uzaklaşma davranışından bahsedilebilir (Mehrabian, 1976, s.5). Kişinin, mekana kodlanmış olan mesajları daha iyi algılayabilmesi için, etrafıyla daha ilgili olması, dikkatini çevreye yöneltmesi gerektiği düşünülmektedir. Bunun için, yaklaşma davranışının, iletişimi de desteklemesi söz konusu olacaktır.

Yaklaşma ve uzaklaşma derecelerini ölçmenin bir yolu da, kişinin diğer insanlara olan yaklaşımını ele almaktır. Yaklaşma davranışı söz konusu olduğunda, diğerleriyle iletişime girme çabası, göz teması kurulması, gülümseme, selamlama, yardım etme ve konuşma başlatma durumları görülür. Uzaklaşma davranışında ise, bunların tersine, kişi başkalarını görmezden gelir, göz temasından kaçınır, diğerleriyle arasındaki mesafeyi arttırır, yönünü onlardan ters tarafa çevirir ve konuşma girişimlerine karşılık vermez (Mehrabian, 1976, s.5,6). Bu açıdan, sosyal amaçlı mekanlarda etkileşimin oluşması, yani bu mekanların işlevlerini istenen yönde yerine getirmesi için kullanıcının tepkisinin yaklaşma şeklinde olması önemlidir.

Kişinin performansı, yani belli bir işi ne kadar iyi yaptığı da, yaklaşma ve uzaklaşma derecesini gösterir (Mehrabian, 1976, s.6). Buna göre, içinde bulunmaktan memnun olunan bir mekanda performansın artması beklenen bir sonuçtur.

Yaklaşma derecesini belirleyen unsurlar olarak, mekanın uyarım derecesi, kişide oluşturduğu duygusal tepkiler ve estetik özellikleri görülmektedir. Bu konulardaki mevcut teoriler, ayrı başlıklar altında ele alınacaktır.

2.1.2. Uyarım Özellikleri Açısından Fiziksel Çevre ve Etkileri

Çevresel uyarımlarla karşılaşmanın etkilerinden biri, yüksek derecede uyarılma; yani hızlı kalp atışı ve nefes alma durumu, yüksek kan basıncı, artan adrenalin salgısı gibi otonomik aktivitelerin ve motor aktivitelerin artmasıdır. Nörofizyolojik açıdan uyarılma, uyarım merkezi tarafından, beyin aktivitelerinin arttırılmasıdır. Hoşa giden uyarıcılar kadar gitmeyenler de uyarım sağlar (Bell ve diğerleri, 1990, s.95). Buna göre uyarım, çevre ile etkileşimden kaynaklanan fizyolojik bir tepkidir ve evrensel

özelliklere sahip olarak tasarım için önemli bir bakış açısı oluşturacağı düşünülmektedir.

Russell ve Snodgrass (1987), uyarımı, bir çevrenin değerlendirildiği boyutlardan biri olarak görmektedir (Bell ve diğerleri, 1990, s.95). Mehrabian'a göre (1976, s.12), çeşitli mekanların karşılaştırılması, uyarım oranına, yani belli bir zaman biriminde içerdikleri bilgi miktarına dayanılarak yapılabilir. Yüksek bilgi oranı içeren, yüksek uyarım seviyesine sahip ortamlar 'yükü' olarak adlandırılmaktadır. Örnek olarak bir kütüphane yüklü bir ortam değilken, bir alışveriş merkezi yüklü olarak değerlendirilecektir.

Bir ortamın 'yükü', o yerin ne olduğu ve orada nelerin olduğu konusundaki belirsizliği ifade eder; mekanın yeniliği ve karmaşıklığının bileşimi olarak da ele alınabilir (Mehrabian, 1976, s.13). Karmaşıklık kavramı, bir mekanda bulunan elemanların çeşitliliğini ve çok sayıda olmasını ifade eder (Miller, Schlitt, 1985, s.99). Çeşitli ve çok sayıda objenin ve aksesuarın kullanımı; detaylara önem verilmesi; farklı renk ve aydınlatma tekniklerinin birarada kullanımı; mekanın farklı hacimlere bölünmesi; kullanılan elemanların veya yerleşimin yoğunluğunun yüksek tutulması; çeşitli aktivitelerin yer aldığı, esnek kullanımlı mekanların yaratılması gibi yollarla karmaşa sağlanabilir (Miller, Schlitt, 1985, s.100-102). Buna göre karmaşıklık, bir mekanın kavranabilmesi için dikkatin yöneltmesi gereken elemanın sayısının yüksek olması olarak yorumlanabilir.

Yenilik, yani alışılmamış olma durumu ise, bir mekanı tanıma ve orada gerçekleşecek olayları tahmin edebilmekle ilişkilidir. Yeni veya tanıdık olmayan bir mekanda, belirsizlik, şaşkınlık, tahmin edilemezlik söz konusudur ve buna bağlı olarak mekan yüklü olarak tanımlanır. Buna karşılık, sıradan, tanıdık, tahmin edilebilir bir mekanın uyandırdığı belirsizlik hissi ve buna bağlı olarak yükü düşük olacaktır (Mehrabian, 1976, s.13). İnsanların, uyarıma ihtiyaç duyduklarında arama eğiliminde buldukları mekan türü, geçmişte deneyimlemedikleri, yeni elemanlar içerenlerdir. Bu yeni elemanlar, zaman içinde alışıldık hale dönüşeceği için, ilgi çekiciliklerini sürdürdürebilmeleri için özel anlam içermeleri ve az bulunur olmaları önem kazanmaktadır (Miller, Schlitt, 1985, s.107,108). Bu konuyla ilgili olarak, daha önceki bilgilere dayanmayan yeni bir bilginin tanımlanmasının daha fazla zihinsel güç ve dikkat

gerektirdiği; bunun da, kişinin aktif olarak çevreyi deneyimleyeceği bir süreç anlamına geldiği söylenebilir.

Yenilik ve karmaşıklığın yanı sıra, çevresel elemanların çeşitli niteliklerinden kaynaklanan uyarım özellikleri vardır. Örnek olarak, zayıf olanla karşılaştırıldığında, şiddetli bir uyarana tepki verilme olasılığı daha yüksektir. Görsel canlılık, mekanın uyarım değerini arttıracaktır. Daha parlak olarak aydınlatılmış mekanlar ve renk spektrumunun sıcak kısmındakilerle doygunluğu yüksek renkler içeren mekanların canlandırıcı etkisi daha yüksektir (Miller, Schlitt, 1985, s.103,104). Simetri yerine asimetri, devamlılık yerine aralıklı oluş, düzenlilik yerine rastgelelik, durağanlık yerine hareketlilik, sadelik yerine kalabalık, uzak bir mesafe yerine yakında olmak, benzerlik yerine farklılık gibi nitelikler mekanın yüklü olmasına sebep olur (Mehrabian, 1976, s.13). Hareketli objeler, sabit objelere göre daha tahmin edilemez, dolayısıyla da daha uyarıcı özelliğe sahiptirler. Benzer şekilde asimetrik düzenlemeler, diagonal çizgiler, mekan içinde kot farklarının kullanılması da aynı etkiyi yaratır (Miller, Schlitt, 1985, s.105,106). Uzaklık faktörü de mekanın karmaşıklığı ile ilgilidir; bir şeylere yaklaştıkça, algılanan detaylar çoğalır (Mehrabian, 1976, s.14). Mehrabian ve Russell (1974), sıradan objelerle, normalden büyük boyutlarda oldukları halde karşılaşıldığında, etkilerinin güçlü olduğuna işaret etmişlerdir (Miller, Schlitt, 1985, s.107). Görsel duyumun yanı sıra, diğer duyu kanalları üzerinde de etkisi olan mekanlar daha fazla uyarım sağlarlar. Kumaş ve malzeme seçimiyle, mekanın algılanmasında dokunma duyusunun etkin bir şekilde yer alması, mekanın etkisini artırılabilir (Miller, Schlitt, 1985, s.104). Bu kriterler, gerek duysal boyutlarda ele alınan eşiklerde, gerekse temel algıya dayanan tasarım kriterlerinde ele alındığı gibi, dikkati daha fazla çekme ve kolay farkedilme özelliğine sahiptir.

Gürültü, sıcaklık ve kalabalıklık gibi faktörler de, uyarım seviyesi üzerinde etkilidir (Bell ve diğerleri, 1990, s.96). İnsanlar, bir mekanın belirsizlik derecesini artıran unsurlardandır. Bir ortam kalabalıklaştıkça yükü artar. İnsanlar tanıdık olmadıklarında yük daha da fazlalaşacaktır (Mehrabian, 1976, s.14). Rapoport (1975), mevcut yoğunluktan çok, algılanan yoğunluğun davranışı etkilediğini ortaya koymuştur. Savinar (1975), özellikle erkekler için, tavan yüksekliği fazla olan mekanların daha az olanlardan; Rotton (1987), tanımlı köşeleri olan mekanların, yuvarlak planlı olanlardan;

Desor (1972), aynı alan ölçüsüne sahip dikdörtgen mekanların kare olanlardan; pencere ve kapı gibi elemanlarla görsel kaçış sağlayanların sağlamayanlardan; Dabbs, Fuller ve Carr (1973), aktivitenin mekanın ortasına gerçekleştiği durumların, bir köşe veya duvar kenarında gerçekleşenlerden; Baum, Reiss ve O'Hara (1974), Desor (1972) ve Evans (1979), esnek bölücü elemanların kullanıldığı mekanların, katı sınırlara sahip mekanlardan daha az yoğun algılandığını belirtmiştir (Bell ve diğerleri, 1990, s.310). Bunların yanında, parlak bir aydınlatma; duvardaki resimler veya reklam afişleri gibi görsel olarak dikkati başka yere çeken elemanların kullanımı; kişilerin, aralarında arkadaşlık ilişkisi olmadığı durumlarda, yüz yüze olmayacakları bir oturma düzeni, kalabalığın daha az olarak algılanmasını sağlamaktadır (Bell ve diğerleri, 1990, s.310).

Sonuç olarak, mekanın yükü kişide belli duygusal tepkilere yol açar, bu tepkiler kişinin yaklaşma ve uzaklaşma davranışlarını meydana getirir (Mehrabian, 1976, s.15). Örnek olarak, fast food restoranlarında, uzun süre oturmayı engellemek amacıyla, rahatsız oturma elemanlarının yanı sıra, yüksek uyarım sağlayan renklerin kullanılması bilinen bir durumdur.

Uyarımın, performans üzerinde de önemli etkileri vardır. Çalışmalar, belli bir işteki performans için uygun uyarım seviyesi gerektiğini, çok yüksek ve çok düşük uyarı seviyelerinin performansı olumsuz etkilediğini ortaya koymuştur (Feldman, 1992, s.224). Ayrıca, daha karmaşık aktivitelerde, basit olanlara göre daha düşük uyarım seviyesinde yüksek performans sağlanmaktadır (Bell ve diğerleri, 1990, s.96). Buna göre mekanın, detaylı düşünme gerektiren işlerde düşük, monoton işlerde ise belli bir seviyenin üstünde uyarım sağlamanın uygun olduğu söylenebilir. Uygun uyarım seviyesi belirlenirken, görsel elemanların yanı sıra, mekandaki insan yoğunluğu da ele alınmalıdır.

Cohen ve Milgram, insanın bilgi işleme kapasitesinin sınırlı olduğunu; çevreden gelen bilgi, bu kapasiteyi aştığında aşırı yüklemenin meydana geldiğini ileri sürmüşlerdir (Bell ve diğerleri, 1990, s.97). Çevresel yük yaklaşımı, Cohen tarafından (1978) hazırlanan modelde detaylı olarak ele alınmaktadır. Dikkat konusunda ele alınan kriterlere benzer sonuçlara ulaşan bu modele göre;

1-İnsanların gelen uyarınları işleme kapasitesi ve aynı anda gelen uyarınlara yöneltebileceği dikkat sınırlıdır.

2-Çevresel uyarınlar, dikkat etme kapasitesini aşıyorsa, ilgisiz görünenler yok farzedilerek uğraşılın işle ilgili olanlara dikkat yönlendirilir.

3-Bir uyarın, şiddetli, tahmin edilemez ve kontrol dışında olduğunda, daha fazla dikkat çeker.

4-Yöneltilen dikkat sabit değildir, belli bir süre sonunda zayıflar. Uzun süreli dikkat gerektiren durumlarda, aşırı yüklenme meydana gelir ve dikkat kapasitesi azalır (Bell ve diğerleri, 1990, s.98).

Aşırı uyarımın bir başka sonucu, durum üzerinde algılanan kontrolün kaybedilmesidir (Bell ve diğerleri, 1990, s.104). Bu durum, uyarımın fizyolojik sonuçları olarak yorgunluk ve dikkatin kaybı ile gerek çevrenin tam olarak kavranamaması, gerekse yapılan işteki konsantrasyonun düşmesi olarak yorumlanabilir.

Bazı psikologlar, pek çok çevre-davranış sorununun yetersiz uyarımdan kaynaklandığını ileri sürmüşlerdir. Parr ve diğerleri, uyarım eksikliğinin, sıkıntıya sebep olduğunu ve düşük eğitim kalitesi ile vandalizm gibi sorunlara yol açtığını belirtmişlerdir (Bell ve diğerleri, 1990, s.100). Wohlwill'e göre, çevre davranış ilişkisinde, duyuşal uyarım, sosyal uyarım ve hareket olmak üzere üç kategoride uygun uyarım seviyesi sağlanmalıdır (Bell ve diğerleri, 1990, s.102). Sonuç olarak, aşırı veya çok az duyuşal uyarım, sosyal etkileşim ve hareket istenmemektedir.

Tasarımcıların farkında olması gereken, kimi işlevlerin yüksek, kimilerinin de düşük uyarım seviyesi gerektirdiğidir (Abercrombie, 1990, s.16). Örnek olarak, Mehrabian (1976), araştırmaları sonucunda, insanların sosyal etkileşime girebilmek için orta derecede bir uyarım seviyesine ihtiyaç duyduklarını ortaya koymuştur. Yine Mehrabian'a göre (1976), rutin, aynı işin tekrarlanmasından oluşan bir aktivite için, kullanıcının sıkılmaması ve dikkatini toplayabilmesi için yüksek uyarım seviyesine sahip bir mekan uygundur. Diğer yandan, hobiler gibi ilgi uyandıran veya konsantrasyon gerektiren karmaşık aktiviteleri gerçekleştirirken, dış uyarımın minimum olması gerekmektedir. Eğer ortam fazla uyarıcı olursa, kullanıcı aşırı uyarılabilir veya

ilgisi yaptığı işten çevreye kayabilir (Miller, Schlitt, 1985, s.118). Bunların yanında, çevrenin çok sayıda uyarıcı ve keşfetme fırsatı içermesinin, araştırma ve öğrenme isteğini arttıracakı düşünülmektedir (Bell ve diğerleri, 1990, s.406).

Yapılan aktivitelerin yanı sıra, mekanın yer aldığı dış çevre koşulları da farklı uyarım seviyelerine ihtiyaç duyulmasına yol açabilir. Mehrabian ve Russell (1974), yüksek uyarım seviyesine sahip, yoğun kentsel mekanlarda yaşayanların uyarıcılığı az olan iç mekanları tercih ederken; sakin bir çevrede yaşayanların daha komplike iç mekanlara yöneleceğini düşünmektedir (Miller, Schlitt, 1985, s.119).

Sonuç olarak bir mekanın uyarım seviyesi, dikkat kapasitesi ile ilgili olarak algılamayı ve buna göre etkileşimi etkileyen önemli bir durumdur. Bunun için, yapılan aktiviteye, mekandaki insan yoğunluğuna, yakın çevrenin uyarımsal özelliklerine dayanarak ve görsel elemanların uyarımsal özelliklerinin farkında olunarak tasarımın biçimlenmesi gerekir.

2.1.3. Fiziksel Çevrenin Uyandırdığı Duygusal Tepkiler

Young'a göre (1986, s.172), insanların çevrelerine tepkisi, öncelikle duygusal düzeyde olmaktadır. Fiziksel çevrenin, duygusal bir tepkiye yol açtığı ve bunu izleyen davranışlar üzerinde etkisi olduğu öne sürülmüştür (Russell ve Mehrabian, 1976, s.5). Daha önce de ele alındığı gibi, duygular davranışları güdüleyen bir etkidir ve çevrenin algısını da etkiler. Bunlara dayanarak, çevre ile duyguların etkileşiminin göz önünde bulundurulması gereken bir konu olduğu düşünülmektedir.

Bir mekan tasarımı, insanların fiziksel çevreleri ve birbirleri hakkında nasıl hissettiklerini etkileme gücüne sahiptir. Hacim, renk, doku, ölçek, denge, donatı seçimi ve benzeri diğer tasarım elemanlarının kullanım şekli, insanların belli şekilde hissetmelerini ve davranmalarını sağlayabilir. Bu elemanların etkin kullanımıyla, sıcak, soğuk, neşeli, romantik, nostaljik, korku uyandırıcı, canlı, uyarıcı, yatıştırıcı veya rahatlatıcı hisler uyandıran mekanların yaratılması söz konusudur (Nielson, Taylor, 1990, s.17). Buna göre, mekanın amacını ve iletisini desteklemek üzere, uygun duygusal etkiler içermesi sağlanabilir.

Mehrabian ve Russell (1974), çevrenin duygusal etkilerini özetlemek için bağımsız ve iki kutup arasında değer içeren, hoşça gitme-gitmeme, uyarılma seviyesi ve hakimiyet-boyun eğme kavramlarını ileri sürmüştür. Hoşça gitme-gitmeme, acı çekme veya mutsuzluktan, zevk alma veya aşırı sevinç uçları arasındaki durumları kapsar. Uyarılma seviyesi, uyumadan, tetikte olmaya ve coşkun bir heyecanlılığa kadar değişen canlılık durumunu belirtir. Hakimiyet-boyun eğme, kişinin çevresi üzerindeki kontrol seviyesini ifade eder. İçinde bulunulan durum üzerinde etkiye ve kontrole sahip olunursa hakimiyet; çevre kişi üzerinde kontrole sahip olursa boyun eğme duyguları yaşanır (Russell ve Mehrabian, 1976, s.5,6).

Yapılan çalışmanın sonuçları, bir mekanın etkilerinin yol açtığı duygusal tepkilerin, diğer davranışlara aracılık ettiğini belirlemiştir. Bir mekanın kişi üzerinde uyandırdığı duygusal tepkiler, öncelikle kişinin yaklaşma veya uzaklaşma derecesini etkilemektedir (Mehrabian, 1976, s.9) Hoşça gitme-gitmeme durumunun çeşitli davranışlar üzerindeki etkisi incelendiğinde, mekanın hoşça giden bir yönünün, diğer yönlerine de olumlu yaklaşılması ihtimalini artırdığı ortaya çıkmıştır (Russell ve Mehrabian, 1976, s.6). Buna göre, estetik kavramının öneminden ve mekanın estetik değerinin davranışlarla da ilişkili olduğundan bahsedilebilir.

Russell ve Mehrabian'ın, hoşça gitme-gitmeme ve uyarım seviyesinin etkileşimini tanımlamak için yaptığı çalışmanın sonuçları ise, hoşça giden bir çevrede, yaklaşımın uyarım seviyesiyle doğru orantılı; hoşça gitmeyen bir çevrede ise ters orantılı olarak değiştiğini ortaya koymaktadır (Russell ve Mehrabian, 1976, s.6). Hoşça gitme-gitmeme durumununun, sadece mekanın estetik değeriyle değil, kişinin mekanda kendi isteğiyle veya zorunluluktan bulunmasıyla da ilgili olduğu düşünülmektedir.

Hoşça gitme durumu en güçlü etkiye sahipken, hakimiyetin beklenenin tersine olumsuz bir etkisi de olabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Bunun sebebi, hakimiyet sağlayan durumların, çoğunlukla kaygısızca yapılan aktivitelere göre daha fazla sorumluluk ve çalışma gerektirmesi olarak açıklanmıştır (Russell ve Mehrabian, 1976, s.15). Bu yaklaşım, kontrolün her zaman istenen bir durum olmayabileceği görüşünü desteklemektedir. Kısaca, kullanıcının çevre üzerinde sahip olacağı kontrol derecesi, içinde bulunulan duruma uygun şekilde belirlenmelidir.

Yüksek uyarım seviyesinin de, hoş giden ve hakimiyet duygusu veren ortamlarda yakın ilişki kurma isteğini arttırdığı gözlenmiştir. Yakın etkileşimin sağlanması için en uygun ortam, hoş giden, yüksek uyarım seviyesine sahip ve kişiye çevresini kontrol edebilme şansının tanındığı ya da hissettirildiği çevredir (Russell ve Mehrabian, 1976, s.16). Sosyal amaçlı mekanlarda bu özelliklerin sağlanması önemlidir. Kişinin çevresini kontrol edebilmesini sağlamak için, oturma birimlerinin mekana hakim bir görüş sağlayarak, kişinin hareketini kısıtlamayacak şekilde konumlandırılmaları önerilebilir.

2.1.4. Estetik Kavramı

Estetik, tasarımda tek kriter olarak kullanılıp, diğer ihtiyaçlar ikinci plana atıldığında sorunlar çıkmaktadır (Miller, Schlitt, 1985, s.120). Ancak estetik, tasarımın davranışsal etkilerinden daha önemsiz sayılamaz; Steinitz (1968) tarafından, estetiğin, davranışın belirlenmesinde önemli rolü olabileceği ortaya konmuştur (Bell ve diğerleri, 1990, s.378). Bir önceki bölümde de, hoş giden bir mekanın yaklaşma derecesini arttırarak, diğer davranışları da dolaylı olarak etkilediğinden bahsedilmiştir. Kısaca estetik kavramının, bir mekanın öngörülen davranışları sağlaması açısından rolü olduğu düşünülmektedir.

Araştırmalar, bir mekanın estetik niteliğinin, o mekandayken yapılan değerlendirmeleri etkilediğini belirlemiştir. Aynı zamanda, çekici mekanlar, insanların kendilerini daha iyi hissetmelerini sağlamaktadır (Bell ve diğerleri, 1990, s.379). Buna göre estetik kavramı, iletişimin çok önemli bir aşamasını oluşturan algılama, değerlendirme ve bunları etkileyen duygusal tepkilerle ilişkilidir.

Mekanın estetik kalitesi, insan davranışının yaklaşma-uzaklaşma boyutuyla ilişkili olduğu için, diğer ihtiyaçların karşılanması için gerekli zemini oluşturur. Diğer bir deyişle, insanlar hoşlarına giden, çekici ortamlarda, daha uzun süre bulunma (Mintz, 1956); diğer insanları daha olumlu değerlendirme eğiliminde (Maslow ve Mintz, 1956) ve diğerleriyle etkileşime girme konusunda daha istekli (Mehrabian ve Russell, 1975) olmaktadır (Miller, Schlitt, 1985, s.120). Sonuç olarak, istenen davranışların gerçekleşmesi için, öncelikle mesajın algılanması, bunun için de kişinin çevresiyle ilgili

olması ve mesajların kabul edilmesi için de çevreyi olumlu bir şekilde değerlendirmesi gerekmektedir. Estetik değeri yüksek bir mekan, bu koşulların sağlanmasına yardımcı olacaktır.

Fiziksel çevrenin algılanması ve değerlendirilmesini etkileyen faktörler incelenirken, güzellik yargısının nasıl oluştuğu sorusu ortaya çıkmaktadır. Berlyne'in estetik yargılar konusundaki çalışmaları, çevresel estetik konusuna da uygulanmaktadır (Bell ve diğerleri, 1990, s.46). Berlyne'in yaklaşımına göre, insanlar, orta derecede uyarım seviyesine ve belirsizliğe sahip mekanlarda mutlu olmaktadır. Estetik yargılar ise, belirsizlik, uyarım ve hoş gitme faktörlerinin birleşimi ile belirlenir; buna bağlı olarak, belli derecede karmaşa, yenilik ve şaşırtıcılık içeren çevreler güzel olarak tanımlanacaktır (Bell ve diğerleri, 1990, s.46). Ancak, bu genellemenin her mekan için geçerli olmayacağı söylenebilir.

Başka bir görüş olarak, estetik yargının, farklılık ve düzen ihtiyaçlarının etkileşiminin bir sonucu olabileceği düşünülmektedir. S. Kaplan (1975), insanların, çevre hakkında yeni bilgi edinme ihtiyacı ile çevreye anlam verebilme ihtiyacı olarak iki zıt eğilimin etkisinde olduklarını belirtmiştir. Platt'a göre ise (1961), estetik haz, önceden bilinmeyen bir içeriği olan yapının düzeninin algılanabilmesinden kaynaklanmaktadır. Benzer şekilde, Findlay ve Field de (1982), karmaşa ve bütünlüğün estetik deneyimin temelini oluşturduğunu iddia etmektedir (Miller, Schlitt, 1985, s.126). Bu görüşlere dayanarak, tasarımcıların, mekanın uyarım değerinin yüksekliği ile belli bir düzen içinde algılanması arasındaki dengeyi sağlamaları gerektiği düşünülmektedir.

Estetik yargılar, mekanın duyumsal yönünün yanı sıra, kişiye ifade ettiği anlamlardan da etkilenir. Kullanıcının beğenileri göz önüne alınmadan tasarlanan 'estetik' mekanlar, tam işlemeyebilir (Miller, Schlitt, 1985, s.120,122). Bunun yanı sıra, daha önce ele alındığı gibi, kullanıcının kişiselleştirme amacıyla ekleyeceği yeni elemanlar ve diğer olası değişikliklere rağmen bütünlüğünü koruyacak bir estetik yaklaşımın gerekli olduğu durumlar da söz konusudur.

3. TASARIM ELEMANLARI VE ETKİLERİNİN ELE ALINMASI

Mazumdar, çoğu çevresel elemanın, insanların algısını, tutum ve davranışlarını etkileyen uyarılarda bulunabileceğini belirtmiştir. Örnek olarak, bir mekanın boyutları, kişinin kendini rahat hissedip hissetmemesinde etkili olur. Yükseklik, mekanın geniş ve açık ya da küçük ve sıkışık olarak tanımlanmasına yol açar. Renk, kişinin ruh durumunu ve buna bağlı olarak davranışlarını etkileyebilir. Benzer şekilde, ortamın sıcaklığının da davranış üzerinde etkileri vardır. Gürültü, konsantrasyon ve performansı etkiler (Knox, Ozolins, 2000, s.57). Buna göre, bir mekanda her türlü elemanın sonuç üzerinde bir etkisi vardır ve bilinçli olarak kullanıldıklarında istenen davranışların meydana gelmesine yardımcı olurlar.

Bir iletişimin başarısı, teknik, anlamsal ve etkisel olarak üç boyutta değerlendirilmelidir (Morgan, Welton, 1986, s.26,27). Teknik boyut, işaretlerin iletilebilmesi; anlamsal boyut iletilen işaretlerin anlatılmak istenen anlamı ifade edebilmesi; etkisel boyut ise alıcının vermesi istenen tepkiyi oluşturmada etkili olabilmesi ile ilgilidir. Bir mekan tasarımının da istenen ve öngörülen sonuçları sağlaması için, uygun araçların kullanımıyla iletilerin iletilmesi, bu iletilerin istenen anlamı işaret etmesi ve kullanıcıdan beklenen davranışları ortaya çıkaracak etkileri oluşturması gerekmektedir. Tasarım elemanlarının, bu anlamda uygunluğunun gözetilerek kullanılması söz konusudur.

Mekan tasarım elemanları, Abercrombie'nin sınıflandırmasından yola çıkılarak, mekanı tanımlayan yatay ve düşey sınırlar, sınırlar üzerindeki açıklıklar ve geçişler, mobilyalar ve diğer donatı elemanları, renk, aydınlatma ve ses başlıkları altında ele alınacaktır. Bu elemanların, birbirlerinden bağımsız değil etkileşim içinde, kullanıcıyı algısal, duygusal ve davranışsal boyutta etkileyerek işlevlerini yerine getirdikleri göz önünde bulundurulmalıdır.

3.1. Mekanı Tanımlayan Yatay ve Düşey Sınırlar

Bir mekanın biçimlenmesinde ilk adım, sınırların tanımlanmasıdır. Bir yer, sınırlarıyla tanımlanır. Sınırlar, mekanın kenarlarını belirleyerek, onu fiziksel olarak

çevresinden ayırır. İçerinin ve dışarının tanımlanması, tasarlanmış çevrenin, temel bir fiziksel ve sembolik işlevidir. Sınırlar, yerleri birbirinden ayırarak, iletilen mesajlar, anlamlar ve kuralların tanımlı mekanlarla ilişkilendirilmesini sağlarlar (Farbstein, Kantrowitz, 1978, s.69). Sınırların temel iletisi, öngörülen aktivitenin ve ilişkili davranışların gerçekleşeceği hacmin gösterilmesidir.

Sınırlar, yerleri ve davranışları kapatır. Sınırlar ve aralarındaki bağlantılar, bilgi, insan ve nesnelerin bir taraftan diğer tarafa geçişini düzenler. Bir duvar, bu akışı tamamen keser (Farbstein, Kantrowitz, 1978, s.70). Buna göre, duvarla sınırlandırılmış bir mekan, o yöne doğru ve o yönden olası bir hareketin ve iletişimin söz konusu olmayacağı mesajını verir. Duvarın malzemesi, bu anlamda önem kazanır. Şeffaf bir duvar malzemesi, hareketi sınırlasa da, görsel iletişime olanak tanıyacaktır. Resim 21'deki çalışma mekanındaki bölüntüler, her bir bölmedeki çalışanın, iki yanındaki bölmelerle görsel iletişimini sağlamaktadır. Ancak, bu iletişim çalışanların birbirlerinin sadece yüzlerini görebilecekleri şekilde sınırlıdır. Bölmelerden içeri ve dışarı hareket ise, sadece bir yönden söz konusudur.



Resim 21: Çalışma Mekanı

Kaynak: Riewoldt, 1994, s.115.

Kimi kültürlerde daha katı sınırlar varken, diğerlerinde sınırlar arası geçiş daha akıcıdır. Sınırların az olması, mekanlarda esnekliği ve iletişim olasılığının artmasını

sağlar. Kimi durumlarda, sınırların tanımlanmamış olması, korunmasızlık ve rahatsızlık duyguları uyandırır (Farbstein, Kantrowitz, 1978, s.70,72). Sınırların tanımladığı alan ve hacmin de kişi üzerinde çeşitli etkileri vardır. Geniş mekanlar, özgürlük hissi verebileceği gibi korkutucu da olabilir. Benzer şekilde, küçük mekanlar da sıkışıklık veya samimiyet hisleri yaratabilir (Abercrombie, 1990, s.31). Başka bir örnek olarak, tam kare veya daire bir mekanda olmak, tüm yönlerden yaklaşımın eşit önem taşıdığı, bu sebeple kişinin merkezde olduğu hissini verir. Bu etki, üç boyutta daha fazladır (Abercrombie, 1990, s.36). Ancak bütün bu saptamalar, içinde bulunulan duruma göre anlam kazanmaktadır. Buna göre, bir mekanın sınırları oluşturulurken ve bu sınırların nitelikleri belirlenirken, mekanın işlevi ve kullanıcıların beklentileri göz önünde bulundurulmalıdır.

Mekanlar, yer, tavan ve duvar yüzeyleriyle çevrelenmiştir. Bir mekanı, iç mekana çeviren tavadır (Abercrombie, 1990, s.43). İnsan, anatomisinin sonucu olarak, yukarı ve aşağıdan çok karşıya dönüktür ve buna bağlı olarak, çoğunlukla duvar yüzeyleriyle ilişki kurar. Zemin çocuklar tarafından oturulmak için de kullanılsa da, yetişkinler zeminle ayakları ve gözleri aracılığıyla ilişki kurarlar. Zemin, sağlamlık ve güvenlik hislerinin temel kaynağıdır. Kişi, altındaki yapının, sağlam, değişmez ve düzgün seviyeli olduğunu bilmekten rahatlık duyar (Abercrombie, 1990, s.47).

Bir hacimin doğasını, sınırları belirler (Abercrombie, 1990, s.43). Sınırlar bir mekanı tanımlamanın yanı sıra, biçimsel özelliklerine, malzemelerine ve düzenlenişlerine göre, mekanın küçük, büyük, ferah, aydınlık, karanlık, karmaşık ve benzeri sıfatlarla nitelenmesinde etkili olur. Mimarlığın, içeriye ve dışarıya ait güçlerin karşılaşmasından meydana geldiğini, duvarın geçiş noktası olduğunu ileri süren Venturi'ye göre, içbükey bir duvar yüzeyi hacmi toplayıp yoğunlaşma yaratırken; dışbükey yüzey, hacmi uzaklaştırıp, dışa doğru yönlendirir (Norberg-Schulz, 1988, s.34). Buna benzer bir yaklaşım, Resim 22'deki oturma birimleri için de söylenebilir. Dışbükey olan oturma birimi, kullanıcıları birbirinden uzaklaştırıp sosyal etkileşim olasılığını azaltırken; içbükey olan birbirlerine yönelterek, bunun tersi bir durum yaratmaktadır.



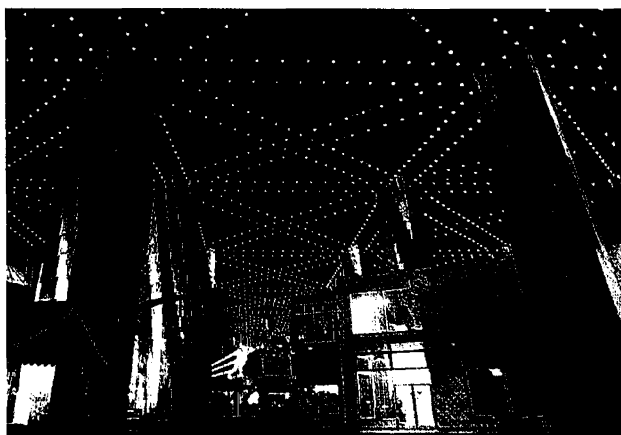
Resim 22: Oturma Birimi-Rodolfo Dordoni Tasarımı.

Kaynak: Cerver, 2000, s.76.

Sınırlama görevini yapan çok çeşitli fiziksel elemanlar bulunmaktadır. Malzeme değişikliği veya yerdeki bir çizgi gibi, ayırdedilmeyi sağlayan bütün değişiklikler sınır tanımlar. Benzer şekilde, kot farklılıkları, bir mobilya dizisi, parmaklık veya bir duvar yerleri ayırabilir (Farbstein, Kantrowitz, 1978, s.69). Sınırlar, bir mekanı doğal çevreden ayırabilir, bir yapı içinde birbirinden ayrı mekanlar oluşturabilir ya da bir mekan içindeki farklı işleve sahip veya farklı kişilere ait bölümleri tanımlayabilir. Bunun yanı sıra, açık alanlarda da, otoyol, kaldırım, bahçe, otopark gibi çeşitli bölümlerin sınırlanarak birbirinden ayrılması söz konusudur. Çakın'a göre (1988, s.23), bu anlamdaki sınırları belirleyen işaretler arasında, duvarlar, parmaklıklar, direkler, bahçe düzenlemesi, malzemelerin doku veya renginde değişiklik sayılabilir.

Çevrelenmiş bir mekana göre daha az bir fiziksel ayrılma sağlayan panolar, paravanalar, bankolar, vb., farklı mekansal bölgeleri tanımlamakta kullanılabilir (Miller, Schlitt, 1985, s.11). Mobilyaların düzenlenişi, mimari plana ek olarak, mekanın bölünmesini veya farklı alanların tanımlanmasını sağlayabilir (Bell ve diğerleri, 1990, s.387). Resim 21'deki çalışma mekanında (s.86), ayrı bölümlerin tanımlanmasında mobilyaların kullanılması da söz konusudur. Bir mekanın biçimi de, onu tek bir mekan yerine daha küçük mekanlar serisi olarak algılanması için ipucu oluşturur. Zemin seviyesindeki ve tavan yüksekliklerindeki farklılıklar da mekanın algısal olarak bölünmesine yardımcı olur.

Spot aydınlatma veya loş bırakma gibi tekniklerle seçici olarak aydınlatma, belli renklerle kodlama veya farklı dokular kullanma gibi yöntemlerle de belli alanların tanımlanması mümkündür (Miller, Schlitt, 1985, s.12). Resim 23’de, açık mekanın üstünü sınırlayan aydınlatma elemanları, altında kalan hacmi tanımlı bir hale getirmektedir. Resim 24’de ise, havaalanında yer alan bir bir café-bar’ın, zeminde malzeme değişikliği, tavan seviyesinde ve renginde farklılık ve bunu destekleyen aydınlatma ile genel mekandan ayrılmış olduğu görülmektedir.



Resim 23: ‘Euro Disney’ Fransa.

Kaynak: Jodidio, 1993, s.72.



Resim 24: Café-bar ‘JFK Havaalanı’.

Kaynak: Corporate Interiors, 1997, s.213.

Bahsedilen yöntemlerle sınırların oluşturulması, kullanıcıya tanımlanan mekan ve bölümler hakkında mesaj gönderilmesi anlamına da gelir. Bu sınırların amacının, buralarda gerçekleşecek davranışları sınırlandırma ve yönlendirme olduğu söylenebilir.

3.2. Sınırlar Üzerindeki Açıklıklar ve Geçişler

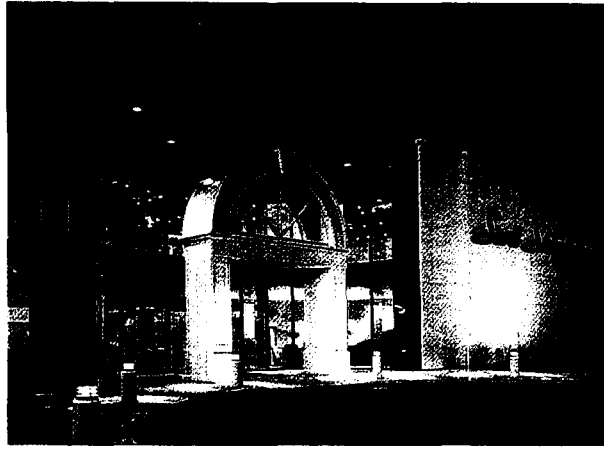
Sınırlar, belli yönlerdeki hareketin ve iletişimin sınırlanması veya kısıtlanmasını ifade ederken, sınırlar üzerindeki açıklıklar ve geçişler, hareket ve iletişim olanağını gösterir ve bunun gerçekleşeceği yeri tanımlar.

Sınırlar arası geçişi kapılar sağlar. Kapılar, yalıtım ve sirkülasyonu kontrol eder. Mekanların ilişkisini kurarak, birlikte çalışmalarını sağlayan önemli bağlantılardır. Kapının, mekana ulaşımı sağlayan bir açıklık veya böyle bir açıklığı kapayan obje olarak iki anlamı bulunmaktadır (Abercrombie, 1990, s.59). Buna göre bir kapı, açıklık olarak mekanın girişini ve çıkışını tanımlarken, açıklığı kapayan bir obje olarak daha farklı anlamlar içerebilir. Kapalı duran bir kapı içeri izinsiz girilmemesini ifade edebilir.

Kapılar, fiziksel kullanımdan önce, zihinsel olarak deneyimlenir. Bir mekanda durağan olarak bulunulsa da, kapı çıkış olasılığını gösterir; aksi durumların kloströfobik etkisi olabilir (Abercrombie, 1990, s.61).

Kapıların dışa doğru açılanının, kişiye doğru açılanından farklı anlamları olabileceği gibi, çift kapıların tek olanlardan, geniş kapıların da dar olanlardan farklı etkileri vardır. Bütün kapılar eşit değildir; tasarımcı, her bir kapının nasıl ve kimler tarafından kullanılabilceğini belirleyen sosyal kuralların bilincinde olmalıdır (Abercrombie, 1990, s.62). Geçişler, mekana giren kullanıcının seçici olarak içeri alınmasını öngörebilir ve böyle bir durumda bunu görsel olarak iletmesi gerektiği düşünülmektedir.

Bir girişin önemi, asıl mekanın tanıtılması işlevidir. Girenlerin, mekan hakkındaki ilk izlenimlerini oluşturur. Bu sebeple, uygun bir girişin tasarlanabilmesi için, tüm mekana ait özelliklerin göz önüne alınması gerekmektedir (Abercrombie, 1990, s.10). Bir mekanın girişi, mekana girince ilk olarak karşı karşıya gelinen kısmın tasarımı açısından olduğu kadar, dışardan bakıldığında farkedilmesi ve kendi yapısı ile iletmiş mesaj açısından da önem taşır. Resim 25'deki mağazanın girişinin önünde yer alan kemerli yapı, belli bir mesafeden girişin konumunu iletmede ve insan boyutlarından büyük yapısı ile ihtişamlı bir etki yaratarak, mekanın seçkin bir yer oluşu ile ilgili ipucu vermektedir.



Resim 25: Mağaza 'Scott Shuptrine'.

Kaynak: Pegler, 1994, s.40.

Girişlerin kolay ayırılabilir olmaları, mekanın yön bulmayı desteklemesi açısından gerekli bir özelliktir. Ancak, bir mağazanın girişi bilinçli olarak okunaklı yapılmayabilir; doğrudan giriş sağlamak yerine oyalayarak içeri alma tercih edilebilir. Böylece, belirsizlik yaratılarak müşterinin vitrinleri gözlemesi sağlanabilir (Aynan, 1995, s.39).

Kapılar, giriş ve çıkış olarak iki yönde de eşit olarak işlerken, pencereler dışardakilerin içeriye değil, içerdekilerin dışarıyı görmesi içindir. Bunun en belli istisnası, mağaza ve vitrin camlarıdır; bunlar dışardakilerin dikkatini ürünlere ve içerde gerçekleşen alışverişe çekmek amacındadırlar (Abercrombie, 1990, s.62,63). Pencereler, sadece tek yönlü olarak düşünüldükleri durumlarda, görsel etkileşimin perde ve benzeri elemanlarla sınırlandırılması söz konusu olacaktır.

Pencerelerin, davranış üzerindeki etkisi çeşitli çalışmalarla ele alınmıştır. Özellikle, çalışma mekanlarında pencere olması tercihi yüksektir. Rutin iş aktiviteleri arasında, pencere farklılık ve buna bağlı olarak uyarım sağlamaktadır. Ulrich (1984) ve Verderber (1986), güzel bir manzaraya bakan hastane pencerelerinin, hastaların iyileşmesindeki olumlu etkisini ortaya koymuşlardır (Bell ve diğerleri, 1990, s.385,386).

3.3. Mobilyalar ve Donatı Elemanları

Plan, odalar, kot farkları, duvarlar ve üzerlerindeki açıklıklar her zaman tasarımcının kontrolünde olmayabilir; ancak mobilyanın, tasarım ve düzenleniş olarak kontrolü her zaman tasarımcıdadır (Abercrombie, 1990, s.69). Bu anlamda mobilya, hem biçimsel özellikleri, hem de birbirlerine göre konumları ve mekanla ilişkileri ile, tasarımcının iletisini taşımada önemli bir ağırlığa sahiptir.

Mobilyalar öncelikle, mekanın amaçlanan fonksiyonunu iletir. Bir mekanın içerdığı mobilyalar ve bunların düzenlenişi, çeşitli davranışların gerçekleştirilmesinde ve mekanın bu davranışlarla ilişkilendirilmesinde önemli bir etkiye sahiptir. Örnek olarak, rahat oturma elemanları ve iyi bir aydınlatma düzeyi olan bir mekanda, insanların birşeyler okumaları; bir lobi de sosyal etkileşimin gerçekleşmesi beklenen bir durumdur (Miller, Schlitt, 1985, s.133).

Mobilyalar, mekanın işlevinin yanı sıra, neyin nasıl yapılacağını da gösterir. Örnek olarak, oturma düzeni, etkileşimin doğasını yansıtır (Farbstein, Kantrowitz, 1978, s.103). Mobilyaların düzenlenişi, oturma birimlerinin gruplanması ve birbirlerine göre konumları, etkileşimin nerede ve nasıl gerçekleşeceğini belirler (Ruesch, Kees, 1964, s.27). Kimi düzenlemeler, açık ve etkileşimi destekleyiciyken, diğerleri daha kapalı ve sosyal etkileşimi engelleyicidir (Bell ve diğerleri, 1990, s.386). Resim 22'de (s.88) görülen oturma birimleri bu anlamda değerlendirilebilir. Mehrabian ve Diamond tarafından yapılan bir çalışma (1971), insanların birbiriyle yüz yüze olduğu düzenlemenin etkileşimi arttırdığı sonucuna ulaşmıştır (Bell ve diğerleri, 1990, s.243). Sommer (1969), bir sınıfta sıralar dairesel olarak düzenlendiğinde, öğrencilerin daha ilgili ve katılımcı olduklarını ileri sürmüştür (Bell ve diğerleri, 1990, s.386). Bu görüşlere dayanarak öngörülen sosyal etkileşimin, mekan düzenlemesi ve donatı elemanlarının özellikleri ile iletildiği ve büyük ölçüde yönlendirildiği söylenebilir.

Oturma düzeni, aynı zamanda sosyal hiyerarşiyi ve ilişkileri de sembolize eder (Farbstein, Kantrowitz, 1978, s.104). Örnek olarak, insanlar, daire şeklindeki oturma düzeninde oturduklarında, kendilerini, herkesin aynı statüde olduğu ortak bir grubun üyesi olarak görme eğilimindedir (Miller, Schlitt, 1985, s.150). Bu özellik, dışardan

gelen kullanıcıların mekan içindeki kişilerin statülerini bilmeleri gerektiği durumlarla, resmi etkileşimler için yapılan tasarımlarda göz önünde bulundurulmalıdır. Resim 26’da görülen toplantı masası, toplantıya katılanlar arasında hiyerarşik bir yapı olduğunu, masa başında oturacak kişinin toplantıyı yönettiğini; Resim 27’deki ise herkesin benzer konumlarda olduğunu iletmektedir.



Resim 26: Toplantı salonu

Kaynak: Showcase of Interior Design, 1992, s.117.



Resim 27: Toplantı Salonu

Kaynak: Tetlow, 1996, s.89.

İnsanların aralarındaki mesafe ile birbirlerine göre konumları da ilişkilerinin yakınlık derecesine göre uygunluk gösterir. Sundstrom’a göre (1978), yüz yüze oturma şekli rahat bir düzenlemeyken, 90 derece açı ile konumlandırılan oturma birimleri, yakın olma isteğini göstermektedir (Miller, Schlitt, 1985, s.153). Buna göre genel amaçlı sosyal mekanlarda, farklı etkileşim ihtiyaçlarını karşılamak üzere, farklı oturma şekilleri sunan ya da, oturma şeklinin ayarlanabildiği esnek tasarımlar önerilebilir.

Mobilyaların yerleşimi, kullanıcıların birbirinin davranışlarını gözlemesini engelleyecek ya da zorlaştıracak şekilde yapılabilir. Örnek olarak, sirkülasyonun yoğun olduğu alana karşı çevrilmiş, yüksek arkalıklı sandalye, belli düzeyde bir mahremiyet sağlar. Oturma odaları, çok amaçlı mekanlar gibi ortamlarda, sohbete teşvik etmek için, yüz yüze oturma düzeni kullanılabilir. Böyle bir mekanın, kullanıcıya gönderdiği ileti: ‘Buradayken, diğer insanlarla etkileşim içinde olman beklenmektedir’ olmaktadır. Buna karşılık, sırt sırta oturma düzeni, başkaları tarafından gözlenmeden herkesin kendi başına bir takım aktivitelerde bulunmasına olanak verir. Bu düzenin iletisi daha farklıdır: ‘Burada oturan kişiler, görsel mahremiyet istemektedirler, kendi başına istediğini yapabilirsin, ama başkalarının yaptığına dönüp bakma’: Eğer bir mekanın, insanlar arası mesafe konusunda bu kadar katı bir mesaj iletmesi istenmiyorsa, oturma konumlarının arasındaki açı küçültülebilir. Sırt sırta oturma düzeni yerine, oturma birimleri arasındaki açı küçük tutulup, görsel engeller kullanılarak da benzer sonuç elde edilebilir (Miller, Schlitt, 1985, s.30). Kişinin gerek birşeyi algılaması, gerekse başkalarıyla etkileşime geçebilmesi için, söz konusu durumla ve kişilerle yüz yüze olması ya da onlara belli bir açıyla dönük olması gerekir. Bu özelliğin, tasarımda kullanıcının karşı karşıya gelmesi veya gelmemesi istenen durumlarda kullanılacak önemli bir kriter olduğu düşünülmektedir.

Düzenleme, mobilyanın algı ve davranış üzerinde etkisi olan tek yönü değildir; mobilyanın niteliği de önemlidir (Bell ve diğerleri, 1990, s.387). Örnek olarak, yumuşak ve rahat bir mobilyanın iletisiyle ağır ve klasik bir mobilyanın iletisi farklı olacaktır. Bir başka örnek olarak, bir mekanda bulunan masanın, çalışma masası ya da yemek masası oluşu ile mekanın işlevi ve öngörülen davranışlar farklı olacaktır. Bunun için, mobilyanın yaptığı çağrışımlar, hem öngörülen hem de öngörülmeyen davranışlar açısından ele alınmalıdır.

3.4. Renk

Bir mekan çoğunlukla, renk tonları ile yüzey ve objelerin dokularıyla deneyimlenir. Bilimsel çalışmalar, aynı mekanın, değişik aydınlatma yöntemleri kullanıldığında ve renkleri değiştirildiğinde farklı algılandığını göstermiştir (Abercrombie, 1990, s.111). Farklı algılanan bir mekanın, iletisi de farklı olacağı için,

iletişim süreci olarak mekan tasarımında rengin önemi büyük olacaktır. Resim 28, aynı mekanın farklı renklerin kullanımıyla farklı etkilere sahip olacağını göstermektedir.



Resim 28: Aynı Mekanın Farklı Renklerin Kullanımı ile Yarattığı Etkiler

Kaynak: Mahnke, 1996, s.116.

Mekan tasarımına ait bütün elemanlar gibi, renk de, tasarımcıdan kullanıcıya, tasarımın amacı konusunda mesaj iletir. Renkler ve ilettikleri mesajlarla ilgili olarak önemli bir nokta, mesajın içinde bulunulan duruma ve şartlara göre biçimlendiğidir. Bunun yanı sıra, bütün iletişim çeşitlerinde olduğu gibi, aynı anda çok sayıda mesajın gönderilmesi karışıklık yaratabilir. Edith Wharton ve Ogden Codman, renk fazlalığının, aynı anda birkaç kişinin birden konuşmasıyla aynı etkiyi yaratacağını; seslerin birbiriyle uyumsuz olmasa bile, yorucu bir etki yapacağını ileri sürmüşlerdir (Abercrombie, 1990, s.113). Bunun için rengin kullanımında, dikkat ve algıya dayanan kriterlerin yanı sıra, uyarım konusu da göz önünde bulundurulmalıdır.

Fiziksel çevrenin en kolay değiştirilebilen boyutu olan renk, mekansal algıyı ve kişinin ruh halini etkilemektedir (Bell ve diğerleri, 1990, s.379). Renkler, siyah ve koyu morun, depresyon ve ölümlerle; mavinin serinlik ve uzaklıkla ilişkilendirilmesi gibi belli duygusal bağlantılar yaratabilir (Isaac, 1971, s.45). Siyah ve lacivert, uygun aydınlatma koşulları altında yüzeysel olarak tanımlanamayabilir ve sonsuzluk hissi verebilir. Beyaz serinlik çağırır (Isaac, 1971, s.50). Parlak kırmızı, genelde heyecan verici; yumuşak

bir mavi ise dinlendirici olarak değerlendirilse de, bu yargılar kesin ve değişmez değildir. E. H. Gombrich, 1952'deki bir makalesinde, kırmızının ateşin ve kanın rengi olarak, keskinlik ve şiddet içeren durumları ifade etmesinin; trafikteki 'dur' işaretinde ve devrim yanlısı siyasi partilerin amblemlerinde kullanılmasını açıkladığını, ancak biyolojik gerçeklere dayanan bu uygulamalara rağmen, kırmızının kesin bir anlamı olmadığını ileri sürmektedir (Abercrombie, 1990, s.113).

Renklere verilen tepkiler, kültürler göre farklılık gösterir (Isaac, 1971, s.45). Renklerin anlamları zamanla da değişir. Çeşitli renklerin kullanımı, belli bölgeler, tarihi dönemler ve kimi tasarımcılarla ilişkilendirilmektedir (Abercrombie, 1990, s.115). Buna göre rengin kullanımında, bahsedilen çağrışımlar ve yargıların kesin olmadığını bilincinde olunması ve diğer pek çok kriter için de geçerli olduğu gibi içinde bulunulan şartlara göre değerlendirme yapılması gerektiği söylenebilir.

Renklerle ilgili olarak anlamsal çağrışımların yanı sıra, temel algıya dayanan kriterlerden bahsedilebilir. Öncelikle, biçimler doku ve rengin etkilediği, optik ağırlıklara sahiptir (Winters, 1986, s.65). Açık bir arka plan önünde, soluk renkler hafif, koyu ve şiddetli renkler daha ağır görünür. Bu etki, arka plan koyu renk olduğunda tersine döner. Uçuk bir mavi-yeşil görsel olarak beyazdan daha geride algılanır (Isaac, 1971, s.50). Objelerin renge bağlı olan optik ağırlıkları, görsel dengenin sağlanmasında önemlidir.

Renk algısının bir başka yönü ise, renklerin sahip olduğu görünür ısı değeridir. Belli renkler, sıcak olarak görünür ve uygulandıkları biçimlere yakınlık hissi yüklerler. Karşıt olarak, soğuk renkler ise serin olarak görülür ve uzaklaşma hissi yaratırlar (Isaac, 1971, s.50). Rengin, psikologların ilgisini çeken yönlerinden biri, kırmızı yüzeylerin 'yükselmesi', mavi yüzeylerin ise 'geri çekilmesi'dir. Çoğu insan, aynı mesafedeki objelerden, kırmızı olanı mavi olanının önünde olarak değerlendirir (Bell ve diğerleri, 1990, s.381). Bu özellik, dikkat çekmesi istenen bir unsurun vurgulanmasında kullanılabilir.

Ferahlık ve buna bağlı olarak kalabalık algısı da renkten etkilenmektedir. Acking ve Kullar (1972), açık renkteki mekanların daha geniş ve ferah algılandığı sonucuna ulaşmışlardır (Bell ve diğerleri, 1990, s.382).

Rengin, görsel duyumun yanında, sinir sisteminin diğer bölgeleri üzerinde de etkisi vardır. Örnek olarak, Wilson (1966), kırmızının yeşile göre daha fazla fizyolojik uyarım sağladığını ortaya koymuştur (Bell ve diğerleri, 1990, s.382).

Ortamda, rengin varlığı veya eksikliği, dikkat çekici farklılık yaratmada önemli rol oynayabilir (Rapoport, 1982, s.114). Buna göre renk, görsel denge sağlama, farklı elemanlar arasında bütünlük oluşturma, çeşitli duygusal etkiler oluşturmanın yanı sıra, dikkatin çekilmesi için kullanılacak etkili bir elemandır.

Rengin aracı ışıktır. Bu sebeple, bir rengin algılanması, sadece bulunulan yer ve zamanın özellikleri, kişisel algı mekanizmaları, alışkanlıklar ve tercihlerden değil, görülmesini sağlayan ışıktan da etkilenir (Abercrombie, 1990, s.116). Renk algısı, aydınlatma biçiminin yanında, yüzeyin yansıtıcılık ve geçirgenlik değeri ile dokusal özelliklerine bağlı olarak değişir (Isaac, 1971, s.45). Renk kullanımında, bir rengin değerinin, çevresindeki renkler tarafından etkilendiği göz önünde bulundurulmalıdır (Winters, 1986, s.208). Özet olarak, rengin kullanımında ortamın aydınlatma koşulları, yüzey özellikleri ve mekanda kullanılacak diğer renklerle etkileşimi ele alınmalıdır.

3.5. Aydınlatma

Işığın olmadığı veya aşırı parlamasının olduğu durumlarda görüş sağlanamaz. Bu iki uç noktanın arasında, kendi görüş etkinliğine ve rahatlığına sahip çok çeşitli aydınlatma seviyeleri yer almaktadır. Her aydınlatma seviyesinde de, sınırsız aydınlatma nitelikleri ve etkileri sağlanabilir (Abercrombie, 1990, s.116).

Yapay aydınlatma, tasarım temasını ifade etmek için kullanılacak yöntemler için de belki de en esnek olanıdır ve dramatik sonuçlar sağlayabilir (Isaac, 1971, s.52). Resim 29'da, aynı mekanın farklı aydınlatma koşulları altındaki görünüşleri görülmektedir. Tasarımcının, bir tasarımı nasıl görünür yapacağını yanında, hangi unsurları vurgulayacağını da ilgilendiren çok sayıda seçeneği bulunmaktadır. Aydınlatma konusu, kullanılan ışığın karakteri ve rengi, duruma uygun aydınlatma seviyesinin seçimi, yatay ve dikey yüzeylerin aydınlatılması, seçilmiş objelerin vurgulanması, gölgelerin tonunun belirlenmesini içermektedir (Abercrombie, 1990, s.117).



Resim 29: Bir Mekanın Farklı Aydınlatma Koşulları Altında Görünümü

Kaynak: Entwistle, 1999, s.28.

En basit düzeyde, aydınlatma seviyesi, yapılan işin görülmesini kolaylaştırır veya zorlaştırır (Bell ve diğerleri, 1990, s.383). Aydınlatma, bu anlamda öncelikle algılama ile ilgilidir ve yapılan işteki performansı etkileyecektir. Resim 30'da, bir sergide yer alan fotoğrafların, üzerlerine düşürülen ışıkla ve ortamla kontrast oluşturacak şekilde aydınlatılmaları, dikkatin dağılması da önlenerek, etkin biçimde izlenilmelerini sağlamaktadır.

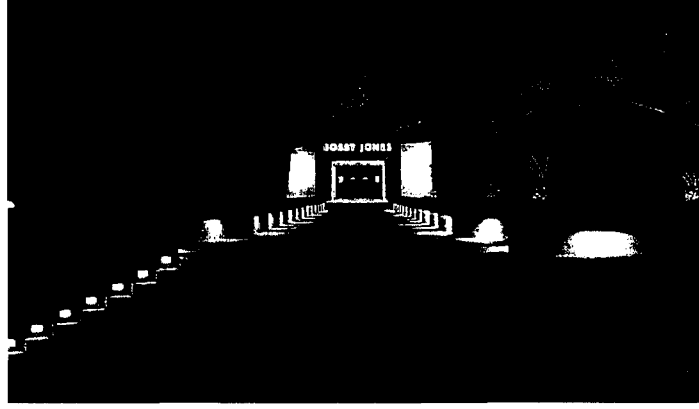


Resim 30: Rodin Müzesi'nde Bir Fotoğraf Sergisi.

Kaynak: Turner, 1994, s.44.

Aydınlatmanın yöntemleri ile kullanıcıya doğrudan mesajlar gönderilebilir. Tanımlı bir mekan, fiziksel engeller kullanılmadan, uygun aydınlatma teknikleri ile yaratılabilir. Aydınlatma şiddetinde çeşitlilik yaratmak, tek bir mekanda işlevsel olarak farklı kısımları görsel olarak birbirinden ayırır. Kullanıcının sirkülasyonu ve aktiviteleri, ışık kaynaklarının ritmik olarak düzenlenmesi; görüş alanındaki aydınlatma düzeyinde çeşitlilik yaratılması; aydınlatma ile belli yüzey veya elemanlara hareket katılması gibi

yöntemlerle kontrol edilebilir (Isaac, 1971, s.54,56). Resim 31’de, mekana giden yolun farklı olarak aydınlatılması, belli bir mesafeden dikkat çekmenin yanı sıra girişin, mekana götüren yolun ve merdivenlerin farkedilmesini kolaylaştırarak, yönlendirme ve karanlıkta güvenli kullanım sağlamaktadır.



Resim 31: Bir Gece Klübünün Girişi.

Kaynak: Entwistle, 1999, s.33.

Aydınlatma çeşitlerinin, kişinin ruh hali üzerinde farklı etkileri olabilir; iyi aydınlatılmış parlak bir mekan, ferahlık, hareketlilik, neşe; buna karşılık, loş olarak aydınlatılmış bir mekan belirsizlik, gizem, sakinlik veya samimiyet hisleri uyandırır. Işığın, baş düzleminin aşağısından yayıldığı ortamlar, yüksek aydınlatma derecesine sahip olsalar da, sıkıcı ve bunaltıcı etki yaratırlar. Buna karşılık, daha çok yukardan aydınlatılan mekanlar, aydınlatma derecesi düşük de olsa, parlak görünürler. Eşit dağılımlı olarak aydınlatılan mekanlar, monoton olarak algılanabileceği gibi, aydınlatma derecesi düşük olsa bile, açıklık ve netlik hissi verebilir. Aralarında mesafe bulunan kaynaklar tarafından aydınlatılan mekanlar ise, tek başına kaynakların aydınlatma dereceleri yüksek olsa bile, loş olarak algılanabilir. Düşük şiddetli bir aydınlatmaya sahip mekanda, parlak olarak aydınlatılmış eleman odak noktası olarak görülür. Maksimum kontrastın kullanımı, tasarımın temasının çok kısa sürede iletilme zorunluluğunun olduğu durumlarda veya söz konusu elemanın küçük ve karmaşık bir yapıda olduğu zamanlarda ilgi çekiciyken, diğer durumlarda keskin ve yorucu bir etki yapabilir (Isaac, 1971, s.52,53). Bu görüşlere karşın, aydınlatmanın etkisi, içinde bulunulan koşullara bağlı olacaktır. Örnek olarak, karanlık bir mekan korkutucu ve iç

sıkıcı olabileceği gibi, samimiyetin kurulmasını kolaylaştırıcı ve romantik olarak da algılanabilir (Bell ve diğerleri, 1990, s.383).

Sağlanmak istenen etkiler için, içinde bulunulan sosyal durum ve günün çeşitli zamanlarındaki gün ışığı gibi fiziksel koşullar ve mekanın bütün olası kullanımları ele alınmalıdır.

3.6. Ses

Reverberasyon zamanı ve diğer akustik nitelikler, özellikle konser salonları, tiyatro ve opera yapıları için önemli olmakla birlikte, bütün tasarımları etkiler. Örnek olarak, restoran tasarımında, mekanların ses özellikleri önem taşır; gürültülü mekanlar, eğlence ve popülerlikle, sakin mekanlar ise ağırbaşlılıkla ilişkilendirilir (Abercrombie, 1990, s.121). Bir mekanın iletisini desteklemek için, mekandaki genel ses düzeyini belirleyecek, ses emici veya yansıtıcı malzemelerin kullanılması gibi yöntemlerden yararlanılabilir.

Sesin bir diğer iletişimsel işlevi, uyarı amacıyla kullanılabilmesidir. Kapı ziline yanı sıra, yapılan bir davranışın çevreyi etkilediğini göstererek geri besleme sağlayan sesler bu duruma örnek olarak verilebilir.

Tasarımda, sesle ilgili olan bir başka konu işitsel mahremiyettir. İşitsel mahremiyetin sağlanması için, uygun malzeme seçiminin yanı sıra, kişisel konuşmaları bastırarak fon müziği kullanılabilir. Yayaların mevcut bir fon müziğinin hızına uyma eğiliminde oldukları saptanmıştır (Bell ve diğerleri, 1990, s.411). Buna göre, alışveriş merkezi gibi mekanlarda, kullanıcıları belli bir tempoda yürümeye yönlendirmek için müzik yayını yapılabilir ve tasarım mekanda ses düzeninin sağlanmasını gerektirir.

Sonuç olarak ses de, gerek mekanın iletisini desteklemek üzere, gerek kendi bir iletiye sahip olarak kullanılabilir.

SONUÇ

Tasarlanmış mekanların kullanım amaçlarını etkin bir şekilde karşılaması, tasarımcı ile kullanıcı arasında uygun bir şekilde gerçekleşmesi gereken 'iletişim'e bağlıdır. Bu iletişimde mekanlar, tasarımcının iletilerini kullanıcıya ileten araç olarak görülebilir.

Tasarımcı, tasarladığı mekan ile kullanıcıya çok yönlü iletilerde bulunduğu bilincinde olmalıdır. Bu iletiler;

- Kullanıma dair iletiler,
- Sosyal iletiler,
- Duygusal etkiler,
- Kişisel iletiler olarak sınıflandırılabilir.

İletişim aracı olarak mekan tasarımında iki aşama tanımlanabilir. Bunlar;

- İletilerin belirlenmesi
- Belirlenmiş olan iletilerin fiziksel çevreye kodlanmasıdır.

Bu aşamalara göre ve bu çalışmada elde edilen sonuçlar doğrultusunda, bahsedilen iletilerin genel bir değerlendirmesi yapılacaktır.

•Kullanıma dair iletiler, mekanda yer alacak aktiviteye bağlı fiziksel davranışlardır. Bu iletiler, kullanıcının mekanı etkin biçimde kullanması, kullanım sırasında zorlanma yaşamaması için gerekli bilgileri ve öngörülen davranışları iletmeyi amaçlar. Bu anlamda iletilmesi gerekenler;

- Mekanın ne için olduğu, yani işlevi,
- Mekana nereden, ne şekilde girileceği ve mekan içerisinde yönün bulunması,
- Etkin bir kullanım, işleyişin aksamaması ve diğer kullanıcılara rahatsızlık verilmemesi için yapılması öngörülen ve bunun yanında yapılması istenmeyen davranışların iletilmesi olarak özetlenebilir.

Mekan kavramı, sınırları tanımlanarak belli aktivitelerin gerçekleşeceği yer haline dönüştürülmüş hacmi ifade eder. Bu yaklaşımdan yola çıkılarak mekan

tasarımında öncelikli sorun, belli bir aktivite ile ilişkilendirilen mekan ya da mekan içinde yer alan bölümlerin tanımlanması olarak görülmektedir. Bir mekanın sınırlarının tanımlanarak çevresinden ayırılması için söz konusu olabilecek yöntemler;

-Duvar, paravan gibi elemanlarla, mekanın o yönde fiziksel olarak tamamen sınırlanması,

-Parmaklık, cam bölmeler ve/veya banko gibi donatı elemanları ile, o yöndeki görsel iletişimi tamamen kesmeden hareketin sınırlanması,

-Malzeme ve doku değişikliği, zeminde çizgiler, kot ve tavan yüksekliğinde farklılıkların kullanımı ile mekanın tanımlanması,

-Farklı aydınlatma düzeyleri ve renk kodlamaları ile mekanın çevresinden ayrılmasının sağlanmasıdır.

Bu ve benzeri yöntemlerle sınırların tanımlanması kullanıcıya, bu alanın belli bir aktivite ile ilişkili olduğu; bu aktivite veya aktivitelerin bu 'yer' ile sınırlı olduğu bilgisini verir. Sınırları tanımlanmış olan mekanın işlevini ise, burada yer alan mobilyalar ve diğer donatı elemanlarının nitelikleri ve düzenlenişleri ile mekanın aydınlatma ve akustik gibi özellikleri iletir.

Sınırları oluşturan elemanlar mekanın tanımlanmasını sağlarken, bu elemanlar üzerindeki açıklıklar mekana giriş ve çıkış olasılığını gösterir. Kullanıcının bir mekana yönlendirilmesi, mekanın sınırları üzerindeki, geçişe olanak tanıyan bu açıklıklardan mümkündür. Bu konuda önemli olan hususlar;

-Açıklıkların farkedilir olması,

-Kullanıcıların mekana seçici olarak alınmaları söz konusu ise, bu durumun görsel olarak iletilebilmesi ve anahtar ya da kartla açılan kapılarda olduğu gibi, gerektiğinde fiziksel olarak da giriş ve çıkışların sınırlandırılmasıdır.

Kullanıcı mekana girdikten sonra, yapılabilecek olası davranışlar ve yönelenebilecek olası yönler arasından doğru ve amacına uygun olanı zorlanmadan seçebilmelidir. Bunun bir yolu, uygun olmayan davranışların sınırlandırılmasıdır. Bir mekan davranışları;

-Fiziksel,

-Anlamsal,

- Kültürel,
- Mantıksal olarak sınırlandırılabilir.

Mobilya ve donatı elemanlarının belli geçiş alanları tanımlayacak şekilde düzenlenmesi ve istenmeyen yönlerdeki geçişi sınırlaması fiziksel; bu elemanların işlevsel olarak düzenlenişiyle yapılması gerekenlerin iletilmesi mantıksal sınırlamaya örnektir. Anlamsal ve mantıksal sınırlandırmalarda, kullanıcının durum hakkındaki ön bilgisi önem kazandığı için, kullanıcı grubunun doğru şekilde saptanmış olması ve eğitim, yaş, sosyo-kültürel durumu gibi özelliklerinin göz önünde bulundurulması önem kazanır.

Uygun olmayan davranışların sınırlandırılmasının yanı sıra, yön bulmaya yardımcı olacak diğer özellikler;

- Mekanın farklı kısımlarının ve yönelinebilecek ana yönlerin, giriş alanı gibi önemli noktalardan, kullanıcının zihninde bütün bir görüntü oluşturacak şekilde görülebilmesi,

- Mekanın planının basitliği,
- Vurgulanması gereken kısımların genel ortam içinden ayırdedilir olmasıdır.

Mekanın işlevinin iletilmesinde önemli rol oynayan mobilyalar, donatı elemanları ve bunların malzemeleri aynı zamanda, gerçekleştirilecek davranışlar konusunda da ipuçları iletir. Bu nedenle, bu elemanların biçim ve malzeme özelliklerinden kaynaklanan iletilerinin farkında olunmalı ve bunların algılanmasında insan vücudunun referans alındığı unutulmamalıdır. Kullanıma dair iletilerin belirlenmesinde göz önünde bulundurulması gereken kullanıcı özellikleri;

- Antropometrik boyutlar,
- Duyusal boyutlar,
- Algısal ve bilişsel boyutlar,
- Kültürel özellikler olarak sayılabilir.

- Sosyal iletiler, mekanlarda öngörülen kişiler arası etkileşim ile ilgilidir. Bu çalışmada mekanlar, kullanım amaçlı ve buna bağlı olarak aktiviteler temelinde ele alınmaktadır. Bu aktiviteler sosyal çevreden bağımsız düşünülemez. Sosyal yaşamın

meydana geldiği hacimleri oluşturan mekanların, aynı zamanda insanlar arası etkileşimi belirlemesi de söz konusudur. Mekanların düzenlenmesi, bu etkileşimin de düzenlenmesi olarak görülebilir. Bir mekanın bu anlamdaki iletileri;

-Mekan içindeki özel ve kamusal alanlar,

-Kullanıcıların sosyal statüsü,

-Kişiler arası etkileşimin önerilen niteliği ile bu etkileşimin nerede ve nasıl gerçekleşeceği şeklinde olabilir.

Mekan içindeki özel ve kamusal alanların iletilmesi, belli bir kullanıcının kontrolünde bulunan ve diğerlerinin izinsiz giremeyeceği alanlarla, herkese açık olan yerlerin tanımlanmasıdır. Bu alanların doğru ve kesin bir şekilde tanımlanmış olması ve özel bir alanın kimin kontrolünde olduğunu iletebilmesi gerekir. Bunun için, daha önce de bahsedilmiş olan yöntemlerle bu alanların sınırlarının ortaya konması ve bu alanlara girişlerin kontrollü olarak sağlanması gibi yöntemler kullanılabilir.

Mekanların bir diğer sosyal iletisi olan kullanıcının sosyal konumu, daha önceden tanınmayan insanlar hakkında bilgi sahibi olunmasına ve kiminle ne derecede etkileşime girilmesi gerektiğinin anlaşılmasına yardımcı olur. Gerek kullanıcıların sosyal konumları, gerekse önerilen etkileşimin niteliği;

-Mobilyaların ve donatı elemanlarının niteliği,

-Mekanın düzenlenişi,

-Oturma gruplarının birbirine göre konumu ile tanımlanabilir.

•Duygusal etkiler, kişinin belli şekilde hissetmesini ve düşünmesini amaçlayan iletilerdir. Bir iletişimde, alıcıdan beklenen tepkiler;

-Davranışlar,

-Duygusal ve zihinsel tepkiler şeklinde olabilir.

Bu durum mekan tasarımında da geçerlidir. Tasarımın yarattığı duygusal etkiler, kullanıcının belli şekilde hissetmesini ve düşünmesini sağlayabilir. Duygusal etkiler, davranışları belirlemedeki rolü ile, amaçlanan davranışların meydana gelmesinde büyük öneme sahiptir.

Mekanın amacını ve iletisini desteklemek üzere sıcak, soğuk, neşeli, romantik, nostaljik, korku uyandırıcı, canlandırıcı, uyarıcı, yatıştırıcı, rahatlatıcı vb. mekanlar yaratılabilir. İstenen etkiye sahip mekanların oluşturulmasında;

- Mekanın biçimi ve boyutu,
- Donatıların nitelikleri ve düzenlenişleri,
- Renk,
- Akustik,
- Aydınlatma özellikleri rol oynar.

Kullanıcının bir mekana verdiği duygusal tepkiler iki temel grupta sınıflandırılmaktadır. Bunlar;

- Yaklaşma,
- Uzaklaşmadır.

Bu tepkiler, sadece mekanda kalma veya kalmama şeklinde ortaya çıkmaz; kişinin diğerleriyle olan etkileşiminin niteliği, çevreye olan ilgisi ve dikkati, yaptığı işteki performansı ile kendini gösterir. Bu nedenle, mekanın işlevini istenen şekilde yerine getirmesinde, kullanıcının tepkisinin 'yaklaşma' şeklinde olmasını sağlamak önemlidir.

Yaklaşma ve uzaklaşma tepkilerini etkileyen faktörler;

- Hoşa gitme-gitmeme,
- Mekanın uyarım özelliği,
- Kullanıcının çevre üzerinde sahip olduğu hakimiyet derecesi olarak görülmektedir.

Hoşa gitme-gitmeme durumu, mekanın estetik niteliği ile ilgilidir. Bu konudaki görüşlere dayanarak, belli bir düzen içinde algılanabilen farklı ve yeni mekanlar 'estetik' olarak nitelendirilebilir. Ancak, estetik konusunda kullanıcıların beğenileri de büyük önem taşır. Bu nedenle, kullanıcı grubunun değer yargılarını göz önünde bulundurmanın yanı sıra, kullanım sırasında meydana gelebilecek eklemeler ve değişikliklere rağmen bütünlüğünü kaybetmeyecek esnek yaklaşımlar önerilebilir.

Fiziksel çevrenin kişi üzerinde oluşturduğu uyarım, fizyolojik bir tepkidir ve hoş gitme-gitmeme durumundan bağımsızdır. Bir mekanın uyarım değeri;

- Mekanın yenilik ve karmaşıklığına, yani belirsizlik derecesine,
- Uyaranların şiddetine bağlıdır.

Doygun renkler, parlak aydınlatma, hareketlilik, asimetri, rastgelelik, gürültü, kalabalık ve sıcaklık yüksek uyarıma sebep olan faktörlerdir. Uyarım seviyesinin yüksekliği yorgunluk ve dikkat kaybına; düşüklüğü de sıkıntıya ve ilgiyi başka şeylere kaydırarak konsantrasyonun düşmesine yol açar. Bu nedenle, mekanın kullanım amacı da göz önünde bulundurularak, içinde bulunulan duruma uygun uyarım seviyesi sağlanmalıdır. Örnek olarak, rutin işler için yüksek, karmaşık işler için daha düşük uyarım seviyesi gerektiği söylenebilir. Farklılık ve düzen gereksinimleri bu konuda önemlidir.

Kullanıcının mekana karşı olan duygusal tepkisini belirleyen bir diğer faktör olan hakimiyet derecesi, kişinin çevresi üzerinde sahip olduğu kontrol duygusu ile ilgilidir. Burada egemenlik alanı kavramı, kişiselleştirme ve seçme özgürlüğü gereksinimleri göz önünde bulundurulmalıdır. Kontrol hez zaman tercih edilen bir durum olmayabileceği için ve kamusal mekanlarda belli bir düzende devam etmesi gereken işleyiş açısından, kullanıcının çevre üzerindeki kontrolünün sınırlı olması gerekebilir. Yapılması gereken, içinde bulunulan duruma uygun kontrol derecesi sağlamaktır.

●Kişisel iletiler, tasarımcının konuya yaklaşım şekli olan ‘konsept’inin tasarıma yüklediği anlamlardır. Tasarımcı, diğer iletilere göre bu alanda en fazla özgürlüğe sahiptir. Her tasarımcı, kendi bakış açısıyla problemi belirler ve yine aynı şekilde çözüm getirir. Ortaya koyduğu tasarım, bir anlamda hayat anlayışının ifadesidir.

Pek çok kişinin yaşamında büyük yer tutan mekanlar, kullanıma yönelik işlevlerinin yanında, kültürün yeniden yapılanmasını ve gelişmesini sağlayan araçlardır. Bu nedenle, tasarımcının konseptini belirlerken farkında olması gereken toplumsal bir sorumluluğu da vardır.

Tasarlanmış bir mekan, tasarımcının konseptini doğru şekilde iletecek özelliklere sahip olmalıdır. Kullanılan tasarım elemanlarının, işleve dair iletilerinin yanı sıra, sembolik anlamlarının da bilincinde olunması bu konuda önemlidir. Bunun yanı sıra, mekanın algılanması üzerinde etkisi güçlü ve sabit olacak olan ilk izlenimde, konseptin iletebilmesi sağlanmalıdır.

Sonuç olarak tasarımcı, mekan aracılığı ile gönderdiği, yukarıda açıklanan iletilerin bilincinde olmalıdır. Fonksiyonunu amaçlanan şekilde yerine getiren, kullanıcının gönderilen iletileri doğru algıladığı; mekanla ve diğer kullanıcılarla karşılıklı olumlu bir etkileşime sahip olduğu mekanlar için, bu iletişim doğru bir şekilde kurulmalıdır.

KAYNAKLAR

- Abercrombie, Stanley. **A Philosophy of Interior Design**. New York: Harper & Row, 1990.
- Arcan, Enis F., Fikret Evcı. **Bina Bilgisi Çalışmaları. Mimari Tasarıma Yaklaşım**. İstanbul: Holt, Tasarım Yayın Grubu, 1999.
- Asatekin, Mehmet. **Endüstri Tasarımında Ürün-Kullanıcı İlişkileri**. Ankara: ODTÜ Mimarlık Fakültesi Yayınları, 1997.
- Aydınlı, Semra. 'Mekansal Değerlendirmede Algısal Yargılara Dayalı Bir Model.' Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi FBE, 1986.
- Aynan, Recai E. 'Mimarlık-İletişim-Dil Bağlamında Mimarın İşine Bir Yaklaşım.' Yayınlanmamış Doktora Tezi. Mimar Sinan Üniversitesi FBE, 1995.
- Barker, Larry L. **Communication**. Beşinci Basım. New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1990.
- Barnard, Malcolm. **Art, Design and Visual Culture. An Introduction**. New York: St. Martin's Press, Inc., 1998.
- Becer, Emre. **İletişim ve Grafik Tasarım**. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 1997.
- Bell, Paul A., Jeffrey D. Fisher, Andrew Baum, Thomas C. Greene. **Environmental Psychology**. Florida: Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1990.
- Büyükkarda, Berrak. 'İç Mekan Tasarımında Tasarım Dilinin Oluşumuna Bir Yaklaşım.' Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi SBE, 2000.
- Cerver, F. Asensio. **Dell'Arredamento e Del Design**. Colonia: Könnemann Verlagsgesellschaft, 2000.
- Clarke, Grahame. **Archaeology and Society**. Norwich: Jarnold & Sons Ltd., 1964.

- Csikszentmihalyi, Mihaly. **The Meaning of Things. Domestic Symbols and the Self.** New York: Cambridge University Press, 1992.
- Curtiss, Deborah. **Introduction To Visual Literacy.** New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1987.
- Çakın, Şahap. **Mimari Tasarım, İnsan ve Çevre.** İstanbul: Özal Matbaası, 1988.
- Demirkaya, Handan. 'Mekan Kavramının Tarihsel Süreç İçinde İncelenmesi ve Günümüzde Mekan Anlayışı.' Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Yıldız Teknik Üniversitesi FBE, 1999.
- Denby, Elaine. **Interior Design.** London: Pitman Press Bath, 1963.
- Duffy, Francis. **The New Office.** London: Conran Octopus Limited, 1997.
- Entwistle, Jill. **Designing With Light, Bars and Restaurants.** Crans-Pres-Celigy: Roto Vision SA, 1999.
- Farbstein, Toy, Min Kantrowitz. **People in Places. Experiencing, Using and Changing The Built Environment.** New Jersey: Prentice-Hall Inc., 1978.
- Feldman, Robert S. **Elements of Psychology.** New York: McGraw-Hill Inc., 1992.
- Generaux, Randy L., Lawrence M. Ward, James A. Russel. 'The Behavioral Component in The Meaning of Places'. **Readings in Environmental Psychology. Giving Places Meaning.** Ed: Linda Groat. Londra: Academic Press Limited, 1995.
- Gökçe, Orhan. **İletişim Bilimine Giriş.** Ankara: Turhan Yayınları, 1993.
- Gür, Şengül Ö. **Mekan Örgütlenmesi.** Trabzon: Gür Yayıncılık, 1996.
- Hall, Edward. 'The Anthropology of Space: An Organizing Model'. **Environmental Psychology. Man and His Setting.** Ed: Harold M. Proshansky, William H. Ittelson, Leanne G. Rivlin. New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1970.

- Hillier, Bill, Julienne Hanson. **The Social Logic of Space**. New York: Cambridge University Press, 1985.
- Isaac, Arg. **Approach to Architectural Design**. London: Butterworth & Co. Publishers Ltd., 1971.
- Jodidio, Philip. **Contemporary American Architects**. Köln: Benedikt Taschen, 1993.
- Johnson, Glenn M. **The Art of Illumination. Residential Lighting Design**. New York: McGraw-Hill, 1999.
- Kaufmann, Edgar. **Introductions to Modern Design**. New York: Arno Press, 1969.
- King, Anthony D. **Buildings and Society. Essays on the Social Development of The Built Environment**. London: Routledge & Kegan Paul, 1980.
- Kishikawa, Hiro. **Urban Hotel From Asia To Europe**. Great Hotels of The World: Vol.4. Tokyo: Kawade Shobo Shinisha Publishers Ltd., 1991.
- Lawson, Bryan. **How Designers Think- The Design Process Demystified**. Üçüncü Basım. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1997.
- Locock, Martin. 'Meaningful Architecture'. **Meaningful Architecture. Social Interpretations of Buildings**. Ed: Martin Locock. Brookfield: Ashgate Publishing Company, 1994.
- Lym, Glenn R. **A Psychology of Building. How We Shape and Experience Our Structured Lives**. New Jersey: Prentice-Hall Inc., 1980.
- Mahnke, Frank H. **Color, Environment and Human Response**. New York: Van Nostrand Reinhold, 1996.
- Mazumdar, Sanjoy. 'People And The Built Environment'. **Design Professionals and The Built Environment**. Ed: Paul Knox, Peter Ozolins. Chichester: John Wiley & Sons Ltd., 2000.

- Mehrabian, Albert. **Public Places and Private Spaces. The Psychology Of Work, Play and Living Environments.** New York: Basic Books Inc., 1976.
- Miller, Stuart, Judith K. Schlitt. **Interior Space. Design Concepts For Personal Needs.** New York: Praeger Publishers, 1985.
- Moles, Abraham A. **Kültürün Toplumsal Dinamiği.** İngilizceden Çeviren: Nuri Bilgin. İzmir: Ege Üniveristesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, 1983.
- Morgan, John, Peter Welton. **See What I Mean. An Introduction To Visual Communication.** London: Edward Arnold Ltd., 1986.
- Myerson, Jeremy. **New Public Architecture.** London: Calmann & King Ltd., 1996.
- Nelson, George. **Problems of Design.** New York: Whitney Productions, 1957.
- Nielson, Karla J., David A. Taylor. **Interiors. An Introduction.** Dubuque: WM. C. Brown Publishers, 1990.
- Norberg-Schulz, Christian. **Architecture Meaning and Place.** New York: Rizzoli International Publications Inc., 1988.
- Norman, Donald A. **The Psychology of Everyday Things.** Basicbooks, 1988.
- Papanek, Victor. **Design For The Real World. Human Ecology and Social Change.** New York: Pantheon Books, 1971.
- Pearson, Mike P., Colin Richards. 'Ordering The World: Perceptions of Architecture, Space and Time'. **Architecture and Order. Approaches to Social Space.** Ed: Michael Perker Pearson, Colin Richards. London: Routledge, 1994.
- Pegler, Martin M. **Storefronts & Facades 5.** New York: Retail Reporting Corporation, 1994.
- Poore, Jonathan. **Interior Color By Design.** Massachusetts: Rockport Publishers, Inc., 1994.

- Preziosi, Donald. **Architecture, Language and Meaning. The Origins of the Built World and Its Semiotic Organization.** The Hague: Mouton Publishers, 1979.
- Proshansky, Harold M., William H. Ittelson, Leanne G. Rivlin. 'The Influence of The Physical Environment On Behavior: Some Basic Assumptions'. **Environmental Psychology. Man and His Setting.** Ed: Harold M. Proshansky, William H. Ittelson, Leanne G. Rivlin. NewYork: Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1970.
- Rapoport, Amos. **The Meaning of the Built Environment. A Nonverbal Communication Approach.** California: SAGE Publications, Inc., 1982.
- Riewoldt, Otto. **New Office Design.** London: Calman & King Ltd., 1994.
- Ruesch, Jurgen, Weldon Kees. **Nonverbal Communication. Notes on the Visual Perception of Human Relations.** Berkeley: University of California Press, 1964.
- Russell, James A., Albert Mehrabian. 'Some Behavioral Effects of The Physical Environment'. **Experiencing The Environment.** Ed: Seymour Wapner, Saul B. Cohen, Bernard Kaplan. New York: Plenum Press, 1976.
- Silah, Mehmet. **Sosyal Psikoloji (Davranış Bilimi).** Ankara: Gazi Kitabevi, 2000.
- Sime, Jonathan D. 'Creating Places or Designing Spaces?'. **Readings in Environmental Psychology. Giving Places Meaning.** Ed: Linda Groat. Londra: Academic Press Limited, 1995.
- Sommer, Robert. **Personal Space. The Behavioral Basis of Design.** New Jersey: Prentice-Hall Inc., 1969.
- Stea, David. 'Space, Territory and Human Movements'. **Environmental Psychology. Man and His Setting.** Ed: Harold M. Proshansky, William H. Ittelson, Leanne G. Rivlin. NewYork: Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1970.
- Şenyapılı, Önder. **Görsel Sanatlar ve İletişim.** Ankara: Sanatyapım Yayıncılık, 1996.
- _____ **Toplum ve İletişim.** Ankara: Turhan Kitabevi Yayınları, 1981.

Tetlow, Karin. **The New Office. Designs for Corporations, People & Technology.**

New York: PBC International Inc., 1996.

Tolan, Barlas, Galip İsen, Veysel Batmaz. **Sosyal Psikoloji.** Ankara: Adım Yayınları, 1991.

Turner, Janet. **Lighting. An Introduction to Light, Lighting and Light Use.** London: B.T. Batsford Ltd., 1994.

Türk Dil Kurumu. **Türkçe Sözlük.** Özel Basım. İstanbul: 1992.

Ünlü, Feray. 'İç Mekan Oluşum ve Biçimlenişinde Mekan-İnsan Davranışı Etkileşimine Bir Yaklaşım.' Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi SBE, 1998.

Winters, Nathan B. **Architecture is Elementary. Visual Thinking Through Architectural Concepts.** Salt Lake City: Gibbs M. Smith Inc., 1986.

Young, Michael. **Architectural and Building Design. An Introduction** London: William Heinemann Ltd., 1986.

Zevi, Bruno. **Architecture As Space, How to Look at Architecture.** New York: Da Capo Press, 1993.

Corporate Interiors. Corporate Interiors Design Book Series No:1. New York: Retail Reporting Corporation, 1997.

Informal Restaurant Interiors. New York: PBC International Inc., 1991.

Interior Spaces. A Pictorial Review of Significant Interiors in the U.S.A. Melbourne: The Images Publishing Group, 1992.

Showcase of Interior Design. International Commercial Edition. New York: Vitae Publishing Inc., 1992.

Storefront 1. Service & Retail Shops. Tokyo: Graphic-Sha Publishing Co., Ltd., 1995.

Supermarket Design. Ed: Martin M. Pegler. New York: Retail Corporating
Corporation, 1996.

Transport Stations. New Architecture 8. Ed: Francisco Asensio Cerver. Barcelona:
Atrium, 1992.