

İç Mekan Yüzey Tasarımlarında Mesaj - Kullanıcı İlişkisi Üzerine DeneySEL Bir İrdeleme

Erkan Aydıntan

Karadeniz Teknik Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü
aydintan@ktu.edu.tr / aydintan61@hotmail.com

ÖZET

Tasarım bilinciyle yaratılan mekanlar, kendilerini tanımlayan ve benzerlerinden ayıran karakterlere sahiptirler. Tasarımcılar kullanıcılara, iç mekanda uyguladıkları yüzey düzenlemeleri ile mekanın karakterini ifade eden görsel algıya dayalı mesajlar gönderebilir. Böyle bir düzenleme kullanıcıların mekana olan ilgilerini arttırmaya yardımcı olur. O nedenle tasarım eğitiminde mekan yüzeylerinde grafik tasarım, önemle üzerinde durulması gereken konulardan biridir. Bu noktadan çıkışla yapılan deneySEL araştırma çalışmasının temel amacı, iç mekan tasarımlarında yüzey düzenlemelerinin önemini, etkisini vurgulayarak tasarımcılara alternatif bir düşünme olanağı sunmaktır. Böylece insan ve mekan arasındaki etkileşim ile tasarlanacak mekanların daha akılda kalıcı ve özgün olabileceği yolunda bir farkındalık yaratılması hedeflenmiştir. Tasarımcı açısından bakıldığında herhangi bir işlevli mekanda vereceği görsel mesajların neler olacağı kurgusal bir problemdir. O nedenle çalışmada öncelikle, mekanı oluşturan düşey yüzeyler üzerinde kurgulanacak grafik tasarımlar için gidilebilecek yollardan biri tanımlanmış ve Karadeniz Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi İç Mimarlık Bölümü ikinci sınıf öğrencileri tarafından uygulanmıştır. Daha sonra öğrencilerin, grafik tasarımları ile gönderdikleri görsel mesajların kullanıcılar tarafından ne derecede algılanabildiği anket tekniği ile test edilmiştir. Elde edilen bulgular incelendiğinde tasarımcının yüzey üzerine yüklediği görsel mesajların genel olarak kullanıcı tarafından algılanabildiği görülmüştür. Böylece görsel iletişim dilinin iç mekanlarda kullanımının mekan algısındaki yeri ve önemi ile ilgili ortaya koyulan varsayım desteklenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Tema, Yapı karakteri, İletişim, Tasarım, Yüzey, Mekan

ABSTRACT

Spaces created with design consciousness, have characters that define themselves and distinguish them from other similar. Designers can send visual perception based

messages to users expressing the character of space with the surface applications they apply in interior space. Such an arrangement helps increasing the interest of users in the space. For this reason graphical design on space surfaces is one of the important subjects to pay attention in design education. From this point of view the main aim of the experimental study is to emphasize the importance and effect of surface arrangements in interior space in order to present an alternative consideration opportunity to designers. Therefore the aim is to raise awareness that the spaces designed with interaction between human and space may be more genuine and catchy. From the designers' point of view the visual messages to be given in any functional space is a fictional problem. Therefore in the study one of the paths to be followed for graphic designs that will be fictionalized on vertical surfaces comprising the space was defined and applied by Karadeniz Technical University Faculty of Architecture Interior Architecture Division second grade students. After that the level of perception by users regarding the visual messages sent by students by their designs were tested by survey technique. When the obtained findings were examined it was observed that the visual messages applied by designer on the surface could generally be perceived by users. Therefore the assumption related with the place and importance of visual communication languages being used in interior spaces was supported.

Keywords: Theme, Characteristics of Structure, Communication, Design, Surface, Space

GİRİŞ

Tasarımcılar, mekanın karakterini o mekanın kullanıcılarına bir takım görsel mesajlar ileterek hissettirebilir. Böylece kullanıcı çevresel uyarıların kendisinde yarattığı çağrışımlar üzerinden mekanı düşünür, yorumlar ve ona karşı davranışta bulunur. İletilecek olan mesajlar çoğunlukla iç mekanı oluşturan düşey yüzeylere yüklenir. Bu amaçla düzenlenmiş yüzey, diğer yüzeylere oranla daha fazla dikkat ve ilgiyi çektikleri için "odak yüzeyi" olarak nitelendirilebilir.

Çalışma, Karadeniz Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi İç Mimarlık Bölümü ikinci sınıf öğrencilerinin odak yüzeyi tasarlama deneyimlerini ve iletmek istedikleri görsel mesajların kullanıcılar tarafından ne oranda algılandığının belirlenmesini kapsamaktadır. Çalışmanın temel hedefi, mekan tasarımcılarına kullanıcı ve mekan ilişkisini kuvvetlendirebilecekleri yollardan birini işaret ederek konu ile ilgili farkındalık yaratmaktır. Bu bakış açısı ile öncelikle, İç mekan algılamasında yüzeyin önemine değinilmiş, daha sonra yapılan çalışmalar ifade edilmiştir.

1. İÇ MEKAN ALGILAMASINDA ODAK YÜZEYİ

İnsanın yapay çevresi ile uyumlu bir ilişki içinde bulunabilmesi için dış fiziksel etkilere karşı bir tepki göstererek biyolojik, fizyolojik ve psikolojik bir denge kurması gerekir (Aksugür, 1976; Erkman, 1973). İnsanın bu tepkileri gösterebilmesi için öncelikle çevreyi tanıması, algılaması gerekir. İnsan çevreyi işitme, görme, dokunma, koku alma ve tat alma gibi duyu organları ile tanır (Aksoy, 1977; Aksoy, 1979). Algılama ise duyu organlarında başlayıp, beyinde biten karmaşık bir süreçtir (Dener, 1994; Ural, 1999). Gibson'a göre insan çevreyi Literal algılama ve şematik algılama olarak iki farklı düzeyde algılar. Çevreyi, yararından ve anlamından soyutlayarak, yani sadece dizimsel özelliklerine (doku, renk, biçim, yüzey... vb.) dikkat ederek algılamaya literal algılama denir. Bu tür algılamada genellikle kişiden kişiye farklılıklar görülmez. Çevreyi yararsal ve anlamsal düzeyde algılamaya ise şematik algılama denir (Ertürk, 1984). Şematik algılama kişiden kişiye göre değişebilir. Çünkü bu tür algılamada insanın kendi psikolojisi, kültür düzeyi, alışkanlıkları ve tecrübeleri etkilidir (Erhan, 1978).

Becer'e göre bir mimari çevre olarak mekanın algılanması, onu biçimlendiren ve sınırlayan yüzeylerinin algılanmasına dayanır (Becer, 2002). Düşey yöneliminden ötürü, mekan tanımlamada ve çevrelemede duvar yüzeyleri görsel olarak en etkili yüzeylerdir (Ching, 1996; Divanlıoğlu, 1997). Diğer yönden, duvar yüzeyleri en önce ve uzun süreli algılanan yüzeyleridir. Bunu Kıran, şu cümlesi ile ifade etmektedir, "İnsanın gözlem yeri önce karşısına gelen duvar yüzeyidir. Bu gözlem tavana kadar olan bölgede devam eder. Daha sonra diğer duvarların algılanması başlar." (Kıran, 1986)

Sonuç olarak duvar yüzeylerinin, kolay ve uzun süreli algılanabilir olmaları nedeni ile iç mekan algısını diğer yüzeylere oranla daha fazla etkilediği ortadadır. Steiner, "Bir duvar, sadece bir duvar değil, fakat yaşayan: tıpkı içindeki yükseliş ve düşüşleri ifade eden bir canlı organizma gibidir..." derken, tasarlanmış duvar yüzeylerinin mekandaki rolüne dair ip uçları vermiştir (Kortan, 1986). Bunun yanında mekandaki bir duvar yüzeyi diğerlerine göre daha fazla ön plana çıkabilir. Bu tür yüzeyler odak yüzeyi olarak tanımlanabilir.

Mimari mekanda yer alan her öge ve bu öğelerin bir araya getiriliş biçimleri birer işaretlerdir. Algılanan bütün bu öğelerin, belirli işlevlerinin yanı sıra, daha başka bir takım şeylerin, belirtileri olduğunu varsaymak gerekmektedir (Kalpaklı, 1998). Uçar'da, çevreden gelen her bildirinin (işaretin) işaretler kuramına göre mesaj ifade ettiğini belirtmiştir (Uçar 2004). Bu durumda odak yüzeyleri üzerindeki görsel öğelerin birbirleri ile ilişkilerinden doğan organizasyonların mesaj ileten işaretler olduğu söylenebilir.

2. UYGULAMA ÇALIŞMASI VE YÖNTEM

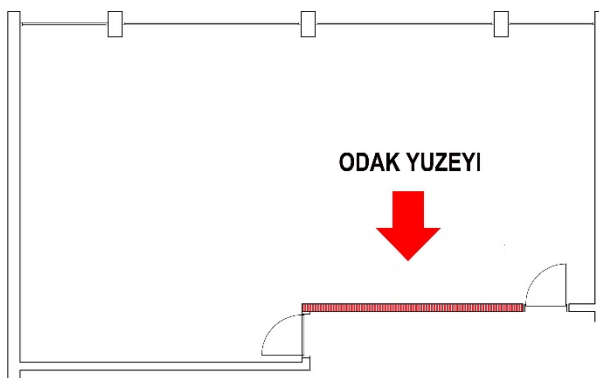
İç mekanda tasarımcı tarafından tasarlanmış işaretleri (görsel mesajları) şematik düzeyde algılayan insan gördükleri üzerinden bir takım çağrışımsal anlamlar çıkarabilir (Aksoy, 1987). Bu düşünceden yola çıkılarak uygulama aşamasında, insan ve mekan etkileşiminde önemli bir rol oynadığı düşünülen odak yüzeyi tasarımlarında takip edilebilecek bir yol tanımlanmış ve oluşturulan yüzey düzenlemeleri üzerinden kullanıcıya gönderilen görsel mesajların ne derecede algılanır olduğu sorusuna cevap aranmıştır.

Bu amaçla her biri üç öğrenciden oluşan on iki çalışma gurubu oluşturulmuş ve bu guruplardan, kendi tasarım atölyelerinin belirlenen bir duvarına görsel mesajlar taşıyan odak yüzeyi tasarımı yapmaları istenmiştir.

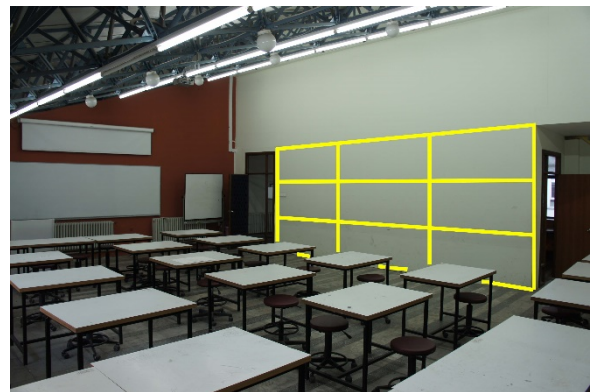
Çalışma guruplarına öncelikle çalışma alanı tanıtılmıştır. Daha sonra tasarım ve yapım aşamasında izlenecek adımlar anlatılarak, uygulama süreci başlatılmıştır.

2.1. ÇALIŞMA ALANI VE SINIRLARI

Karadeniz Teknik Üniversitesi İç Mimarlık Bölüm binası, tasarım atölyesinin giriş duvarı yüzeyi çalışma alanı olarak belirlenmiştir (Şekil 1). Bu yapının ve mekanın seçilmesinin nedeni, öğrencilerin bu yapının işlevi ve işleyişi hakkında bir çok deneyime sahip olmasıdır. Böylece öğrencilerin birbirinden farklı ve ana işlev ile ilişkili özgün mesajlar, üretebilecekleri düşünülmüştür. Odak yüzeyi alanı dikdörtgen şeklinde ve toplamda 18m²'lik dokuz eşit birimin birleşiminden oluşmaktadır (Şekil 2).



Şekil 1. Çalışma alanının plan düzlemindeki konumu



Şekil 2. Çalışma alanının dokuz eşit birimden oluşan gösterimi

Ortak bir dil geliştirilebilmesi ve sonuçların daha kolay değerlendirilebilmesi için çalışma guruplarına, odak yüzeyi üzerinde tasarlayacakları grafik organizasyonun hangi özelliklere sahip olması gerektiği maddeler halinde ifade edilmiştir.

- Odak yüzeylerinde soyut geometrik özellik gösteren organizasyonlar yapılması istenmiştir.
- Kullanıcıların şematik düzeydeki algılamaları irdeleneceğinden çalışma gurupları tarafından belirlenecek olan görsel mesajlar, “yararsal” ve “anlamsal” mesajlar olarak iki alana ayrılmıştır. Yararsal mesajlar, kullanıcılara mekanın işleyişini destekleyen olguları çağrıştırır (Aydıntan, 2005). Çalışma guruplarına mekanın işlevi ile ilişkisi tanımlanmış altı adet yararsal mesaj verilmiş (Tablo 1) ve her gurubun bir adet mesaj seçmesi istenmiştir.

Tablo 1. Guruplar tarafından seçilebilecek yararsal mesajlar ve bu mesajların mekanın işleyişini destekleyen yönleri

YARARSAL MESAJLAR	MESAJLARIN YARARI
▼	▼
Yönlendirme	Mekan içindeki sirkülasyonda etkin rol oynayabilir.
Sınırlama	Aynı mekan içerisindeki farklı kullanım alanlarının sınırları daha kolay hissettirilebilir.
Derinlik	Mekanı olduğundan daha hacimli algılayabilir.
Süreklilik	Mekanda birlik / bütünlük hissini pekiştirir.
Dinamizm	Kullanıcılar, çevrelerinden gelen her türlü uyarıya karşı daha hassas olabilir.
Dinlendirme	Kullanıcılar, daha uzun süre verimli olarak çalışabilirler.

Anlamsal mesajlar ise, mekanın kullanıcılara ne ifade ettiğine ilişkin olguları çağrıştırır. Bu tür mesajların neler olabileceği, konuya göre neredeyse sonsuz bir çeşitliliğe sahiptir. O nedenle çalışma gurupları, verecekleri anlamsal mesajları kendileri belirlemiştir (Tablo 2). Sonuç olarak her çalışma gurubunun hedefi, mekanın işlevi ile ilişkili “yararsal” ve “anlamsal” olarak iki adet mesaj yüklenmiş olan bir odak yüzeyi tasarlamaktır.

Tablo 2. Guruplar tarafından seçilen anlamsal mesajlar ve bu mesajların çağrıştırdığı anlamlar

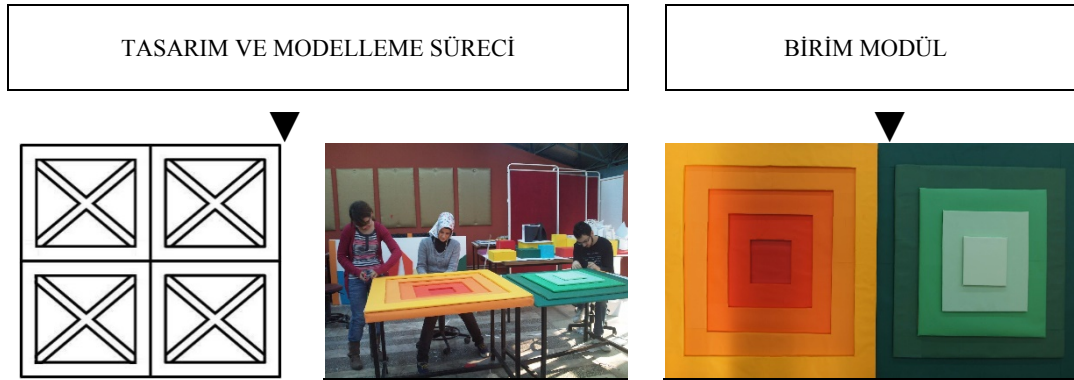
ANLAMSAL MESAJLAR	MESAJLARIN ANLAMI
▼	▼
Zıtlık	Eğitim hayatında iniş ve çıkışlar vardır.
Süreç	Tasarım süreci zamana karşı bir yarışır.
Bakış açısı	Tasarım eğitimi öğrenciye, farklı bakış açıları kazandırır.
Rekabet	Eğitim sürecinde birbirleri ile yarışır.
Yaratıcı fikir	Tasarımda, yaratıcı fikir esastır.
Birikim	Eğitimde bilgiler, zamanla artar.
Üçüncü göz	Eğitim öğrencinin, farkındalığını artırır.
Birliktelik	Birlikte yeni fikirler üretilebilir.
Alternatif	Tasarım çok yönlü düşünmeyi gerektirir.
Gelişme	Eğitim, karanlıkları aydınlığa çevirir.
Kendine özgü	Her öğrencinin farklı bir kişiliği ve rengi vardır.

- Yapılacak olan odak yüzey, 1m x 2m boyutunda birbiri ile aynı dokuz adet birimin çeşitli yönlerde bir araya gelişinden oluşacağı için, çalışma gruplarından öncelikle bir birim modül yaratmaları istenmiştir.

2.2. ÇALIŞMA SÜRECİ

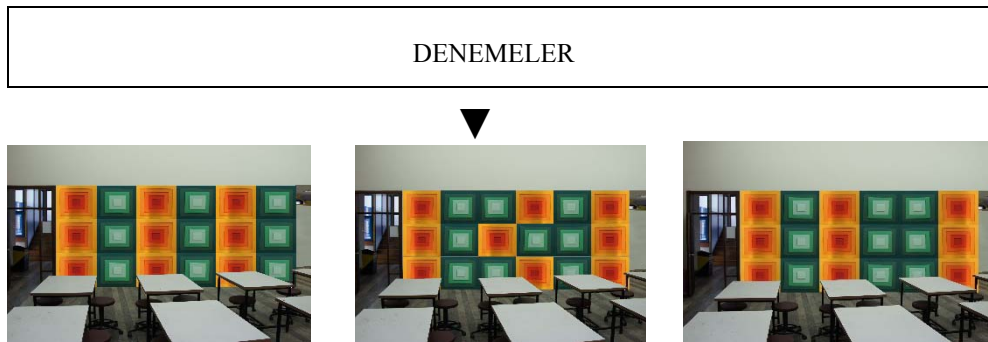
Öncelikle her bir çalışma gurubu mekanın işlevini göz önünde bulundurarak kullanıcıya vermek istedikleri “yararsal” ve “anlamsal” mesajlara karar vermiştir. Örneğin onuncu gurubun seçtiği yararsal mesaj “DERİNLİK”, anlamsal mesaj ise “İLERLEME” dir. Daha sonra, çalışma grupları vermek istedikleri “yararsal” ve “anlamsal” mesajlarını temsil edecek birim modülü tasarlamış ve yapıma uygun malzemeler ile modellemişlerdir (Tablo 3).

Tablo 3. Onuncu gurubun birim modülü oluşturma



Son olarak çalışma grupları, tasarladıkları ve modelledikleri birim modülü, iletmek istedikleri “yararsal” ve “anlamsal” mesajları en iyi verecek şekilde sanal ortamda çeşitli konum, sıra ve yönlerde çoğaltıp, toplamda dokuz birimden oluşan odak yüzeylerini tamamlamışlardır (Tablo 4)

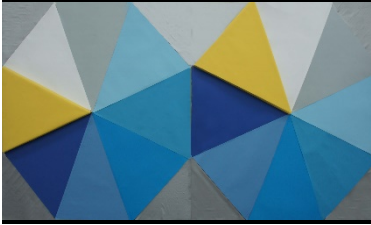
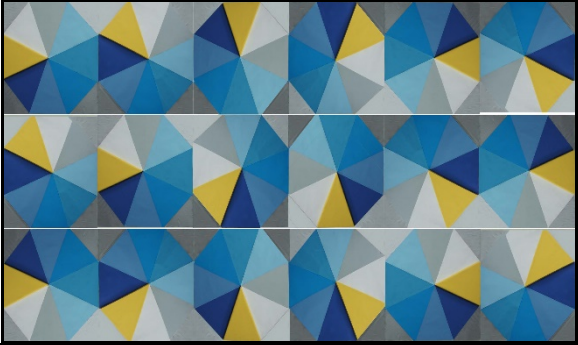
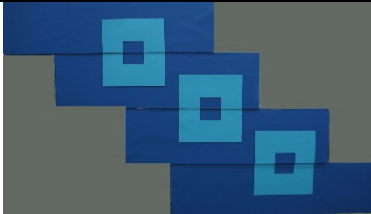
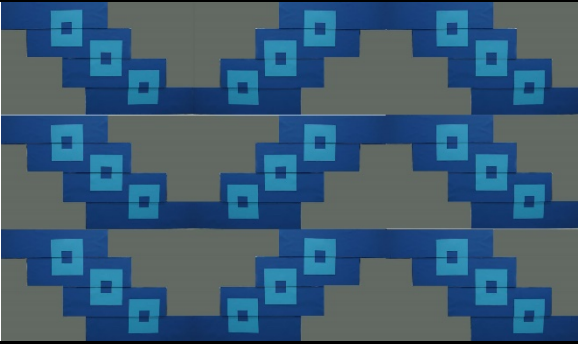
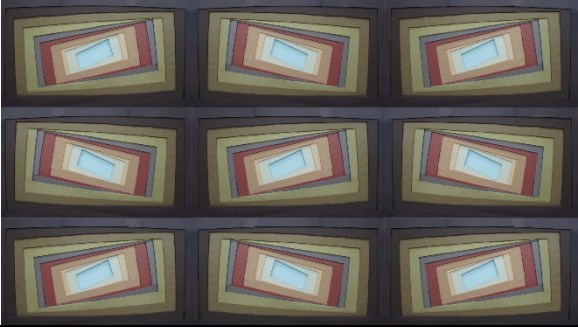
Tablo 4. Onuncu gurubun birim modülü çoğaltma denemeleri



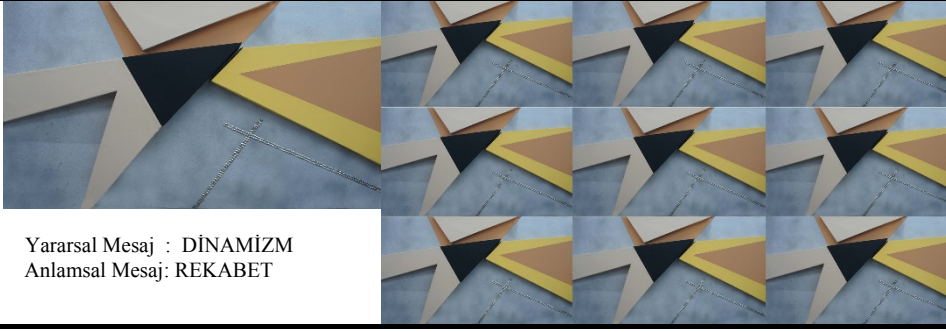


Sonuç olarak çalışma grupları iki hafta süre ile belirtilen aşamalardan geçerek odak yüzeylerini oluşturmuşlardır (Tablo 5).

Tablo 5. Çalışma gruplarının oluşturdukları odak yüzeyleri.

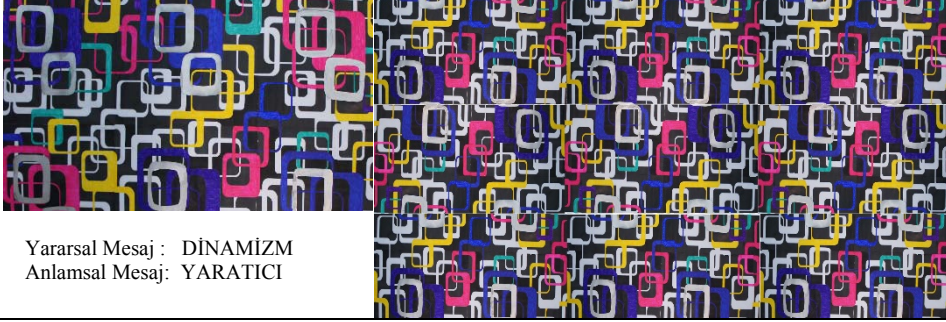
BİRİM MODÜL		SONUÇ ÜRÜN	
▼		▼	
1. Grup	 Yararsal Mesaj : DİNLENDİRME Anlamsal Mesaj : ZİTLİK		
2. Grup	 Yararsal Mesaj : YÖNLENDİRME Anlamsal Mesaj : SÜREÇ		
3. Grup	 Yararsal Mesaj : DERİNLİK Anlamsal Mesaj : BAKIŞ AÇISI		

4. Grup



Yararsal Mesaj : DİNAMİZM
Anlamsal Mesaj: REKABET

5. Grup



Yararsal Mesaj : DİNAMİZM
Anlamsal Mesaj: YARATICI

6. Grup



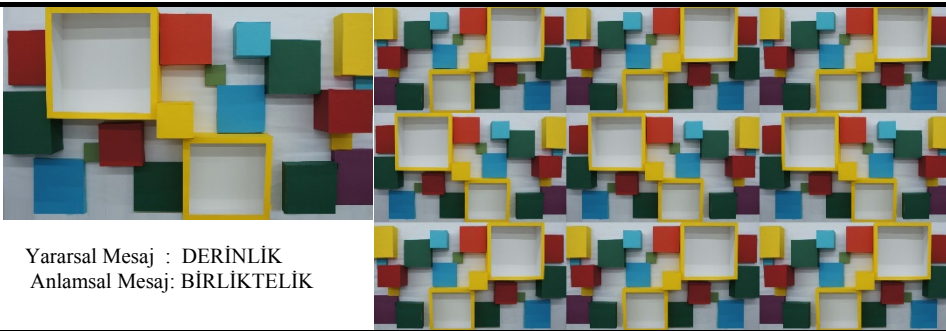
Yararsal Mesaj : YÖNLENDİRME
Anlamsal Mesaj: BİRİKİM

7. Grup

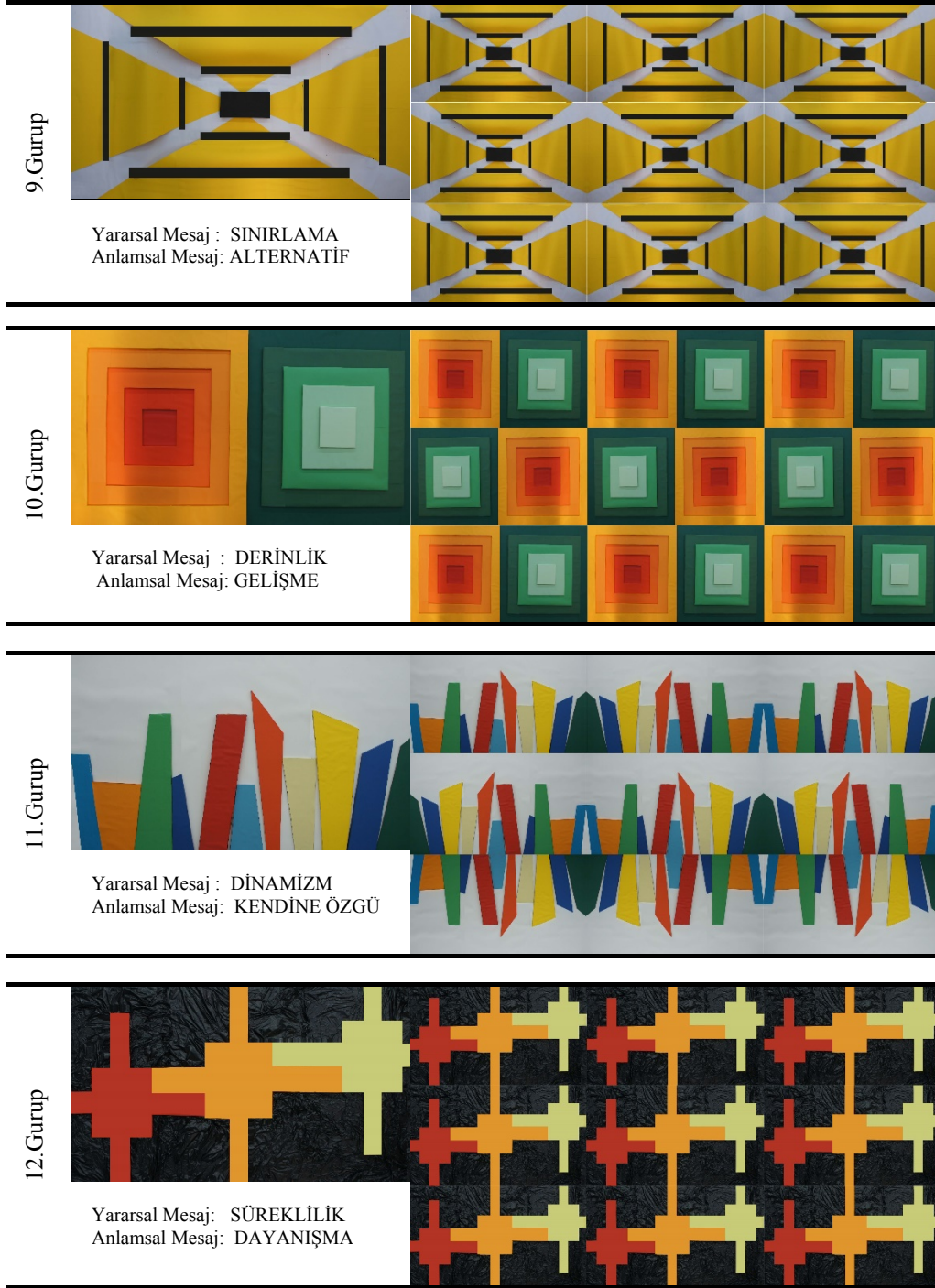


Yararsal Mesaj : DİNLENDİRME
Anlamsal Mesaj: ÜÇÜNCÜ GÖZ

8. Grup



Yararsal Mesaj : DERİNLİK
Anlamsal Mesaj: BİRLİKTELİK



2.3. ANALİZ YÖNTEMİ

Tüm çalışma grupları odak yüzeylerini oluşturduktan sonra sıra, tasarım atölyesinin kullanıcılarının, odak yüzeyi aracılığı ile gönderilen “yararsal” ve “anlamsal” mesajları ne derecede aldıklarının belirlenmesine gelmiştir. Eğer bu mesajlar kabul edilebilir bir oranda algılanıyorsa tasarımcılar için yüzeyler üzerinde yapılacak bu tür çalışmalar ile iç mekan tasarımlarında alternatif bir düşünme yolu tanımlanmış olacaktır.

Bu amaçla öncelikle her bir deneğin, tasarlanan odak yüzeylerine bakarak kendilerine verilen “yararsal” ve “anlamsal” mesaj listeleri (anket formu) üzerinden, hangi mesajın hangi odak yüzeyine ait olduğu ile ilgili eşleştirme yapmaları istenmiştir. Diğer bir deyişle her bir yüzey anlatımı ile verilmek istenen iki farklı mesajı deneklerin, ellerindeki listeden seçmeleri istenmiştir.

Sağlıklı bir saptamanın yapılabilmesi için denek sayısının belirlenmesinde öğrencilerin sayısına bağlı % 95 güvenilirlik ve % 10 hata payı gözetilerek toplam örneklem büyüklüğü hesaplanmıştır (Özdamar, 2001). Buna göre ankete katılması gereken öğrenci sayısı toplamı 91’dir. Fakat öğrencilerin anketi hatalı ve eksik doldurma ihtimallerine karşı 99 kişilik geniş katılımlı bir denek grubu oluşturulmuştur.

Anket föyleri incelendiğinde 7 öğrencinin anket kâğıdının değerlendirilemez olduğuna karar verilmiştir. Sonuç olarak toplam 92 denekten alınan veriler kullanılmıştır.

Analiz aşamasında kullanılmak üzere odak yüzeyleri ile kullanıcılara gönderilen “yararsal” ve “anlamsal” mesajların denekler tarafından algılanma başarısının daha somut bir şekilde ifade edilebilmesi için, bir başarı çizelgesi oluşturulmuştur (Tablo 6).

Yapılan çalışmada yüksek bir başarı oranı yerine anlamlı bir başarı oranının varlığı araştırılmıştır. Yüksek bir başarı oranının beklenmemesinin nedenleri şu şekilde özetlenebilir;

- Deneklere gösterilen odak yüzeyi sayısının fazla olması. Sayı arttıkça başarı oranının düşmesi beklenmektedir.
- Odak yüzeylerinin profesyonel tasarımcılar tarafından değil, Grafik Model Anlatımı dersini ilk defa alan öğrenciler tarafından yapılması. Zamanla kazanılacak birikimlerin İletilmek istenen mesajı en iyi şekilde ifade edecek bir grafik kompozisyonu oluşturmada önem arzettiği düşünülmektedir.
- Özellikle anlamsal mesajların matematiksel bir karşılıklarının bulunmaması nedeni ile bir mesajın, aynı anda birden çok çalışma ile eşleştirilebileceği, bu anlamda deneklerin zorlanabileceği düşünülmüştür.
- Her çalışmada sadece bir algısal ve sadece bir anlamsal mesaj veriliyor olması. Böylece doğru tahmin edebilme oranı azalmaktadır.
- Deneklere verilen cevaplama süresi yeterli gibi gözükse de, bir süre ile sınırlı olma düşüncesinin yetiştirme telaşı ile odaklanma problemi yaratabileceği düşünülmektedir.

Yukarıda sıralanan nedenlerle %100 başarı üzerinden düşünüldüğünde ¼ oranında bir başarı, minimum başarı oranı olarak kabul edilmiştir. Bu oranın yüksek değil fakat mevcut şartlarda anlamlı bir başarı oranı olarak düşünülmektedir

Tablo 6. Belirlenen algılanma başarıları aralıkları

Başarı Düzeyi	►	Düşük	Orta	İyi
Başarı Yüzdesi	►	%0 - %24	%25 - %44	%45 - %100

3. BULGULAR

Yapılan anketten elde edilen veriler ile SPSS 17.0 istatistik programı kullanılarak (Crosstabulation, Wilcoxon işaretli sıralar toplamı testi ve uyum analizi) mesajların algılanma düzeyi belirlenmeye çalışılmıştır.

3.1. DENEKLERİN, VERİLEN MESAJLARI ALGILAMADAKİ GENEL BAŞARI DÜZEYİ

92 adet deneğin, 12 adet odak yüzeyi ile iletilen toplam 18 mesajı doğru tahmin etme başarıları ortalama %31'dir. Buradan çıkışla genel algılama durumu, daha önce belirlenen başarı grafiğine göre başarı düzeyi "Orta" olarak nitelendirilebilir. Ayrıca deneklerin, genel algılama başarı düzeyine göre dağılımına bakılmış (Tablo 7) ve % 56,5'inin orta düzeyde başarı gösterdikleri görülmüştür.

Tablo 7. Örneklemin çalışmadaki genel algılama başarı düzeyine göre dağılımı

Genel algılama başarı düzeyi	Frequency	Percent
▼	▼	▼
Genel algılama başarı düzeyi düşük	35	38,0
Genel algılama başarı düzeyi orta	52	56,5
Genel algılama başarı düzeyi iyi	5	5,4
Total	92	100,0

3.2.DENEKLERİN, "YARARSAL" VE "ANLAMSAL" MESAJLARI ALGILAMADAKİ BAŞARI DÜZEYLERİ

3.2.1. Deneklerin, Yararsal Mesajları Algılamadaki Başarı Düzeyi

92 adet deneğin, 12 adet odak yüzeyi ile iletilen 6 adet yararsal mesajı doğru tahmin etme başarıları %41'dir. Buradan çıkışla yararsal mesajları algılama başarı düzeyi, "iyi" ye yakın fakat "Orta" olarak nitelendirilebilir. Ayrıca deneklerin, yararsal mesajları algılama başarı düzeylerine bakıldığında (Tablo 8), deneklerin %59,8'inin orta düzeyde başarı gösterdikleri görülmüştür.

Tablo 8. Deneklerin çalışmadaki yararsal mesajları algılama başarı düzeyine göre dağılımı

Yararsal mesajları algılama başarı düzeyi	Frequency	Percent
▼	▼	▼
Yararsal mesajları algılama başarı düzeyi düşük	15	16,3
Yararsal mesajları algılama başarı düzeyi orta	55	59,8
Yararsal mesajları algılama başarı düzeyi iyi	22	23,9
Total	92	100,0

3.2.2. Deneklerin, Anlamsal Mesajları Algılamadaki Başarı Düzeyi

92 adet deneğin, 12 adet odak yüzeyi ile iletilen 12 anlamsal mesajı doğru tahmin etme başarısı %21'dir. Buradan çıkışla anlamsal mesajları algılama durumu, "Düşük" olarak nitelendirilebilir. Ayrıca, anlamsal mesajları algılama başarı düzeyine göre deneklerin dağılımına bakılmıştır (Tablo 9). Buna göre deneklerin %58,7'si düşük düzeyde başarı göstermiştir.

Tablo 9. Deneklerin çalışmadaki anlamsal mesajları algılama başarı düzeyine göre dağılımı

Anlamsal mesajları algılama başarı düzeyi	Frequency	Percent
▼	▼	▼
Anlamsal mesajları algılama başarı düzeyi düşük	54	58,7
Anlamsal mesajları algılama başarı düzeyi orta	35	38,0
Anlamsal mesajları algılama başarı düzeyi iyi	3	3,3
Total	92	100,0

3.3 . YARARSAL VE ANLAMSAL MESAJLARIN, DENEKLER TARAFINDAN ALGILANMA DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

Wilcoxon işaretli sıralar toplamı testi sonucuna göre öğrencilerin yararsal mesajları algılama puanları ile anlamsal mesajları algılama puanları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark vardır ($T = 3790$, $p=,000$, $z = -6,429$, $r = -0,670$). Yararsal mesajları algılama puan ortalaması 51.22 iken, anlamsal mesajları algılama puan ortalaması 27,11 dir.

4. SONUÇ

Lang tasarımı, "iletişimi ve etkileşimi içeren toplumsal bir olgu" olarak ifade etmiştir (Aydınlı, 1986). İç mekan tasarımcısı da görsel mesajlar yüklediği yüzey tasarımları sonucu kullanıcının öznel tepkilerini alarak onunla iletişimde bulunabilir.

Lang'a göre (Lang, 1974) yüzeyler, çevre yaratan araçlardır. Yaşam için gerekli fizyolojik desteği sağlarlar ve sosyal sistemi destekleyen davranış konumlarını sınırlarlar. Ayrıca kendi içlerinde bir anlam taşırlar. İnsan, yüzeylerden oluşan mekan ile sürekli bir etkileşim halindedir. Mekanı sınırları, formu, renkleri, dokusu, anlamı, ...vb özellikleriyle kavranmaya çalışılır. Çevresinden aldığı uyarıları değerlendiren insan beyni, yanıtlarını algılama mekanizmaları ile verir (Alpakkunt, 1998).

Sonuç olarak herhangi bir işleve sahip bir iç mekanı sınırlayan ve belirleyen bazı yüzey düzenlemeleri, o mekan ile ilgili bir takım görsel mesajlara sahip olabilir. Bu mesajlar, mekanın işlevi ile ilişkili yarara yönelik olabileceği gibi, mekanın anlamına yönelik de olabilir.

Çalışmada tasarımcı adaylarının, tasarladıkları odak yüzeyleri ile görsel mesajlarını kullanıcılara ne kadar aktarabildikleri test edilmiş ve elde edilen sonuçlar aşağıda sıralanmıştır;

- Deneklerin, odak yüzeyleri aracılığı ile verilen mesajları algılamadaki genel başarı düzeyi "ORTA" dır. Deneklerin daha iyi bir başarı oranı gösterememesi, beklenen bir durumdur. Odak yüzeylerinin ve mesajların sayısının fazla olması, odak yüzeylerinin henüz mesleki deneyim kazanmamış tasarımcı adayları tarafından yapılmış olması, gönderilen mesajların yoruma açık olması ve süre sınırlaması gibi etkenlerin bu sonucu doğurduğu düşünülmektedir.
- Deneklerin, yararsal mesajları algılamadaki başarı düzeyi "İYİ" ye yakın fakat "ORTA" dır. Bu sonucun ortaya çıkmasında, yararsal mesajların kullanıcıların zihninde benzer görsel karşılıklarının olmasının etkisi olduğu düşünülmektedir.
- Deneklerin, anlamsal mesajları algılamadaki başarı düzeyi "DÜŞÜK" tür. Bu sonuçta, anlamsal mesajların yoruma açık olmalarından dolayı, kullanıcıların zihninde farklı görsel karşılıklarının bulmasının etkili olduğu düşünülmektedir.
- Odak yüzeyleri aracılığı ile verilen yararsal ve anlamsal mesajların denekler tarafından algılanma düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır. Denekler yararsal mesajları daha kolay algılamaktadır. Bu sonuçta, yararsal mesajların anlamsal mesajlara göre ortak düşüncelere yol açabilecek daha kesin görsel imgeler uyandırabilmesinin etkili olduğu düşünülmektedir.

Özet olarak, yapılan analiz ve değerlendirmeler ile varılan sonuçlara göre denekler; Tasarımcı gurubun tasarladıkları odak yüzeyi ile kendilerine gönderdikleri mesajları kabul edilebilir bir başarı oranı ile algılayabilmişlerdir. Ayrıca denekler, zihinlerinde görsel

imgeler uyandırabilecek mesajları diğer mesajlardan daha kolay algılayabilmişlerdir. Elde edilen sonuçlara dayanılarak;

- Tasarımcıların, kullanıcıya iletilmek üzere seçecek oldukları mesajların, o mekanın işlevi / işleyişi ile ilişkili olması alternatif bir yol olarak düşünülebilir.
- Görsel mesajların, kullanıcıların zihninde görsel imgeler yaratabilecek olması kullanıcının daha kolay algılayabilmesi açısından avantaj sağlayabilir.
- Tasarımcılar, odak yüzeylerini tasarlarken mekanın ilişkili olduğu tüm fiziksel öğelerin biçimsel karakterinden faydalanabilir.
- Yüzeylerin sadece bir sınır öğesi değil, sınırladıkları boşluğa yararsal ve anlamsal düzeyde bir değer katan, bu yönü ile mekanın işlevine katkıda bulunan bir iletişim aracı olduğu bilincini, yaygınlaştıracak eğitim etkinlikleri sıkça yapılmalıdır.

5. Kaynaklar

- Aksoy, E. (1987) Mimarlıkta Tasarım Bilgisi, Hatiboğlu Yayınevi, Ankara.
- Aksoy, Ö. (1977) Biçimlendirme, Karadeniz Teknik Üniversitesi Yayını, Trabzon, Sayı 83.
- Aksoy, Ö. (1979) "Deneme / Hata Yapma / Düzeltme", Tasarım ve İnsan Bilimleri, Seminer Bildirileri, der. Z. Ertürk, İnşaat ve Mimarlık Fakültesi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon, s. 70-74.
- Aksugür, E. (1976) Renk Çeşitlerinin Spektral Özellikleri Ayrı İki Işık Mekanın Algılanan Büyüklüğüne Etkisi, Doktora Tezi, Mimarlık Fakültesi, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Alpakkunt, M. (1998) Mekanlardaki Fiziksel Koşulların İnsanın Psikolojik Yapısına Etkileri, Yüksek Lisans Tezi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimar Sinan Üniversitesi, İstanbul.
- Aydınlı, S. (1986) Mekansal Değerlendirmede Algısal Yargılara Dayalı Bir Model, Doktora Tezi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Aydıntan, E. (2005) İç Mekan Yüzeylerinden Duvarlarda Grafik Tasarım: Yararsal ve Dizimsel Açından Bir Analiz Çalışması, Doktora Tezi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon.
- Becer, E. (2002) İletişim ve Grafik Tasarım, 3. Baskı, Dost Kitabevi, Ankara.
- Ching F.D.K. (1996) Architecture: Form, Space and Order, Mimarlık (Biçim, Mekan ve Düzen), çev. S. Lökçe (2002), 2. Baskı, Yem Yayınları, İstanbul.
- Dener, A. (1994) Sosyal ve Mekansal Değişimin Etkileşimi, Cumhuriyet Sonrası İstanbul Konutları, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Divanlıoğlu, D. (1997) Temel Tasar, Tasar'ın Öge ve İlkeleri, Birsan Yayınevi, İstanbul.

- Erhan, İ. (1978) Endüstri Tasarımında Kullanıcı Araç İlişkisi Açısından Görsel Bildirişim, İstanbul Devlet Güzel sanatlar Akademisi Endüstri Sanatları Fakültesi Yayını, İstanbul.
- Erkman, U. (1973) Mimaride Etki ve Görsel İdrak İlişkileri, Doktora Tezi, Mimarlık Fakültesi, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Ertürk, S. (1984) Mimari Mekanın Algılanması Üzerine Deneysel Bir Çalışma, Doktora Tezi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon.
- Kalpıklı, Ü. (1998) Mimarlık Göstergesi – Nesne İlişkileri (İşaret – Belirti – Simge), Üzerine Bir İnceleme, Doktora Tezi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Kıran, A. (1986) Rengin Psikolojik Etkilerinin İncelenmesi ve Deneysel Psikoloji Yöntemi İle Ülkemiz İçin 18-25 Yaş Üzerinde Renk Tercihlerinin Saptanması, Doktora Tezi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Kortan, E. (1986) XX. Yüzyıl Mimarlığına Estetik Açından Bakış, Yaprak Yayınları, Ankara.
- Lang, J. (1974) Theories Of Perception and Formal Design, Designing For Human Bahaveor, Halsted press, Pennsylvania.
- Özdamar, K. (2001), SPSS ile Biyoistatistik, Kaan Kitapevi, 4. Baskı, Eskişehir, 257.
- Uçar, T.F. (2004) Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, İnkılap Yayınevi, İstanbul.
- Ural, S. E. (1999) "Mimari Yüzeyin İfadesinde Renk", Mimari Biçimlendirmede Yüzey, Seminer Bildirileri, TMMOB Mimarlar Odası Ankara Şubesi, Gazi Üniversitesi Müh.- Mimarlık Fakültesi Mimarlık Bölümü, Ankara, s. 100-109.