

elçin yörük (sorumlu yazar|corresponding author)

hacettepe üniversitesi, güzel sanatlar enstitüsü, iç mimarlık ve çevre tasarımı anabilim dalı, doktora öğrencisi
elcinyoruk@hotmail.com orcid: 0000-0001-9282-7635

doç. dr. ayşen özkan

hacettepe üniversitesi, güzel sanatlar fakültesi, iç mimarlık ve çevre tasarımı bölümü
aysenoz@hacettepe.edu.tr orcid: 0000-0003-2677-6133

TÜRKİYE'DE BULUNAN KONUT PROJELERİNE AİT ÖRNEK DAİRE YAŞAM MEKÂNLARININ İÇERİK ANALİZİ YOLUYLA DEĞERLENDİRİLMESİ*

araştırma makalesi|research article

başvuru tarihi|received: 15.04.2025 kabul tarihi|accepted: 28.08.2025

ÖZET

Örnek daireler, fiziki olarak konut müşterilerine sunulması bakımından günümüz konut üretiminde oldukça etkin bir pazarlama aracı olarak kullanılmaktadır. Bu çerçevede çalışmanın amacı, Türkiye'de yeni yapılan konut projelerinin iç mekân tasarım yaklaşımlarını, mevcut durum tespiti ve değerlendirmesini örnek daireler üzerinden irdeleyebilmektir. Bu amaç doğrultusunda, 2013-2023 yılları arası Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verileri kapsamında Türkiye'de en çok birinci el konut satışı yapılan on beş ilde bulunan toplam 116 örnek daireye ait yaşam mekânları araştırma kapsamına alınmıştır. Örnek daire yaşam mekânları nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniği kullanılarak, iç mimarlık unsurlarından yerleşim şeması ve planlama, mobilya ve donatı, aydınlatma, renk, malzeme, stil ve aksesuar kullanımına göre incelenmiştir. Analiz kapsamında elde edilen sonuçlara göre, iç mimari tasarım stiline konut projesinin yer aldığı il ve ilçeye göre değişiklik gösterdiği tespit edilmiştir. Ancak yerleşim şemalarının oldukça benzer olduğu anlaşılmış, mobilya gruplarına ait yerleşim düzeninin, aydınlatmanın ve aksesuar grubu içinde yer alan iç mekân tasarımı unsurlarının aynı olduğu ve günlük kullanıma göre iç mimari unsurlara yer verildiği görülmüştür. Ayrıca, örnek daire yaşam mekânlarında fonksiyon ve kullanım kolaylığından ziyade görselliğin ön plana çıktığı ve genel bir renk uyumuna dikkat edildiği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Konut Projesi, Örnek Daire, Yaşam Mekânı, İç Mekân Tasarımı, İçerik Analizi

Yörük, E., Özkan, A. (2026). Türkiye'de bulunan konut projelerine ait örnek daire yaşam mekânlarının içerik analizi yoluyla değerlendirilmesi. *Bodrum Journal of Art and Design*, 5(1), 1-20.
<https://doi.org/10.58850/bodrum.1677124>

*Bu çalışma, Elçin Yörük'ün Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Anabilim Dalı'nda Doç. Dr. Ayşen Özkan danışmanlığında gerçekleştirilen Doktora Tez çalışması kapsamında üretilmiştir.

EVALUATION OF SHOW FLAT LIVING ROOMS OF HOUSING PROJECTS IN TÜRKİYE THROUGH CONTENT ANALYSIS

ABSTRACT

Show flats are used as a very effective marketing tool in today's housing production as they are physically presented to housing customers. In this context, the aim of the study is to examine the interior design approaches of newly constructed housing projects in Türkiye to determine and evaluate the current situation through show flats. For this purpose, based on Turkish Statistical Institute (TURKSTAT) data from 2013-2023, the living spaces of 116 show flats in fifteen provinces with the highest first-hand housing sales in Türkiye were included in the research. Show flat living spaces were examined using the content analysis technique, one of the qualitative research methods, focusing on interior architecture elements such as layout and planning, furniture and fittings, lighting, color, material, style, and accessory use. According to the results obtained within the scope of the analysis, it is found that the interior architecture design style varied according to the province and district where the housing project was located. Nevertheless, the layouts of living rooms were showing similarities, the plan layout of furniture sets, interior design elements in the lighting and accessory group were the same and interior design elements were included according to daily use. In addition, it was concluded that in the living spaces of the show flats, visuality was at the forefront rather than function and ease of use, and attention was paid to general color harmony.

Keywords: Housing Project, Show Flat, Living Room, Interior Design, Content Analysis

EXTENDED ABSTRACT

Introduction	<p>In today's use of space, especially in large cities where behaviors driven by fast consumption culture are frequently observed, interiors have diversified significantly and have become consumable products under modern and fast-paced living conditions (Baudrillard, 1997; Bauman, 2006; Lefebvre, 2014; Miller, 2012). Öncü (1999) stated that housing projects, which have become one of these commodified interior spaces, promise new lifestyles along with the user's ideal concept of a home. The housing units marketed within these projects have transformed into consumer objects; they have become products that enhance purchase potential by stimulating users' emotions through both the overall presentation and launch of the project, as well as its architectural design and image (Anbarcı et al., 2012; Aras, 2014; Görgülü & Koca, 2007; Güleç Solak & Oktay, 2017; Markoç, 2019; Öncü, 1999).</p>
Purpose and scope	<p>As a consumer product, housing projects are presented to potential buyers through various marketing strategies to convey the lifestyles they promise. These advertisements, featuring images and photographs of both the interior and exterior spaces of the residences, can be seen on billboards within the city, social media, newspaper pages, and magazines. Among the various methods used in housing marketing, the concept of the show flat stands out as an effective strategy. A show flat serves as a preview for potential buyers, offering a tangible representation of the house they will receive. It is a newly constructed, decorated, and furnished apartment designed to provide insight into the final living space. In this study, the aim is to examine how the current approach was formed in the interior design of newly built housing projects. For this purpose, the study examined show flats from housing projects in the provinces with the highest first-hand housing sales in Türkiye.</p>
Method	<p>According to TURKSTAT data from 2013 to 2023, living room photographs of show flats of housing projects in the provinces where the most first-hand housing sales are made in Türkiye were collected. A total of 116 show flats were examined using the content analysis technique, one of the qualitative research methods. The study examined photographs of living rooms collected during the research. Living rooms are typically prioritized in housing projects as the largest, most active, and most view-oriented areas of the home, where family members gather, entertain guests and connect with other spaces. The content analysis method was carried out through interior design elements in line with the literature review, that are layout scheme and planning, furniture and built-in elements, lighting, color, material, style and accessories (Ching & Binggeli, 2012; Gibbs, 2005; Kurtich & Eakin, 1993; Pile, 2003).</p>
Findings and conclusion	<p>In terms of the layout scheme, the results show that an open-plan application was adopted at the entrance to the living room. A common layout in show flat living rooms is that the dining set is placed first, followed by the seating set, the dining table is placed vertically in relation to the direction of entry from the door, a wall design using mirrors and wood is used on the wall behind the dining table, and the TV unit is placed centrally opposite the seating set. It is observed that the movable and fixed furniture in the living rooms has been planned for daily use and to meet the needs of a nuclear family. Design ideas regarding lighting were implemented in all show flats and the lighting was kept on even though it was daytime during the photo shoot. It is found that there were fixed general lighting elements such as concealed ceiling lighting, surface-mounted spotlight, recessed spotlight, surface-mounted pendant/chandelier as well as movable lighting elements such as lampshades and floor lamps. Even though a suspended ceiling was installed on the ceiling and concealed ceiling lighting was applied, it was determined that surface mounted pendant lighting (chandelier) was used in all show flats and interpreted as a result of the habit of having chandeliered living rooms, which is common in Türkiye. In terms of color, attention was paid to color harmony and a color balance was achieved in all show flats. It was seen that warm and cold tones, light and dark colors were used harmoniously in interior designs with the same layout but different styles. In all the show flat living rooms examined, wood-looking laminated parquet flooring was preferred as the floor material, and a single strip parquet, which has a single piece parquet appearance in the long direction, was used in the laminated parquet flooring element. In addition, carpet was used under the sitting group in all show flats, and under the dining group in some show flats. It is frequently observed that plaster and paint are used in most wall coverings, while self-patterned wallpaper is used in some examples, and wood covering, natural stone-looking panel covering or marble-looking covering is used in partial wall areas such as behind the TV unit and dining table. Lastly, the accessories, which are rich in terms of visual contribution, stand out as elements encountered in all the show flats examined, although it is limited in terms of function and not easy in terms of maintenance and cleaning. As a result, the analysis reveals that the interior architecture design style varied according to the province and district where the housing project was located, but the layout schemes were quite similar. The interior design elements in the furniture groups, lighting and accessory groups were the same. It is concluded that visuality rather than function and ease of use came to the fore in the show flat living rooms and attention was paid to general color harmony. The findings indicate that interior architectural elements for daily use have been included in order to respond to current trends in living room layouts.</p>

Keywords: Housing Project, Show Flat, Living Room, Interior Design, Content Analysis

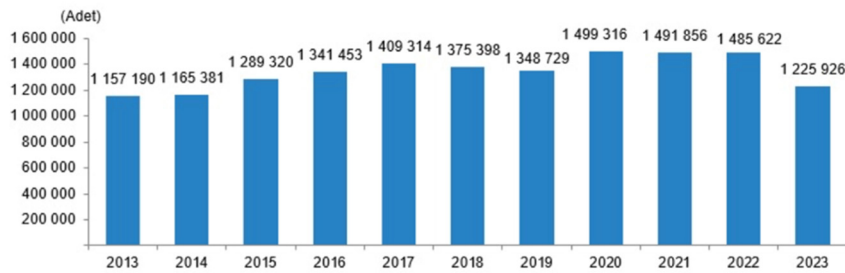
GİRİŞ

İç mekân tasarımı günümüzde yalnızca estetik ve işlevsel kaygılarla sınırlı kalmamakta, bireylerin tüketim alışkanlıklarını yansıtan ve yaşam tarzlarıyla doğrudan ilişki kuran bir olguya dönüşmektedir. Günümüzün mekân kullanımlarına bakıldığında, özellikle hızlı tüketim kültürünün getirdiği davranışların çokça gözlemlendiği büyük şehirlerde, iç mekânlar oldukça çeşitlenmiş, modern ve hızlı hayat şartlarında tüketilebilir birer ürün haline gelmiştir (Baudrillard, 1997; Bauman, 2006; Lefebvre, 2014; Miller, 2012). Mağaza, otel, kahve, restoran ve konut gibi iç mekânlar seyredilebilir, deneyimlenebilir, biri diğerine göre tercih edilebilir, eskisi yenisi ile değiştirilebilir ve dolayısıyla tüketilebilir birer ürüne dönüşmüştür. Öncü (1999), ürün haline gelen bu iç mekânlardan biri olan konut projelerinin kullanıcının idealindeki ev düşüncesi ve beraberinde sunulan yeşil alanlar ve sosyal mekânlar gibi imkânlar ile yeni yaşam biçimleri vadettiğini belirtmiştir. Konut projeleri içinde pazarlanan konutlar, günümüzde bir tüketim nesnesine dönüşmüş; hem projenin genel sunumu ve lansmanı hem de projenin mimari tasarımı ve imajı ile kullanıcıların duygularını harekete geçirerek satın alma potansiyelini artırma özelliğine sahip birer ürün haline gelmiştir (Anbarcı vd., 2012; Aras, 2014; Görgülü & Koca, 2007; Güleç Solak & Oktay, 2017; Markoç, 2019; Öncü,1999).

Konut en temel ihtiyaç olan barınmayı karşılayan fiziksel bir mekân; aidiyet hissi sağlayan güvenli bir bölge, bir sığınaktır (Cooper, 1974; Marcus, 2006). Bunun yanında konut, sosyal ve duygusal yönüyle insanın ailesi, yaşam tarzı, sosyal ve eğitimsel yönleriyle hayatının mekânsal bir göstergesidir (Jansen vd., 2011: 9). Kauko (2006: 96), konut tercihi sırasında verilen duygusal kararlar hakkında tartışırken, konutu "... zevklerin yalnızca yansımaları olarak değil, sosyal tanımlayıcıları olarak hareket eden ürünler" olarak ifade etmektedir. Dolayısıyla konut, konforlu ve rahat bir barınak sağlamanın yanı sıra, ev ve kimlik yönüyle yaşam tarzının bir göstergesi (Gram-Hanssen & Bech-Danielsen, 2004: 17), kişisel zevkler, estetik tercihler, mahremiyet, sınır, yaşanmışlık ve hatıralar, hatta bir mahallenin veya bölgenin bireyi olmak gibi çeşitli ve kapsamlı anlamları barındırmaktadır (Clapham, 2005: 155; Marcus, 2006: 159). Son olarak konut kavramının ekonomik yönüyle, bir bütçe tahsisi, satın alma kararı, yenileme, sabit bir yatırım olarak görme ve sahip olma gibi maddi anlamları da vardır (Lersch & Dewilde, 2018: 1180; Levy vd., 2008: 271). Başka bir deyişle, bir evin onu bir tüketim sürecine sokan ve bir ürün gibi ele alınmasını sağlayan hem içsel hem de dışsal değerleri; maddi ve manevi yönleri bulunmaktadır.

Türkiye'de konut endüstrisi hızlı ve sürekli bir gelişme gösteren, ulaşım sektöründen sonra ikinci sırada gelen önemli bir sektördür (Kurtbaş & Timur 2024: 518). Türkiye İstatistik Kurumu (2024) verilerine göre 2013-2023 yılları arasında gerçekleşen yıllık konut satış rakamları Görsel 1'de gösterilmiştir. Satış rakamlarının bu kadar yüksek olduğu konut sektöründe hiç şüphesiz reklam ve pazarlamanın katkısı büyüktür. Kitle iletişim araçlarının bu bağlamda önemine değinen Karabağ ve Hasgül (2020: 1578-1579), "işlevsel görünüme sahip bu kurgular artık bireylere konut tercihinde farklı bir yaşam sunmaktadır" biçiminde belirtmektedir. Bunun yanı sıra, markalı konut projelerinden daire sahibi olmak bir prestij meselesi haline gelmiş, sosyo-ekonomik seviyesini göstermek isteyen kişiler için uygun bir araca dönüşmüştür. Çünkü projeden konut almak, kendi alım gücünü dışarıya gösterebilmek adına giyim ve taşıta harcama yapmanın ötesinde en yüksek bedelli meta olmaktadır (Markoç, 2019: 733).

Konut satışı, 2013-2023



Görsel 1. TÜİK verilerine göre 2013-2023 yılları arasında Türkiye'de konut satışı rakamları

Konut sektöründe üretici firmalar potansiyel konut alıcılarının talep ve beklentilerini en iyi şekilde karşılayabilmek amacıyla bir ürün olarak ele alınan konutlarda çeşitlilik sunmaktadır (Hofman vd., 2006). Konut projesi olarak sunulan bu kurgular vadettikleri yaşam biçimini anlatmak amacıyla çeşitli pazarlama yöntemleri ile konut alıcılarına sunulmaktadır. Konut projeleri yakınında kurulan tanıtım ofisleri, tanıtım ofislerinde sunulan maketler, renkli broşür ve kataloglar, videolar, internet siteleri üzerinden çizim ve fotoğrafların paylaşılması, bilgisayar destekli programlar aracılığıyla sanal örnek dairelerde gezinti, gerçek örnek dairelerin konut alıcılarına gezdirilmesi gibi çeşitli yöntemler bulunmaktadır (Gön, 2017: 71; Özdoğan vd., 2023: 34; Pajo & Selvi, 2024: 36-37; Su & Kaplan, 2017: 5). Bu yöntemlerin hangilerinin kullanıldığı konut projesini yapan firmanın lansman, tanıtım ve pazarlama kararlarına göre değişiklik göstermektedir. Örneğin popüler bir tüketim ürünü haline gelen konut projelerinin görünebilir alanlarda pazarlanması amacıyla şehir içinde yer alan reklam panolarında, sosyal medya hesaplarında, gazete ve dergi reklamlarında, konutun iç ve dış mekânlarına ait görsellerin kullanıldığı pek çok konut projesi reklamı ile karşılaşmaktadır. Bu reklamlarda konut alıcısının yakınlık kurabileceği, içinin ısınacağı ve sunulan iç mekânlarda kendini hayal edebileceği görseller yer almaktadır. Konut pazarlamasında kullanılan çeşitli yöntemler içinde etkili bir yöntem olarak örnek daire kavramı öne çıkmaktadır. Örnek daire potansiyel alıcılar için teslim alacakları dairenin bir ön gösterimidir; tamamlanacak olan daire hakkında fikir vermek için yeni inşa edilmiş, dekore edilmiş ve döşenmiş bir dairedir. Örnek daireler konut satın almayı planlayan kullanıcıların proje bittiğinde teslim alacakları evi önceden görmelerine imkân verir.

Üretici firma veya pazarlamadan sorumlu firma tarafından, henüz konut üretimi sürerken bir örnek daire hazırlanmakta ve potansiyel alıcılara hem tanıtım amaçlı hem de bitmiş konutun büyüklüğü, işlevsel yönü, kullanılan tüm malzemelerin rengi, kalitesi ve türü net bir bilgi olarak sunulmaktadır (Su & Kaplan, 2017: 5; Şahin & Şener, 2018: 284). Böylelikle konut inşaatı tamamlandığında teslim alınacak dairenin tüm özellikleri ile bir ön gösterimi elde edilmektedir. Bununla birlikte, örnek dairelerin iç mekân tasarımında kullanılan bitiş malzemeleri, mobilya ve yerleşim şekli sayesinde konut alıcılarının satın alma kararını olumlu yönde etkilemesine katkı sağlanmaktadır (Örnek, 2016: 74).

Örnek daire hazırlanması iki yönden önemlidir. Biri, potansiyel konut alıcısına fiziki olarak gezilebilir, görülebilir ve deneyimlenebilir bir mekân sunması; diğeri ise en ince detayına kadar hazırlanan bir örnek dairenin reklam amacıyla profesyonel olarak fotoğraflanmasıdır. Seçilen fotoğraf kareleri pazarlama amacıyla gazete, dergi, reklam panoları gibi basılı ortamlarda ve internet siteleri, sosyal medya hesapları gibi dijital ortamlarda daha geniş kitlelere ulaştırılmaktadır. Öyle ki, bazı konut projelerinin reklamlarında kullanılan iç mekân görsellerinin gerçek örnek daireden fotoğraflandığı özellikle belirtilmekte; bu durum bir güvence olarak anlaşılmakta, bilgisayar desteğiyle oluşturulmuş bir görsel olmadığı vurgulanmaktadır. Her ne kadar konut projesinin kullanıcıya sunumu için çeşitli ölçeklerde maketler, 2b çizimler, sanal geziler, videolar ve gerçeği ile ayırt edilmesi güç 3b görseller sunuluyor olsa da inşası tamamlanmış gerçek bir örnek daire satın alınacak evin bitmiş hali hakkında en doğru bilgiyi sunmaktadır. Örnek daire sayesinde seçilen malzemelerin uygulanmış ve bitmiş halini görmek, mobilyaların nasıl yerleşebileceği hakkında fikir sahibi olmak, doğal ve yapay ışık altında bitiş malzemelerinin renk ve dokularını algulamak, iç mekânın genişlik ve tavan yüksekliği gibi hacimsel durumunu anlamak mümkündür. Bu sebeple, konut projelerinde inşa aşaması sürerken genellikle ulaşımı en uygun ve risksiz olan giriş veya alt katlarda bir örnek daire hazırlanarak kullanıcılara gösterilmekte ve gerektiğinde çeşitli mecralarda kullanılmak üzere fotoğraflanmaktadır.

Konut projeleri bir ürün olarak görüldüğünden, bu bağlamda tasarım ve pazarlama olarak iki yönü olduğu söylenebilir. Konutun tasarım yönünde mimarlar, iç mimarlar, aydınlatma tasarımcıları, peyzaj mimarları gibi çeşitli tasarımcılar tarafından yürütülen proje aşamaları yer alırken; pazarlama yönünde ise konut projelerinin en başında planlanan lansman, reklam, satış ve pazarlama

stratejilerinin yönetilmesi yer almaktadır. Bu çalışma, konut projelerini tasarım yönüyle bir ürün olarak ele almakta ve pazarlanması amacıyla tasarlanan örnek dairelerin iç mekân tasarımları üzerine odaklanmaktadır. Örnek daireler potansiyel konut alıcılarına vad edilen yaşama şekli hakkında bir fikir vermek ve beğendirmek amacıyla yapıldığı için, üretici firmanın pazar araştırmasına yönelik olarak hazırlanmaktadır (Demir, 2017: 199; Su & Kaplan, 2017: 5). Bu kapsamda ihtiyaçlar belirlenerek, bu ihtiyaçları karşılayacak güncel tasarım şekli ve stil, son moda ve en çok beğeni topladığı düşünülen malzemeler, renkler, mobilyalar; kısacası hedef kitleye hitap eden en güncel ve optimal ürün hedeflenerek iç mekân tasarımı yapılmaktadır. Bu sebeple çalışmanın amacı olan örnek dairelerin iç mekân çözümlemesi, güncel durumu, talepleri ve beklentileri de ortaya çıkaracaktır.

Literatürde evlerde günlük hayatta kullanılan yaşam mekânlarının (salon olarak da geçmektedir) çeşitli yönlerden incelendiği çalışmalar mevcuttur. Örnek olarak yaşam mekânlarının renk ve aydınlatma yönüyle (Elnaggar, 2022), ergonomi ve malzeme kullanımı yönüyle (Shamaileh, 2022), Türkiye’de modernleşmenin temsili bir göstergesi olarak mobilya ve dekorasyon yönüyle (Bülbül Bahtiyar & Yaldız, 2021; İğit, 2021; Kaya & Proto, 2016), stillerinin kullanıcı tercihleri üzerindeki etkisi yönüyle (Çapanoğlu, 2014), sosyo-ekonomik düzeyi göre farklılaşan kullanım şekli yönüyle (Yıldırım & Başkaya, 2006), salonlarda kullanılan malzemelerin niteliği, dokusu, rengi, biçimi yönüyle (Sarı, 2019) incelendiği çalışmalar yapılmıştır. Ancak pazarlama amacıyla iç mekânı tasarlanan örnek daire yaşam mekânlarının iç mekân çözümlemesini ele alan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmayı literatürdeki önceki çalışmalardan ayıran özelliği, incelenen örnek daire yaşam mekânlarının pazarlama amacıyla kurgulanmış, döşenmiş ve sunulmuş olması; günlük hayattan bir kesit sunan temsili bir sahne olarak uygulanarak günümüz yaygın kullanım şekline dair referans sunmasıdır.

YÖNTEM

Nitel bir çalışma olan araştırmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Literatürde, konut projeleri kapsamında yürütülen çalışmalarda konut iç mekân görsellerine yönelik içerik analizi yönteminin sıklıkla kullanıldığı görülmüştür (Baykal & Denli, 2017; Güleç Solak & Oktay, 2017; Markoç, 2019; Örnek, 2016; Şahin & Şener, 2018; Uysal & Atalay, 2017). Bu anlamda etkin bir yöntem olarak görülen içerik analizi ile çalışmada Türkiye’de bulunan konut projelerinin örnek daire yaşam mekânları özelinde nasıl biçimlendiğine dair geniş bir çerçevede değerlendirme olanağı sağlamaktadır. Nitel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizi “yazılı veya görsel medya mesajlarının üzerinden çıkarımlar yapılmasıyla kullanılan biçimci bir araştırma tekniğidir” (Olgun, 2008: 66). Alanka (2024: 69) içerik analizini “bir metnin ya da görselin içerisinde sistemli bir biçimde belirlenen kategorilerin/kodların mevcudiyetini analiz etmek” için yapılan ve önceden belirlenen temaların ne sıklıkta görüldüğünü araştıran bir yöntem olarak tanımlamaktadır. İçerik analizinde mevcutta bulunan belge ve dokümanlar üzerinden inceleme yapıldığından dolayı, öngörülme ve önemli olabilecek verilere ulaşmak mümkündür (Metin & Ünal, 2022: 276).

Türkiye’de konut projelerinin tanıtımı ve pazarlanması amacıyla iç mekânı tasarlanan ve uygulanmış olan örnek daireler çalışmanın araştırma ortamını oluşturmaktadır. Kapsamlı bir analiz sağlamak için yeterince çeşitli veri olması adına Türkiye genelindeki konut projeleri ele alınmıştır. Öncelikle TÜİK (2024) verilerine göre 2013-2023 yılları arasında en çok konut satışı yapılan illere bakılmıştır. TÜİK tarafından açıklanan “illere göre konut satış sayıları” verilerine göre, birinci el konut satışının en çok yapıldığı ilk on beş il sırasıyla; İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya, Bursa, Mersin, Kocaeli, Konya, Gaziantep, Aydın, Adana, Kayseri, Samsun, Tekirdağ ve Şanlıurfa illeridir. Bu illerde yapılan konut projelerinin internet siteleri, çevrimiçi katalogları, sosyal medya hesapları ve emlak siteleri bir yıl boyunca taranmış ve iç mekânlara ait görseller toplanmıştır. Toplanan bu görsellerin içerisinden, fiziki olarak inşa edilmiş ve tamamlanmış gerçek örnek daire fotoğrafları araştırma kapsamına dahil edilmiş olup, bilgisayar destekli olarak üretilen ve üç boyutlu görseller (render) araştırma kapsamından hariç tutulmuştur.

Konut projelerinde oda sayısı, plan üzerinde odaların yerleşimi ve odalara ayrılan alanlara göre farklılık gösteren daire tipleri vardır ve konut pazarlamasında bu daire tipleri stüdyo, 1+1, 2+1, 3+1, 4+1 ... olarak geçmektedir. Bu bağlamda 3+1 ve 4+1 daireler çalışmaya dahil edilmiş olup; daire toplam alanının 50-85 m2 arasında olduğu gözlenen, yaşam mekânı içerisinde açık bir mutfak ve çalışma alanı yer alan, ana girişten direkt olarak yaşam mekânına girildiği görülen; stüdyo, 1+1 ve 2+1 daireler çalışmadan hariç tutulmuştur. Bu kapsamda bu çalışmada Tablo 1'de il, ilçe ve daire tipine göre dağılımı görülen 44 adet 3+1 daire ve 72 adet 4+1 daire olmak üzere, toplam 116 konut projesine ait gerçek örnek daire yaşam mekânı (salon) araştırma kapsamında analiz edilmiştir.

Tablo 1. İncelenen örnek dairelerin il, ilçe ve daire tipine göre dağılımı

İl	İlçe	Proje Sayısı (3+1)	Proje Sayısı (4+1)	Proje Sayısı (Toplam)
1 Adana	Çukurova	1		2
	Yüreğir		1	
2 Ankara	Altındağ		1	31
	Çankaya	3	8	
	Etimesgut		3	
	Gölbaşı	1	3	
	Keçiören	2	5	
	Sincan	2	1	
	Yenimahalle		2	
3 Antalya	Kepez	2		3
	Muratpaşa	1		
4 Aydın	Nazilli		1	1
5 Bursa	Mudanya		2	5
	Osmangazi	2	1	
6 Gaziantep	Şehitkamil	2	2	4
7 İstanbul	Avclar	2	2	41
	Bağcılar		1	
	Bahçelievler	1		
	Bakırköy	1	1	
	Başakşehir	1	4	
	Beylikdüzü	1	1	
	Büyükkçekmece	1	1	
	Çekmeköy	1		
	Esenyurt	2		
	Gaziosmanpaşa	1		
	Kadıköy	1		
	Kağıthane	1		
	Kartal	1	1	
	Küçükçekmece	1	2	
	Maltepe	3		
	Sarıyer	2	1	
	Silivri	1		
Tuzla		1		
Ümraniye	1			
Üsküdar	1	1		
Zeytinburnu	1	1		
8 İzmir	Bayraklı		1	8
	Bornova		1	
	Çiğli	2		
	Karşıyaka		1	
	Konak	1		
	Narlıdere		2	
9 Kayseri	Melikgazi		2	4
	Talas		2	
10 Kocaeli	İzmit		1	1
11 Konya	Meram		1	4
	Selçuklu		3	
12 Mersin	Mezitli		2	3
	Yenişehir		1	
13 Samsun	Atakum		5	6
	İlkadım		1	
14 Şanlıurfa	Haliliye		1	2
	Karaköprü		1	
15 Tekirdağ	Çorlu	1		1
TOPLAM		44	72	116

Yaşam mekânı, kullanıcıların aktif yaşamlarını sürdürdüğü; genellikle konutun en büyük alanı olan ve manzaraya açılan, aile bireylerinin birlikte zaman geçirdikleri, misafirlerini ağırladıkları ve diğer mekânlarla ilişkili olarak düzenlenen, konutun aktif yaşama bölümüdür (Yıldırım & Başkaya, 2006: 286). Literatür taramasında da desteklendiği üzere, yaşam mekânının örnek daire temsilinde en öne çıkan oda olmasının çeşitli sebepleri vardır. Öncelikle yaşam mekânı konut içinde en büyük alana sahip olan ve çoğu zaman manzaraya açılan en kıymetli odadır. Bunun yanında, yaşam mekânı misafirlerin kabul edilmesi ve evin dışı açılan yüzü olmasıyla bir evin içinde sosyal etkileşimin en yüksek olduğu alandır. Bu sebeplerden ötürü evin en çok kullanılan ve yaşanan yeri olmakta, en çok para harcanan ve statü gösteren mekânı olarak ön plana çıkmaktadır (Çapanoğlu, 2014; Faulkner, 1979; Küçükerman, 1988; Yıldırım & Başkaya, 2006). Konut projeleri tanıtımı ve pazarlaması amacıyla hazırlanan internet sitelerinde konutun iç mimari özelliklerini etkileyici şekilde gösterebilmek adına çeşitli odalarından ve çeşitli açılardan çekilmiş fotoğrafları içinde öncelikle yaşam mekânı, sonrasında ise giriş ve antre, mutfak, yatak odaları ve banyolar gibi diğer iç mekânların fotoğrafları yer almaktadır. Bu doğrultuda, araştırma kapsamında toplanan fotoğraflar arasında konut projelerinde öncelik verildiği görülen yaşam mekânı (salon) fotoğrafları çalışma kapsamında ele alınmıştır.

Bu aşamada görsel tarama analiz yöntemi iç mekânı tanımlayan unsurlar üzerinden gerçekleştirilmiştir. İç mekânı tanımlayan unsurlara ilişkin gruplama literatür doğrultusunda oluşturulmuştur. Ching ve Binggeli (2012) iç mimarlığın unsurları olarak iç mekân yapı elemanlarını, aydınlatma ve akustiği, kaplama malzemelerini; doku, desen ve renklerini, hareketli ve sabit olan mobilyaları ele almaktadır. Kurtich ve Eakin (1993) iç mimarlığı insan kullanımına yönelik mekânın bütünsel olarak yaratılması, geliştirilmesi ve tamamlanması olarak tanımlarken; mekânı tanımlayan ve formu ortaya çıkaran ışık, mekâna duygusal bir boyut kazandıran renk, insan kullanımı için konfor sağlayan mobilya ve kültürü yansıtan stilden değinmektedir. Pile (2003) iç mekân tasarımcılarının ele aldığı çeşitli elemanlar olarak malzeme, renk, aydınlatma ve ışık, tekstil, mobilya ve aksesuardan; bunların işlevsel, estetik yönlerinden, stillerinden, ergonomi özelliklerinden ve planlama-yerleşimden söz etmektedir. Benzer şekilde Gibbs (2005) ise renk, doku, desen, malzeme ve bitişler, mobilya seçimi, detay ve aksesuardan uyum içinde birlikte olması gereken iç mimari unsurlar olarak bahsetmektedir. Literatür ışığında, ortak olarak ele alınan iç mimarlık unsurları içinden, örnek daire fotoğrafları üzerinden çözümlenmesi mümkün olmayan akustik özellikler ve fiziken deneyimlenmesi gereken konfor, rahatlık ve ergonomi faktörleri hariç tutulmuştur. Bu doğrultuda çalışma kapsamında belirlenen toplam 116 adet konut projesi örnek daire yaşam mekânının analizi, Tablo 2'de gösterilen yedi başlık altında yer alan iç mimari unsurlara göre gerçekleştirilmiştir.

Tablo 2. İçerik analizi yönteminde kullanılan iç mekân unsurları

1 Yerleşim şeması ve planlama	Yaşam mekânına giriş ve pencere açıklıklarına göre ana mobilya gruplarının yerleşimi, birbirleri arasındaki mesafeleri, boş alanlar ve dolaşım
2 Mobilya ve donatı	Oturma grubunu oluşturan koltuk, berjer, sehpa vb., yemek grubunu oluşturan yemek masası, sandalye, dresuar, büfe vb., TV ünitesini oluşturan TV sehpa, raflar, duvar ünitesi vb., zigon sehpa, puf gibi yardımcı mobilyalar
3 Aydınlatma	Aydınlatma tasarımı, tavan ve duvar üzerinde uygulanmış mimari aydınlatma, avize, aplik gibi yeri sabit aydınlatma unsurları; lambader, abajur gibi hareketli ve sonradan eklenebilen aydınlatma unsurları
4 Renk	İç mekân yüzeylerinde, mobilya ve donatılarında kullanılan renklerin bir araya gelişi, kullanımı ve uyumu
5 Malzeme	Yer, duvar ve tavan düzlemlerinin bitiş malzemeleri, TV ünitesi, raf, kitaplık gibi sabit mobilyaların kaplama malzemeleri; bu malzemelere ait renk, doku, desen özellikleri
6 Stil	Modern, klasik, avangart, eklektik vb.
7 Aksesuar	Hah, perde, vazo, dekoratif obje, tablo, çerçeve, kitap, saat, koltuk şalı, bitki vb.

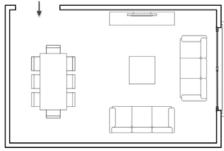
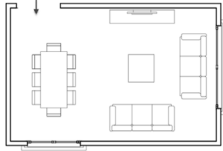
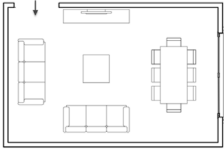
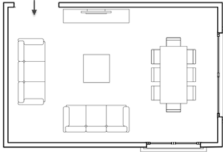
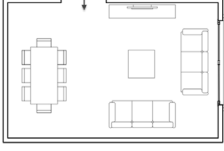

BULGULAR

İçerik analizinde kullanılmak üzere tanımlanan iç mekân unsurları doğrultusunda 116 örnek daire yaşam mekânı detaylı olarak incelenmiş ve aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır.

Yerleşim Şeması ve Planlama

Yerleşim şeması ve planlama yönünden, yaşam mekânlarında mobilyalar, aydınlatma elemanları ve aksesuar kullanımına tüm örnek dairelerde ortak olarak rastlanmıştır. İncelenen 116 örnek daire yaşam mekânı içerisinde Gaziantep, Kayseri, Konya ve Samsun illerinden olmak üzere 7 (%6) örnek daire haricinde, 109'unda (%94) pencere açıklıklarının yere kadar olduğu görülmüş; 59 (%51) örnek daire yaşam mekânının tek duvarında pencere açıklığı yer alırken, 57 (%49) örnek daire yaşam mekânının iki duvarında da pencere açıklığı yer aldığı kaydedilmiştir. Tablo 3'te tek duvarında ve iki duvarında pencere açıklığı yer alan yaşam mekânları yerleşimleri şematik olarak gösterildiği üzere, mobilya başlığı altında yer alan oturma grubu, yemek grubu ve TV ünitesinin benzer yerleşim düzenleri gösterdiği; bu unsurların bir araya gelişlerinde ve kapıdan giriş yönüne göre yerleşimlerinde benzerlikler olduğu görülmüştür.

Tablo 3. Örnek daire yaşam mekânı yerleşim düzeni şematik gösterimi

Yerleşim düzeni (tek pencere)	Adet	Yerleşim düzeni (iki pencere)	Adet	Toplam
	49		35	84
	3		6	9
	7		16	23
TOPLAM	59	57	116	

Görsel 2'de örnekleri verildiği gibi, kapıdan girişte önce yemek grubunun, daha sonra oturma grubunun yer alması, kapıdan giriş yönüne göre yemek masasının dikey olarak yerleştirilmiş olması, yemek masasının arka duvarında ayna ve/veya ahşap kullanılan bir duvar tasarımına yer verilmesi, oturma grubunun karşısında TV ünitesinin ortali olarak konumlandırılmış olması, incelenen 116 örnek daire yaşam mekânının 84'ünde (%72,5) rastlanan bir yerleşim şeklidir. Bunun yanında, 9 (%7,5) örnek daire yaşam mekânına girişte önce oturma grubu, daha sonra yemek grubu yer alırken; 23 (%20) yaşam mekânında da giriş alanı oturma grubu ve yemek grubunu ayırmaktadır. Oturma grubuna eşlik eden tek parça veya iki parçadan oluşan orta sehpanın altında halı serilmiş olması, üzerinde aksesuarların yer alması, yemek masası üzerinde ve TV ünitesi çevresinde vazo, kase, çerçeve gibi aksesuarların yer alması ve bunların konumlandırılması da benzerlik göstermektedir.



Girişe göre yemek masası konumu ve arka duvarında ayna kullanımı; TV ünitesi ve karşısında oturma grubu, berjer ve iki adet avize kullanımı ile aynı yerleşim düzeni gösteren örnekler



Perde ve fon kullanım şekli, halı ve aksesuar kullanım tercihleri, yemek masası ile oturma gurubu ilişkisi ve TV ünitesi konumu ile aynı yerleşim düzeni gösteren örnekler

Görsel 2. Yerleşim düzenini gösteren örnekler

Yerleşim şeması açısından ele alındığında antreden yaşam mekânına girişte incelenen 116 örnek daireden 51'inde (%44) antreden kapı ile ayrıldığı ve ayrı bir mekân olarak planlandığı; 65'inde (%56) kapı olmadığı ve açık planlı bir uygulama benimsendiği görülmektedir. Bu 65 örnek daire içinden 23'ünde yaşam mekânına girişte antreden bir bölücü ile ayrıldığı; giriş alanı ile doğrudan ilişkinin kapı yerine bölücü eleman ile sağlandığı bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bulgu doğrultusunda hem yaşam mekânına girişin geniş tutulduğu ve rahat bir giriş sağlandığı, hem de antre ile sınırın belirlendiği uygulamaların güncel konut projelerinde oldukça yaygınlaştığı düşünülmektedir.

Mobilya ve Donatı

Örnek daire yaşam mekânlarında yer alan hareketli ve sabit mobilyaların günlük kullanıma yönelik olarak ve çekirdek bir ailenin ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde planlandığı anlaşılmaktadır. Analiz edilen 116 örnek daire içinden Gaziantep, Kayseri, Konya ve Şanlıurfa illerinde yer alan 11 (%9) örnek daire yaşam mekânında TV ünitesi yer almadığı; geriye kalan 105 (%91) örnek daire yaşam mekânının tümünde televizyonun kendisine özel ayrılan bir TV ünitesi içinde konumlandırılmış olduğu, yerleşim şemasında oturma grubunun TV ünitesine odaklı olarak düzenlenmiş olduğu görülmüştür. Görsel 2'de örneklendiği gibi, TV ünitesinin yaşam mekânında oynadığı başrol fark edilmekte, bu durum Avcı (2022), Keskin & Temel (2022), Temel (2021) ve Tüntaş & Kapusuz-Balcı (2023) çalışmalarında da değinildiği gibi, televizyon ve içine yerleştiği TV ünitesi tasarımının örnek daire yaşam mekânlarında öne çıktığı ve oturma düzeni içinde bir odak noktası haline geldiği anlaşılmaktadır.

İncelenen 116 örnek daire yaşam mekânının 17'sinde (%15) TV ünitesi karşısında ayak uzatmayı mümkün kılan puf bulunduğu; 6'sında (%5) uzanmayı ve rahat etmeyi mümkün kılan L şeklinde köşe koltuk bulunduğu görülmekte; mobilya seçimlerinin yaşam mekânında gerçekleştirilecek aktivitelere ve kullanıcı sayılarına referans gösterir şekilde yönlendirici tasarıma sahip oldukları dikkat çekmektedir.

Benzer bir bulgu yemek grubunu oluşturan mobilyalarda görülmüştür. Yemek masası düzenlerinin altı veya sekiz kişilik oturumlar ile sınırlı tutulduğu, 116 örnek daire yaşam mekânının 12'sinde (%10) yemek masasının tek tarafında sandalye yerine bank konulduğu (Görsel 3), 63'ünde (%54) yemek masası arkasında veya başında bir büfe veya dresuar yer alırken, 53'ünde (%46) yemek masası arka duvarında ayna ve ahşap pano tasarımının yer aldığı, misafir yemek takımlarının sergilendiği vitrinlerin ise incelenen örnek daire yaşam mekânlarının hiç birinde yer almadığı görülmüştür. Yaşam mekânına ayrılan alanda, günümüzün taleplerini yansıtmak adına vitrinin yerini TV ünitesinin aldığı anlaşılmaktadır.

Yaşam mekânında günlük kullanıma yönelik unsurlara önem verilmesine dair farklı bir örnek ise yukarıda bahsi geçen yemek masalarında sofranın kurulu ve servise hazır şekilde gösterildiği düzenlemelere rastlanmasıdır. İncelenen 116 örnek daire yaşam mekânının 85'inde (%73) yemek masası üzerine dekoratif objeler yerleştirildiği, 31'inde (%27) ise runner ve Amerikan servisler, yemek takımları, bardaklar ve şamdanlar ile hazır bir yemek düzeni yerleştirildiği görülmüştür (Görsel 3). Bu bağlamda, örnek dairede vaat edilen yaşam biçiminde yemek yemenin nasıl bir deneyim ve duygu uyandırdığına dair ipuçları verildiği, güncel sofra düzeni sergilenmiş ve gerçek yaşantıdan bir kesit sunulan yemek ortamının pazarlama amacıyla bir sahneye dönüştürüldüğü düşünülmektedir.



Dekoratif obje kullanımını gösteren örnekler



Runner örtü ve yemek takımı kullanımını gösteren örnekler

Görsel 3. Yemek grubu örnekleri

Oturma elemanları yönünden incelenen 116 örnek daire yaşam mekânında yer alan üçlü ve L koltukların tamamının kumaş kaplı olduğu, eşlik eden tekli koltukların form ve malzeme yönünden uyumlu renk ve stilde seçildiği; modern stildeki örnek dairelerde düz döşeme tercih edilirken; klasik ve eklektik stildeki örnek dairelerde düğmeli ve kapitoneli döşeme seçildiği gözlemlenmiştir. İncelenen 116 örnek daire yaşam mekânının 29'unda (%25) oturma grubuna eşlik eden bank ve puf bulunduğu; kumaş veya deri kaplı bu mobilyaların yerlerinin değiştirilebilmesi, kullanıcı sayısı arttığında yan yana oturma veya TV seyredilirken koltuk önüne alınarak ayak uzatabilme imkanı sunmasıyla esnek kullanıma uygunluğundan dolayı tercih edildiği düşünülmektedir.

Aydınlatma

Örnek dairelerin tamamında aydınlatmaya dair tasarım fikirlerinin uygulandığı ve fotoğraf çekimi sırasında gündüz vakti olmasına rağmen aydınlatmanın açık tutulduğu görülmüştür (Görsel 2-4). Aydınlatma açısından analiz edildiğinde, gizli tavan aydınlatması, ışık havuzu, siva üstü spot, siva altı gömme spot, siva üstü sarkıt/avize gibi yeri sabit olan genel aydınlatmanın yanı sıra; abajur ve lambader gibi hareketli aydınlatma elemanlarının bulunduğu görülmüştür. İncelenen 116 örnek daire yaşam mekânının tamamında siva üstü sarkıt aydınlatma (avize), 67'sinde (%58) tavanda gizli aydınlatma (ışık havuzu) uygulandığı ve 56'sında (%48) aplik, abajur, lambader ile aydınlatmanın desteklendiği görülmüştür. Tavanda asma tavan yapılarak gizli tavan aydınlatması uygulanmış olsa dahi, siva üstü sarkıt aydınlatmanın (avize) hem oturma grubu hem de yemek grubu merkezine yerleştirilerek tavanda kullanıldığı tüm örnek dairelerde saptanmıştır (Görsel 4). Işık kaynağının göze gelmediği indirekt aydınlatma türlerine bir örnek olan gizli tavan aydınlatmasının sağladığı genel aydınlatma yeterli olsa dahi; geleneksel Türk evlerinde (Demirarslan, 2011), ve 70'li yıllarda konut yaşam mekânlarında görülen (Bülül Bahtiyar & Yıldız, 2021) avize kullanımının günümüzde halen devam ettiği, tavan ortasında siva üstü sarkıt aydınlatmaya mutlaka yer verildiği anlaşılmaktadır. Bazı örneklerde lambader ve abajur seçimlerinin aydınlatmanın

yanı sıra genel dekorasyonun bir parçası olan aksesuarlardan biri olarak yer verildiği, aydınlatma elemanlarının tasarım yönüyle birbirlerine benzer özellikler gösterdiği anlaşılmaktadır.



Görsel 4. Aydınlatma tasarımında gizli tavan ve sarkıt (avize) aydınlatmanın birlikte kullanımına ilişkin örnekler

Renk

Renk yönünden incelenen tüm örnek daire yaşam mekânlarında, yukarıda bahsedilen stil farklılığı olsun veya olmasın, renk uyumuna özen gösterildiği görülmüştür. Yaşam mekânları incelendiğinde tavan, duvar ve yer düzlemlerinde seçilen malzemelerin, bitiş ve kaplama malzemelerinin, seçilen mobilya, aydınlatma ve aksesuarların içerisinde bir renk paleti planlandığı, genel renk uyumuna dikkat edildiği ve bir renk dengesinin gözetildiği anlaşılmaktadır. Görsel 5'te örneklendiği gibi, aynı yerleşim düzenine ancak farklı stillere sahip iç mekân tasarımlarında sıcak ve soğuk tonların, açık ve koyu renklerin kendi içinde uyumlu olarak kullanıldığı görülmüştür. İncelenen 116 örnek daire yaşam mekânından 8'inde (%7) akromatik renk şeması, 108'inde (%93) kromatik renk şeması uygulandı; 45'inde (%39) sarı, turuncu, kahverengi, kırmızı gibi sıcak renk tonları kullanıldığı, 71'inde (%61) yeşil, mavi, turkuaz gibi soğuk renk tonları kullanıldığı görülmüştür.

İncelenen 116 örnek daire yaşam mekânınının 34'ünde (%29) planlanan renk paletleri içerisinde vurgu amacıyla seçilen sarı, kırmızı, turkuaz gibi baskın ve ilk bakışta göze çarpan renklerin berjer ve koltuk gibi oturma elemanı ve kirlent, minder veya vazo gibi aksesuarlarda kullanıldığı görülmüştür.



Görsel 5. Genel renk uyumuna ilişkin örnekler

Malzeme

Bitiş ve kaplama malzemeleri yönünden, iç mekânda kapalılık algısını oluşturan tavan, duvar ve yer düzlemleri ile bu düzlemlere bağlı olarak tasarlanmış sabit mobilyalarda seçilen malzemeler; bu malzemelerin rengi, dokusu ve deseni örnek dairenin genel görüntüsünü oluşturmaktadır. Bu genel görüntüye mobilya, aydınlatma ve aksesuar seçimleri eklendiğinde örnek daire yaşam mekânının genel stili ortaya çıkmaktadır. İç mekân ölçüsü, tavan yüksekliği ve pencere açıklıkları benzer olan, mobilya grupları yönüyle yerleşim şeması da aynı olan, ancak bitiş ve kaplama, aydınlatma, mobilya ve aksesuar seçimlerinde farklı olan örnek daireler stil olarak ayrılmaktadır.

İncelenen tüm örnek daire yaşam mekânlarında yer malzemesi olarak ahşap görünümlü lamine parke kaplamanın tercih edildiği, lamine parke döşeme elemanında uzun yönünde tek parça parke görüntüsü olan tek strip parke kullanıldığı gözlemlenmiştir. Ancak parkenin renginin, dokusunun ve desenini oluşturan çizgi ve budak miktarının örnek dairedeki stil ve renk paletine göre çeşitlilik gösterdiği anlaşılmaktadır (Görsel 4, 5). Buna ek olarak, tüm örnek dairelerde oturma grubu altında halı kullanıldığı, bazı örnek dairelerde yemek grubunun altında da halı kullanıldığı görülmüştür. Oturma grubu altına serilen halı dikdörtgen ve oturma grubunun büyüklüğünü aşmayacak ölçüde seçilmiştir. Geçmiş zamanlarda kullanılan büyük ebatlı taban halısı yerine, orta ve küçük ebatlı kelle halıların kullanıldığı; modern stile sahip örnek dairelerde bordürsüz ve düz, klasik stile sahip örnek dairelerde bordürlü ve göbek desenli halı kullanıldığı görülmüştür.

İncelenen 116 örnek daire yaşam mekânının 56'sında duvar yüzeyinde sıva ve boya, 56'sında kendinden desenli duvar kağıdı, 4'ünde ahşap kaplama panel kullanıldı; bu örnekler içinden 44'ünde (%38) ise TV ünitesi ve yemek masası arkası gibi kısmi bir duvar alanında ahşap kaplama, doğal taş veya mermer görünümlü panel kullanıldığı görülmüştür (Görsel 6). Bu tür uygulamaların duvar düzleminde belirli bir alanı ön plana çıkarmak ve malzeme çeşitliliği sağlayarak estetik açıdan göze zengin görünen bir ortam yaratmak amacıyla tasarlanmış olabileceği düşünülmektedir. Tavan yüzeyinde ise incelenen tüm örneklerde beyaz rengin tercih edildiği, incelenen örneklerin 67'sinde (%58) tavanda gizli aydınlatma uygulaması için bir ışık havuzu tasarlandığı ve bu sebeple iki kademeli tavan yüksekliği olduğu görülmektedir (Görsel 3-5, 7). Ayrıca, genel görünümün gösterişli olması amacıyla mobilya, aksesuar ve aydınlatma elemanlarının metal kısımlarında altın, eskitme altın, pirinç veya bakır görünümlü kaplamaların ve mobilya ve ahşap donatılarda parlak lake kaplamanın sıklıkla kullanıldığı görülmektedir.



Görsel 6. Duvar yüzeyinde mermer, ahşap ve ayna kaplama uygulamalarına ilişkin örnekler

Stil

Stil farklılıklarının iller arasında olduğu gibi aynı ilde bulunan ilçeler arasında da belirgin farklılıklar gösterdiği anlaşılmaktadır (Görsel 7). Bu farklılıkların konut projesinin yer aldığı il/ilçe/bölge içindeki hedef kitlenin konut taleplerine göre şekillendiği tahmin edilmektedir.

İncelenen 116 örnek daire yaşam mekânı içerisinde 49'unda (%42) düz hatlı mobilyaların kullanıldığı, doğal ve pastel renk paletlerinin seçildiği, malzemenin doğal deseni haricinde desen kullanılmayan yüzeylerin hâkim olduğu modern/çağdaş bir yaklaşım öne çıkmakta; 57'sinde (%49) kıvrımlı ve süslemeli

mobilyaların kullanıldığı, parlak ve canlı renk paletinin seçildiği, altın veya gümüş varaklı detaylara sahip, desenlere de yer verilen klasik bir yaklaşımla karma ve süslemeci bir tasarım anlayışı öne çıkarken, 10'unda (%9) ise karma bir stilin hakim olduğu eklektik bir tasarım anlayışı görülmüştür. Modern yaklaşımın hakim olduğu örnek daireler İstanbul, Ankara ve İzmir gibi büyük şehirlerde; klasik ağırlıklı karma ve süslemeci yaklaşımın ise daha çok Aydın, İstanbul, Kocaeli, Kayseri, Malatya, Mersin, Samsun, Şanlıurfa ve Gaziantep şehirlerinde yer almaktadır.



Gaziantep
Güneydoğu Anadolu Bölgesi



İstanbul
Marmara Bölgesi



Sincan
İç Anadolu Bölgesi



Çankaya, Ankara
İç Anadolu Bölgesi

Görsel 7. Aynı yerleşim düzeni ile farklı stillerde tasarlanmış örnek daire yaşam mekânlarına ilişkin örnekler

Aksesuar

Örnek daire iç mekân tasarımında fonksiyon, kullanım kolaylığı, ergonomi ve sürdürülebilirlik gibi iç mimarlık disiplini açısından her zaman güncel ve önemli olan konulardan daha önce ve ilk sırada estetiğin gelmesidir. Daha önce de belirtildiği gibi örnek daireler konut projelerinde bir pazarlama aracıdır. Bir ürün olarak ele alınan konutu potansiyel konut alıcılarına beğendirmek amacıyla estetik kaygı güderek iç mekân tasarımında görselliğe öncelik verilmesi öngörülen bulgulardan biridir. Görsel katkısı açısından zengin olan aksesuar grubu, fonksiyon ve işlev açısından kısıtlı, bakım ve temizlik açısından kolay olmamasına rağmen incelenen tüm örnek dairelerde karşılaşılan unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Aksesuar grubu içinden halı ve perde analiz edilen tüm örnek dairelerde renk ve deseni genel stile uygun olacak şekilde seçilerek kullanılmıştır. Canlı ve yapay bitki, ayna veya çerçeveli tablo gibi çeşitli duvar dekorları, vazo, çanak, şamdan, mum, fener, saat, kitap gibi dekoratif objeler aksesuar grubunu oluşturan diğer unsurlar olarak incelenen 116 örnek daire yaşam mekânı içinden 109'unda (%94) görülmüştür (Görsel 8). Ching ve Binggeli'nin (2012) de belirttiği gibi küçük ölçekli olmasına rağmen denge ve ilgi yaratmak için kullanılan aksesuarların, iç mekânı etkileyici kılan ve iç mekâna yaşanmışlık hissi katan insancıl bir dokunuş olması sebebiyle çalışma kapsamında analiz edilen örnek dairelerde yaygın olarak kullanıldığı, bu aksesuarların seçiminin genel stile uygun ve destekleyici şekilde olduğu saptanmıştır. Bazı konut projelerinde yaşam mekânına yerleştirilmiş aksesuarların ön planda tutulduğu yakın çekim fotoğraf karelerinin, yaşam mekânını çeşitli açılardan gösteren geniş açı fotoğraf karelerine eklenerek pazarlamada yer verilmesi, aksesuarlara verilen önemi gösteren ve Ching ve Binggeli'nin (2012) çalışmasını destekleyen bir bulgudur.



Görsel 8. Aksesuar kullanımına ilişkin örnekler

SONUÇ

İçerik analizi yöntemi ile yürütülen görsel taramalarda, konut projelerinin örnek dairelerinin profesyonel olarak fotoğraflandığı, fotoğrafların içerisinden seçilen ve projeyi en iyi şekilde yansıttığı düşünülen görsellerin pazarlama amacıyla internet sitelerinde, emlak sitelerinde ve sosyal medya hesaplarında kullanıldığı ve potansiyel konut alıcıları başta olmak üzere geniş bir hedef kitleye ulaşılmaya çalışıldığı anlaşılmaktadır. Örnek dairelere ait iç mekân fotoğrafları içerisinde sayıca daha çok yer verilen ve iç mekân fotoğraflarının sıralamasında öncelikli olarak yer alan yaşam mekânı (salon) incelenmiş, bu inceleme sonucunda konut sektöründe yönlendirici bir etkisi olduğu anlaşılan örnek dairelerin iç mekân tasarımına ilişkin tespitler yapılmıştır.

Öncelikle, 2013-2023 yılları arasında Türkiye’de en çok birinci el konut satışı gerçekleşen illerdeki konut projelerinin örnek daire yaşam mekânlarında Tablo 4’te ana başlıklarda ve alt başlıklarda yer alan iç mimari unsurların yer aldığı anlaşılmaktadır.

Tablo 4. Türkiye’de güncel örnek daire yaşam mekânlarının içerdiği iç mimarlık unsurları

Ana başlıklar	Alt başlıklar	Unsur lar
Mobilya	Oturma grubu	Koltuk, berjer, orta sehpa, yan sehpa, puf, bank
	Yemek grubu	Yemek masası, sandalye, bank, dresuar
	TV ünitesi	TV ünitesi, raf, çekmece, dolap
Aydınlatma	Hareketli aydınlatma	Abajur, lambader
	Sabit aydınlatma	Avize, aplik, gizli tavan aydınlatması, ışık havuzu
Aksesuar	Halı	Halı, kilim, post
	Perde	Tül perde, dekor, güneşlik, jaluzi
	Bitki	Canlı, yapay
	Duvar dekoru	Ayna, tablo, pano
	Dekoratif obje	Vazo, kâse, şamdan, mum, fener, çerçeve, saat, obje, kırlent, kitap, gazetelik vb.

Bu bağlamda, iç mekânı oluşturan tavan, duvar ve zemin yüzeylerinde kullanılan bitiş ve kaplama malzemelerine uygun ve uyumlu olacak şekilde; mobilya, aydınlatma ve aksesuar olmak üzere üç ana başlık altında toplanan iç mimari unsurların örnek dairelerin yaşam mekânlarında mutlaka görüldüğü; konut projesinin örnek dairelerinin bulunduğu il ve ilçedeki hedef kitleye göre tasarlandığı, dolayısıyla güncel bir göstere olabileceği söylenebilir. Konut örnek daireleri etkin bir reklam ve pazarlama aracı olarak kullanıldığından, ürün reklamı ve pazarlamanın kullanıcının üzerine etkilerinde, Elden ve diğerlerinin de (2017) değindiği gibi, iç mekân tasarım unsurlarının kullanıma dair potansiyel konut

alıcılarına güncel yaklaşımlar hakkında fikir verebileceği ve yön gösterici nitelikte olabileceği düşünülmektedir.

Ayrıca yerleşim şemasında benzerlikler, evin en çok alanının ayrıldığı (Kurt, 2021) ve genellikle manzaralı cephede olan yaşama mekânının nasıl ve kaç kişi tarafından kullanıldığına ön görüldüğüne dair fikir vermektedir. İstanbul, Ankara ve İzmir gibi büyük şehirlerde bulunan örnek dairelerde 2-4 kişilik bir ailenin günlük kullanımına uygun, doğal ve pastel renk tonları kullanılan, aksesuar kullanımının optimum düzeyde olduğu, çağdaş bir üslup ile düz hatlara sahip mobilyalar ile TV seyretme ve sohbet etme gibi günlük aktivitelere göre yerleşimin planlandığı; Konya, Kayseri, Gaziantep, Samsun gibi illerde bulunan örnek dairelerde ise aynı planlamanın yanı sıra daha geleneksel bir üslup ile süslemeli unsurlar kullanılan bir tasarım yaklaşımının uygulandığı görülmektedir. Bu anlamda, yaşama mekânlarının tasarımının il, ilçe gibi bölgelere göre değişiklikler gösterebildiği, sosyo-demografik özellikler doğrultusunda şekillenen tercihlere göre tasarlandığı düşünülmektedir.

Örnek daire yaşam mekânlarının hemen hepsinde fotoğraf çekiminin gündüz vaktinde yapılmasına rağmen aydınlatmanın açık olması, aydınlatma elemanlarına verilen önemi ve yaşam mekânı atmosferinin algılanmasına katkısını artırmak amacıyla tercih edildiğini düşündürmektedir. Aydınlatma elemanlarının sabit ve hareketli olarak kullanımındaki çeşitliliği ile de güncel iç mekân tasarımlarında aydınlatma tasarımına verilen önemi göstermektedir. Tavanda ışık havuzu veya avize kullanılması genel aydınlatma için yeterli olabilmektedir, ancak her iki aydınlatma yönteminin birlikte kullanıldığı görülmektedir. Sarkıt aydınlatmanın (avize) vazgeçilemez bir unsur olarak incelenen tüm örnek dairelerde görülmesi ile Türkiye’de yer alan avizeli salon kültürünün halen devam ettiği anlaşılmaktadır. Benzer şekilde aksesuar kullanımının da eksiksiz olarak incelenen tüm örnek dairelerde görüldüğü, pazarlama aracı olarak örnek dairelerin sunumunda aksesuar kullanımına önem verildiği düşünülmektedir. Güncel örnek dairelerde yer alan aksesuarların saat, kitap, çerçeve, vazo, kırlent gibi hem işlevsel yönünün olması hem de görsel olarak estetik ihtiyaçları karşılması ve iç mekâna yaşanmışlık hissi katması sebebiyle iç mimari tasarımın bir parçası olarak iç mekâna katkıda bulunduğu anlaşılmaktadır. Ancak iç mekânda gereğinden fazla aksesuar kullanılmasının algıyı olumsuz etkileyebileceği; ayrıca satış ve pazarlamaya olumlu etkisinin olabilmesi amacıyla optimum düzeyde aksesuar kullanımına dikkat edilmesi önerilmektedir.

Örnek daire yaşam mekânlarında genel renk seçimlerinin incelenen tüm örneklerde kendi içinde uyumlu bir renk paleti sergilediği; örnek dairelerin büyük çoğunluğunda krem, toprak rengi gibi pastel ton kullanımlarına gidildiği, bazılarında ise kırmızı, yeşil ve sarı ton kullanımları ile atmosferin canlandırılmasına ilişkin yaklaşımların sergilendiği görülmüştür. Bu bağlamda renk seçimine verilen önem, renk konusunda bir hassasiyet olduğu şeklinde yorumlanabilir. Benzer şekilde, yaşam mekânlarının stil olarak da kendi içinde uyumlu olduğu görülmüştür. Seçilen renk şemaları, ahşap kaplama tercihleri (parlak, mat gibi), metal türü ve doku tercihleri (pirinç, bronz, mat krom, parlak krom gibi), kumaş tercihleri (kadife, keten gibi), desen tercihleri (halı, duvar kâğıdı ve kırlent vb. unsurlarda seçilen çiçekli, geometrik vb. desenler) ve aksesuar seçimleri bir araya geldiğinde konut iç mekân tasarımında farklı stilleri oluşturduğu anlaşılmıştır.

Bu çalışmada iç mimari unsurlar bir bütün olarak ele alınmış; yerleşim ve planlama, mobilya ve donatı, aydınlatma, renk, malzeme, stil ve aksesuar olarak toplam 7 başlık altında detaylı bir analiz yapılmıştır. Bu analizler doğrultusunda oldukça kapsamlı bulgulara ulaşılmıştır. Bir sonraki adımda, bulguların her bir başlık için ayrı bir çalışma ile değerlendirilmek üzere detaylandırılması hedeflenmektedir. Ayrıca, gelecekte il ve ilçe bazında örnekler, iç mimaride üslup farklılığına göre incelenerek, sosyo-ekonomik ve sosyo-demografik seviyelere göre şekillenen talep, tercih ve beğeni konularının araştırılması öngörülmektedir.

Bu çalışmadaki araştırma sonucunda elde edilen bulgular, Türkiye’de günümüz yaşam mekânı oluşumlarına ışık tutmaktadır. Toplumun ihtiyacına ve yönelimine güncel bir gösterge olduğu anlaşılan örnek daire yaşam mekânı tasarımlarında

kullanıcıların günlük kullanımına uygun seçimlerin yaygın olduğu anlaşılmaktadır. Özellikle büyük şehirlerde yaşam şeklinin getirdiği yaşam mekânlarının iç mimarlık unsurlarının konut kullanıcılarının rahat ve kolay kullanımına göre şekillendiği görülmektedir. Türkiye’de farklı illerde bulunan, satış ve pazarlaması planlanan bir ürün haline gelen konut projeleri örnek dairelerinde yer alan yaşam mekânlarının mevcut durum tespiti kapsamında gerçekleştirilen bu çalışma, iç mekân tasarımında güncel eğilimin nasıl olduğunu ortaya çıkarması bakımından önemli görülmektedir. Bu anlamda çalışma kapsamında elde edilen bulguların özellikle konut projeleri iç mekân tasarımı alanında yapılan araştırmalar ile konutların tasarım, planlama, satış ve pazarlamasında kullanılabilmesi bakımından değerli olduğu düşünülmektedir.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

1. yazar %60, 2. yazar %40 oranında çalışmaya katkı sağlamıştır.

Çatışma Beyanı

Herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Etik Kurul Beyanı

Etik kurul onayı gerektiren bir çalışma değildir.

KAYNAKÇA

- Alanka, D. (2024). Nitel bir araştırma yöntemi olarak içerik analizi: Teorik bir çerçeve. *Kronotop İletişim Dergisi*, 1(1), 64-84.
- Anbarcı, M., Giran, Ö., Türkan, Y. S. & Manısalı, E. (2012). Ürün olarak konut kavramı ve Türkiye’deki konut satışlarının ürün hayat eğrisi yaklaşımıyla değerlendirilmesi. *Engineering Sciences*, 7(1), 178-188.
- Aras, L. (2014). Bir mimarlık bilinmeyişi: Postmodern gündelik yaşamda 'konut' tükendi mi? *Megaron*, 9(2), 103-112. <https://dx.doi.org/10.5505/MEGARON.2014.63835>
- Avcı, N. (2022). Geleneksel Türk evinden çok katlı binalara: kentsel mimarinin eleştirisi. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 15(39), 858-882. <https://doi.org/10.12981/mahder.1148794>
- Baudrillard, J. (1997). *Tüketim toplumu* (H. Deliçaylı & F. Keskin, Çev.). Ayrıntı Yayınları. (Orijinal yayın tarihi 1970).
- Bauman, Z. (2006). *Küreselleşme toplumsal sonuçları* (A. Yılmaz, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Baykal, Z., & Denli, N. (2017). İdealize edilen yeni yaşamın tanıdık yüzü: korunaklı-güvenlikli konut sitelerinin reklam filmleri üzerine bir içerik analizi. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 20(2), 49-88.
- Bülbül Bahtiyar, T., & Yıldız, E. (2021). "Ev dekorasyon" dergisi (1976-82) üzerinden konutlardaki iç mekân özelliklerinin incelenmesi. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, (28), 149-173. <https://doi.org/10.18603/sanatvetasarim.10486232>
- Ching, F. D. K., & Binggeli, C. (2012). *Interior design illustrated* (3. Basım). John Willey and Sons.
- Clapham, D. (2005). *The meaning of housing: A pathways approach*. Policy Press.
- Cooper, C. (1974). The house as symbol of the self. J. Land (Der.), *Designing for human behavior* (ss. 130-146). Dowden, Hutchinson and Ross.
- Çapanoğlu, A. (2014). *Konut yaşama mekanlarında kullanılan stillerin kullanıcı tercihleri üzerindeki etkisi* [Doktora tezi, Gazi Üniversitesi].
- Demir, B. (2017). *Hedonik tüketim kavramı ışığında gayrimenkul sektöründe pazarlama stratejilerinin incelenmesi: İzmir Folkart Towers örneği* [Yüksek lisans tezi, İzmir Katip Celebi Üniversitesi].
- Demirarslan, D. (2011). Eski bir Bektaşî yerleşimi: Yörük Köyü’nde evler ve odanın oluşumu. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, (58), 69-88.
- Elden, M., Ulukök, Ö., & Yeygel, S. (2017). *Şimdi Reklamlar... İletişim Yayınları*.
- Elnaggar, H. B. (2022). Illumination and color in interior design of living room. *Journal of Design Sciences and Applied Arts*, 3(1), 50-63. https://jdsaa.journals.ekb.eg/article_216175.html
- Faulkner, S. (1979). *Planning a home: A practical guide to interior design*. Holt, Rinehart and Winston.

- Gibbs, J. (2005). *Interior design*. Laurence King Publishing.
- Gön, A. (2017). "Hiçbir-Yer"de yaşam: konut projeleri görselleri. *Ankara Üniversitesi İlef Dergisi*, 4(2), 67-88. <https://doi.org/10.24955/ilef.357085>
- Görgülü, T., & Koca, S. K. (2007). Türkiye'de barınma biçimlerinde yaşanan değişimler: Son dönemde yapılan tüketim odaklı konutlar. *Mimarlar Odası Mimarlık Dergisi, Eylül-Ekim*, 337, 29-33.
- Gram-Hanssen, K., & Bech-Danielsen, C. (2004). House, home and identity from a consumption perspective. *Housing, Theory and Society*, 21(1), 17-26. <https://doi.org/10.1080/14036090410025816>
- Güleç Solak, S., & Oktay, E. (2017). "Konut"tan öte "Konut"tan ziyade: Yaratılan yeni kentsel ütopyaların konut reklamları aracılığıyla inşası. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(40), 378-397.
- Hofman, E., Halman, J. I. M., & Ion, R. A. (2006). Variation in housing design: identifying customer preferences. *Housing Studies*, 21(6), 929-943. <https://doi.org/10.1080/02673030600917842>
- İğit, R. (2021). *Türkiye'nin modernleşme hareketleri paralelinde salon mekânı ve mobilya tasarımları üzerine dönem sineması üzerinden bir analiz* [Yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi].
- Jansen, S. J. T., Coolen, H. C. C. H. & Goetgeluk, R. W. (2011). Chapter 1: Introduction. S. J. T. Jansen, H. C. C. H. Coolen and R. W. Goetgeluk (Der.), *The measurement and analysis of housing preference and choice* (ss. 1-26). Springer.
- Karabağ, Ç., & Hasgöl, E. (2020). Temalı konut projelerinde kullanılan reklam dilinin kent yaşamındaki postmodern göstergeleri. *İdealkent*, 11(31), 1576-1603. <https://doi.org/10.31198/idealkent.745638>
- Kauko, T. (2006). Expressions of housing consumer preferences: proposition for a research agenda. *Housing, Theory and Society*, 23(2), 92-108.
- Kaya, E., & Proto, M. E. (2016). Erken cumhuriyet döneminde süreli yayınlarda mobilya (asri evin modern mobilyaları). *İstanbul Aydın Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, 2(3), 61-73.
- Keskin, I., & Temel, H. (2022). 21 yy'da İstanbul'daki toplu konutlardaki kullanıcı gereksinime göre yaşama mekânı analizi. *Current Debates on Social Sciences*, 8, 368-377.
- Kurt, S. (2021). *Haneden ev haline: "Türk evi"nde mimari, düzenleme, pratik* (Vol. 2987). İletişim Yayınları.
- Kurtbaş, İ., & Timur, M. C. (2024). COVID-19 sonrası dönemde Türkiye'de konut sektörünün ekonomi-politik analizi. *Politik Ekonomik Kuram*, 8(2), 516-539. <https://doi.org/10.30586/pek.1469155>
- Kurtich, J., & Eakin, G. (1993). *Interior architecture*. Van Nostrand Reinhold.
- Küçükerman, Ö. (1988). *Turkish house in search of spatial identity* (3. Basım). Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu Yayını.
- Lefebvre, H. (2014). *Mekânın üretimi* (I. Ergüden, Çev.). Sel Yayıncılık.
- Lersch, P. M., & Dewilde, C. (2018). Homeownership, saving and financial wealth: A comparative and longitudinal analysis. *Housing Studies*, 33(8), 1175-1206. <https://doi.org/10.1080/02673037.2018.1424803>
- Levy, D., Murphy, L., & Lee, C. K. (2008). Influences and emotions: Exploring family decision-making processes when buying a house. *Housing Studies*, 23(2), 271-289. <https://doi.org/10.1080/02673030801893164>
- Marcus, C. C. (2006). *House as a mirror of self: Exploring the deeper meaning of home*. Nicolas-Hays, Inc.
- Markoç, I. (2019). Luxury high-rise condos as a conspicuous consumption fact: Istanbul. *Atlas Journal*, 5(22), 730-746. <https://doi.org/10.31568/atlas.354>
- Metin, O., & Ünal, Ş. (2022). İçerik analizi tekniği: İletişim bilimlerinde ve sosyolojide doktora tezlerinde kullanımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 273-294. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1227356>
- Miller, G. (2012). *Tüketimin evrimi cinsiyet, statü ve tüketim* (G. Vardar, Çev.). Alfa Basım Yayını.
- Olgun, C. K. (2008). Nitel araştırmalarda içerik analizi tekniği. *Sosyoloji Notları*, 66.

- Öncü, A. (1999). *İdeal ev mitolojisi sınırları aşarak İstanbul'a ulaştı*. Birikim. <https://birikimdergisi.com/dergiler/birikim/1/sayi-123-temmuz-1999/2317/ideal-ev-mitolojisi-sinirlari-asarak-istanbul-a-ulasti/6446> (01.02.2025).
- Örnek, M. (2016). *Markalı konut projelerinde pazarlama stratejileri: Sur Yapı örneği* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi].
- Özdoğan, M., Coşgun, N., & Mayuk, S. G. (2023). Konut üretim sektöründe sanal gerçeklik sistemlerinin kullanımının incelenmesi. *ArtGRID-Journal of Architecture Engineering and Fine Arts*, 5(1), 33-47. <https://doi.org/10.57165/artgrid.1264149>
- Pajo, A., & Selvi, M. S. (2024). Konut üretimi ve pazarlama sorununa ilişkin bir değerlendirme. *İdealkent*, 16(45), 1275-1307. <https://doi.org/10.31198/idealkent.1361720>
- Pile, J. F. (2003). *Interior design*. Harry N. Abrams.
- Sarı, S. M. (2019). *Konutlarda salon tasarımının çözümünde malzemenin önemi* [Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi]. <https://hdl.handle.net/20.500.14124/1057>
- Shamaileh, A. A. (2022). Critical analysis of ergonomic and materials in interior design for residential projects. *Materials Today: Proceedings*, 65, 2760-2764. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2022.06.035>
- Su, Ö., & Kaplan, B. (2017). Konut pazarlamasında pazarlama karmaşı stratejileri üzerine bir araştırma. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(15), 1-26.
- Şahin, P., & Şener, S. M. (2018). Türkiye'de konut söylemlerinde yaşanan değişimin reklamlar üzerinden analizi - İstanbul örneği. *İdealkent*, 9(23), 258-291. <https://doi.org/10.31198/idealkent.416803>
- Temel, H. (2021). Konut yaşama alanları mobilya düzenlemesinde farklılıklar, site örneği. *Online Journal of Art and Design*, 9(4), 294-302.
- Tüntaş, D., & Kapusuz-Balci, B. B. (2023). A multi-layered reading on the salon-vitrin coupling: Domestic staging in modern apartment in Turkey. *Al Z Itu Journal of The Faculty of Architecture*, 20(3), 693-706. <https://www.az.itu.edu.tr/jfa/article/view/383>
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2024, 19 Ocak). *Konut satış istatistikleri, Aralık 2023*. TÜİK. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Konut-Sat%C4%B1%C5%9F-%C4%B0statistikleri-Aral%C4%B1k-2023-49516&dil=1> (01.04.2024).
- Uysal, M., & Atalay, F. N. B. (2017). Tüketim aracı olarak konutun mekânsal değişiminin reklamlar üzerinden çözülmesi: Konut kooperatifleri süreci. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 4(15), 2107-2116.
- Yıldırım, K., & Başkaya, A. (2006). Farklı sosyo-ekonomik düzeye sahip kullanıcıların konut ana yaşama mekânını değerlendirmesi. *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 21(2), 285-291.
- ### Görsel Kaynakçası
- Görsel 1: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2024, Ocak 19). *Konut Satış İstatistikleri, Aralık 2023*. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Konut-Satış-İstatistikleri-Aralık-2023-49516&dil=1](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Konut-Sat%C4%B1%C5%9F-%C4%B0statistikleri-Aral%C4%B1k-2023-49516&dil=1) (01.04.2024).
- Görsel 2: Gamador. (t.y.). *Gamador Kuru Evleri*. Gamador İnşaat. <https://gamador.com.tr/gamador-bulvar.html> (11.05.2024).
- Gamador. (t.y.). *Gamador Bravo*. Gamador İnşaat. <https://gamador.com.tr/gamador-bravo.html> (11.05.2024).
- Natura Dünyası. (t.y.). *Natura Vadi*. Natura Dünyası. <https://naturadunyasi.com/projeler/natura-vadi/> (11.05.2024).
- Fuzul GYO. (t.y.). *TEM Avrasya Konutları*. Fuzul GYO. <https://www.avrasyatem.com/> (23.05.2024).
- Görsel 3: MK Yapı İnşaat. (2019, 17 Ağustos). *MK Towers*. [Fotoğraf]. Facebook. https://www.facebook.com/story.php/?story_fbid=2381546775497587&id=1616010635384542&_rdr (26.04.2024).
- Vesen. (t.y.). *Vesen Yalıları*. Vesen. <https://vesen.com.tr/vesen-yalilari/> (23.05.2024).
- AC Yapı. (t.y.). *Moment İstanbul*. AC Yapı. <https://www.momentistanbul.com/ornek-daire> (23.05.2024).
- BTAA. (t.y.). *Batışehir sample house*. BTAA Mimarlık. <https://www.btaaworks.com/works#/batisehir-sample-house> (23.05.2024).

Görsel 4: 360 Samsun. (t.y.). *Sam Tower*. 360 Samsun. <https://www.360samsun.com/proje/samtower/> (21.05.2024).

3S Kale Gayrimenkul Geliştirme. (t.y.). *3S Firuze Konakları*. 3S Kale Gayrimenkul Geliştirme. <http://www.3sfiruzekonaklari.com.tr/> (21.05.2024).

Fuzul GYO. (t.y.). *TEM Avrasya Konutları*. Fuzul GYO. <https://www.avrasyatem.com/> (23.05.2024).

Ünsal Group. (t.y.). *Mevaşehir*. Ünsal Group. <https://www.mevasehir.com/galeri> (23.05.2024).

Görsel 5: Denar İnşaat. (t.y.). *Denar Citrus lobi & örnek daire*. Denar İnşaat. <https://www.denarcitrus.com/denar-insaat/foto-galeri/> (21.05.2024).

Günsev İnşaat. (t.y.). *Günsev Sitesi-7, Gaziantep*. Günsev İnşaat. <https://www.gunsevinsaat.com/projeler/gunsev-sitesi-7> (23.05.2024).

Güncel Proje. (t.y.). *Ege Suits*. Güncel Proje Bilgileri. <https://www.guncelprojebilgileri.com/izmir-konut-projeleri/ege-suits> (23.05.2024).

Avrupa Gayrimenkul. (2019, 8 Haziran). *Pearl of Silivri*. [Fotoğraf]. Facebook. <https://www.facebook.com/100063684547047/posts/2222108944552298/> (23.05.2024).

Görsel 6: Mesa. (t.y.). *Mesa Caddesi*. Mesa Mesken. <https://www.mesa.com.tr/ Mesa-cadde.aspx> (23.05.2024).

Este Mimarlık Tasarım Uygulama. (t.y.). *Avrupa Konutları*. Homify. <https://www.homify.com.tr/fotograf/2454496/salon-yemek-odasi> (26.04.2024).

Görsel 7: Günsev İnşaat. (t.y.). *Günsev Sitesi-7, Gaziantep*. Günsev İnşaat. <https://www.gunsevinsaat.com/projeler/gunsev-sitesi-7> (23.05.2024).

Marka Projeler [@markaprojeler]. (2023, 3 Mart.). *Vadistanbul Teras*. [Fotoğraf]. Instagram. https://www.instagram.com/marka.projeler/p/CpTRFomLMU2/?img_index=3

Hepsi Emlak. (t.y.). *Polsan Prestij Konutları*. Hepsi Emlak. <https://www.hepsiemlak.com/ankara-sincan-torekent-satilik/daire/150186-19> (26.04.2024).

Santra. (t.y.). *Santra Çayyolu*. Santra. <https://www.santra.com.tr/santra/tr/ornek/Galeri.html> (11.05.2024).

Görsel 8: Pruva 34. (t.y.). *Pruva 34*. Doğa Madencilik. <https://www.pruva34.com/galeri> (11.05.2024).

3S Kale Gayrimenkul Geliştirme. (t.y.). *3S Firuze Konakları*. 3S Kale Gayrimenkul Geliştirme. <http://www.3sfiruzekonaklari.com.tr/> (21.05.2024).

Tahincioğlu. (t.y.). *Nidapark Başakşehir*. Tahincioğlu. <https://www.nidaparkbasaksehir.com/galeri/> (26.04.2024).

Şua Yapı. (t.y.). *Elite Concept*. Şua Yapı. <https://eliteconcept.com.tr/tr/ornek-daire> (23.05.2024).