



COMPARISON OF THE DESIGNER DECISIONS ON THE FAÇADE DESIGN ON THE BASIS OF THE USER PERCEPTION AND SAMPLE SITE STUDY

Ferda Akkuş*, Çiğdem Tekin**

* Yüksek Mimar,

**Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Mimarlık Bölümü,

E-mail: ferdakus@gmail.com, cigdem.tekin@msgsu.edu.tr

Copyright© 2018 Ferda Akkuş, Çiğdem Tekin. This is an open access article distributed under the Eurasian Academy of Sciences License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ABSTRACT

This study aims to search approach of the designer while designing the outer visible characteristics of the shopping malls, which changed our shopping habits and represent new type of structure, and perception of such approach by the user on the basis of a sample structure. The province and the building are considered together while selecting the building analyzed within the scope of this study. Accordingly, it was decided to apply the study in Sivas province due to its strong historical background, existence of unique and new structures together, its user profiles getting used to do shopping within inns that are fed via the street in cultural and climatic senses and availability of the first and single shopping mall in the city. Statistical analysis was held through participation of the user and designer to understand the perception towards the façade of the sample shopping mall. Results of the analysis showed that the user failed to perceive the objective of the designer's decisions.

Keywords: Shopping mall, Designer's decisions, User perception, Facade, Sivas.

DIŞ CEPHE TASARIMINDA TASARIMCI KARARLARININ KULLANICI ALGISI İLE ÖRNEK ALAN ÇALIŞMASI ÜZERİNDEN KARŞILAŞTIRILMASI

ÖZET

Bu çalışmanın amacı alışveriş alışkanlığımızı değiştiren, yeni bir yapı türü olan alışveriş merkezlerinin dışarıdan görünebilir özelliklerinin tasarlanmasında tasarımcının yaklaşımı ve bu yaklaşımın kullanıcı tarafından nasıl algılandığının örnek bir yapı üzerinden araştırılmasıdır. Çalışmada araştırmaya konu binayı seçebilmek için il ve bina birlikte düşünülerek karar verilmiştir. Bunun için tarihi belleği güçlü olan, özgün ve yeni yapıları birarada barındıran, gerek kültürel gerekse iklimsel özelliklerden dolayı sokaktan beslenen hanlar içinde alışveriş eylemine alışmış kullanıcı profiline sahip, aynı zamanda ilk ve tek alışveriş merkezinin olması gibi kriterler ile Sivas ili çalışma alanı olarak seçilmiştir. Örnek seçilen alışveriş merkezinin dış cephe algısına yönelik kullanıcı ve tasarımcı katılımlı istatistiksel analiz yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre tasarımcı kararlarını kullanıcı amaçlarına şekilde algılayamamıştır.

Anahtar kelimeler: Alışveriş merkezi, Tasarımcı kararları, Kullanıcı algısı, Dış cephe, Sivas.



1. GİRİŞ

Türkiye'nin büyük kentlerinde 1990'lardan sonra gelişen bir yapı türü olarak alışveriş merkezleri; biçimleri, görünüşleri ve büyüklükleri itibarıyla oldukça dikkat çekici yapılardır. Alışveriş merkezlerinin, kent ölçeğinde kapladığı alana bakıldığında, kentsel dokuya, kent kimliğine, hatta kullanıcıya etkisinin önemszenmesi gerekmektedir.

19.yy öncesinde kent dokusu ile bütünleşen alışveriş mekanlarının, 20. yy'da alışveriş merkezi projelerine evrilmesiyle, kent içinde ya da dışında yer alarak geçmişteki alışveriş mekan-kentsel mekan bütünleşmesinden farklı eğilimlerde olduğu görülmektedir. Alışveriş merkezlerinin bulunduğu şehirde yeni bir yapı türü olarak ve özellikle ticari amaçlı yapılması sebebiyle kent sakinleri tarafından kabul görmesi, benimsenmesi belirli ölçütlerin sağlanmasıyla gerçekleştirilmektedir.

Devleşen ticaret sermayesinin ortaya çıkardığı bu görüntü artık sadece alışverişin yapıldığı değil, sosyalleşmenin ve farklı ihtiyaçları karşılayabilmenin mümkün olduğu yeni bir yapı türü olarak kent merkezi ile yarışmaktadır (Abalı, 1990). Alışveriş merkezlerinin çekiciliği üzerine yapılan çalışmalarda, hoşça vakit geçirmek için tüketicileri alışveriş merkezlerine çeken bir takım faktörlerin ön plana çıktığı görülmektedir (Köksal, 2015).

Ticari değeri yüksek olan bu yapıların dışarıdan davetkar, içeride ise uzun zaman geçirilebilecek cazip özelliklere sahip olması gerekir. Gerek mimari tasarımları, gerekse kullanılan teknoloji, çok çeşitli malzeme ve detay çözümleri ile alışveriş merkezleri kullanıcılara farklı deneyimler yaşayabileceği mekan alternatifleri sunmaktadır.

Alışveriş merkezlerini kullanıcı, biçim ve malzemesi ile öncelikle dışarıdan algılamaktadır. Yapının kimliği, kalitesi, güvenilirliği kentle kurduğu arayüz elemanı olan dış cephe, kullanıcıya yapı hakkında ilk bilgiyi vermektedir. Bu durum tasarımcının, kullanıcıyı yapıya çekebilmek için, malzeme seçimi ve biçim arayışlarında farklı yaklaşımlar geliştirmesi gerekliliğine neden olmaktadır. Kullanıcının algısı alışveriş merkezlerinin imajına etki etmektedir. İmaj algının bir sonucu olarak karşımıza çıkarken yapının dış cephesi önem kazanmaktadır.

Bu nedenle bir binanın nasıl tasarlandığı kadar nasıl algılandığı konusu da oldukça önemlidir. Her binanın kendi fiziksel koşulları içindeki tasarlama süreci farklı parametrelere göre değişkenlik göstermektedir. Değiştirilemeyen fiziksel çevre verileri dışında, tasarımcının bir binayı kente nasıl eklemleyebileceği konusundaki yaklaşımı, senaryosu, kente ve binaya ilişkin atfettiği değerler farklılık göstermektedir. Kimi tasarımcı kentin geçmişini, hafızasını değerli bulurken, kimi tasarımcı geçmişle bir bağ kurmamayı tercih edebilir. Tasarım süreci sonucunda üretilen bina fiziksel olarak kente dahil olduğunda, binanın yakın çevresine ve kente kattığı değer ile kullanıcının bu binayı algılama, değerlendirme-değer verme süreci başlamaktadır. Bu aşamada tasarımcının öncelikle bina için aldığı görünebilir-görsel-estetik kararları kullanıcıya geçmekte yada geçememektedir. Tasarımcının amaçladığı yaklaşım-vermek istediği mesajın, kullanıcı tarafından nasıl ve ne kadar algılandığı önemlidir.

Bu çalışma kapsamında Türkiye'de dış cephe tasarımlarına yönelik yapılan çalışmalara bakıldığında; dış cephe ve yüzey kavramları, mimarlıkta cephe kavramının kullanıcı ve tasarımcı özelinde neyi ifade ettiği yönünde araştırmalar içeren; Çağdaş Mimarlıkta



Cephe/Yüzey Kavramı Tartışmaları (Sönmez, 2011) ve Mimarlıkta Cephe-Yüzey Dönüşümü: 1990'lar Sonrası Değişim Süreci (Ergün, 2008) incelenmiştir.

Aynı zamanda; 'Tasarımcı fikrini ortaya koyarken ölçütleri nelerdir?', 'Kullanıcıya fikrini ne şekilde hissettirecektir?' sorularının cevabı cephe-malzeme ve biçim açısından değerlendirilirken; Bina Cephesi ve İşlevlerinin Görsel Analiz Kapsamında Değerlendirilmesi (Üstündağ, 2009), Değişen Sokak Cephesi Üzerine Bir Araştırma Talimhane Örneği (Emir, 2016), Mimarlıkta Cephe Yüzey Dönüşümü 1990'lar Sonrası Değişim Süreci (Ergün, 2008), Biçimsel ve Anlamsal İfade Aracı Olan Cephesinin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Yaklaşım (Şenyiğit, 2010) çalışmaları incelenmiştir.

2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırmanın amacı alışveriş alışkanlığımızı değiştiren, yeni bir yapı türü olan alışveriş merkezlerinin dışarıdan görünebilir özelliklerinin tasarlanmasında tasarımcının yaklaşımı ve bu yaklaşımın kullanıcı tarafından nasıl algılandığının örnek bir yapı üzerinden araştırılmasıdır.

Bu araştırma kapsamında örnek binanın türü, hangi kriterlere göre seçileceği kararları önemlidir. Alışveriş merkezlerinin büyük ölçekli ve dikkat çekici özelliklere sahip olması, işlevsel olarak ilk kez inşa edildiği kentlerde alışveriş eylemini farklı bir mekanda deneyimleme imkanı vermesi, aynı zamanda ticari olan bu yapının müşteri sürekliliğini sağlayabilmek için cazip-ilgi çekici bir yapı olması gibi gerekliliklerden dolayı örnek bina olarak alışveriş merkezi seçilmiştir.

İkinci konu alışveriş merkezinin nasıl seçileceğidir. Öncelikle bu çalışmada araştırmaya konu binayı seçebilmek için il ve bina birlikte düşünülerek karar verilmiştir. Bunun için tarihi belleği güçlü olan, özgün ve yeni yapıları birarada barındıran, gerek kültürel gerekse iklimsel özelliklerden dolayı sokaktan beslenen hanlar içinde alışveriş eylemine alışmış kullanıcı profiline sahip bir kent olmasına önem verilmiştir;

- Kentte bu özellikte ilk alışveriş merkezi olması, alışveriş eylemini farklı ölçek ve özelliklerde bir binaya taşınması,
- Halkın alışık olduğu alışveriş eylemini kent merkezinden büyüme aksı üzerinde yer alan kent dışına taşınması,
- Kent tarihinin zengin ve mevcut nitelikli mimari örneklerin kent belleğinde güçlü bir yere sahip olmasıdır.

2.1. Çalışma Alanı Hakkında Bilgi Verilmesi

Kent kimliği, geçmişi ve geleceği göz önünde bulundurulduğunda, köklü bir tarihe sahip, kendine has gelenekleri, kültürü ve dokusuyla ülkemizin İç Anadolu bölgesinde yer alan Sivas ili çalışma konusu için seçilmiştir. Sivas, İç Anadolu'nun doğusunda ilk yerleşimi milattan önce neolitik dönemlere dayanan köklü tarihe sahip bir şehirdir. Anadolu'daki tarihi İpekyolu güzergahlarının kesiştiği noktada bulunan şehrin ünlü Kral Yolu'nun da geçtiği aks üzerinde yer alması ticari faaliyet geçmişinin çok gerilere dayandığını göstermektedir. Sivas tarihi zenginlikleri, kaplıcaları, doğal güzellikleriyle bugün hala önemli bir kesişim noktası üzerinde yer alan Türkiye'nin yüz ölçümü en büyük ikinci kenti konumuna sahiptir (Şekil 1; Özçelik, 2015).



Şekil 1: Sivas Genel Şehir Görünümü

Anadolu şehirleri içinde, özellikle askerî ve ticarî açıdan önemli bir şehir konumundaki Sivas, Anadolu coğrafyasını derinden etkilemiş, ilkçağlardan beri Hitit, Roma, Selçuklu, Osmanlı gibi farklı devletlerin himayesinde kalan şehrin dokusu, savaşlar, siyasî oluşumlar ve göçlere bağlı olarak sürekli değişmiştir (Akbulut, 2009).

Tarihi bir geçmişe sahip olan kentin üstlendiği önemli görevler şehirde eski mimari eserlerin yapılmasına neden olmuştur. Selçuklu ve Osmanlı eserleriyle dolu şehirde tarihi camiler, medreseler, hamamlar, konaklar ve ticaretin yapıldığı hanlar ve kervansarayların birçoğu hala mevcudiyetini ve işlevini korumaktadır. Özellikle Selçuklu eserleri bakımından Konya'dan sonra en çok mimari esere sahip ilimizdir.

2.2. Sivas Alışveriş Merkezinde Tasarımcı Konseptinin Tanımlanması

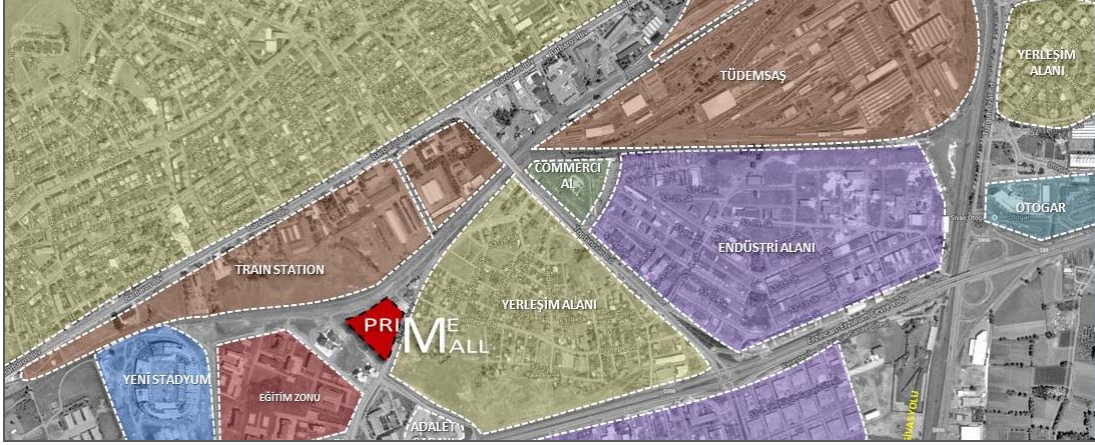
Alman yatırımcı grubu Prime Development ve Sivas'ta yaşayan iş insanlarından oluşan ortaklık tarafından Sivas'ta ilk alışveriş merkezi Prime Mall 2017 yılında hizmete açılmıştır. Alışveriş merkezi eski kent merkezine uzak, kentin büyüme aksı yönünde ve kent dışında yer almaktadır. Binanın 2015 yılında, A Tasarım Mimarlık Ofisi tarafından tasarım ve uygulama projesi hazırlanmıştır.

Yerli yatırımcının kentte yaşıyor olması ve bölgenin dinamiklerini bilmesi, yabancı yatırımcının daha önce birçok alışveriş merkezi projesi yapmış olması önemli bir ölçüttür. Ayrıca tasarımcı ekibin de daha önce alışveriş merkezi tasarım ve uygulama deneyimleri bulunmaktadır.

Seçilen arazinin kentin büyüme aksı yönünde ve kent dışında yer alması önemli bir kriterdir. Sivas ili genel alışveriş alışkanlığının kent merkezinden kent dışına kaydırılarak yeni yerleşim bölgesi olan şehrin yeni stadyumuna ve adliye binasına yakın konumda bir arazi düşünülmesi ile kentin büyüme aksına katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

Tasarımcı yapının etrafını çevreleyen binaları göz önünde bulundurduğunda yeni stadyum, Hilton Oteli ve Adalet Sarayı binalarını mimari olarak nirengi noktası oluşturacak kimliğe sahip çevresel veri olarak kabul etmemiştir. Yapının hemen yan parselinde yer alan Sivas Stadyumu ağır kış şartları ve yoğun kar yağışı kriterleri göz önüne alınarak, dairesel forma sahip ekolojik stat olarak yapıldığı söylenmektedir.

Alışveriş merkezi arazi yaklaşımı düşünülürken işlek yol aksı önemli bir ölçüt olarak görülmüştür. Ayrıca yaya aksı olarak Adliye'den, Stadyumdan ve civardaki konut bölgelerinden gelecek kullanıcılar da göz önünde tutulmuştur (Şekil 2, 3; Balcı, 2015).



Şekil 2: Sivas Prime Mall Alışveriş Merkezi Yakın Çevresi Fonksiyon Analizi



Şekil 3: Arazi Yaklaşımı Paftası

Kütlenin belirlenmesi ve iç mekan yerleşimlerinin bu forma göre şekillenmesinden sonra alışveriş merkezinin cephe tasarımında geleneksel kent mimarisine atıfta bulunan, kent kimliğiyle uyum sağlayabilecek, ancak dışarıdan bakıldığında çekici ve gösterişli bir tasarım yapmak amacıyla olan tasarımcı, kent belleğinde belirgin özelliklere sahip tarihi yapılardan ve biçimlerden esinlenmiştir.

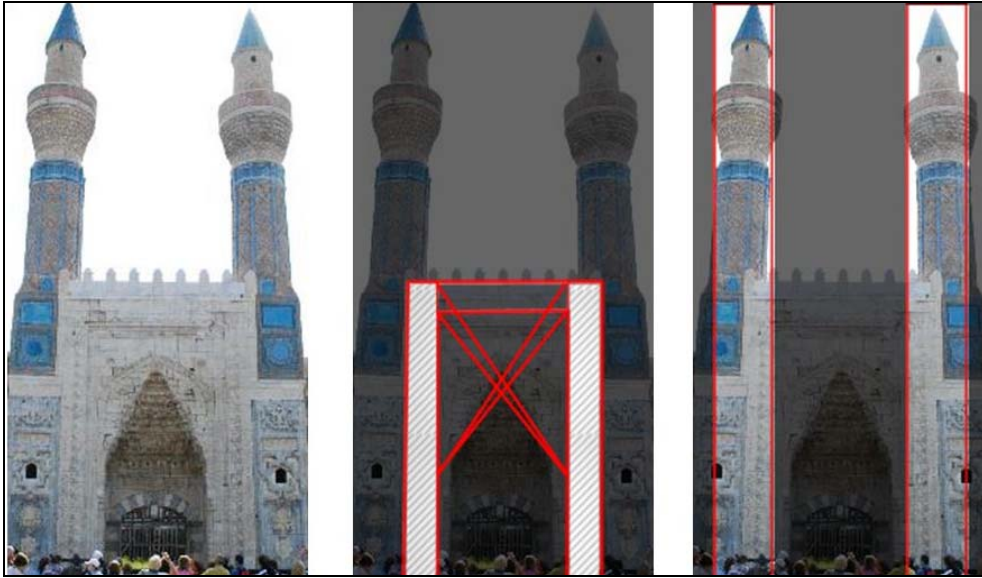


Tasarımcı alışveriş merkezinin görünür özelliklerine karar verirken kent kullanıcısının belleğinde alışkın olduğu biçim ve renkler üzerinden bağlantı kurmaya çalışmıştır. Böylece kullanıcıya tanıdık gelen biçim ve renkler üzerinden, farklı biçim ve işleve sahip olan bu binanın kabul edilme, tercih edilme ya da beğenilme oranı yükselebilecektir.

Tasarımcı bu amaçlar ile binanın dış cephe biçim, kaplama ve renk kararlarında Sivas'ın önemli yapılarından etkilendiğini belirtmektedir. Formu geliştirirken, işlevi gereği dışa dönük olmayan kütle, yerel mimari öğelere atıfta bulunarak tasarlanmıştır (Şekil 4; Özçelik, 2015), (Şekil 5; Balcı, 2015).



Şekil 4: Yapı Girişi Form Arayışları Eskiz Çalışmaları



Şekil 5: Gökmedrese Çifte Minareli Formun Analizi

Alışveriş merkezinin giriş kapılarında, şehrin sembolü haline gelen Çifte Minareli Medrese ve yine Çifte Minareli Gökmedrese'nin eşit iki minaresine atıfla giriş taklarının yanına sütunsal formlar eklenerek karakterize edilen sütunlara modern bir görünüş sağlanması amaçlanmıştır (Şekil 6; Balcı, 2015).

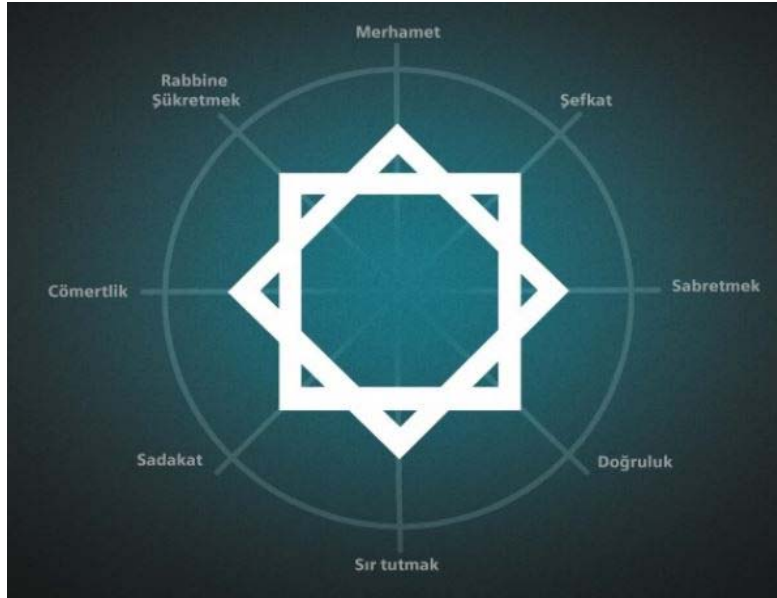


üstü doluluk oranını hafifletmek amacıyla mesh panel kaplanarak yarı saydam bir görüntü verilmek istenmiştir.

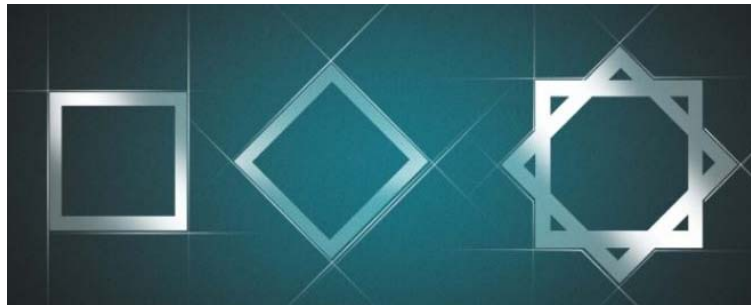
Giriş açıklığının iki yanında tüm cephe boyunca uzanan bina cephe bitiş noktasının da üstünde bir kotta yükselen giriş taklarının yanları alüminyum kompozit kaplanırken girişe bakan yüzeyleri içi aydınlatılarak, yarı saydam satine camla kaplanmıştır. Gece aydınlatmasıyla çizgisel bir alan oluşturan takların, karanlıkta giriş alanının farklılaşarak algılanması amaçlanmıştır.

Yapının kütsel olarak büyük ve kapalı hacme sahip olması çekiciliğini azaltmaktadır. Bu olumsuz durumu gidermek için tasarımcı dış cephe kaplama yüzeyinde kullanılmak üzere desen arayışlarına girmiştir.

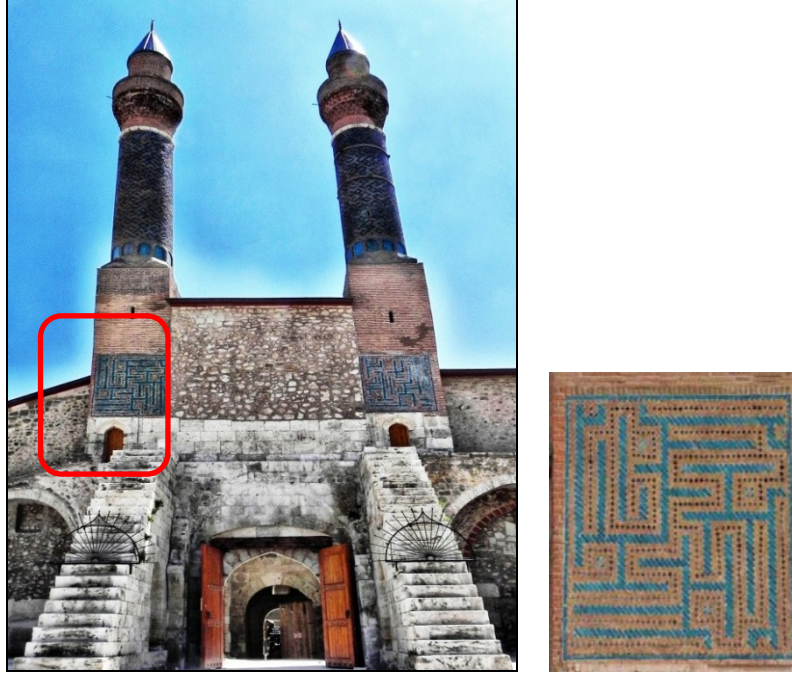
Sivas'ta Selçuklu eserlerine sıkça rastlanmaktadır. Tasarımcı, esinlendiği tarihi eserlerden formlar derlemeler oluşturarak, cephede çağdaş görünümlü ve kapalı kütleyi hafifletici çalışmalar yapmıştır. Selçuklu yıldızının örnek alındığı cephe çalışmasında, yıldız formu karakterize edilerek bina cephesinde kullanılmaya çalışılmıştır (Şekil 8, 9; URL-1), (Şekil 10; URL-2), (Şekil 11,12,13,14,15,16; Balcı, 2015).



Şekil 8: Selçuklu Yıldızı Anlam Şeması



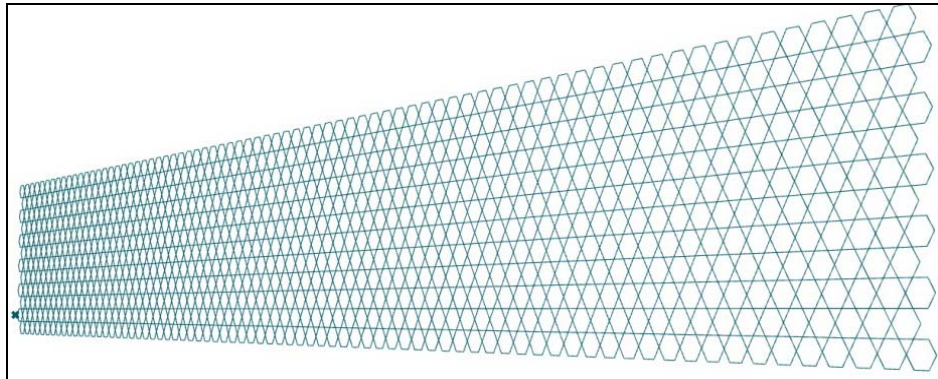
Şekil 9: Selçuklu Yıldızı Grafiksel Oluşum Şeması



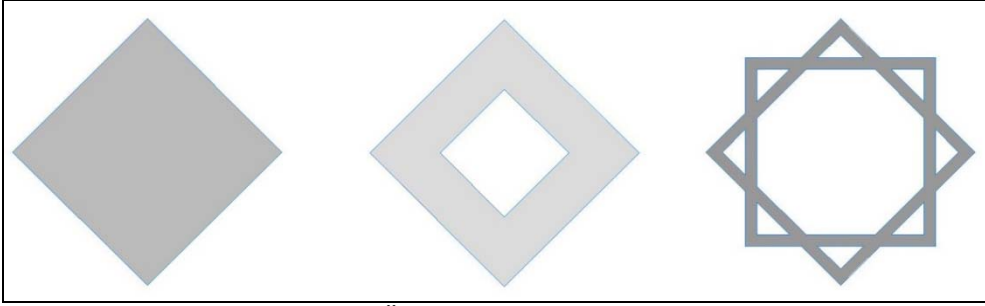
Şekil 10: Sivas Çifte Minare-Mavi Çini Detayı



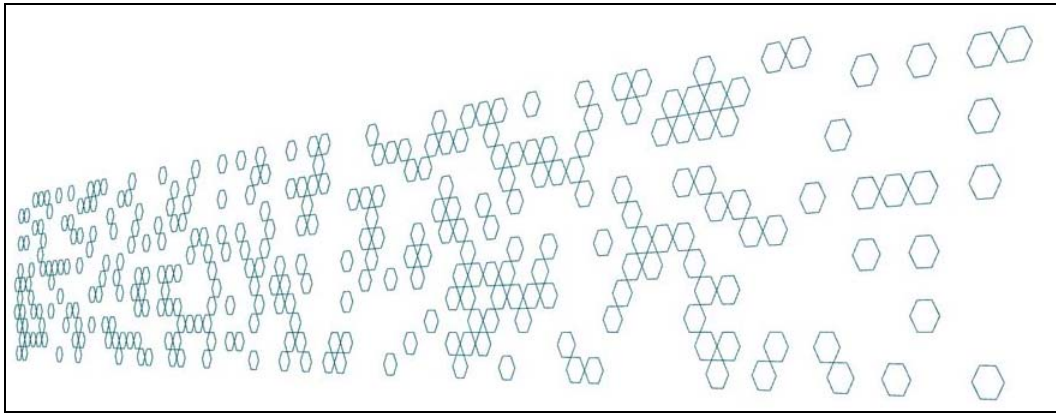
Şekil 11: Selçuklu Mimarisi Renk ve Desen Geometrisi



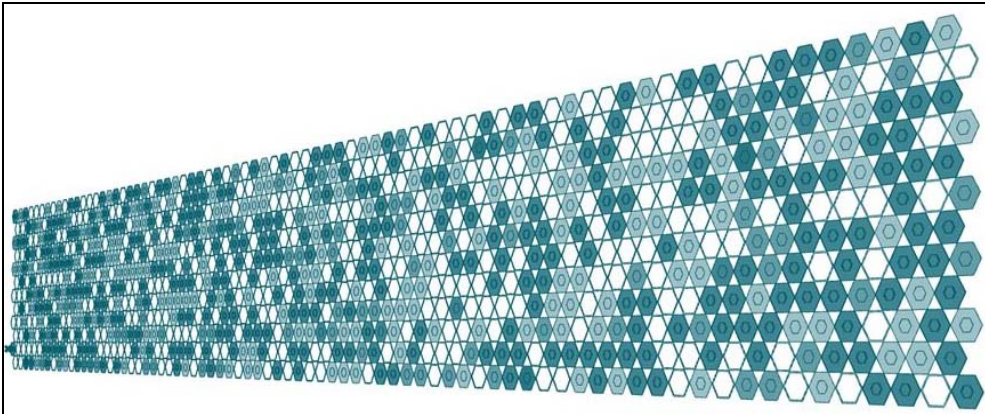
Şekil 12: Selçuklu Desen Geometrisi Üzerinden Uyarlanmış Desen Arayışı



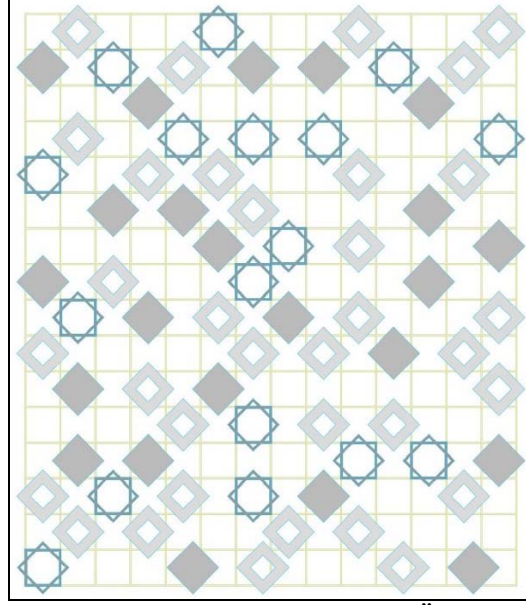
Şekil 13: Selçuklu Desen Geometrisi Üzerinden Tasarımcının Dolu ve Boşluklu Panel Olarak Tasarladığı Formlar



Şekil 14: Dış Cephede Kaplama Olarak Önerilen Yoğun Dokunun Hafifletilerek Düzenlenmesi



Şekil 15: Selçuklu Desen Geometrisinden Uyarlanmış Cephede Kullanılacak Desen



Şekil 16: Tasarlanan Panellerin Taşıyıcı Üzerinde Dağılımı

Binanın dış cephesinde kapalı yüzeyler çimento esaslı malzemeden yapılmıştır. Bu yüzeylerin üzerine bir taşıyıcı ilave edilerek söz konusu Selçuklu desen geometrisinden geliştirilen cephe kaplaması opak yüzeyden 50cm öne alınarak montajı yapılmıştır. Arada kalan boşluk sebebiyle yapı cephesinin kapalı kütlesi hareketlendirilmiş ve boşluk kedi yolu ve cephe aydınlatmalarının montaj alanları olarak kullanarak değerlendirilmiştir (Şekil 17; Yılmaz, 2015), (Şekil 18; Özçelik, 2016).



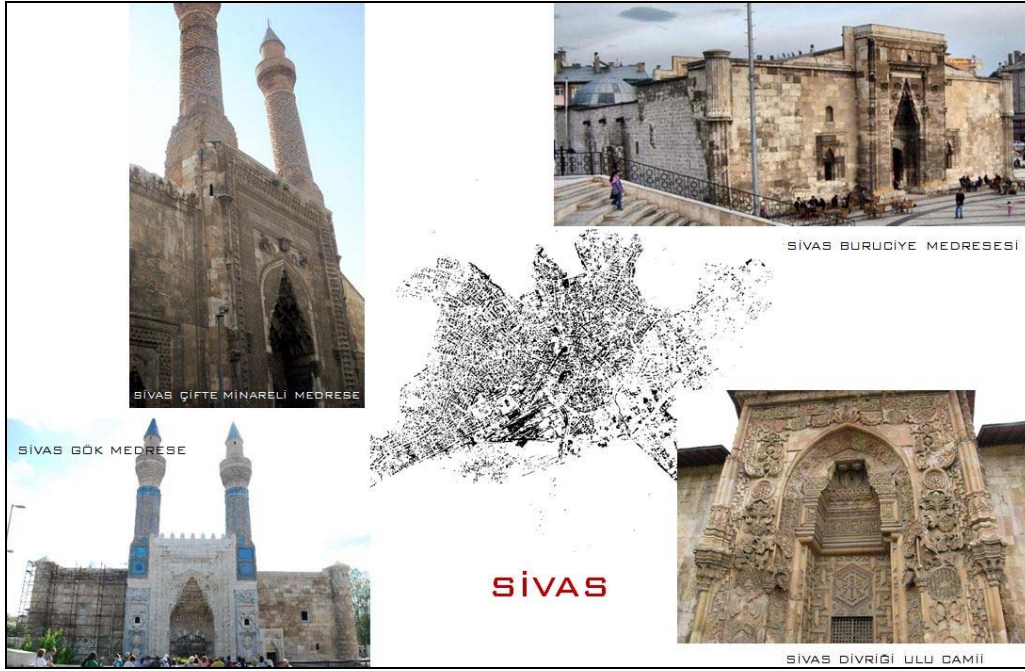
Şekil 17: Cephe Tasarımının Görsel Programla Tasarlanmış Son Hali



Şekil 18: Cephe Tasarımının Mevcut Durumu



Binanın renk analizleri yapılırken, Sivas kenti geleneksel kent dokusunda bulunan hakim renkler kullanılmaya çalışılmıştır. Cephede kullanılan çimento esaslı cephe kaplama için ral 1013 seçilmiştir. Tasarımcı ral koduna karar verirken, şehirdeki tarihi yapıların doğal taş renginde olmasını amaçlamıştır. Ayrıca üzerine yapılacak mavi renkli boyalı levhaların da algılanabilmesi için arka fonda düzgün bir zemin oluşturmaları ral kodunun seçiminde etkili olmuştur (Şekil 19; Balcı, 2015).



Şekil 19: Tasarımcının Renk Analizleri Sunumu

Selçuklu desen formundan geliştirilen cephe kaplaması için renk seçiminde eski eserlere atıfta bulunarak Gökmedrese ve diğer Selçuklu eserlerinde kullanılan turkuza yakın Selçuklu mavisi kullanılmıştır. Cephenin giriş kısmında kullanılan mermerler ise Sivas ilindeki Hükümet Konağı, Etnografya müzesi ve diğer tüm Cumhuriyet dönemi yapılarında kullanılan kesme doğal taş rengine en yakın renkte seçilmiştir. Sivas karasal iklime sahip bozkır kenti olması sebebiyle de kentte yerel doku ve renk bu özelliğini göstermektedir. Kentte hakim renk açık renkli toprak görünümündedir.

Karasal iklime sahip olması nedeniyle Sivas'ta kış şartları zor ve uzundur. Yapıların çatıları yüksek eğimli kiremit kaplıdır. Teras çatıya rastlanmamaktadır. Tasarımda teras çatı olarak düşünülen AVM cephesinde kiremit renginde cephe ve çatıyı bütünleştiren düşey elemanlar kullanılmıştır (Şekil 20, 21; Özçelik, 2016).



Şekil 20: Bina Cephesinde Kullanılan Ral 1013 ve Kiremit Boyalı Çimento Esaslı Kaplama Cephe Perspektifi



Şekil 21: Prime Mall Sivas Dış Cephe Aydınlatması

Yapının zemin katları boyunca kafe alanları yerleştirilerek, doluluk-boşluk oranının dengelenmesi için cepheleri açılarak önlerine teras alanları yapılmıştır. Yol cephesinde cam vitrinler tasarlanarak saydam yüzeylerle iç mekanlarda nasıl ürünlerin olduğunu algılatarak alanlar yapılmış, uzun sağır çimento esaslı levha yüzey bölünmeye çalışılmıştır.

3. Örnek Seçilen Alışveriş Merkezinin Cephe Algısına Yönelik Kullanıcı ve Tasarımcı Katılımlı İstatistiksel Analiz

Araştırmada örnek olarak Sivas ilinde seçilen alışveriş merkezinin dış cephe tasarımında tasarımcı kararlarının kullanıcılar tarafından nasıl algılandığının belirlenebilmesi amacıyla anket çalışması yapılmıştır. Araştırmada kullanıcı ve tasarımcıya yapı formu, yapı cephe malzemesi ve mimari algı başlıkları altında üç farklı bölümde sorular sorulmuştur. Sorulara katılma derecelerine göre cevaplar verilmesi istenmiştir. Ayrıca, cinsiyet, yaş, eğitim durumu, meslek gibi demografik değişkenlere göre mimari algılarında anlamlı farklılıkların olup olmadığının belirlenmesi de amaçlanmıştır.

Örneklem Seçimi ve Verilerin Toplanması

Çalışmada, Sivas büyükşehir belediye sınırları içinde hizmet veren alışveriş merkezi Prime Mall'de alışverişe gelen kişilerle anketler yüz yüze yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Anketler 15.01.2018-05.03.2018 tarihleri arasında söz ve mesai saatleri içinde gerçekleştirilmiştir. Anketler yüz yüze yapılarak sorular bizzat katılımcılara izah edilerek cevapsız soru bırakılmasının önüne geçilmiştir.

Örneklem sayısının Sivas ili için belirlenmesinde güç analizi yapılmıştır. Güç analizi (power analysis) yapılacak analiz çalışması için en az kaç örneklemin gerekli olduğunun tespit edilmesini sağlamaktadır. Bu çalışmada hem grup farklılığı hem de ilişki analizi yapılarak Sivas ili için 350 örneklem kullanılması ile gerçekleştirilecek analizlerin güvenilir olacağı ortaya konulmuştur. Böylece 350 kullanıcı ile anket çalışması gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın Varsayımları ve Kısıtları

Çalışmaya katılan kişilerin; ankette bulunan sorulara cevap verirken gerçek duygularını ve düşüncelerini ifade ettikleri, katılımcıların ankete isteyerek yanıt verdikleri ve anketi doğru ve eksiksiz bir şekilde yanıtladıkları, katılımcıların sorulara yanıt verirken kelimeleri gerçek manası ile anladıkları kabul edilmiştir. Meydana gelebilecek kavramsal yanılgılar göz ardı edilmiştir. Ankete katılanlardan bir kısmı daha önce böyle bir yapı görmedikleri için yorum yapmakta zorlandıklarını ifade etmişlerdir.



Veri Toplama Aracı

Çalışmada geliştirilen anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcılara yönelik demografik bilgiler ve yapı analizini sorgulayan üç (3) faktörlü likert formatında ölçekten oluşan ikinci bölüm yer almaktadır. Anket formunun ilgili bölümlerinde kullanılan beşli likert ölçeğe ilişkin kodlama;

“1=Hiç katılmıyorum”, “2=katılmıyorum”, “3=kısmen katılmıyorum”, “4=katılıyorum”, “5=Hiç katılmıyorum” şeklinde yapılmıştır.

Araştırmanın Hipotezleri

Çalışmanın ana hipotezi Sivas için katılımcıların (kullanıcıların) ve mimarın algılarının istatistik anlamlı farklılık gösterdiğidir. Bunun dışında alt hipotezler olarak kente yönelik, demografik faktörler olan cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve meslek açısından, yapı algısı ölçeği faktörleri olan yapı formu, yapı cephe malzemesi ve mimari algı için istatistik anlamlı farklılıklar gösterdiğidir. Araştırmada sınanacak hipotezler şöyledir:

H₁: Sivas için; yapı formu, yapı cephe malzemesi ve mimari algı katılımcılar ve mimar açısından anlamlı farklılık göstermektedir.

H₂: Sivas için yapı formu, yapı cephe malzemesi ve mimari algı istatistik anlamlı ilişkilidir.

H₃: Sivas için cinsiyet, yaş, öğrenim durumu ve meslek açısından mimari algı faktörleri yapı formu, yapı cephe malzemesi ve mimari algı anlamlı farklılık göstermektedir.

4. Analizler ve Bulgular

Yapılan anketler sonucunda elde edilen bulgular analiz edilerek değerlendirilmiştir.

4.1. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada kullanılan ölçekten elde edilen verilerin analiz yöntemi IBM SPSS 22.0 paket programı kullanılarak yapılmıştır. Birinci aşamada demografik bilgilerin bulunmuş olduğu genel bilgilere ilişkin frekans dağılımları, ikinci aşamada, çalışmada kullanılan ölçeğin dağılımı incelenerek güvenilirlik ve geçerlilik analizleri gerçekleştirilmiştir. Hipotezleri test edebilmek açısından ilk olarak açıklayıcı faktör analizi (AFA) kullanılmıştır. Mimari algı ölçeğinin her bir boyutu için Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk normallik sınamaları yapılmıştır.

Verilerin dağılımları normal dağılıma uymadığı için grup farklılıkları sınamasında her bir ikili grup için Mann-Whitney-U testi ve üçlü ve fazla grup için de Kruskal Wallis testleri yapılmıştır. Gruplar arasındaki farkların kaynağını tespit edebilmek için ortalama sıra (mean rank) değerleri incelenmiştir. Ölçeğin dağılımında normal dağılıma uyum sağlanamadığından ilişki analizlerinin sınanmasında Kendall's tau_b korelasyon analizinden faydalanılmıştır.

Anketin Güvenilirlik Analizi

Bir ölçeğin güvenilirliğinin test edilmesi için en yaygın uygulanan testler; “Cronbach Alpha, İkiye Bölme (split), Paralel ve Mutlak Kesin Paralel (strict)”dir. Cronbach Alpha testi sonucunda elde edilen değerin %70'in üzerinde olması anketin başarılı olduğunu ifade etmektedir. Kimi araştırmacılar tarafından bu değerin %75'in üzerinde olması beklenmektedir. Diğer güvenilirlik kriterlerinin de %70'in üzerinde çıkması, anketin iç tutarlılığının sağlandığını ve çıkarımlara güvenilebileceğini göstermektedir (Sezgin, 2016; Sezgin ve Kınay, 2010; Altınok Gürel ve Sezgin, 2018). Tablo 1'den görülebileceği üzere bu



çalışma her dört testin sonucunda da belirtilen ve olması beklenen yüzde değerleri güven kriterini sağlamıştır. Dolayısıyla örneklem sonuçlarının yüksek güvenilirlik değerleriyle tutarlı ve güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ele alınan bütün güvenilirlik kriterleri %70 değerini geçtiği için, uygulanan anketin başarılı olduğu, anketin kendi içinde tutarlılık gösterdiği, ulaşılabilecek sonuçların gerçek değerleri yansıtacağını göstermektedir.

Testler	Anketin Güvenilirlik Sonuçları
Cronbach_Alpha	0.905
Split	0.901-0.908
Parelel	0.904
Strict	0.903

Tablo 1: Güvenilirlik Analizi Sonuçları

4.2. Analiz Sonuçları

Sivas için Sıklık Dağılım Analizleri

Ankete katılanların %31,4'ü 18-25 yaş, %32,9'u 26-33 yaş, %20,9'u 34-41 yaş, %9,1'i 42-49 yaş aralığında ve %5,7'si ise 50 yaş ve üzerindedir. Ankete katılanların %51,1'i kadın ve %48,9'u erkektir.

Ankete katılanların %2,0'si ilköğretim, %4,3'ü ortaokul, %26,3'ü lise, %19,1'i yüksekokul, %39,1'i lisans, %6,6'sı lisans üstü ve %2,6'sı doktora mezundur.

Ankete katılanların %27,4'ü kamu sektöründe, %44,3'ü özel sektörde çalışırken, %15,7'si esnaf ve %12,6'sı ise öğrencidir.

Ankette faktörleri oluşturan soru gruplarının her biri faktörleri oluşturmaktadır (Tablo 2-3-4). Buna göre Faktör 1: Yapı formu, Faktör 2: Yapı cephe malzemesi, Faktör 3: Mimari algıdır.

Faktör 1: Yapı Formu	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum	Ort.		Std.
Yapıya dışarıdan bakınca alışveriş merkezi olduğunun anlaşıldığını düşünüyorum.	0,6	3,1	8,3	46,0	42,0	4,26	±	0,785
Yapının dış görünüşünün bulunduğu şehrin mimarisine uygun olduğunu düşünüyorum.	5,1	22,3	38,0	22,0	12,6	3,15	±	1,065
Yapının bulunduğu şehrin kültürel kimliğini yansıtan öğeler içerdiğini düşünüyorum.	13,4	38,3	34,0	10,0	4,3	2,53	±	0,989
Yapının çağın getirdiği olanaklara sahip görünümde, modern bir yapı olduğunu düşünüyorum.	2,3	7,4	28,0	47,7	14,6	3,65	±	0,899
Cephe tasarımında bir fikir üzerinden yola çıkıldığını (değerlendirildiğini) düşünüyorum.	4,9	16,6	34,9	32,0	11,7	3,29	±	1,033
GENEL						3,376	±	0,639



Tablo 2: Faktör 1 için Sıklık Dağılım Tablosu

Faktör 2: Yapı Cephe Malzemesi	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum	Ort.		Std.
Yapının dış cephe malzeme seçiminde maddi olanakların etkin rol aldığını düşünüyorum.	3,4	8,6	32,6	33,1	22,3	3,62	±	1,030
Yapının türüne bağlı olarak dış cephe malzeme seçiminin yapıldığını düşünüyorum.	2,9	8,3	35,1	41,4	12,3	3,52	±	0,914
Yerel (Bölgeye özgü) malzemelerin dış cephede kullanıldığını düşünüyorum.	19,1	40,3	29,1	8,6	2,9	2,36	±	0,979
Cephe tasarımı için ayrı bir zaman ve çaba gerektiğini düşünüyorum.	3,4	8,3	24,3	44,9	19,1	3,68	±	0,987
Cephe tasarımında kullanılan malzemelerin yapıya dikkat çekici özellik kazandırdığını düşünüyorum.	2,6	8,9	26,9	43,1	18,6	3,66	±	0,964
GENEL						3,368	±	0,566

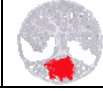
Tablo 3: Faktör 2 için Sıklık Dağılım Tablosu

Faktör 3: Mimari Algı	Evet fark ettim	Hayır fark etmedim	Hissettim fakat tam olarak değil	Ort.		Std.
Dış cephede kullanılan formların Selçuklu yıldızından esinlenilerek sembolize edildiğini fark ettim.	18,6	63,7	17,7	1,99	±	0,603
Gökmedrese'nin çinilerindeki firuze renginin dış cephede kullanılan mavi renk tonlarında kullanıldığını fark ettim.	18,3	57,4	24,3	2,06	±	0,651
Bakır renkli giriş sütunlarıyla Çifte Minare esintisi verilmek istendiğini fark ettim.	4,9	74,6	20,6	2,16	±	0,480
Dış cephede kullanılan doğal taş görünümünün Valilik Binası, Arkeoloji Müzesi gibi eski yerel mimaride kullanılan doğal taş malzemenin renginde kullanıldığını fark ettim.	6,6	67,7	25,7	2,19	±	0,536
GENEL				2,100	±	0,092

Tablo 4: Faktör 3 için Sıklık Dağılım Tablosu

Sivas İçin Grup Farklılıklarının Sınanması

Grup farklılıklarının sınanması için elde edilen 3 faktör için normallik sınaması yapılmıştır. Buna göre;



- Her üç faktör için yaşa göre anlamlı farklılık elde edilmiştir. 50 yaş ve üzeri 2 boyut için ölçeğe daha fazla olumlu cevap vermiştir. Son boyut için 42-49 yaş arası ölçeğe daha fazla olumlu yönde cevap vermiştir.
- Cinsiyete göre anlamlı farklılık elde edilmemiştir. Kadın ve erkekler aynı bakış açısı altında cevap vermişlerdir.
- Öğrenim durumu için tüm boyutlar anlamlı farklıdır. Her 3 boyut için doktora yapanlar ölçeğe olumlu yönde cevap vermiştir.
- Meslek için sadece yapı formu anlamlı farklıdır, diğer boyut için meslek grupları aynı bakışa sahiptir.
- Çalışmayanların yapı formuna daha çok önem verdikleri görülmektedir.
- Katılımcılar ve Mimar açısından farklılık analizi her üç boyut için anlamlı farklılık vardır ve mimar ölçeğe daha fazla puan vermiştir (Tablo 5).

Boyutlar	Grup	Ortalama sıra	Mann-Whitney U	p
Yapı Formu	mimar	154,90	10,652	0,000*
	katılımcı	112.56		
Yapı Cephe Malzemesi	mimar	190.34	14,263	0,000*
	katılımcı	104.78		
Mimari Algı	mimar	188.13	13,056	0,000*
	katılımcı	115.02		

Tablo 5: Mann-Whitney U Anlamlı Farklılık Tablosu
(*0.05 için istatistik anlamlı farklılık)

Sivas için İlişki Analizleri

Normal dağılım sağlanmadığı için Kendall's tau-b analizi uygulanmıştır. Yapı formu yapı cephe malzemesi ile %75.5 pozitif ilişkili, mimari algı ile %62.8 pozitif ilişkili, yapı cephe malzemesi mimari algı ile %65.3 pozitif ilişkilidir (Tablo 6).

			Yapı formu	Yapı cephe malzemesi	Mimari algı
Kendall's tau_b	Yapı Formu	r	1.000	.755(*)	.628(*)
		p	.	.012	.654
		N		350	350
	Yapı Cephe Malzemesi	r		1.000	.653(*)
		p		.	.000
		N			350
	Mimari Algı	r			1.000
		p			.
		N			

Tablo 6: Sivas İçin Kendall's Tau-b İlişki Analizi (*0.05 için anlamlı ilişki)

4.3. Değerlendirmeler

Analizler kapsamında geçerli anketler belirlenerek Sivas için 350 kişiye sabitlenen kişilerden anket dışı cevap vererek daha önce hiç alışveriş merkezi görmediğini ya da yapının dış



görünüşüne hiç dikkat etmediklerini belirten kullanıcılar da ankete katılarak cevap vermişlerdir. Kullanıcılar üzerindeki genel algıyı, yapı formunu, cephe malzemesini ve mimarın dış cephe tasarımında kullanıcı algısında bıraktığı etkiyi analiz etmek amacıyla yöneltilen sorulara ankete katılanların çoğu uzun süre düşünerek yanıt vermişlerdir.

Hipotezler üzerinden anket sonuçları değerlendirilirse;

H₁: Sivas için; yapı formu, yapı cephe malzemesi ve mimari algı katılımcılar ve mimar açısından anlamlı farklılık göstermektedir.

Yapı formunu algılamada kullanılan sorulardan Önerme 1'de; *“Yapıya dışarıdan bakınca alışveriş merkezi olduğunun anlaşıldığını düşünüyorum.”* önermesine ortalama 4,26 değerinde cevap vererek, yapının dışarıdan alışveriş merkezi olduğunu hissettirdiğini göstermişlerdir. Tasarımcı bu noktada yapı türüne ait izler taşıyan bir tasarım yaptığını kanıtlamaktadır.

Önerme 2'de; *“Yapının dış görünüşünün bulunduğu şehrin mimarisine uygun olduğunu düşünüyorum.”* sorusuna 3,15 değerinde sonuç vererek kısmen katılmıyorum cevabıyla kararsız kaldığı söylenebilir. Mimarın yapı formunu geliştirirken araziye uyumu, kütsel boyutu, çevre binalarla ilişkisi, yol bağlantıları, yaya aksına ve ana yollara göre giriş çıkış alanlarının kütsel etkileri gibi verilere dikkat ettiği görülmüştür. Kullanıcı tüm bunları bir bütün olarak değerlendirmekte, binaya fonksiyonel anlamlar yüklemekte, ulaşılabilirliği, çevresel verileri şehirde bıraktığı etkileri algılayamamaktadır.

Önerme 3'te; *“Yapının bulunduğu şehrin kültürel kimliğini yansıtan öğeler içerdiğini düşünüyorum.”* sorusuna katılımcıların 2,53 değerindeki cevabı aslında kent sakinlerinin mimari belleklerinde şehrin genel görüntüsüne ait bir yargı oluşturduğunu göstermektedir. Bazı katılımcılar kütlenin çok büyük olduğunu sözel olarak belirtirken daha önce bu ölçekte stadyum yapısı gördüklerini, iki yapının da yerel mimariye uygun olmadığını ifade etmişlerdir.

Önerme 4'te; *“Yapının çağın getirdiği olanaklara sahip görünümde, modern bir yapı olduğunu düşünüyorum.”* sorusuna ortalama 3,65 değerinde cevap vererek katılmak ile kısmen katılmamak arasında kaldıklarını söylemektedirler. Anket katılımcılarından bazıları modern bir yapıda yansıtıcı yüzeylerin ve metal yapı elemanlarının yapıyı daha modern gösterdiğini düşündüklerini belirtmişlerdir.

Önerme 5'te; *“Cephe tasarımında bir fikir üzerinden yola çıkıldığını (değerlendirildiğini) düşünüyorum.”* sorusuna katılımcılar 3,29 ortalama ile cevap vererek konu hakkında kararsız olduklarını göstermişlerdir. Katılımcıların cepheye bir fikir ya da anlam yüklenmesinin nasıl olabileceği konusunda yeterli düşünceye sahip olmadıkları, soruyu nasıl cevaplayacaklarını bilemedikleri için bir çok katılımcının danışarak sorular yönelttiği görülmüştür.

Yapı formu sorularına kullanıcıların verdiği ortalama 3,376 ile ‘Kısmen katılmıyorum’ ile ‘Katılıyorum’ arasında bir değeri işaret etmektedir. Mimar yapı formu anketine 5 ortalama cevap vermiştir.

Önerme 6'da; *“Yapının dış cephe malzeme seçiminde maddi olanakların etkin rol aldığını düşünüyorum.”* önermesine katılımcıların ortalama verdiği cevap değeri 3,62'dir. Katılımcılar



dış cepheyi binadan ayrı bir şey olarak düşünmediklerini ifade etmişlerdir. Cephe maliyetinin ayrı bir bütçe gerektirmesi kullanıcı tarafından algılanmamaktadır.

Önerme 7’de; *“Yapı türüne bağlı olarak dış cephe malzeme seçiminin yapıldığını düşünüyorum.”* sorusu sorularak kullanıcıların yapı türü ayrımı olup olmadığı, yapı türünü malzemeye ilişkilendirme durumu tespit edilmeye çalışılmıştır. Verilen ortalama cevap 3,52 ile ‘katılıyorum’ cevabına yakın çıkmıştır.

Önerme 8’de; *“Yerel (bölgeye özgü) malzemelerin dış cephede kullanıldığını düşünüyorum”* sorusuna 2,36 ortalama değerinde cevap vererek katılmadıklarını belirtmişlerdir. Yöreyle özgü malzemelerin taş ve daha çok kerpiç olduğunu belirtmişlerdir.

Önerme 9’da; *“Cephe tasarımı için ayrı bir zaman ve çaba gerektiğini düşünüyorum”* sorusuna ortalama 3,68 değerinde cevap vererek katıldıklarını belirtmişlerdir. Kullanıcıların cepheyi önemli bir yapı elemanı olarak gördükleri söylenebilir.

Önerme 10’da; *“Cephe tasarımında kullanılan malzemelerin yapıya dikkat çekici özellik kazandırdığını düşünüyorum.”* sorusuna 3,66 cevap vererek cephenin ilgi çekici malzemeler içerdiğini düşündüklerini söylemişlerdir.

Yapı cephe malzemesi sorularına kullanıcıların verdiği ortalama 3,368 ile ‘Kısmen katılmıyorum’ ile ‘Katılıyorum’ arasında bir değeri işaret etmektedir. Mimar yapı formu anketine 5 ortalama cevap vermiştir.

Önerme 11’de; *“Dış cephede kullanılan formların Selçuklu yıldızından esinlenilerek sembolize edildiğini fark ettim.”* sorusuna 1,99 cevabıyla farketmediklerini belirten kullanıcılar, cephe formuyla mimarın yüklediği anlamsal değeri anlayamadıklarını göstermişlerdir.

Önerme 12’de; *“Gökmedrese’nin çinilerindeki firuze renginin dış cephede kullanılan mavi renk tonlarında kullanıldığını fark ettim.”* sorusuna katılımcıların ortalaması 2,06’dır. Yapı cephesinde en dikkat çekecek rengin mavi olarak tasarlandığı cephede kullanıcı kentin tarihi binalarında bulunan renkle bağlantı kuramamıştır.

Önerme 13’de; *“Bakır renkli giriş sütunlarıyla Çifte Minare esintisi verilmek istendiğini farkettim”* sorusuna 2,16 cevabıyla kullanıcılar farketmediklerini belirtmişler ve formu algılayamamışlardır.

Önerme 14’te; *“Dış cephede kullanılan doğal taş görünümünün Valilik Binası, Arkeoloji Müzesi gibi eski yerel mimaride kullanılan doğal taş malzemenin renginde kullanıldığını fark ettim.”* sorusuna 2,19 cevap vererek şehre hakim genel rengin kullanıcıda bıraktığı algının binayla özdeşleştirilemediği gözlenmiştir.

Mimari algıda ortalama değer 2,1 ile ‘hayır farketmedim’ cevabı çıkmıştır. Tasarımcının kent belleği üzerinden esinlendiği ve yaşatmak istediği kültürel izlerin alışveriş merkezi üzerindeki yansımaları kullanıcı hiç algılayamamıştır.

Tablo 5’de katılımcılar ve mimar açısından farklılık analizlerinde mimar ölçeğe daha fazla puan vererek kullanıcılar ile arasında anlamlı farklılıklar olduğunu göstermiştir.



Yapıyı tasarlarken mimar ile kullanıcı arasında yapı formu, yapı cephe malzemesi ve mimari algı kavramları farklı olarak değerlendirilmektedir. Mimarın bu binayı tasarlarken amaçladıkları kullanıcı tarafından algılanamamıştır.

H₂: Sivas için yapı formu, yapı cephe malzemesi ve mimari algı istatistik anlamlı ilişkilidir.

Tablo 6’da görülen anlamlı ilişki analizinde kullanıcılara yöneltilen farklı 3 bölümdeki form, cephe ve mimari algı faktörlerinde birbirleri arasında anlamlı bağılıklar olduğu görülmüştür. Yapı formu, yapı cephe malzemesi ile daha fazla oranda pozitif ilişkilidir. Kullanıcılar malzemeye formun değişebileceğinin bağlantısını kurabilmişlerdir.

H₃: Sivas için cinsiyet, yaş, öğrenim durumu ve meslek açısından mimari algı faktörleri yapı formu, yapı cephe malzemesi ve mimari algı anlamlı farklılık göstermektedir.

Kullanıcı cinsiyetinin her faktör için verdiği cevaplarda anlamlı farklılık göstermediği gözlenmektedir. Burada elde edilen sonuç kadın ve erkek anketör sayısının neredeyse eşit olması nedeniyle doğru bir sonuç vermiştir. Kadın ve erkeğin bakış açıları aynıdır.

Yaşlar arasında anlamlı farklılık vardır. Yaş analizlerinde yapı formu ve yapı cephe malzemesi sorularında 50 yaş ve üstünün daha olumlu cevap verdiği gözlenmiştir. Mimari algıda ise yaş 42-49 aralığına gerileyerek farklılık göstermiştir. Yaş ilerledikçe mimari belleğin genişlediği ve belli bir görüşe sahip olduğu söylenebilir. Algıda ise 42-49 yaş aralığının yapıları daha çok dikkate aldığı, çevresiyle daha çok bağlantı kurduğu söylenebilir.

Eğitim durumu yükseldikçe her üç faktör için alınan cevaplardan anlamlı farklılıklar elde edilmiştir. Görsel algı ve duyarlılığın, mimari bilincin, çevresel etkilere karşı verilen önemin eğitim durumu arttıkça doğru orantılı geliştiği söylenebilir.

Meslek için grup farklılığı analizlerinde yapı cephe malzemesi ve mimari algı için anlamlı farklılık elde edilememiştir. Bütün meslek gruplarının aynı bakış açısında olması mimarlıkla ilgili genel bir bilgi yoksunluğu olarak tanımlanabilir. Buna karşılık çalışmayanların yapı formuna daha çok anlamlı cevap vererek önemli görmeleri sosyal bir davranış olarak çevresel algının çalışmayan ve vakitsel sıkıntıları olmayanlarda daha çok olduğunun göstergesi olarak kabul edilebilir.

5. SONUÇLAR

Endüstrileşmenin getirdiği hızlı üretimin hızlı tüketime dönüşme mecburiyeti içerisinde mimarlık pratiği de giderek artan kaygılara neden olmaktadır. Süratli değişen fiziksel çevre, çabuk tüketilen beğeniler, fikirler ve popüler kültürün yansımalarıyla mimari kimlik kaybolarak yerini yapay, tüketim boyutunda düşünülen tanımsız çevrelere ve mekanlara dönüştürmektedir. Toplumun daha çok tüketim yapabilmesi için değişen- değiştirilen alışveriş alışkanlığı sosyal çevrede olduğu gibi fiziksel çevrede de farklılaşmaları sağlamaktadır.

Toplumun değiştirilen alışveriş alışkanlığı, bunun sonucunda ortaya çıkan yeni alışveriş mekanları ve bu mekanlara ulaşılacak araçların artması daha çok tüketim yapacak kitlelerin ihtiyaçlarına yanıt vermesi gereken bir sistem tasarımına dönüşmektedir. Bu sebeple artan alışveriş merkezleri ile Türkiye’de neredeyse her ilde yapılarak kent ölçeğinde önemli



bir yer kaplamaktadır. Son yirmi yılda tanıştığımız bu yeni yapı türü çevresel algımızı etkilerken beklentilere de cevap vererek kullanıcılarını kent merkezinden, açık meydanlardan, alışveriş caddelerinden uzaklaştırmaktadır. Kullanıcının alışveriş merkezine gitme nedenleri arasında sadece tüketim değil aynı zamanda fiziksel çevre, görünürlük, güvenlik, kalite gibi etkenler de etkili olurken yapının cephesi, imajı, reklam alanları, aydınlatması da algısal etkiler bırakarak kullanıcıyı yapıya çekmektedir.

Mimar bu beklentileri karşılayan ve girdileri en uygun şekilde sağlayan kişi olarak farklı ve çekici yapı tasarlamak gibi zor bir görev üstlenmektedir. Projeleri gereği içe dönük plan şemasında kabuklaşan alışveriş merkezi yapılarında çatı ve cephenin iç içe geçerek bir yapı yüzeyine dönüştüğü yerde tasarımcı kendini ifade etmeye çalışmaktadır. Tasarımcı dış cepheyi kurgularken bu içe dönük planlamanın bir avantajı olarak iç mekandan bağımsız ifadelerle tasarımını yapma özgürlüğüne kavuşmaktadır.

Sivas ilinde Prime Mall alışveriş merkezi kullanıcıları ile yapılan anketler sonucunda görülmektedir ki tasarımcı cepheyi tasarlarken kente ait verileri analiz ederek aldığı cephesel kararları kullanıcı algısına sunmaktadır. Ancak kullanıcı bu kararları algılayarak cepheye renk, doku, biçim ve malzeme gibi detaylı bakmak yerine onu birer yüzey olarak görmekte ve karşılaşılan yeni bir yapı türü olduğu için herşeyi ile yeni kabul etmekte, geçmişe ait izler aramamakta ve herhangi bir mimari beklenti içinde bulunmamaktadır.

Alışveriş merkezi kullanıcılarına; yapı formu, yapı cephe malzemesi ve mimari algıya yönelik sorular sorulurken, kullanıcıların büyük bir bölümünün bir alışveriş merkezi yapısıyla daha önce karşılaşmadığı için mimari anlam arayışına girmedikleri de tespit edilmiştir. Kullanıcıların cepheyi fark etmeden reklam tabelalarını gördükleri, yapının daha çok büyüklüğünden bahsettikleri farkedilmektedir.

REFERENCES

- Abalı A. Z., (1990). Küçük Ölçekli Perakende Alışverişin Kent Merkezine Katkısı Yapı Dergisi 109. Sayı, 59. Sayfa, İstanbul.
- Akbulut, G. (2009). Sivas Şehri'nin Tarihi Coğrafyası C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, Aralık 2009, Cilt: 35, Sayı: 2.
- Altınok Gürel, P. ve Sezgin, F. H. (2018). Psikolojik Sermayenin İş Performansına Etkisinin Yapısal Eşitlik Modeli Yardımıyla Belirlenmesi, International Congress of Management, Economy and Policy (ICOME'18-Spring) Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 629-644.
- Köksal Y., Aydın E., (2015). Tüketicilerin Alışveriş Merkezi Algısı Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, Cilt 11, Sayı 24.
- Sönmez M., (2011). Çağdaş Mimarlıkta Cephe-Yüzey Kavramı Tartışmaları, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Ergün, Z., (2008). Mimarlıkta Cephe Yüzey Dönüşümü:1990'lar Sonrası Değişim Süreci Yıldız Teknik Üniversitesi FenBilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- Emir, S., (2016). Değişen Sokak Cepheleri Üzerine Bir Araştırma Talimhane Örneği. Yıldız Teknik Üniversitesi FenBilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- Üstündağ, B., (2009). Bina Cephesi ve İşlevlerinin Görsel Analiz Kapsamında Değerlendirilmesi. İstanbul Teknik Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi.
- Sezgin, F. H. ve Kınay, B. (2010). A Dynamic Factor Model for Evaluation of Financial Crises in Turkey, Bulletin De la Societe des Sciences Medicales, No: 1/10, 109-117.



- Sezgin, F. H. (2016). Bayesci Faktör Analizi ve Maslach Tükenmişlik Envanteri Uygulaması, International Conference on Scientific Cooperation for the Future in the Social Sciences (USAK) Bildiriler Kitabı, 1283-1296.
- Şenyiğit, Ö., (2010). Biçimsel ve Anlamsal İfade Aracı Olan Cephelerin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Yaklaşım. Yıldız Teknik Üniversitesi, Doktora Tezi.

Sözlü Kaynaklar

- Balcı, L., (2015) A; Tasarım Mimarlık Ofisi Arşivi
- Özçelik, F., (2016); Prime Development Arşivi
- Yılmaz, Z., (2015); Prime Development Arşivi

İnternet Kaynakları

- Url-1 http://emrahomercam.com/lens_portfolio/buyukadacamii (Mart 2018)
- Url-2 <http://sivasmemleket.com.tr/haber/42460/cifte-minare-mufredata-girdi.html> (Mart 2018)