

ÇEVRESEL İMAJ, KİMLİK VE ANLAM KAPSAMINDA TURİZM BİNALARINA İLİŞKİN KULLANICI DEĞERLENDİRMELERİ

*Mualla KANCIOĞLU**

Özet: Çevresel imaj, kimlik ve anlamın, bireyin psikolojik temelli ihtiyaçlarının bir kısmını oluşturması ve turizm binalarının son otuz yıl içerisindeki yoğunluğu nedenlerinden ötürü; bireylerin turizm binalarına ilişkin imaj, kimlik ve anlamla ilişkili değerlendirmeleri de önem kazanmaktadır. Bu amaçla, Antalya-Kaleiçi, Antalya-Kemer ve Muğla-Bodrum'daki turizm binalarının kullanıcıları ile anketler, tasarımcıları ile görüşmeler yapılmıştır. Araştırma sonucunda, kullanıcıların turizm binaları ve çevresine ilişkin imaj, kimlik ve anlam üzerine düşüncelerini belirlemek; tasarımının binaya yüklemek istediği anlam ve oluşturmak istediği imaj ile kullanıcının hissettiklerini karşılaştırmak kısmen mümkün olabilmektedir.

Bireyin çevreyi anlamlandırmasında, bireysel deneyim, kişilik özellikleri, bireyin duygusal yapısı ve ortamda bulunma amacı vb. gibi özellikler etkili olmakta; çevre, sahip olduğu veya tasarımcının yüklediği anlamdan daha farklı yorumlanabilmektedir. Tasarımcının yüklediği anlamla, kullanıcıların belirlediği anlamların belli bir ölçüye kadar farklılaşması kabul edilebilir. İdeal durum, duygular üretebilen bir yapısal çevrenin oluşturulması ve bu çevrenin kullanıcılar tarafından anlaşılabilmesidir.

Anahtar Kelimeler: Çevresel İmaj, Çevresel Kimlik, Çevresel Anlam.

The Evaluation of Users Consisting Image, Identity and Meaning Definitions on Tourism Buildings

Abstract: While becoming a part of requirements of image, identity, semantic effects and the increasing of density of construction in recent thirty years, eventually those definitions have gotten importance on evaluation by the users. That is why the inquiries which have been realised between the designers and the people who lives in Antalya-Kaleiçi, Antalya-Kemer, Muğla-Bodrum as the owners of these properties. As result of this study, in order to determine of these users intentions on those definitions and the aims of designers of which concentrated on the same subject would be possible at least partially to be compare with.

Personal experiments, various of characters, sensitivity and the cause of existing at that space, etc. criterias effect the people so that to evaluate the environment is being considered in some-time in different meanings. The intention of designer and the meaning which considered by users could be accepted in some differentiation. For an ideal approach, it could be assumed to construct the physical environment that produce creative effects and understanding on the users.

Key Words: Environmental Image, Environmental Identity, Environmental Meaning.

1. GİRİŞ

Çevrenin bireye sunduğu sonsuz olanaklar ile bireyin bu çevreyi kendi ihtiyaçları doğrultusunda yönlendirmesi sonucunda oluşmuş güçlü birey-çevre etkileşim sistemi mevcuttur. Bireyin çevreyi kendi amaçlarına göre değiştirmesi belli kurallar ve disiplinler neticesinde kurulabilirse; çevreden en iyi şekilde yararlanılmakta, çevrenin öz değerlerini kaybetmesi önlenmiş olmaktadır.

Mevcut çevre, bireye fiziksel gereksinimlerini karşılayabilen bir ortam sunduğu gibi, bireyin psikolojik gereksinimlerini karşılayabilen çevresel nitelikleri de beraberinde sunmaktadır. Bireyin öngörülen fiziksel ve psikolojik temelli ihtiyaçlarının giderilmesi çabalarının bilinçli bir sürecin ürünü olması neticesinde; hem çevrenin kontrollü büyüme ve gelişmesi, hem de bireyin ihtiyaçlarının optimum düzeyde giderilmesi mümkündür.

* Haliç Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Mimarlık Bölümü, Mecidiyeköy, İstanbul.

Türkiye'nin Akdeniz Bölgesi'ndeki turizm yerleşmeleri, doğal ve yapısal çevre özelliklerinin yoğunluğu ve son yıllarda hızlı bir gelişim süreci içinde bulunmalarından ötürü, mevcut çevre ve yeni yapıların ilişkisi konusunda ilginç örnekler sunmaktadır. Bu turizm yerleşmelerinde, yoğun inşaat haklarının uygulanması ve geleneksel dokuya uyumsuz yapıların planlanması neticesinde bazı çevresel olumsuzluklar meydana geldiği gözlenmektedir.

Yukarıda değinilen, Türkiye'nin Akdeniz Bölgesi'nde yer alan turizm binaları uygulamalarında yaşanan bazı olumsuzluklar (çevre kirlenmesi, görsel kirlenme, mevcut kimliğin yok olması gibi) ve bu yerleşmelerde imaj-kimlik-anlam oluşturma adına yapılanlar, 'çevresel imaj-kimlik ve anlam bağlamında Akdeniz Bölgesi'ndeki turizm yapılarının incelenmesi' başlıklı araştırmanın yönlendiricisi olmuştur.

Bireyin psikolojik temelli ihtiyaçları, çok geniş kapsamlı çevresel ve mekansal beklentileri içermekte; mevcut çevre-yeni yapılar arasında kurulması gereken optimum ilişki, belirli bir imajı yansıtabilen çevrelerin oluşturulabilmesi, mevcut kimliğin korunması, anlam ifade eden çevrelerin yaratılması gibi konuları da kapsamına almaktadır.

2. BİREYİN PSİKOLOJİK GEREKSİNİMLERİ KARŞILAYAN ÇEVRESEL NİTELİKLER

Bireyin algıladığı çevresel kalite, bir psikolojik yapılanma olup, öznel değerlendirmeyi içermektedir. Bu tür değerlendirmeler, çevre hakkındaki birey hislerinin bir çeşit belgeleridir. Voogd (1994), çevresel kaliteyi oluşturan bileşenleri, sürdürülebilirlik, işlevsellik, sağlamlık, hoş olma, çeşitlilik, güzellik, emniyet ve canlılık olarak açıklamaktadır.

Bell (1993), bir tasarımdaki görsel amacın, farklı düzenleri dengelemek ve doğal alanın anlamına uymak olduğuna değinmekte; şu görsel tasarım ilkeleri üzerinde yoğunlaşmaktadır:

1. Birlik ilkesi (Tamamlayıcı birlik, bütünlü ilişkisi olan karşıtlıkların amaçlı kullanımını içerir.)
2. Çeşitlilik ilkesi (Çeşitliliğin, birlik ilkesi ile dengede olması gerekli olmakta; çok fazla çeşitlilik, görsel karmaşaya sebep olabilmektedir.)
3. Doğal mekanın ruhuna ilişkin ilke (Bir yerin diğerine göre özel ve eşsiz kalitede olmasını içerir.)

Görsel nitelikli bir imaj karşılaştırması için Lynch (1960), Boston, Jersey City ve Los Angeles olmak üzere üç Amerikan şehirinde araştırma yapmıştır. Araştırma neticesinde, bireyler, çevrenin anlamı, konsepti ve imaj kalitesinin önemini vurgulamaktadır. Ayrıca, meydanlar, yeşil alanlar, yolların hareketliliği ve görsel kontrastlar gibi belirli özelliklerin kent mekanı içerisinde önemli olduğu ifade edilmektedir. Nasar (1988) da, görsel çevrede aranılan özellikleri tespit etmek amacıyla iki farklı kültürü temsil eden Amerikan ve Japon halkının görüşlerinden yararlanmıştır. Bu araştırma sonucunda, görsel çevrenin yenilik, karmaşıklık, düzenli olma, doğallık, netlik, bakımlı ve dikkat çekici olma gibi özelliklerinin üzerinde yoğunlaşıldığı görülmektedir. Yeniliğin oranında azalma, çeşitlilik oranında artma, binalar arasındaki kontrastlık, iyi derecede bakımlı ve düzenli olma, doğal bitki örtüsünün korunması, yönlendirici işaretlerin azalması kullanıcıların tercih ettiği çevresel kaliteleri oluşturmaktadır.

Stefanou (1992), bireyi psikolojik olarak etkileyen çevresel özellikleri şöyle sıralamaktadır:

1. İmaj oluşturabilme
2. Okunabilirlik
3. Anlamlı olma
4. Çağrışım oluşturabilme
5. Özgünlük
6. Mevcut çevreye uyum
7. Çevresel öğelerin birbirleriyle uyumu
8. Çevrenin öğelerinin çeşitliliği

Bireyin psikolojik gereksinimlerine bağlı olarak çevreden beklentileri, bireysel farklılıklar gösteren geniş kapsamlı özelliklerden oluşmaktadır. Bu nedenle, birey veya grubu optimum düzeyde tatmin eden bir çevre oluşturulması amaçlanabilir. Çevre, duygusal açıdan bireyi tatmin edebilmeli; yani birey üzerinde güzel duygular uyandırabilmeli, huzur ve güven vermelidir. Bunların yanısıra, çevre bireyi kendisi hakkında düşündürebilmeli, etkileyebilmelidir.

2.1. Çevresel İmaj

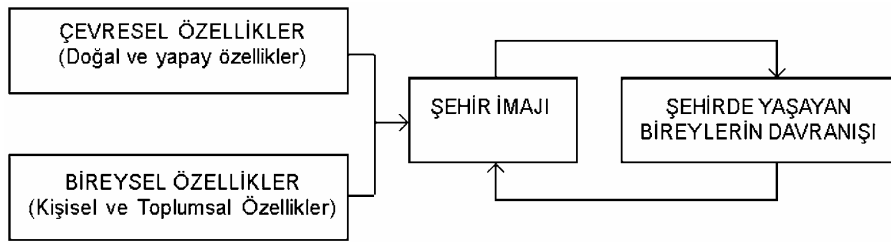
Çevresel imajlar, gözlemci ve çevresi arasındaki iki yönlü sürecin ürünüdür. Çevre, belirgin özellikleri ve ilişkileri sunar; gözlemci ise, amaçları doğrultusunda bu bilgileri seçer, sınıflandırır ve etkili olanları hafızasına yerleştirir. İmajlar, çevresel niteliklerin gruplandırılması ve belirli kurallara göre bir araya getirilmesiyle mevcut gerçekliğin zihinsel temsilcilerini oluştururlar.

Brewer ve Treyens (1981), zihinsel şemanın hafızada oluşum sürecini beş aşamalı olarak tanımlamaktadır (Pipkin, 1988):

1. Saptanan bilginin kodlanması,
2. Yeni bilginin çerçevesini oluşturma,
3. Farklı kaynaklara ait bilgiler ile bütünleştirme,
4. Mevcut bilginin, düzenleme ön sürecinden geçmesi,
5. Mekanı sözlü olarak açıklayan bilgiyi oluşturma.

Lynch (1960), çevresel imajı, fiziksel dış dünyanın insan zihninde yeralan, genelleştirilmiş resmi olarak tanımlamaktadır. Rapoport (1977) da, çevresel imajı, bireylerin deneyimlerine dayalı olarak çevreyi algılamaları neticesinde, nesnelerin zihinde biçimlenerek şemaya dönüşmesi süreci olarak açıklamaktadır. Baud-Bovy ve Lawson (1977), imajı, bütün hedef bilgilerin, etkilerin, ön yargıların, hayal güçlerinin ve duysal düşüncenin ortak bir ifadesi olarak tanımlamaktadır. Aydın (1993) ise, çevresel imajı, bireyin çevresiyle tarihsel, ekonomik, politik, sosyal ve kültürel ilişkileri neticesinde amaçlı olarak seçtiği ve kalıcı etki yaratan biçimsel özelliklerin bilişsel ve duyuşsal alanda bir bütün oluşturduğu bir zihinsel şema olarak tanımlamaktadır.

Krupat (1985), bireyin bulunduğu çevre içindeki davranışları ve tepkilerinin, geliştirdiği çevre imajını yansıtmakta olduğunu; ve bireyin bu imaj ile çevreden edindiği bilgileri yorumlayarak eylemlerini düzenlediğini belirtmektedir (Şekil 1).



Şekil 1:
İmajların, Birey Davranışı İle İlişkisi (Krupat, 1985)

Çevrenin okunabilirlik derecesinin, bireyin çevreye ilüştireceği imajı etkileyebilmesinden ötürü; çevrenin okunabilirliği, çevresel imaj ile bağlantılı bir çevresel özelliktir. Okunabilir bir çevre, şekil, renk vb. aracılığıyla oluşturulan kimlik, etkin strüktür, çevrenin tanımlayıcı zihinsel imajları gibi tarif edici düzenlemelerden meydana gelmektedir (Shulz, 1980). Okunabilir çevre, bireyin çevreyi kolay ve doğru algılamasına yardımcı olur; çevre içerisinde, yönünü bulabilmede rahatlık hissettirerek, bireyde güven duygusu yaratmaktadır.

2.2. Çevresel Kimlik

Çağdaş psikoloji kuramcıları, kimliğin birey veya topluma özgü çok özel bir durum olmasının yanısıra; varlığın özünden çok diğerleriyle etkileşiminden doğan, diğerleriyle kıyaslanarak tarif edilebilen bir durum olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca, kimliği oluşturan karakteristiklerin, soyut veya öze ait olsalar bile mutlaka algılanabilir biçimsel özelliklere tekabül ettiği belirtilmektedir (Balamir, 1993).

Massey (1994) de, mekanın kimliğinin, mekana ait özelliklerden çıkartılamayacağını; kullanıcı ile mekan arasındaki iletişimin neticesinde ortaya çıkan özel bir durumun ifadesi olduğunu açıklamaktadır. Abel (1997) ise, mekanın kimliğinin oluşturulmasında etkileyici olabilme özelliği üzerinde durulması gerekliliğini, bunun da sınırsız sayıda fikirleri sunabilen biçimsel ifadeye dayanarak yapılabileceğini belirtmektedir. Ayrıca, Correa (1983), kimliğin bir süreç olduğuna değinerek, kimliğin üretilmeyeceğine ve amaçlı yapılan bir şey olamayacağına değinmektedir.

Kimlik, bir varoluş tarzının ürünüdür. Bir kimliğin oluşumu, belli koşulların sürekliliği neticesinde gerçekleşmektedir. Bu koşullardan bazıları şunlardır (Gürsel 1993):

1. Kültürel miras veya gelenekler,
2. Toplumun gereksinimlerinin nitelik ve karakteri,
3. Coğrafya, topoğrafya, iklim, doğa ve doğanın engebelerinden meydana gelen faktörler,
4. Ulusun ürettiği teknoloji,
5. Değişen şartlara uyabilme yeteneği.

Kentsel kimlik, bir kentin veya çevrenin doğal, yapay elemanları ve sosyo-kültürel özellikleriyle tanımlanır. Bu özelliklerin içinden belirgin, etkileyici olabilenleri kentin kimliğini oluşturmaktadır. Kent kimliğini oluşturan özelliklerden bazıları şöyle sıralanabilir (Hacıhasanoğlu ve Hacıhasanoğlu, 1995):

1. Coğrafi özellikler (Örnek: İstanbul boğazı ile, Venedik kanalları ile kimlik kazanmıştır.)
2. İklimsel özellikler (Örnek: Akdeniz Bölgesi ılıman iklimiyle kimlik kazanmıştır.)
3. Anıt yapıları (Örnek: İstanbul camileri, Paris Eyfel Kulesi, Moskova Kremlin Sarayı ile anılır.)
4. Kent meydanları veya sokakları (Örnek: Venedik S.Marco Meydanı, Londra Hypark ile tanınır.)
5. Folklorik veya sosyo-kültürel özellikler (Örnek: Viyana valsleri, Rio karnavalı ile ünlüdür.)

Ülkemizde kimlik konusu, daha çok iki ekseninde gündeme gelmiştir. Birincisinde, mimari ürünün kültürel kaynağına dayanarak doğulu-batılı, ulusal-evrensel, geleneksel-çağdaş gibi farklılıklar içeren bir üslup tartışması olarak ele alınmaktadır. İkincisinde ise, mimari ürünü diğerlerinden farklı kılacak olan dil arayışlarının türünü ve sonuçta varılan özelliğin, çeşitliliğin sınırları araştırılmaktadır. (Balamir, 1993)

2.3. Çevresel Anlam

Doğal ve yapısal çevreler, duyuşsal olarak hissedilebilir olmaları yanısıra, bireylerin duygusal olarak etkilenebilecekleri özellikleri de bünyelerinde taşımakta, bazı sözsüz mesajlar veya anlamlar sunmaktadır.

Moles (1966), bir nesnede mevcut olabilecek bilgiyi estetik ve anlamsal olmak üzere ikiye ayırmaktadır (Weber, 1995):

1. Estetik bilgi: Duyguları ve gizli hisleri ortaya çıkaran dönüştürülemez bilgi,
2. Anlamsal bilgi: İşaretler aracılığıyla yorumlanabilen, temsili sunuşları içeren bilgi.

Lawrence (1987), bir binanın hissedilebilir ve ölçülebilir olarak ekonomik, değişim, estetik, kullanım değerlerinden; iletişimsel olarak duygusal ve sembolik değerlerinden bahsetmektedir (Lawrence, 1989). Laswell (1979), güçlü bir eserin korku stratejisi (görmeyi göstererek) veya hayranlık stratejisi (ilgileri kendinde toplayarak) olmak üzere iki yöntemle bildiri sunduğunu belirtmektedir (Knox, 1982).

Richardson (1980), nesnelerin anlamlarını, bireysel hisleri içermenin ötesinde, bireylerin ona gösterdikleri tepkinin bir yorumu olarak nitelendirmektedir. Bonta ve Blau (1980) de, nesnelerin, biçime ve anlama ilişkin olmak üzere iki farklı yönüne değinerek; anlamın, biçimin bir soyutlaması olduğunu; biçimin özelliklerden, anlamın ise değerlerden oluştuğunu ifade etmektedir. Panofsky (1955), nesnenin sunduğu doğal ve olgusal anlamlar ile bireyin deneyimlerine dayalı olarak nesneye yüklediği anlam olmak üzere, nesnenin farklı anlamlar taşıdığını belirtmektedir (Gür, 1996).

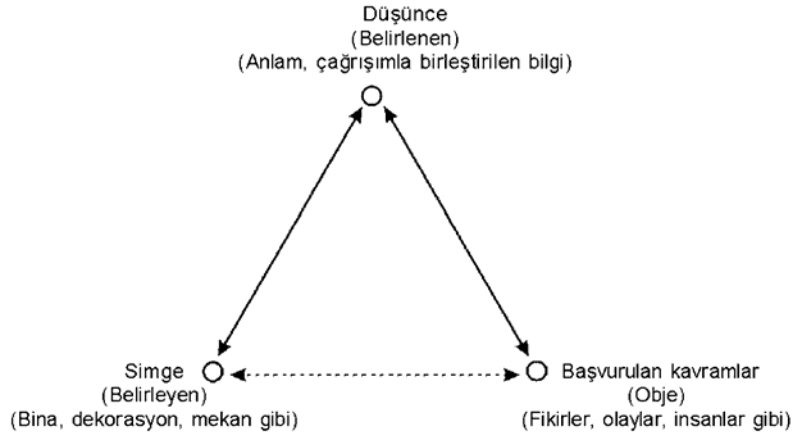
Rapoport (1982), bireylerin çevrelerini bilişsel şemalarına dayalı olarak anlamlandırdığı ve ortamın anlamının, bireyin davranışını yönlendirdiğini belirtmektedir. Weber (1995), anlamın, biçimin ötesinde birşeylere dayandığını, nesnenin veya mekanın konseptinde yeraldığını belirterek; biçimin anlamlar ve anlamın da belirli ifadelerle sınırlandırılmayacağını açıklamaktadır.

Rapoport (1982), anlam konusundaki çalışmaları üç temel prensibe dayandırmaktadır:

1. Dilbilimin kurallarına dayandırılan semiyotik modellerin kullanıldığı yaklaşımlar,
2. Sembollerini incelemeye yönelik yaklaşımlar,
3. Sözsüz iletişime dayalı olarak geliştirilen yaklaşımlar.

Krampen (1989) ise, anlam konusundaki yaklaşımları semiyotik ve çevresel psikoloji olmak üzere ikiye ayırmaktadır. Semiyotik yaklaşımda, anlam, işaretlerin özelliğinden kaynaklanmakta olup; bireyin yorumuna dayanmaktadır. Çevresel psikolojide, anlam, esas olarak çevre ve birey davranışı ilişkisine, yani etki ve tepkinin ortak sürecinin ürünü olarak değerlendirilmektedir.

Lang (1988), semiyotik yaklaşımı, simge, düşünce ve başvuru kavramlarının birbirleriyle ilişkilerini gösteren semiyotik üçgenle ifade etmektedir. Bu modelde, yapısal çevre belirleyen; belirlenen ise, yapısal kurgu ile birleştirilen anlamlar ve düşüncelerdir; ve bunlar, çoğu zaman başvuru kavramlar farklı olduğundan, bir birey veya gruptan diğerine farklılık göstermektedir (Şekil 2).



Şekil 2:
Semiyotik Üçgen Modeli (Lang, 1988)

Hjelmslev'e ait semiyotik modelde ise, işaret edilen / işaret edene benzer bir biçimde, içerik / ifade olarak işaretler iki düzeye bölünmektedir. Ayrıca, bu iki düzlem, biçim ve öz olarak iki alt bölünmeyi gerektirmektedir (Şekil 3) (Jencks, 1980).



Şekil 3:
Hjelmslev'in Bölünme Modeli (Jencks, 1980)

Morris (1938) semiyotik anlamı üç gruba ayırarak incelemektedir (Lawrence, 1989):

1. Semantik (dizimsel) anlam: Elemanların biraraya gelişleri ve oluşturduğu yerleşim düzeninin sunduğu anlam,
2. Sentaktik anlam: Elemanların temsil ettiği fikir veya tutuma bağlı olarak ilişkilendirilen anlam,
3. Pragmatik (yararsal) anlam: Elemanın temsil ettiği sembol ile kullanıcısı arasındaki ilişkiye bağlı olarak oluşan anlam.

3. UYGULAMA ÇALIŞMASI

Çevresel imaj, kimlik ve anlamın, bireyin psikolojik temelli ihtiyaçlarının bir kısmını oluşturması ve turizm binalarının son otuz yıl içerisindeki yoğunluğu nedenlerinden ötürü; bireylerin turizm binalarına ilişkin imaj, kimlik ve anlamla ilişkili değerlendirmeleri de önem kazanmaktadır. Bu amaçla, Antalya-Kaleiçi, Antalya-Kemer ve Muğla-Bodrum'daki turizm binalarının kullanıcıları ile anketler, tasarımcıları ile görüşmeler yapılmıştır. Araştırma sonunda, kullanıcıların turizm binaları ve çevresine ilişkin imaj, kimlik ve anlam üzerine düşüncelerini belirlemek; tasarımcının binaya yüklemek istediği anlam ve oluşturmak istediği imaj ile kullanıcının hissettiklerini karşılaştırmak kısmen mümkün olabilmektedir.

3.1. Uygulama Çalışması Kapsamındaki Turizm Binaları

- Marina Oteli / Antalya-Kaleiçi

Marina Oteli, dört eski eser binanın aslına uygun olarak restore edilmesiyle oluşmuştur. Otel'in tasarımında, Akdeniz'in özellikleri ile geleneksel Türk motifleri sentezini yansıtmak amaçlanmıştır. Bu amaçla Roma-Türk Sentezini içeren kemer ve sütunlar kullanılmıştır (Şekil 4) (İspahani, 1998).



*Şekil 4:
Marina Oteli'nden Bir Görünüş*

• Türk Evi Otelleri / Antalya-Kaleiçi

Türk Evi Otelleri'nin tasarımında, tarihi surlarla bütünleşen bir çevrede yer alabilme imkanını iyi kullanmak amaçlanmıştır. Bu amaçla, geleneksel Türk evlerinin çizgilerini yansıtmak için simgeler kullanılmıştır (Şekil 5) (Nazik, 1998).



*Şekil 5:
Türk Evi Otelleri'nden Bir Görünüş*

• Club Alda Tatil Köyü / Antalya-Kemer

Club Alda Tatil Köyü'nde mimari yaklaşım olarak, sınırlılık-esneklik-çelişki gibi kavramlar kullanılarak karşıtlığın birliği ilkesi vurgulanmıştır. Ayrıca çevresel öğeler de kullanılmıştır. Özellikle bireylere ev simgesini anımsatmak için çatı elemanı üzerinde yoğunlaşmıştır (Şekil 6-7) (Aksoy, 1998).



Şekil 6:
Club Alda Tatil Köyü'nden Genel Bir Görünüş



Şekil 7:
Club Alda Tatil Köyü Binası'ndan Bir Görünüş

• Club Aquamarine Tatil Köyü / Antalya-Kemer

Club Aquamarine Tatil Köyü'nün tasarımında, doğal ve tarihi çevreye uyum sağlamak amaçlanmıştır. Bu amaçla, konaklama ünitelerinde Anadolu'ya özgün avlu tipi yerleşim; iç mimari ve süslemede Anadolu Türk motifleri kullanılmıştır. Ayrıca, tarihsel dönemi anımsatması amacıyla Likyalılara ait mimari biçimler de kullanılmıştır (Şekil 8-9) (Özer, 1998).



Şekil 8:
Club Aquamarine Tatil Köyü'nden Genel Bir Görünüş



*Şekil 9:
Club Aquamarine Tatil Köyü Binası'ndan Bir Görünüş*

• Champion Tatil Köyü / Antalya-Kemer

Champion Tatil Köyü'nün tasarımında, çağdaş mimari üslubun kullanımı yanında yöresel çevre referans değerlerinin de yer aldığı görülmektedir. Yöresel çevre referans değerleri olarak, ahşap balkon, kafes, saçak ve benzeri elemanlar kullanılmıştır (Şekil 10-11).



*Şekil 10:
Champion Tatil Köyü'nden Genel Bir Görünüş*



*Şekil 11:
Champion Tatil Köyü Binası'ndan Bir Görünüş*

- Manastır Oteli / Bodrum-Muğla

Manastır Oteli'nin tasarımında, özellikle doğal çevre ile uyum içerisinde olmak amaçlanmıştır. Ayrıca, yöresel mimari eleman ve mekanların yorumlanarak yansıtılması şeklinde bir üslub kullanılmıştır (Şekil 12) (Gürsel, 1998).



Şekil 12:
Manastır Oteli'nden Bir Görünüş

- Myndos Oteli / Bodrum-Muğla

Myndos Oteli'nin tasarımında, doğal çevreyi korumak ve yöresel mimariyi yansıtmak amaçlanmıştır. Bu amaçla, Bodrum'un geleneksel bina tipolojisi yanısıra eski Akdeniz mimarisini anımsatan Lidya-Frigya mezarları, anforalar ve benzeri motifler kullanılmıştır (Şekil 13) (Ayaydın, 1998).



Şekil 13:
Myndos Otel'den Bir Görünüş

3.2. Turizm Binalarında Mimarın Kullandığı Tasarım İlkeleri, Oluşturduğu Anlam-İmaj ve Bu Konudaki Kullanıcı Yorumları

- Marina Oteli'nin tasarımında, mimar, dört eski eserin orijinal durumuna uygun olarak yenilenmesine özen göstererek, tarihi çevrenin özelliklerini korumayı amaçlamıştır. Tasarımda, metafor olarak Roma-Türk mimari sentezini sunan kemer ve sütunlar kullanılmıştır. Türk ve Akdeniz motiflerini taşıyan yöreye özgün bir örnek oluşturarak imaj yaratılmaya çalışılmıştır (İspahani, 1998). Mimar, binada yapısal çevre özelliklerine dayalı metaforlar ve imaj belirleyici unsurlar kullanmıştır.

- Türk Evi Otelleri'nin tasarımında, mimar, Türk Evleri'nin özelliklerini yansıtacak bir yapı oluşturarak, tarihi çevreye uyum sağlamayı amaçlamıştır. Tasarımda, metafor olarak, geleneksel Türk evlerini yansıtacak simgeler kullanılarak otantik bir ortam oluşturulmaya çalışılmıştır. Geleneksel Türk evleri atmosferini sunan bu ortam ile geçmişi çağrıştıran bir imaj oluşturabilmek istenilmiştir (Nazik, 1998). Mimar, binada yapısal çevre özelliklerine dayalı metaforlar ve imaj belirleyici unsurlar kullanmıştır.

Türk Evi Otelleri'nde mimarın vurguladığı tasarım ilkelerini, kullanıcılar şöyle değerlendirmektedir (Kancıoğlu, 2001):

Kriterler	Tercih Oranları
1. Çevreye uyum	9/34
1. Kendine özgülük	9/34
2. Sadelik	6/34
2. Akdeniz kimliği	6/34
3. Düzen	3/34

Türk Evi Otelleri'nin çağrıştırdığı kavramlar, biçimler ve anlamları kullanıcılar şöyle yorumlamaktadır (Kancıoğlu, 2001):

Kriterler	Metaforun Tipi	Tercih Oranları
1. Geleneksel Türk mimarisi	Yapısal çevre verilerine ilişkin metafor	8/13
2. Tarihi bir mekan	Yapısal çevre verilerine ilişkin metafor	2/13
2. Küçük bir müze	Yapısal çevre verilerine ilişkin metafor	2/13

Türk Evi Oteli'nin imajı hakkındaki kullanıcı yorumları şöyledir (Kancıoğlu, 2001):

Kriterler	Tercih Oranları
1. Dinlenmek için ideal bir ortam	8/12
2. Otantik bir anlayış	2/12

Mimar, binada geleneksel Türk Evleri'ni yansıtacak simgeler kullanarak anlam ve imaj oluşturmayı amaçlamış; kullanıcıların çoğu, bu anlamı aynen veya yaklaşık olarak, imajı ise biraz farklı olarak; kullanıcıların çok azı ise bu anlamı biraz farklı, imajı ise yaklaşık olarak hissetmektedir. Ayrıca, kullanıcıların, mimarın geleneksel çevreye uyum sağlama amacının da farkında olduğu gözlenmektedir.

- Club Alda Tatil Köyü'nün tasarımında, mimar, yapısal çevre öğelerinin kullanımı yanısıra sınırlılık, esneklik, çelişki gibi kavramları ön plana çıkartarak karşıtların birliği ilkesini oluşturmayı amaçlamıştır. Tasarımda metafor olarak, bireylere ev simgesini anımsatan çatı örtüsü, yoğun olarak kullanılmıştır. Yer düzlemine konan göçmen kuş dizisini çağrıştıracak bir yerleşim biçimiyle imaj oluşturmak istenilmiştir. (Aksoy, 1998) Mimar, binada yapısal çevre özelliklerine dayalı metafor ve imaj belirleyici unsurlar kullanmıştır.
- Club Aquamarine Tatil Köyü'nün tasarımında, mimar, doğal çevre verilerini korumayı ve bunlarla uyumlu bir yapı oluşturmayı amaçlamıştır. Tasarımda, Anadolu'ya özgü elemanlar ve motifler, tarihi yerleşimlerden biri olan Likyalı'ların kullandığı biçimler metafor olarak kullanılmıştır. Bu metaforlar, kullanıcıları düşündürebilmek amacıyla seçilmiştir. Yapının imajını ise, mimarın bilimsel ve sanatsal yorumu yansıtmaktadır (Özer, 1998). Mimar, yapıda yapısal çevre özelliklerine dayalı metaforlar ve imaj belirleyici unsurlar kullanmıştır.

Aquamarine Tatil Köyü'nde mimarın vurguladığı tasarım ilkelerini, kullanıcılar şöyle değerlendirmektedir (Kancıoğlu, 2001):

Kriterler	Tercih Oranları
1. Çevreye uyum	6/18
1. Akdeniz kimliği	5/18
2. Düzen	4/18
2. Kendine özgülük	3/18

Aquamarine Tatil Köyü'nün çağrıştırdığı kavramlar, biçimler ve anlamları, kullanıcılar şöyle yorumlamaktadır (Kancıoğlu, 2001):

Kriterler	Metaforun Tipi	Tercih Oranları
1. Doğal çevre ile uyumlu	Doğal çevre verilerine ilişkin metafor	5/10
2. Eski medeniyetler	Yapay çevre verilerine ilişkin metafor	3/10
3. Huzur verici ortam	Bireyin duygularına ilişkin metafor	2/10

Aquamarine Tatil Köyü'nün imajı hakkındaki kullanıcı yorumları şöyledir (Kancıoğlu, 2001):

Kriterler	Tercih Oranları
1. Doğal çevre ile uyumlu	3/6
1. Huzur verici ortam	3/6

Mimarın, doğal çevre ile uyumlu yapı oluşma amacı, kullanıcıların dikkatini çekmektedir. Mimar, yapıda Anadolu'ya ve eski medeniyetlere ait semboller kullanmış; kullanıcıların birçoğu ise bu anlamları aynen; bazıları ise farklı olarak hissetmektedir.

• Champion Tatil Köyü'nde mimarın vurguladığı tasarım ilkelerini, kullanıcılar şöyle değerlendirmektedir (Kancıoğlu, 2001):

Kriterler	Tercih Oranları
1. Düzen	14/66
1. Sadelik	14/66
1. Çevreye uyum	14/66
2. Akdeniz kimliği	12/66
2. Kendine özgülük	12/66

Champion Tatil Köyü'nün çağrıştırdığı kavramlar, biçimler ve anlamları, kullanıcılar şöyle yorumlamaktadır (Kancıoğlu, 2001):

Kriterler	Metaforun Tipi	Tercih Oranları
1. Doğal çevre ile uyumlu	Doğal çevre verilerine ilişkin metafor	6/12
2. Huzur verici ortam	Bireyin duygularına ilişkin metafor	3/12
2. Türk mimari üslubu	Yapısal çevre verilerine ilişkin metafor	3/12

Champion Tatil Köyü'nün imajı hakkındaki kullanıcı yorumları şöyledir (Kancıoğlu, 2001):

Kriterler	Tercih Oranları
1. Doğal çevre ile uyumlu	8/16
2. Huzur verici ortam	5/16
3. Sadelik	3/16

• Manastır Oteli'nin tasarımında, mimar, doğal çevre ile oluşturulacak yapısal çevre arasında uyum sağlamayı amaçlamıştır. Tasarımda, hiçbir metafor kullanmayarak bireyi yormayan yapısal çevre oluşturmak istenmiştir. Yöresel çevre elemanlarını ve mekanlarını yorumlayarak imaj oluşturulmaya çalışılmıştır (Gürsel, 1998). Mimar, binada yapısal çevre özelliklerine dayalı imaj belirleyici unsurlar kullanmıştır.

Manastır Oteli'nde mimarın vurguladığı tasarım ilkelerini, kullanıcılar şöyle değerlendirmektedir (Kancıoğlu, 2001):

Kriterler	Tercih Oranları
1. Akdeniz kimliği	7/27
1. Kendine özgünlük	7/27
1. Sadelik	6/27
2. Düzen	4/27
2. Çevreye uyum	3/27

Manastır Oteli'nin çağrıştırdığı kavramlar, biçimler ve anlamları, kullanıcılar şöyle yorumlamaktadır (Kancioğlu, 2001):

Kriterler	Metaforun Tipi	Tercih Oranları
1. Doğal güzellik (manzara)	Doğal çevre verilerine ilişkin metafor	4/12
2. Huzur verici ortam	Bireyin duygularına ilişkin metafor	4/12
2. Geçmiş anımsatan ortam	Bireyin duygularına ilişkin metafor	2/12
2. Manastırı çağrıştıran ortam	Bireyin duygularına ilişkin metafor	2/12

Manastır Oteli'nin imajı hakkındaki kullanıcı yorumları şöyledir (Kancioğlu, 2001):

Kriterler	Tercih Oranları
1. Doğal güzellik (manzara)	3/5
1. Huzur verici ortam	2/5

Mimarın, doğal ve yöresel çevreye uyum amacını, kullanıcıların birçoğunun hissettiği söylenebilir.

- Myndos Oteli'nin tasarımında, mimar, doğal çevre verileri ile uyum içerisinde olmayı amaçlamıştır. Tasarımda, metafor olarak, Lidya-Frigya mezarları, anforalar ve gotik üslubu motifler kullanılmıştır. Bu metaforların kullanımında, Bodrum'un eski Batı Anadolu ile Osmanlı uygarlığının düğümlendiği ve Akdeniz mimarisinin uygulandığı bir bölge olması etkili olmuştur. Bahsedilen kültürlerin mimar tarafından yorumlanması ile imaj oluşturulmaya çalışılmıştır (Ayyaydın, 1998). Mimar, binada yapısal çevre özelliklerine dayalı metaforlar kullanmıştır.
- Türk Evi Otelleri, Aquamarine Tatil köyü ve Manastır Oteli örnekleri ile mimar-kullanıcı iletişimini irdelemek mümkündür. Bu turizm yapılarının herbirinde, mimar-kullanıcı iletişimi farklı düzeylerde. Bunun nedenini, doğal olarak, turizm yapılarının herbirini değerlendirenlerin farklı bireyler olması içermektedir. Ancak, bu araştırma için, genel olarak mimar-kullanıcı iletişiminin orta düzeyde olduğu söylenebilir.

4. SONUÇ

Çevresel imaj, kimlik ve anlam kavramları, birbirleriyle yakın ilişkili ve benzer özelliklere sahip olmakla beraber, bazı özel hususları ile birbirinden ayırtelebilir.

İmaj, gerçek çevrenin kişisel yoruma dayalı olarak, zihinde şema haline dönüşmesi sürecidir. Kimlik de, birey-çevre iletişimi neticesinde, çevrenin özgün ve belirgin karakterini oluşturan niteliklerin farkında olunması ile belirlenir. Kimliği, belirleyen birey; oluşturan ise, çevresel özelliklerdir. Anlam ise, çevrenin sunduğu sözsüz mesajları, bireyin duygusal algısıyla kavraması neticesinde belirlenen özelliklerden oluşmaktadır.

Çevrenin kimliği, toplumun farkına vardığı çevresel değerlerden oluşur. Çevrenin imaj ve anlamı ise, bireyin çevreyi değerlendirmesine bağlı olarak belirlenir.

Bireyin çevreyi anlamlandırmasında, bireysel deneyim, kişilik özellikleri, bireyin duygusal yapısı ve ortamda bulunma amacı vb. gibi özellikler etkili olmakta; çevre, sahip olduğu veya tasarımcının yüklediği anlamdan daha farklı yorumlanabilmektedir. Tasarımcının yüklediği anlamla, kullanıcının belirlediği anlamların belli bir ölçüye kadar farklılaşması kabul edilebilir. İdeal durum, duygular üretebilen bir yapısal çevrenin oluşturulması ve bu çevrenin kullanıcılar tarafından anlaşılabilmesidir. Bireyin çevreyle kuru-

labileceği duygusal bağ, yalnızca estetik kaygı ön plana alarak oluşturulamaz. Özellikle estetik kaygının ön planda tutulduğu bir eser, eğer kullanıcısı ile iletişim kurmuyorsa; sadece iyi bir sanat eseri olabilir, kullanıcının ilgisini çeken ve iletişim kurabilen bir mekan olabilme niteliğini taşımayabilir.

5. KAYNAKLAR

1. Abel, C. (1997) *Architecture and Identity-Towards A Global Eco-Culture*. Architectural Press, Oxford.
2. Aydın, S. (1993) *Mimarlıkta Estetik Değerler*, İ.T.Ü. Mimarlık Fakültesi Baskı Atölyesi, İstanbul.
3. Balamir, A.K. (1993) *Mimarın Kimlik, Meşrutiyet, Etik Sorunları ve Mimarlığın Disipliner Buhranı*, Türkiye Mimarlığı Sempozyumu II: Kimlik-Meşrutiyet-Etik, Atatürk Kültür Merkezi, Ankara, 7-9 Ekim, s.24-30.
4. Baud-Bovy, M. And Lawson F. (1977) *Tourism and Recreation Development*, BAS Printers Limited, Great Britain.
5. Bell, S. (1993) *Elements of Visual Design in the Landscape*, Published with E and FN Spon, London.
6. Blau, J. (1980) *A Framework of Meaning in Architecture. Sign-Symbols and Architecture*, pp.333-366, Eds. Broadbent, G., Bunt, R., Jencks, C., John Wiley and Sons Ltd., New York.
7. Correa, C. (1983) *Quest for Identity, Architecture and Identity, Exploring Architecture In Islamic Culture I-Seminar*, Universiti Teknologi Malaysia any Ministry of Culture, Malaysia, 25-27 July, pp.10-13.
8. Gür, Ş.Ö. (1996) *Mekan Örgütlenmesi*, Gür Yayıncılık, Trabzon.
9. Gürsel, Y. (1993) *Değişme Koşullarında Kimlik-Meşrutiyet-Etik*, Türkiye Mimarlığı Sempozyumu II: Kimlik-Meşrutiyet-Etik, Atatürk Kültür Merkezi, Ankara, 7-9 Ekim, s.38-42.
10. Hacıhasanoğlu, I. ve Hacıhasanoğlu, O. (1995) *Mimari ve Kentsel Kimlik-Venedik Örneği, Yapı-Kültür, Sanat ve Mimarlık Dergisi*, İstanbul, 158, 46-50.
11. Jencks, C. (1980) *The Architectural Sign, Sign-Symbols and Architecture*, pp.71-118, Eds. Broadbent, G., Bunt, R., Jencks, C., John Wiley and Sons Ltd., New York.
12. Kancıoğlu, M. (2001) *Çevresel İmaj-Kimlik-Anlam Bağlamında Akdeniz Bölgesi'ndeki Turizm Binalarının İncelenmesi*, Doktora Tezi, İ.T.Ü. Mimarlık Fakültesi. Tez Yöneticisi: Prof. Dr. Mine İnceoğlu
13. Knox, P.L. (1982) *The Social Production of the Built Environment, Ekistics: The Problems and Science of Human Settlements, Greece*, 295, 291-297.
14. Krampen, M. (1989) *Environmental Meaning, Advances in Environment, Behavior and Design, Vol.3*, pp.231-268, Eds. Zube, E.H., Moore, G.T., Plenum Press, New York.
15. Krupat, E. (1985) *People in Cities. The Urban Environment and Its Effect*, Cambridge University Press, Cambridge.
16. Lang, J. (1987) *Creating Architectural Theory-The Role of the Behavioral Sciences in Environmental Design*, Van Nostrand Reinhold, New York.
17. Lang, J. (1988) *Symbolic Aesthetics in Architecture: Toward A Research Agenda, Environmental Aesthetics*, pp.11-26, Ed. Nasar, J.L., Cambridge University Press, Cambridge.
18. Lawrence, R.J. (1989) *Structuralist Theories in Environment - Behavior - Design Research: Applications for Analyses of People and the Built Environment, Advances in Environment, Behavior and Design, Vol.2*, pp.37-70, Eds. Zube, E.H., Moore, G.T., Plenum Press, New York.
19. Lynch, K. (1960) *Image of the City*, the M.I.T. Press, Cambridge.
20. Massey, D. (1994) *Space, Place and Gender*, University of Minnesota Press, Minneapolis.
21. Nasar, J.L. (1988) *Visual Preferences in Urban Street Scenes: A Cross-Cultural Comparison Japon and United States, Environmental Aesthetics*, pp.260-274, Ed. Nasar, J.L., Cambridge University Press, Cambridge.
22. Norberg-Schulz, C. (1980) *Genius Loci-Towards A Phenomenology of Architecture*, Academy Editions, London.
23. Pipkin, J.S. (1988) *Urban Geometry in Image and Discourse, The Design Professions and The Built Environment*, pp.62-98, Ed. Knox, P.L., Nichols Publishing Company, New York.
24. Rapoport, A. (1977) *Human Aspects of Urban Form*, Pergamon Press, Oxford.
25. Rapoport, A. (1982) *The Meaning of the Built Environment*, The University of Arizona Press, Tucson.
26. Richardson, M. (1980) *Culture and The Urban Stage, Human Behavior and Environment: Advances in Theory and Research, Vol.4*, pp.209-241, Eds. Altman, I., Rapoport, A., Wahlwill, J.F., Plenum Press, New York.
27. Stefanou, J. (1992) *Environmental Iconology. A Tool for Analysis for the Qualitative Improvement and Touristic Development of Places, Tourism and the Environment*, pp.35-41, Eds. Briassoulis, H. And Straaten J.V.D., Kluwer Academic Publishers, London.
28. Voogd, H. (1994) *Issues in Environmental Planning: Introduction, Issues in Environmental Planning*, pp.1-30, Ed. Voogd, H., Pion Limited, London.

29. Weber, R. (1995) On the Aesthetics of Architecture: A Psychological Approach to the Structure and the Order of Perceived Architectural Space, Avebury-Ashgate Publishing Group, England.

6. KİŞİSEL GÖRÜŞMELER

1. Aksoy, Ö. (1998) Turizm Yapısı Tasarımcısı.
2. Ayaydın, E. (1998) Turizm Yapısı Tasarımcısı.
3. Gürsel, E. (1998) Turizm Yapısı Tasarımcısı.
4. İspahani, K. (1998) Turizm Yapısı Tasarımcısı.
5. Nazik, V. (1998) Turizm Yapısı İşletmecisi.
6. Özer, H. (1998) Turizm Yapısı Tasarımcısı.