

Ankara Otelleri Dış Cephe Mimarisinde Renk ve Doku Özellikleri (1)

İhsan KÜRELİ*, Mehmet SARIKAHYA

* Gazi Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, Ağaçışleri Endüstri Mühendisliği Bölümü

ÖZET

Bu çalışma müşterilerin ve yöneticilerin tercihlerine yönelik olarak planlanan "Ankara Otelleri Dış Cephe Mimarisinde Renk ve Doku Özellikleri (1)" adlı çalışmanın müşterilere yönelik olan birinci bölümüdür. Çalışmada müşterilerin Ankara otellerinin dış cephe mimarisinde renk ve doku özellikleri ile ilgili tercihlerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Yöntem olarak, Çankaya ve Altındağ semtlerinden 30 adet otel örnek alınarak envanter çalışmaları yapılmıştır. Ön cephe görünüşleri çizilmiş ve fotoğrafları çekilmiştir. Müşterilere anket uygulanıp, istatistikî değerlendirme yapılmıştır. Ayrıca genel kavramlar, psikolojik ve fizyolojik etkiler, tarihsel gelişim, mimari mekânlarda ve Ankara otelleri örneklerinde renk ve doku kullanımı ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Sonuçta, otel cephe mimarisinde müşterilerin çoğunluğunun, sade süslemelere, renk ve doku özelliklerine büyük önem verdikleri görülmüştür. Otellerin cephe mimarisinde çoğunlukla, plastik, metal ısıcamlı ve çift kanatlı pencere doğramaları, düz girişli otomatik kapılar, hazır beton ve cam giydirme cephe sistemlerinin tercih edildiği, kullanılan malzemelerin kalite ve çeşitliliğinin arttığı, çok renkli cephelerin ortaya çıktığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Ankara otelleri, dış cephe, renk ve doku

The Color and Texture of External Architecture of Ankara Hotels (1)

ABSTRACT

This study was planned as to the preferences of customers and managers " Properties of the Color and Texture of External Architecture of Ankara hotels (1) " The first part of the study was to customers. The color and texture of external architecture of Ankara hotels aimed to determine the preferences of color and texture features. As a methodology of the research, 30 hotels located in Çankaya and Altındağ districts of Ankara, have been taken as samples, their inventories have been researched, their front facets are depicted and photographed. A survey was administered to the clients of these hotels and results thereof have been statistically analyzed. After scientific concepts in general, psychological and physiological influences, historical development and use of colors in architectural spaces are studied with sufficient details, use of the color and texture was studied in the examples of Ankara Hotels. As a result, it was observed that majority of the hotel clients attaches great importance to plain ornaments, color and texture properties in the external architecture of the hotel. It was also observed that in hotels plastic and metal joinery, prefabricated concrete, glass cladding systems are preferred and multicolor facets prevail.

Key Words: Ankara hotels, external architecture, color and texture

1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Bir yerleşim bölgesinde yer alan yapılar, çevreleriyle ve yapının kendi içindeki elemanlarıyla uyumlu, vurgulayıcı ve etkili bir mimari oluşturmalıdır. Etkili ve anlamlı bir mimarinin oluşumunda etkin olan unsurlardan biri de yapı cephelerinin renk ve dokusudur.

Problemin Tanımı:

Renk ve doku, mimari eserin cephelerinde, estetik değer katmak üzere kullanılan iki önemli unsurdur. Hem binanın fiziksel ihtiyaçlarının karşılanması, hem yapıya estetik bir değer katılması ve bütün bunların ekonomik olarak çözülmesi, doğru malzeme ve dokuların seçilmesi ile mümkündür.

Bilimsel araştırmalar sonucu ortaya konulmuş renk kuramları ve temel sanat eğitimi çalışmaları sayesinde, günümüz mimarları renk ve dokuyu daha bilinçli kullanabilme imkânlarına sahiptir.

Mimar; renk ve dokunun temel özelliklerini bölmeden (herhangi bir bilimsel temele dayanmayan, sezgisel, gelişigüzel yöntemlerle değil), kesin bilgiler ve bilimsel yöntemler kullanarak, tüm imkânlarından, etkileme gücünden doğru bir şekilde yararlanmalıdır. Kapitalist dünyada yapılar da alınıp satılır birer maldır ve mimarın başarısının önemli bir göstergesi de eserini sattırabilmesidir. Oteller ise bu pazarın en çarpıcı mimarlık ürünleridir. Çünkü otellerin kendini satması süreklilik arz eder. Bu yüzden otel yapılarının güncel mimariyi iyi takip etmesi, gerekirse kendini yenilemesi, devamlılığının bir şartıdır.

Günümüzde renk ve doku arasındaki ilişki sağlam ve belirli bir yer kazanmıştır. Bilim ve tekniğin ulaştığı düzeyin sağladığı yeni olanaklarla mimar rengi kullanmak durumundadır. Renk olgusunu, bilinçli, özenli, sistemli bir biçimde inceleyerek, en akılcı, ekonomik ve estetik çözümlerin sağlanması ve malzeme seçimindeki uyumun da ilk planda ve gerekli düzeyde yapılması uygun bir fiziksel ortamın oluşturulması için gereklidir.

* Sorumlu Yazar (Corresponding Author)
e-posta: masarikahya@gmail.com
Digital Object Identifier (DOI) : 10.2339/2012.16.1, 29-36

Çalışmanın Amacı:

Günümüzde renk ve dokunun belirli amaçlara yönelik ve özellikle işlevsel kullanımı ağırlık kazanmıştır. Kişisel renk tercihlerinin yerini, insan gereksinme ve isteklerini araştıran objektif çalışmalar almıştır. Göz merceğinden geçerken değişik şekillerde kırılan ışınlar renkleri oluşturur ve bu renkler mekânı algılamayı etkiler. Mekânı algılamada, mekânın rengi onun yanı sıra mekânda kullanılan yapı malzemelerinin de rengi önem kazanmaktadır. Bu yüzden mimari mekânlarda kullanılacak renklerin seçiminde bilinçli davranmak gerekir. Çünkü, mekân rengiyle var olur ve algılanır. Mekân tasarımında, kullanıma yönelik renk dokusu önem kazanmaktadır ve mekânlar bu etken doğrultusunda tasarlanmalıdır (1).

İç mekân renklendirmesiyle birlikte yapı dış yüzü renklendirmesi de üzerinde durulması gereken bir konudur. Yapı yüzeylerinin hem rengi, hem de yapı, dikkate alınmalıdır. Yapıların işlevi, bulunduğu çevre, iklim ve topoğrafik koşullar, malzeme, strüktür ve etkilenilen akımlar cephe renk düzeninin oluşmasında etkilidir. Yapılar renklendirilirken sadece boya renkleri kullanılmamalı, yapıyı meydana getiren malzemenin doğal renkleri de kullanılmalıdır. Ancak, günümüzde bu etken pek fazla dikkate alınmaksızın bina cepheleri renklendirilmiş ve zamanla kötü sonuçlar ortaya çıkmıştır (1).

Bu çalışmanın amacı, Ankara otellerinin dış cephe mimarisinde renk ve doku özelliklerini belirlemektir. Renk kavramını, görsel algılamadan başlayarak, psikolojik algılamaya, rengin psiko-fizyolojik etkileri, tarihsel gelişim, farklı mekân türlerinde renk kullanımı gibi başlıklar altında her yönüyle incelemektir. Bu amaç ve başlıklar doğrultusunda renk ve dokunun öteki dış cephelerindeki kullanımı, Ankara otellerinin dış cephe mimarisini örnek alarak incelenmiştir. Böylece, sonraki tasarımlara bir rehber oluşturma amacı güdülmektedir.

Çalışmanın Yöntemi:

Bu çalışmada genelde mimaride renk ve doku olgusu, bir dönem sınırlandırması yapılmadan incelenmiş, özelde ise otel cephelerindeki renk ve doku kullanımı ele alınmıştır. Bu doğrultuda literatür araştırması yapılmıştır. Bunun yanı sıra yöntem olarak, Ankara'da Çankaya ile Altındağ semtlerinde örnek olarak seçilen 30 adet otel, yerinde incelenmiş, envanter çalışmaları yapılmış, fotoğrafları çekilmiş ve bilgisayarda ön cephe görüntüleri çizilmiştir. Müşterilere anket uygulanıp, istatistikî değerlendirme yapılarak sonuçlandırılmıştır.

Literatür Özeti:

Daldal (2000), dış cepheler ile ilgili çalışmalarında, ana amacı renk kavramı, görsel algılamadan başlayarak, psikolojik algılamaya rengin psiko-fizyolojik etkileri, tarihsel gelişim, farklı mekân türlerinde renk kullanımı gibi başlıklar altında her yönüyle incelemektedir. Bu amaç ve başlıklar doğrultusunda rengin, konut cephelerindeki kullanımı, farklı konut türlerine göre (Geleneksel Türk Konutu, apartmanlar, toplu konutlar, tekil konutlar) Kula ve İzmir örneği üzerinde fotoğraflar

yardımıyla anlatılmaktadır. Bu çalışmada genelde mimaride renk olgusu bir dönem sınırlandırması yapılmadan incelenmiş, özelde ise konut cephelerindeki renk kullanımı ele alınmıştır ve bunların sunulması gerektiğini ifade etmektedir (1).

Muradoğlu (1992), dış cephelerde akılcı (rasyonel) renk tercihlerinin, yapının çevresiyle uyumunu sağladığı gibi iç mekânda da bütünlük yaratılmasına imkân veriyor, öte yandan, bu renk uyumunun konutta malzeme seçimine de yansıtılması, sonuçta bu bakımdan olumlu çözümlere ulaşılmasını mümkün kılacak demektir. Bir konutun tasarımına başlamadan önce saptanması gereken çevresel faktörleriyle gerekli uyumu sağlayacak rasyonel renk uygulamaları sonucunda, o konutta renksel, dokusal açıdan fiziksel ortam koşullarının yerine getirilmesi ve mekânlarda renk kullanımının insan psikolojisine etkisi konuları anlatılmış ve günümüz mimarisine konutlarda dış cephe kuruluşlarında rengin, gelişen teknolojik imkânlarla ve renk düzeni, renk-malzeme ilişkisi dikkat edilmesi gibi hususlara değinmektedir (2).

Erciyas (1995), yapının cephe renklendirilmesinde etkili olabilecek etkenler belirlenip, renk düzenlerinin seçiminde dikkat edilmesi gereken konular incelenmiştir. Yapının plan ve cephe özellikleri mimari akımlar başlıkları altında örneklerle açıklanmıştır. Yapı dış cephesinde kullanılan mimari üslupların düzenlerinin belirlenmesindeki etkileri belirtilmiştir. Ayrıca, yapıların cephe renklendirilmesinde etkili olan diğer etkenler iklim, topoğrafik koşullar renk etkileri örneklerle açıklanmıştır (3).

Keskinbaş (2000), çalışmasında mimarlık alanında modern ve post modern dönüşümlerinin sorgulanmasıyla ortaya çıkan sonuçlardan birisi ve belki de en önemlisi ekonomik durumun sanatsal hareketler üzerindeki dönüştürücü etkisidir. Bu açıdan yaklaşıldığında mimarlık alanındaki, modernizm ve post modernizm kavramları, fordist ve post fordist üretim biçimleri ile yakın ilişkili demektir (4).

Eraydın'ın (1992) belirttiği üzere, fordist üretimin ideolojisi modernizm, post fordist üretimin ideolojisi ise post modernizmdir. Üretim biçimlerinin mimarlık alanında etkisi ise, en iyi bina cephelerinde izlenmektedir. Bu nedenle, tezin amacı da modern ve post modern dönüşümleri, ekonomik değişme (fordist), post-fordist üretim biçimleri) bağlayarak, modern ve post modern dönüşümlere ait mimari tutumların biçimsel etkilerinin ortaya konulması ve çıkan sonuç çerçevesinde, OR-AN yerleşkesinde bulunan konut cephelerinin modern-post modern bağlamda analizini ifade etmektedir (5).

Korkmaz (1997), bu tezin amacı klasik, modern ve post modern mimarlık dillerinin uyarlandığı kompozisyon karakteristiklerini araştırmak ve bu dillerin kodlarının, ya da ilkeler dizgelerinin, kütle ve cephe kompozisyonlarında ne kadar sağlandığını incelemektedir. Dillerin kodları klasik, modern ve post modern diller konusunda birbirlerini izleyen üç ana kaynaktan. Bu

kompozisyon kodlarının uygulanışı, Ankara'nın 1940'lardan günümüze kadar tarihlenen yapıları içeren bir bölgedeki apartman yapıları üzerinde örnek alınmaktadır. Bu bölge Çankaya, Gaziosmanpaşa, Aşağı Ayrancı, Yukarı Ayrancı, Kavaklıdere, Küçükesat ve Kızılay semtlerini içermektedir. Geniş cam yüzeyler, tekrar eden katlar ve düz çatılar bu yapıların en belirgin özelliklerine değinmektedir. Motif ve anlam çoğulluğu: tarihsel ve popüler referansların uyarlanması, yapılara post modern karakter kazandıran en önemli koddur. Bu çoğulluğun, modernist eğilim gösteren sıradan cepheler üzerinde klasik kolon ve alınlıklar ile mukarnas ve pencere kafesi gibi geleneksel motiflerin kullanılmasıyla sağlandığı gözlenmektedir (6).

Çakırkaya (1995), İstanbul'daki beş yıldızlı lüks şehir otellerinde halka açık mekânların tasarımında etkili olan faktörlerin ışığında tasarımın gelişiminin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Tarihsel gelişimi, otel kavramı konusunda bilgiler verilmektedir. Bu çalışmada seçilen dokuz adet beş yıldızlı lüks şehir oteli üzerinde yapılan incelemeler, açıklanan tasarım ölçütleri (kriterleri), karşılaştırmalar, mevcut durum, gelişmeler ve yargılara yer verilmektedir. Ayrıca, seçilen otel örnekleri üzerinde yapılan analiz çalışmalarını ifade etmektedir (7).

Akalın ve ark. (2009) çalışmalarında kullanım sürecinde kullanıcı tarafından müdahaleye uğrayarak ilk halinden uzaklaşan müstakil konut örneklerinin 'beğeni-karmaşa' ve 'etkilenme' etmenlerine göre değerlendirmeleri yapılmıştır. Bu amaçla seçilen 8 sitenin 24 adet konut fotoğrafı Gazi Üniversitesi'nin Tasarım ve Mühendislik bölümlerinde öğrenim gören toplam 100 öğrenciye (41 tasarım + 59 mühendislik) sunulmuş ve öğrencilerin değerlendirmeleri bir anket yardımıyla tespit edilmiştir. Buna göre, her iki öğrenci grubunun değerlendirmelerinde beğenin orta derecede değişmiş konutlar için daha yüksek olduğu, orta karmaşadaki bir cephe, çok karmaşık ve az karmaşık olana kıyasla daha fazla tercih edildiği, tasarımcıların tasarımcı olmayan diğer gruba kıyasla daha eleştirel yaklaşarak, gördüklerini daha negatif yorumladıkları bildirilmiştir (8).

Akalın ve ark. (2010) çalışmalarında yapım sürecinde, yerel yönetimler tarafından müdahaleye uğrayarak en karmaşık halini alan apartman konut cephe örneklerinin beğeni ve karmaşa durumu, farklı yaş grupları ve kullanıcıları tarafından test edilmiştir. Çalışmaya Keçiören'de ikamet eden 100 denek (50 kişi 25-45 yaş arası, 50 kişi 18-25 yaş arası) katılmıştır. Buna göre, deneklere gösterilmek üzere zemin + 3 katlı, simetrik görünümlü 7 adet apartman konut cephesi hazırlanmış ve her örnek cephe bazı elemanların eklenmesi ve değiştirilmesiyle "basit", "orta karmaşık" ve "en karmaşık" olmak üzere üç farklı karmaşıklıkta sunulmuştur. Her apartman için ilk örnek semtin özgün durumunu ifade etmekte, "en karmaşık" durum ise semtin şimdiki halini, bir başka deyişle semtte bugün var olan örnekleri temsil etmektedir. Sonuçta, denekler tarafından Keçiören'de var olan durumu temsilen konulan en karmaşık

örneklerin değil, orta karmaşık olanların beğenildiğini bildirilmiştir (9).

2. BULGULAR (RESEARCH FINDINGS)

2.1. Araştırma Ortamı (Research Environment)

2.2. Denekler (Subjects)

2.2.1. Otellerin bölgelere göre dağılımı (Hotel distribution according to regions)

Araştırma sınırları içinde ele alınan Ankara ilinin Çankaya ve Altındağ ilçesinde bulunan otellerin dış cephe mimarisinde renk ve dokusuna ait çizelgeler ve istatistikler belirlenmiştir.

Araştırma kapsamında toplam 30 otel incelenmiştir. Araştırmaya alınan Ankara'daki otellerin %50'si Çankaya, %50'si de Altındağ'a aittir (Çizelge 1).

Çizelge 1. Otellerin bölgelere göre dağılımı

Otel	Adet (n)	Yüzde (%)
Çankaya	15	50
Altındağ	15	50
Toplam	30	100

2.2.2. Müşteri grubunun cinsiyet değişkenine göre dağılımı (Distribution of the customers groups inquiries according to gender differences)

Araştırma sürecinde otel müşterilerinin cinsiyet dağılımı Çizelge 2'de görülmektedir.

Çizelge 2. Otel müşterilerinin cinsiyet dağılımı.

Cinsiyet	Adet (n)	Yüzde (%)
Kadın	89	44,5
Erkek	111	55,5
Toplam	200	100

Ankete katılan 200 kişinin cinsiyet dağılımına bakılacak olursa, erkeklerin %55,5'lik bir oran ile kadınlardan daha fazla olduğu görülmektedir.

2.2.3. Eğitim durumu değişkenine göre dağılımı (Distribution of the customers groups inquiries according to educational differences)

Müşteri grubunun eğitim durumları Çizelge 3'de görülmektedir.

Çizelge 3. Müşteri grubunun eğitim durumları.

Eğitim Durumu	Adet (n)	Yüzde (%)
Öğrenim Görmemiş	5	2,5
İlköğretim Mezunu	15	7,5
Lise Mezunu	27	13,5
Ön Lisans	21	10,5
Lisans	99	44,5
Yüksek Lisans	23	11,5
Doktora	10	5
Toplam	200	100

Ankete katılan 200 kişinin eğitim durumlarının dağılımlarına bakıldığında, lisans eğitimi oranının fazla olduğu görülmektedir. Buna karşın öğrenim görmemiş müşteri grubu sayısı %2,5'lik oran ile en az kesimi oluşturmaktadır.

2.3. Müşteriler ile ilgili bulguların yüzdeleri dağılımı (Percentage Distribution of the Customers Findings)

Müşterilerin önem unsurun özelliğine göre 25 adet soru sorulmuş ve alınan cevapların yüzdeleri dağılımı Çizelge 4’de görülmektedir.

ve pencere doğrama malzeme türü (%43,5), cephelerde kemer sütun ya da kolonların kullanılması (%42,5), otellerin cephelerinde bulunan tabelaların büyük ve çarpıcı olması (%42), dış cephede kapı ve pencerelerin kemerli olması (%42), cephelerde eski stil süslemelerin bulunması (%38,5) ve eskiden tasarlanmış otellerin

Çizelge 4. Müşteriler ile ilgili bulguların yüzdeleri dağılımı.

Sorular	Önemsiz	Önemli	Çok Önemli
Rengin çok etkili olması.	9,5	39,5	51
Otelin dış ve iç cephe tasarımının uyumlu olması.	6	33,5	60,5
Eskiden tasarlanmış ve iç cephe tasarımının uyumlu olması.	31	36,5	32,5
Cephelerde giydirme cam sistemi kullanılması.	25	46	29
Cephelerde kemer, sütun yada kolonların kullanılması.	23	42,5	34,5
Cephelerde desenlerin yada süslemelerin kullanılması.	13	41,5	45,5
Cephelerde eski stil süslemelerin bulunması.	26	38,5	35,5
Otelde rezervasyon yapmak için cephenin rengi ya da dokusunun etkisi.	23,5	44,5	32
Dış cephe ile için aynı olması.	55	26,5	18,5
Cephelerde mermerin ya da lüks malzemelerin kullanılması.	20,5	46	33,5
Otellerin cephelerinde bulunan tabelaların büyük ve çarpıcı olması.	20,5	42	37,5
Otellerin dış cephesinde kullanılan giriş kapısının büyük ve etkili olması.	16	37	47
Dış cephedeki pencerelerin ya da kapıların sayısının çok olması.	46	31	23
Dış cephelerde aydınlatma etkeni.	10	37	53
Dış cephe mimarisinin görüntüsü ile fiyat ilişkisi.	23	35,5	41,5
Dış cephe mimarisinin sizin açınızdan önemi.	11,5	38,5	50
Dış cephe mimarisi ile peyzaj mimarisi ilişkisi	12,5	48	39,5
Dış cephe mimarisinde kapı ve pencerelerin kemerli olması.	32,5	42	25,5
Dış cephe mimarisinde süslemelerin aşırı olması.	52	30	18
Dış cephede tabelanın büyük ve çarpıcı olması.	24	48,5	27,5
Ana giriş kapısının otomatik olması.	16,5	38	45,5
Ana giriş kapısına merdivenle çıkılması.	50,5	29	20,5
Otel lobisinin dışarıdan görülmesi.	31,5	43,5	25
Otel dış cephesinde kapı ve pencere doğrama malzeme türünün önemi.	20	43,5	36,5
Otel dış cephesinde kapı ve pencere oranlarının önemi.	20	39,5	40,5

Müşterilerin çok önemli gördüğü özellikler: Otelin dış ve iç cephe tasarımının uyumlu olması (%60,5), dış cephelerde aydınlatma etkeni (%53), otelin rengi (%51), dış cephe mimarisi (%50), dış cephede kullanılan giriş kapısının büyük olması (%47), cephelerde desen ve süslemelerin kullanılması (%45,5), ana giriş kapısının otomatik olması (%45,5), dış cephe mimarisinin görüntüsü ile fiyat ilişkisi (%45,5) ve otel dış cephesinin kapı ve pencere oranları (%40,5) olduğu görülmektedir.

Müşterilerin önemli gördüğü özellikler: Dış cephede tabelanın bulunması (%48,5), dış cephe mimarisi ile peyzaj mimarisi ilişkisi (%48), cephelerde giydirme cam sistemi kullanılması (%46), cephelerde lüks malzemelerin kullanılması (%46), otelde rezervasyon yapılması için cephe renginin ve dokusunun etkisi (%44,5), otel lobisinin dışarıdan görülmesi (%43,5), otel dış cephesinde kullanılan kapı

cephelerinin değiştirilmesi (%36,5) olduğu görülmektedir.

Müşterilerin önemsiz gördüğü özellikler ise şunlardır: Dış cephe rengi ile içinin aynı olması (%55), dış cephe mimarisinde süslemenin aşırı olması (%52), ana giriş kapısına merdivenle çıkılması (%50,5), dış cephedeki pencerelerin yada kapıların sayısının fazla olması (%46).

2.4. Müşteri grubunun cinsiyet değişkenine göre sorular bazında yüzdeleri dağılımı (Percentage Distribution of the Customers Groups Inquiries According To Gender Differences)

Araştırmaya katılan müşterilerin cinsiyet farklılıkları ile tercihleri arasındaki ilişkilere ilişkin karşılaştırmalı sonuçlar Çizelge 5’de verilmiştir

Çizelge 5. Müşteri grubunun cinsiyet değişkenine göre sorular bazında yüzdelik dağılımı.

Sorular	Kadın			Erkek		
	Önemsiz	Önemli	Çok önemli	Önemsiz	Önemli	Çok önemli
Rengin çok etkili olması.	7,9	41,6	50,6	10,8	37,8	51,4
Otelin dış ve iç cephe tasarımının uyumlu olması.	4,5	33,7	61,8	7,2	33,3	59,5
Eskiden tasarlanmış otellerin cephelerinin değiştirilmesi.	30,3	37,1	32,6	31,5	36	32,4
Cephelerde giydirme cam sistemi kullanılması.	14,6	48,3	37,1	33,3	44,1	22,5
Cephelerde kemer, sütun ya da kolonların kullanılması.	18	41,6	40,4	27	43,2	29,7
Cephelerde desenlerin ya da süslemelerin kullanılması.	11,2	47,2	41,6	14,4	44,1	41,4
Cephelerde eski stil süslemelerin bulunması.	22,5	40,4	37,1	28,8	36,9	34,2
Otelde rezervasyon yapmak için cephenin rengi ya da dokusunun etkisi.	19,1	48,3	32,6	27	40,5	32,4
Dış cephe ile için aynı olması.	57,3	23,6	19,1	53,2	28,8	18
Cephelerde mermerin ya da lüks malzemelerin kullanılması.	19,1	49,4	31,5	21,6	43,2	35,1
Otellerin cephelerinde bulunan tabelaların büyük ve çarpıcı olması.	19,1	50,6	30,3	21,6	35,1	43,2
Otellerin dış cephesinde kullanılan giriş kapısının büyük ve etkili olması.	19,1	38,2	42,7	13,5	36	50,5
Dış cephedeki pencerelerin yada kapıların sayısının çok olması.	44,9	38,2	16,9	46,8	25,2	27,9
Dış cephelerde aydınlatma faktörü.	10,1	38,2	51,7	7	36	54,1
Dış cephe mimarisinin görüntüsü ile fiyat ilişkisi.	20,2	34,8	44,9	25,2	36	38,7
Dış cephe mimarisinin sizin açınızdan önemi.	12,4	36	51,7	10,8	40,5	48,6
Dış cephe mimarisi ile peyzaj mimarisi ilişkisi.	13,5	50,6	36	11,7	45,9	42,3
Dış cephe mimarisinde kapı ve pencerelerin kemerli olması.	33,7	39,3	27	31,5	44,1	24,3
Dış cephe mimarisinde süslemelerin aşırı olması.	50,6	30,3	19,1	53,2	29,7	17,1
Dış cephede tabela.	25,8	56,2	18	22,5	42,3	35,1
Ana giriş kapısının otomatik olması.	24,7	38,2	37,1	9,9	37,8	52,3
Ana giriş kapısına merdivenle çıkılması.	51,7	29,2	19,1	49,5	28,8	21,6
Otel lobisinin dışarıdan görülmesi.	40,4	37,1	22,5	24,3	48,6	27
İdış cephesinde kapı ve pencere doğrama malzeme türünün önemi.	20,2	44,9	34,8	19,8	42,3	37,8
Otel dış cephesinde kapı ve pencere oranlarının önemi.	24,7	38,2	37,1	16,2	40,5	43,2

Müşteri grubu cinsiyet değişkenine göre değerlendirildiğinde kadın ve erkeklerin tercihlerinde farklılık gösteren özellikler şunlardır: Erkeklerin dış cephede bulunan tabelaların büyük ve çarpıcı olmasına verdikleri önem (çok önemli %43,2) kadınlara göre (çok önemli %30,3) daha fazladır. Otel lobisinin dışarıdan görünmesini erkekler (önemli %48,6) önemli olarak görürken kadınlar bu etkeni (faktörü) önemsiz (%40,4) olarak görmektedir. Otel dış cephesinin kapı ve pencere oranlarını, erkekler %43,2 kadınlar ise %37,1 olarak çok önemli görmektedir. Diğer soruların cevaplarına bakıldığında kadın ve erkek müşteri grubunun çok az

yüzde farkları ile aynı cevapları verdikleri görülmektedir.

2.5. Müşteri grubunun eğitim durumu değişkenine göre soruların yüzdelik dağılımı (Percentage Distribution of the Customers Groups Inquiries According To Educational Differences)

Araştırmaya katılan müşterilerin eğitim durumunun farklılıkları ile tercihleri arasındaki ilişkilere ilişkin karşılaştırmalı sonuçlar Çizelge 6'da verilmiştir.

Çizelge 6. Müşteri grubunun eğitim durumu değişkenine göre sorular bazında yüzdelik dağılımı

Müşteri değerlendirmeleri	Eğitim durumu			
	ilk+orta öğretim	Lise	Ön lisans, Lisans	Y. Lisans, Doktora
Rengin çok etkili olması.	2,45	2,70	2,32	2,52
Otelin dış ve iç cephe tasarımının uyumlu olması.	2,50	2,52	2,56	2,28
Eskiden tasarlanmış otellerin cephelerinin değiştirilmesi.	2,20	2,41	1,82	2,30
Cephelerde giydirme cam sistemi kullanılması.	2,10	2,07	1,96	2,27
Cephelerde kemer, sütun ya da kolonların kullanılması.	2,35	2,15	2,06	2,15
Cephelerde desenlerin ya da süslemelerin kullanılması.	2,05	2,19	2,34	2,30
Cephelerde eski stil süslemelerin bulunması.	2,00	2,33	2,10	1,94
Otelde rezervasyon yapmak için cephenin rengi yada dokusunu	2,00	2,07	2,08	2,18
Cephelerde mermerin ya da lüks malzemelerin kullanılması.	1,90	1,78	1,54	1,70
Dış cephe ile için aynı olması	2,05	2,22	2,11	2,18
Otellerin cephelerinde bulunan tabelaların büyük ve çarpıcı olması etkisi.	2,05	2,48	2,10	2,24
Otellerin dış cephesinde kullanılan giriş kapısının büyük ve etkili olması.	2,10	2,33	2,31	2,42
Dış cephedeki pencerelerin ya da kapıların sayısının çok olması.	1,95	1,89	1,69	1,85
Dış cephelerde aydınlatma faktörü.	2,10	2,37	2,53	2,33
Dış cephe mimarisinin görüntüsü ile fiyat ilişkisi.	2,05	2,45	2,21	1,97
Dış cephe mimarisinin sizin açınızdan önemi.	1,95	2,45	2,43	2,42
Dış cephe mimarisi ile peyzaj mimarisi ilişkisi	1,85	2,44	2,28	2,33
Dış cephe mimarisinde 1 kapı ve pencerelerin kemerli olması.	2,05	2,00	1,85	2,09
Dış cephe mimarisinde süslemelerin aşırı olması.	1,75	1,48	1,61	1,94
Dış cephede tabela.	2,20	1,70	2,01	2,30
Ana giriş kapısının otomatik olması.	2,35	2,00	2,33	2,36
Ana giriş kapısına merdivenle çıkılması.	2,15	1,52	1,65	1,76
Otel lobisinin dışarıdan görülmesi.	2,30	1,74	1,84	2,21
Otel dış cephesinde kapı ve pencere doğrama malzeme türünün önemi.	2,40	1,96	2,18	2,15
Otel dış cephesinde kapı ve pencere oranlarının önemi.	2,40	2,19	2,17	2,24

Ankete katılan müşteri grubu eğitim durumlarına göre değerlendirildiğinde rengin etkili olması sorusu ön lisans – lisans grubu tarafından önemli görülürken (%45), diğer gruplarda çok önemli otelin dış ve iç cephe tasarımının uyumlu olması özelliği tüm gruplar tarafından çok önemli olarak görülmektedir. Eskiden tasarlanmış otellerin cephelerinin değiştirilmesi sorusuna ön lisans – lisans grubu önemsiz (%40), diğer gruplarda ise çok önemli cevabı vermektedirler.

Cephelerde giydirme cam sistemi kullanılması tüm gruplar tarafından önemli, cephelerde kemer, sütun ya da kolonların kullanılması eğitim seviyesi en düşük olan grup tarafından çok önemli (%60), cephelerde desenlerin ya da süslemelerin kullanılması ile eski stil süslemelerin bulunması tüm gruplar tarafından önemli ve çok önemli bir özellik olarak görmektedir. Eğitim düzeyi lise olan grup otelde rezervasyon yapmak için cephenin rengi ya da dokusunun etkisini çok önemli görürken (%37), diğer gruplar ise önemli olarak görmektedir.

Tüm gruplar tarafından önemli ve çok önemli olarak görülen diğer özellikler şunlardır: Otellerin cephelerinde bulunan tabelaların büyük ve çarpıcı olması,

otellerin dış cephesinde kullanılan giriş kapısının büyük ve etkili olması, dış cephelerde aydınlatma etkisi, dış cephe mimarisinin görüntüsü ile fiyat ilişkisi, dış cephe mimarisi, dış cephe mimarisi ile peyzaj mimarisi ilişkisi, dış cephe mimarisinde kapı ve pencerelerin kemerli olması, ana giriş kapısının otomatik olması, otel lobisinin dışarıdan görülmesi, otel dış cephesinde kapı ve pencere doğrama malzeme türü ve otel dış cephesinde kapı ve pencere oranları.

Tüm gruplar tarafından ana giriş kapısına merdivenle çıkılması, dış cephe ile içinin aynı olması ve dış cephe mimarisinde süslemelerin aşırı olması tüm gruplar için önemsiz bir özellik olarak görülmektedir.

Dış cephedeki pencerelerin ya da kapıların sayısının çok olması özelliği lise mezunları tarafından önemli (%44,4), diğer gruplar tarafından önemsiz görülmektedir. Eğitim seviyesi en düşük olan grup aynı oranlarda önemli (%35) ve önemsiz (%35) olarak görmektedir. Dış cephede tabela bulunması eğitim seviyesi lise olan grup tarafından önemsiz (%44,4), y. lisans – doktora eğitim seviyesindeki grup tarafından çok önemli (%45,5), diğer iki grup ise aynı soruya önemli olarak yanıt verdiği görülmektedir.

3. SONUÇ ve ÖNERİLER (RESULT and SUGGESTIONS)

Araştırma kapsamındaki otel müşterilerinde çoğunluk erkek (%50) ve üniversite mezunu (%49,5). Müşterilerin önemsiz buldukları etkenler: Dış cephe rengi ile yapının iç renginin aynı (%55), dış cephe mimarisinde süslemenin aşırı (%52), ana giriş kapısına merdivenle çıkılması (%50,5) ve dış cephedeki pencerelerin ya da kapıların sayısının çok olması (%46) gelmektedir.

Müşterilerin önemli buldukları etkenler: Dış cephede tabela (%48,5), dış cephe mimarisi ile peyzaj mimarisi ilişkisi (%48), cephelerde giydirmeye cam sistemi kullanılması (%46), cephelerde mermerin ya da lüks malzemelerin kullanılması (%46), otelde rezervasyon yapmak için cephenin rengi ya da dokusunun etkisi (%44), otel lobisinin dışarıdan görünmesi (%43,5), otel dış cephesinde kapı ve pencere doğrama malzeme türünün önemi (%43,5), cephelerde kemer, sütun ya da kolonların kullanılması (%42,5), otellerin cephelerinde bulunan tabelaların büyük ve çarpıcı olması (%42), dış cephe mimarisinde kapı ve pencerelerin kemerli olması (%42), cephelerde eski stil süslemelerin bulunması (%38,5), eskiden tasarlanmış otellerin cephelerinin değiştirilmesidir (%36,5).

Müşterilerin çok önemli buldukları etkenler: Otelin dış ve iç tasarımının uyumlu olması (%53), dış cephelerde aydınlatma faktörü (%53), rengin çok etkili olması (%51), dış cephe mimarisinin sizin açınızdan önemi (%50), otelin dış cephesinde kullanılan giriş kapısının büyük ve etkili olması (%47), cephelerde desenlerin ya da süslemelerin kullanılması (%45,5), ana giriş kapısının otomatik olması (%45,5), dış cephe mimarisinin görüntüsü ile fiyat ilişkisi (%41,5), otel dış cephesinin kapı ve pencere oranları ise; (%39,5) önemli ve (%40,5) çok önemli gibi yakın bir oranda bulunmuştur.

Müşterilerin grubunun otellerin dış cephe mimarisindeki renk ve doku özelliklerine büyük önem verdikleri görülmüştür.

Müşteriler cinsiyetlerine göre değerlendirildiğinde; erkek grup ile kadın grup arasında tercihlerinde çok büyük bir farklılıklar görülmemektedir. Bununla birlikte; her iki grup otelin dış ve iç cephe tasarımının uyumlu (E: %59,5 – K: %61,8), dış cephelerde aydınlatma (E: %54,1 – K: %51,7) ve dış cephe mimarisinin müşteri açısından önemi (E: %48,6 – K: %51,7) çok önemli görmektedir. Buna karşın; her iki grubunda önemsiz bulunduğu otelin dış cephe rengi ile iç renginin aynı olmasıdır (E: %53,2 – K: %57,3).

Müşteriler eğitim durumlarına göre değerlendirildiğinde; öğrenim görmemiş (%65) ve lise eğitimi almış (%74) grubun en çok önem verdiği, dış cephe rengi, ön-lisans / lisans eğitimi almış grubun çok önem verdiği dış cephelerde aydınlatma (%59,2), yüksek lisans / doktora eğitimi almış grubun çok önem verdiği ise dış cephede kullanılan giriş kapısının büyük ve etkili olması (%60,6) olduğu görülmüştür. Otelin dış ve iç

cephesi tasarımının uyumlu olması özelliğinin eğitim değişikliğine göre farklılık göstermediği görülmüştür.

Günümüzde, otellerde kullanılan malzemeler açısından çok büyük gelişmeler göze çarpmaktadır. Türkiye ekonomisinin gelişmesi, dış ülkelerle ticaretin artması sayesinde kullanılan malzemelerin standardı ve çeşitliliği artmıştır. Malzemelerin kalitesinin ve çeşitliliğinin artmasına bağlı olarak da cephelerde boyaya bağlı renk ve kendinden renkli malzeme kullanımı artmış böylece çok renkli cepheler ortaya çıkmış olabilir.

Müşteriler ilk olarak otellerin cephe mimarisini görmektedir. Ayrıca, müşterileri etkileyen faktör ilk bakışta dış görüntüsü olur. Cephe mimarisi ile müşterilere “iletilecek, çeşitli duygular uyandırmak” aynı zamanda mümkündür (1).

Tüm bu etkenler doğrultusunda Türkiye genelinde olduğu gibi Ankara Otelleri’ndeki örneklerde de çok renklilik meydana gelmiştir. Bu çok renklilik kimi örneklerde tek bir rengin farklı tonlarının kullanımından, kimi örneklerde ise kontrast (zıtlık) renklerin karşıt şekilde kullanılmıştır. Kimi örnekler yeniyken, kimileri eski olup tadilat görenek yeni bir yüze kavuşmuştur. Bu veriler ışığında başarılı sonuç alabilmek için bu belirlemelerin, tasarım aşamasında yapılabilecek cephedeki renk ve doku düzenleri önemi görülmüştür ve geliştirilmesi önerilmektedir. Renk ve doku geçmişten günümüze hep vardı, bundan sonra da olacak ve çevremizi ve otellerimizin cephelerini değiştirmede bunun göz önüne alınması önerilebilir.

4. KAYNAKLAR (REFERENCES)

1. Daldal, A., “Mimaride Renk Olgusu Konut Cephelerinde Renk Kullanımı” Yüksek Lisans Tezi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, İzmir, 1-4, 26-109 (2000).
2. Muradoğlu, M., “Yapı Fiziği Açısından Renk Olgusu Konut İç ve Dış Mekanlarda Malzeme Seçimine Etkisi” Yüksek Lisans Tezi, *Mimar Sinan Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü*, İstanbul, 1-27-35 (1992).
3. Erciyes, İ., “Yapı Dış Yüzü Renklendirilmesine İlişkin Yaklaşımların İncelenmesi” Yüksek Lisans Tezi, *Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, İstanbul, 1-26 (1995).
4. Keskinbaş, Ö., “Modern, Postmodern Cephe Anlayışları ve Bir Örnek Alan OR-AN Yerleşkesi” Yüksek Lisans Tezi, *Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, Ankara, 24-94 (2000).
5. Eraydın, A., “Post Fardizm ve Değişen Mekansal Öncelikler, *Orta Doğu Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi*, 1-6 (1992).
6. Korkmaz, Z., “Klasik, Modern ve Post modern Mimarlık Dillerinde Kompozisyon İlkeleri: Ankara’daki Apartman Yapılarının Kütle ve Cephe kompozisyonları Üzerine Bir Araştırma” Yüksek Lisans Tezi, *Mimarlık Bölümü*, 52 (1997).
7. Çakırkaya, M., E., “İstanbul’daki 5 Yıldızlı Lüks Şehir Otellerinde Tasarımın Gelişimi Üzerine Bir Araştırma” Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 1-6, 87-115 (1994).
8. Akalın, A., Yıldırım, K., Wilson, C., Kiliçoğlu, O., “Architecture and non-architecture students' evaluations of house facades: liking, complexity and impression”

- Journal of Environmental Psychology, (Social Sciences Citation Index) Vol. 29, No: 1, (2009).
9. Akalın, A., Yıldırım, K., Wilson, C., Saylan, A., ‘‘Users’ evaluations of house faades: Preference, complexity and impressiveness, Open House International’’ Vol. 35, No: 1, (2010).