



T.C.

ORDU ÜNİVERSİTESİ

FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**PEYZAJ TASARIMINDA İŞİTSEL VE GÖRSEL
KURGUNUN MEKAN ALGISI VE YÖNETİMİ ÜZERİNE
ETKİLERİ**

ASLIHAN ARGAN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

PEYZAJ MİMARLIĞI ANABİLİM DALI

ORDU 2019

T.C.
ORDU ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
PEYZAJ MİMARLIĞI ANABİLİM DALI

**PEYZAJ TASARIMINDA İŞİTSEL VE GÖRSEL KURGUNUN
MEKAN ALGISI VE YÖNETİMİ ÜZERİNE ETKİLERİ**

ASLIHAN ARGAN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ORDU 2019

TEZ ONAY


Ashhan ARGAN tarafından hazırlanan “**PEYZAJ TASARIMINDA İŞİTSEL ve GÖRSEL KURGUNUN MEKAN ALGISI ve YÖNETİMİ ÜZERİNE ETKİLERİ**” adlı tez çalışmasının savunma sınavı 29.07.2019 tarihinde yapılmış ve jüri tarafından oy birliği / oy çokluğu ile Ordu Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü PEYZAJ MİMARLIĞI ANABİLİM DALI YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman
Doç. Dr. Ömer ATABEYOĞLU

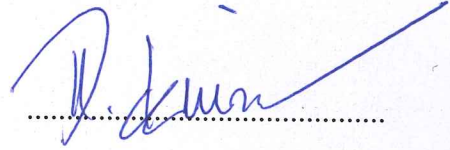
Jüri Üyeleri

İmza

Danışman
Doç. Dr. Ömer ATABEYOĞLU
Peyzaj Mimarlığı Bölümü
Ordu Üniversitesi


.....

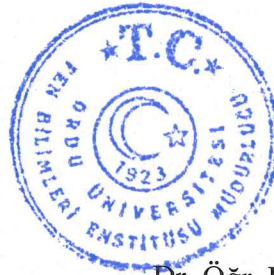
Üye
Prof. Dr. Öner DEMİREL
Peyzaj Mimarlığı Bölümü
Kırıkkale Üniversitesi


.....

Üye
Doç. Dr. Pervin YEŞİL
Peyzaj Mimarlığı Bölümü
Ordu Üniversitesi


.....

05 / 09 / 2019 tarihinde enstitüye teslim edilen bu tezin kabulü, Enstitü Yönetim Kurulu'nun 06 / 09 / 2019 tarih ve 2019.. / 585 sayılı kararı ile onaylanmıştır.





Enstitü Müdürü
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Sami GÜLER

TEZ BİLDİRİMİ

Tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan ve kullanılan intihal tespit programının sonuçlarına göre; bu tezin yazılmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, tezin içerdiği yenilik ve sonuçların başka bir yerden alınmadığını, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.



ASLIHAN ARGAN

Not: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunundaki hükümlere tabidir.

ÖZET

PEYZAJ TASARIMINDA İŞİTSEL ve GÖRSEL KURGUNUN MEKAN ALGISI ve YÖNETİMİ ÜZERİNE ETKİLERİ

ASLIHAN ARGAN

ORDU ÜNİVERSİTESİ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

PEYZAJ MİMARLIĞI ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ 133 SAYFA

(TEZ DANIŞMANI: Doç.Dr.Ömer ATABEYOĞLU)

Doğal ve yapay çevre insanoğlu için yaşam alanı oluşturur. Bu yaşam alanı pek çok farklı olgu tarafından şekillendirilir ve farklı işlevleri insanların hizmetine sunar. Çevreyi şekillendiren tüm olgular insanların üzerine farklı ve önemli etkilere sahiptir. Çevre ve insan arasındaki bu etkileşim duyular aracılığıyla sağlanır. İnsan duyularıyla çevresini okur, algılar ve anlar. Mekân tasarımı da bu duyusal etkileşimi kullanır. İnsan mekânsal bilgiyi tüm duyuları aracılığıyla edinir. Ancak mekânı algılamakta en etkili iki duyu olan görme ve işitme çok daha etkin ve kalıcı bilgiler sağlar. Bu nedenle de çoğu zaman mekân tasarımlarında insanların görme ve işitme duyularına hitap eden etkenler ön plana çıkar. Görme ve işitme duyularının etki mekanizması ve bu duyular üzerine etki eden faktörlerin belirlenmesi mekân tasarımı açısından özellikle önemlidir.

Çalışmada da, görme ve işitme duyularının tek başlarına ve beraber mekân tasarımına nasıl ve ne boyutta etki ettiklerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu yolla insanın bulunduğu mekândaki işitsel ve görsel bilgilerin insanın mekân deneyimini geliştirmeye katkısı araştırılmıştır. Bunu belirlemek üzere insanların deneyimledikleri işitsel ve görsel bilgilerin mekân algılarına olumlu ve olumsuz etkileri gözlemlenmiştir.

Çalışmada, birebir ve toplu anket yöntemi izlenmiştir. Hazırlanan işitsel ve görsel materyaller bireylere önce dinletilerek, sonra izlettirilerek ve daha sonra da eş zamanlı olarak hem dinletilip, hem izlettirilerek mekân değerlendirmelerine ilişkin algısal farklılıklar tespit edilmiştir. Ayrıca etkileşimli anketten bağımsız olarak, ses ve görüntünün mekânda kullanımı hakkında standart anket formu uygulanmıştır. Daha sonra istatistikî analizler ile etkileşimler ortaya konmuştur.

Çalışmanın sonucunda; Ses, görüntü ve her ikisinin birlikteliğinin farklı kombinasyonlarının insanların mekân algısı üzerine etkili olduğu ve hangi etkinin hangi şartlarda gerçekleştiği ortaya konmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Görsel, İşitsel Peyzaj, Mekân Algısı, Mekân Kurgusu, Peyzaj Ses, Tasarım.

ABSTRACT

THE EFFECTS OF AURAL AND VISUAL FICTION ON THE SENSATION AND MANAGEMENT OF SPACE IN LANDSCAPE DESIGN

ASLIHAN ARGAN

ORDU UNIVERSITY INSTITUTE OF NATURAL AND APPLIED
SCIENCES

LANDSCAPE ARCHITECTURE

MASTER THESIS, 133 PAGE

(SUPERVISOR: Assoc.Prof.Dr.ÖMER ATABEYOĞLU)

The natural and artificial environment creates living space for human. This living space is shaped by many different fact and presents different functions to the service of people. All fact shaping the environment have different and important effects on people. This interaction between the environment and the person is provided by way of the senses. Human sense read, perceive and understand the environment. The space design also uses this sensory interaction. Human acquires spatial knowledge through all senses. However, sight and hearing, which are the two most effective senses in perceiving space, provide much more effective and lasting information. For this reason, the factors that appeal to the sense of sight and hearing of people in the space design most of the time come to the forefront. The mechanism of effect of sight and hearing senses and determination the factors affecting above these senses are particularly important in terms of space design.

In the study, it was aimed to reveal how and in what dimension the vision and auditory senses affect the space design solitary and together. In this way, the contribution of the audiovisual and visual information in the space of the human being to the development of human spatial experience will be investigated. About determine this, positive and negative effects of audiovisual and visual information experienced by people on spatial perceptions will be observed.

In the study, one to one and collective survey method will be followed. The perceptual differences of space evaluations the prepared audiovisual and visual materials will be determined by listening to the individuals first, then watching them, and then simultaneously both listening and watching them at the same time. Also, independent of the interactive survey, a standard survey form will be applied on the use of audio and visual space. Interactions with statistical analyzes will then be revealed.

Targeted at the end of the study; the sound, the image, and different the combination togetherness of the two is to show that people are effective on spatial perception and which influence which conditions the action takes place.

Keywords: Auditory Landscape, Landscape Design, Sound, Space Editin, Space Sensation, Visual.

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans öğrenimim boyunca eğitimimin her kademesinde, bilimsel desteğini benden hiç esirgemeyen, akademik yönden en iyi şekilde gelişebilmem, en sağlam adımlarla yürüyebilmem için bu yolda gerçekleşen her türlü bilimsel ve akademik çalışmalara katılmamı ve görev almamı sağlayan, bir akademisyen kesinlikle en temelden sağlam adımlarla yetişmeli diyerek beni bu yolda bütün bilgi birikimleriyle donanımlı bir şekilde yetiştiren, sadece akademik anlamdaki bilgileriyle değil aynı zamanda hayata karşı düşünceleri ile, hayat tecrübesi ile yaşama ve akademisyenliğe ait birçok şeyi öğrenmemi ve görmemi sağlayan, bir akademisyen olarak ve bir insan olarak her zaman örnek aldığım ve alacağım, kendime idol olarak benimsediğim; Çok değerli ve kıymetli hocam, danışmanım; Sn. Doç. Dr. Ömer ATABEYOĞLU'na teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Tez süreci boyunca manevi desteklerini benden hiç esirgemeyen Sn. Doç. Dr. Pervin YEŞİL'e, Sn. Doç. Dr. Murat YEŞİL'e, Sn. Arş. Gör. Dr. Şeyma ŞENGÜR'e ve Sn. Öğr. Gör. Dr. Gülşah BİLGE'ye teşekkürlerimi sunarım.

Tez jürimde yer alan, araştırmama önemli ve değerli katkılar sağlayan, hayata ve akademisyenliğe ait birçok şeyi en güzel haliyle anlatan ve yansıtan çok değerli hocam Sn. Prof. Dr. Öner DEMİREL'e teşekkürlerimi sunarım.

Aynı zamanda yüksek lisans eğitimi boyunca desteklerini benden hiç esirgemeyen Yüksek Peyzaj Mimarı Kübra Nur BEYLİ'e, Yüksek Peyzaj Mimarı Betül Koç'a, Yüksek Peyzaj Mimarı Sıla Nur KUMRU'ya ve Peyzaj Mimarı Veysel BAŞARAN'a içtenlikle ve sevgiyle teşekkür ederim.

Son olarak yaşamım boyunca bu zamanıma kadar maddi ve manevi desteklerini benden hiç esirgemeyen, her anlamda yanımda olan, beni sevgiyle ve büyük bir özveriyle destekleyen, bu günlere gelmemde en büyük katkıları olan, her zorlandığımda beni ayağa kaldıran, başarıya ulaşabilmemde en başta ve en çok rolü olan bu eserin baş mimarları Annem Hacer ARGAN'a, Babam Ahmet ARGAN'a, Kardeşlerim Metehan ARGAN ve Fırat Furkan ARGAN'a ve son olarak benim ilk öğretmenim, biricik dayım Niyazi YERLİKAYA'ya içtenlikle ve sevgiyle teşekkür ederim.

Canım ANNEM ve BABAM'a

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
TEZ BİLDİRİMİ	I
ÖZET	II
ABSTRACT	III
TEŞEKKÜR	IV
İÇİNDEKİLER	V
ŞEKİL LİSTESİ	VIII
ÇİZELGE LİSTESİ	X
EKLER LİSTESİ	XIII
1. GİRİŞ	1
1.1 Kuramsal Temeller.....	1
1.1.1 Tasarımda Algı.....	2
1.1.1.1 Algı Kavramı.....	2
1.1.1.2 Algının Özellikleri.....	3
1.1.1.2.1 Seçicilik.....	3
1.1.1.2.2 Bütünlük.....	3
1.1.1.2.3 Organizasyon.....	3
1.1.1.2.4 Değişmezlik.....	4
1.1.1.2.5 Uyarıcı Etkisi.....	4
1.1.1.3 Algıyı Etkileyen Faktörler.....	4
1.1.1.3.1 Psikolojik Etkiler.....	4
1.1.1.3.2 Biyolojik Etkiler.....	5
1.1.1.3.3 Kültürel Etkiler.....	5
1.1.1.3.4 Sosyo-Ekonomik Durum.....	5
1.1.1.3.5 Gelecekte Beklentiler.....	5
1.1.1.3.6 Deneyimler.....	5
1.1.1.4 Mekansal Algı.....	6
1.1.1.4.1 Okunaklılık.....	7
1.1.1.4.2 Mekansal Algıyı Oluşturmak.....	7
1.1.1.4.3 Yapı ve Kimlik.....	7
1.1.1.4.4 Algılanabilirlik.....	7
1.1.1.5 Algıda Yanılsama.....	8
1.1.1.5.1 Subjektif Yanılsama.....	8
1.1.1.5.2 Objektif Yanılsama (Geometrik Yanılsama).....	8
1.1.1.6 Algılama Kuramları.....	9
1.1.1.6.1 Bilgiye Dayalı Algılama Kuramları.....	9
1.1.1.6.2 Duyuma Dayalı Algılama Kuramları.....	10
1.1.1.7 Gestalt Kuramı.....	11
1.1.1.8 Mimaride Algılama.....	12
1.1.1.9 Peyzaj Mimarlığında Algılama.....	12
1.1.2 Tasarımda Beş Duyu.....	13
1.1.2.1 Görme.....	14
1.1.2.2 İşitme.....	15
1.1.2.3 Koku.....	15
1.1.2.4 Tat.....	16
1.1.2.5 Dokunma.....	16

1.1.3 Tasarımda İşitsel Etkenler.....	17
1.1.3.1 Sesin Tanımı	17
1.1.3.2 Ses Kavramları.....	18
1.1.3.2.1 Frekans.....	18
1.1.3.2.2 Genlik.....	18
1.1.3.2.3 Dalga Boyu	18
1.1.3.2.4 Titreşim	18
1.1.3.2.5 Tını	18
1.1.3.2.6 Sesin Hızı.....	18
1.1.3.2.7 Sesin Yansıması ve Yankısı.....	18
1.1.3.2.8 Sesin Şiddeti.....	19
1.1.3.3 Sesin Yayılması.....	19
1.1.3.4 Sesin Psikolojik Etkileri.....	20
1.1.3.5 Gürültü Kavramı	28
1.1.3.5.1 Fiziksel Etkiler	28
1.1.3.5.2 Fizyolojik Etkiler	29
1.1.3.5.3 Psikolojik Etkiler.....	29
1.1.3.5.4 Performans Etkileri	29
1.1.4 Tasarımda Görsel Etkenler ve Görüntünün Psikolojik Etkileri	29
1.1.4.1 Görsel Algılama	30
1.1.4.1.1 Biçim.....	33
1.1.4.1.2 Doku.....	33
1.1.4.1.3 Renk.....	33
1.1.4.1.4 Işık.....	35
1.1.4.1.5 Çizgi.....	35
1.1.4.1.6 Ölçü.....	36
1.1.4.1.7 Form.....	36
1.1.4.1.8 Uygunluk-Tutarlılık	36
1.1.4.1.9 Okunaklılık.....	37
1.1.4.1.10 Çeşitlilik.....	37
1.1.4.1.11 Gizemlilik.....	37
1.1.4.1.12 Derinlik.....	37
1.1.4.1.13 Kompozisyon	38
2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR.....	39
2.1 İşitsel Peyzaj.....	39
2.2 Görsel Kalite.....	44
2.3 Algı.....	46
2.4 Görsel Algı.....	48
2.5 Mekan Algısı.....	49
2.6 Psikoloji ve Tasarım.....	49
2.7 İşitsel ve Görsel Etkileşim.....	50
3. MATERYAL ve YÖNTEM.....	52
3.1 Materyal	52
3.2 Yöntem.....	56
4. BULGULAR ve TARTIŞMA.....	58
4.1 Frekans Analizlerinde Ses Kategorisinde Tercih Edilen Sıfatlar.....	62
4.2 Frekans Analizlerinde Görüntü Kategorisinde Tercih Edilen Sıfatlar.....	69
4.3 Frekans Analizlerinde Görüntü-ses Kategorisinde Tercih Edilen Sıfatlar.....	75

4.4 Ses ve Görüntü-ses Kategorilerinin Karşılaştırılması	90
4.5 Görüntü ve Görüntü-ses Kategorilerinin Karşılaştırılması	93
5. SONUÇ ve ÖNERİLER	110
6. KAYNAKLAR	121
EKLER	128
ÖZGEÇMİŞ	132

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa

Şekil 1.1 Oturan ve Ayakta Duran İnsanlara Ait Görme Alanı	30
Şekil 1.2 Sağ ve Sol Beyin Alanları.....	32
Şekil 4.1 Cinsiyete Göre Yüzdellik Dağılım	58
Şekil 4.2 Sınıflara Göre Yüzdellik Dağılım.....	58
Şekil 4.3 Bölümlere Göre Yüzdellik Dağılım.....	59
Şekil 4.4 Mesleklere Göre Yüzdellik Dağılım.....	59
Şekil 4.5 İkametgaha Göre Yüzdellik Dağılım.....	60
Şekil 4.6 Hangi El Sorusuna Göre Yüzdellik Dağılım	60
Şekil 4.7 Ruh Haline Göre Yüzdellik Dağılım	61
Şekil 4.8 Yaşamak İstenilen Yere Göre Yüzdellik Dağılım	61
Şekil 4.9 Ön Plana Göre Yüzdellik Dağılım.....	62
Şekil 4.10 Konumlara Göre Yüzdellik Dağılım.....	62
Şekil 4.11 Mutlu Sıfatının Yüzdellik Değerlerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası.....	100
Şekil 4.12 Mutsuz Sıfatının Yüzdellik Değerlerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası.....	101
Şekil 4.13 Güvenli Sıfatının Yüzdellik Değerlerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası.....	101
Şekil 4.14 Güvensiz Sıfatının Yüzdellik Değerlerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası.....	102
Şekil 4.15 Keyifli Sıfatının Yüzdellik Değerlerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası.....	102
Şekil 4.16 Keyifsiz Sıfatının Yüzdellik Değerlerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası.....	103
Şekil 4.17 Rahat Sıfatının Yüzdellik Değerlerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası.....	103
Şekil 4.18 Gergin Sıfatının Yüzdellik Değerlerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası.....	104
Şekil 4.19 Durgun Sıfatının Yüzdellik Değerlerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası.....	104
Şekil 4.20 Dinamik Sıfatının Yüzdellik Değerlerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası.....	105
Şekil 4.21 Huzurlu Sıfatının Yüzdellik Değerlerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası.....	105
Şekil 4.22 Huzursuz Sıfatının Yüzdellik Değerlerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası.....	106
Şekil 4.23 Özgür Sıfatının Yüzdellik Değerlerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası.....	106
Şekil 4.24 Kısıtlı Sıfatının Yüzdellik Değerlerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası.....	107
Şekil 4.25 Karamsar Sıfatının Yüzdellik Değerlerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası.....	107
Şekil 4.26 İyimser Sıfatının Yüzdellik Değerlerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası.....	108

Şekil 4.27 Duygusal Sıfatının Yüzdelerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası.....	108
Şekil 4.28 Akılcı Sıfatının Yüzdelerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası.....	109

ÇİZELGE LİSTESİ

Sayfa

Çizelge 1.1 Peyzajı Oluşturan Görsel Elemanlar, Bileşenler, karakteristik değişkenler ve Peyzajı Görmemizi Etkileyen Algısal İlişkiler	13
Çizelge 1.2 Belirli Seslerin Sahip Olduğu Desibel Değerleri.....	19
Çizelge 1.3 Sesin İçeriğine Göre Sınıflandırılması	23
Çizelge 1.4 Sağ Beyin ve Sol Beyin İşleyişleri	32
Çizelge 3.1 Görüntü Kategorileri ve Tercih Edilme Nedenleri	52
Çizelge 3.2 Ses Kategorileri ve Özellikleri.....	55
Çizelge 4.1 Ses 1 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdellik Değeri.....	63
Çizelge 4.2 Ses 2 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdellik Değeri.....	63
Çizelge 4.3 Ses 3 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdellik Değeri.....	64
Çizelge 4.4 Ses 4 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdellik Değeri.....	65
Çizelge 4.5 Ses 5 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdellik Değeri.....	65
Çizelge 4.6 Ses 6 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdellik Değeri.....	66
Çizelge 4.7 Ses7 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdellik Değeri.....	67
Çizelge 4.8 Ses 8 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdellik Değeri.....	67
Çizelge 4.9 Ses 9 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdellik Değeri.....	68
Çizelge 4.10 Görüntü 1 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdellik Değeri.....	69
Çizelge 4.11 Görüntü 2 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdellik Değeri.....	69
Çizelge 4.12 Görüntü 3 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdellik Değeri.....	70
Çizelge 4.13 Görüntü 4 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdellik Değeri.....	71
Çizelge 4.14 Görüntü 5 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdellik Değeri.....	71
Çizelge 4.15 Görüntü 6 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdellik Değeri.....	72
Çizelge 4.16 Görüntü 7 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdellik Değeri.....	73
Çizelge 4.17 Görüntü 8 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdellik Değeri.....	73
Çizelge 4.18 Görüntü 9 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdellik Değeri.....	74
Çizelge 4.19 Görüntü-Ses 1 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdellik Değeri.....	75
Çizelge 4.20 Görüntü-Ses 2 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdellik Değeri.....	75
Çizelge 4.21 Görüntü-Ses 3 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdellik Değeri.....	76
Çizelge 4.22 Görüntü-Ses 4 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdellik Değeri.....	77
Çizelge 4.23 Görüntü-Ses 5 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdellik Değeri.....	77
Çizelge 4.24 Görüntü-Ses 6 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdellik Değeri.....	78
Çizelge 4.25 Görüntü-Ses 7 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdellik Değeri.....	79
Çizelge 4.26 Görüntü-Ses 8 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdellik Değeri.....	79
Çizelge 4.27 Görüntü-Ses 9 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdellik Değeri.....	80
Çizelge 4.28 Cinsiyet ve Ses Kategorilerinin Karşılaştırılması.....	81
Çizelge 4.29 Cinsiyet ve Görüntü Kategorilerinin Karşılaştırılması.....	81
Çizelge 4.30 Cinsiyet ve Görüntü-Ses Kategorilerinin Karşılaştırılması	82
Çizelge 4.31 İkametgah ve Ses Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdellik Değerleri	82
Çizelge 4.32 Bölüm ve Ses Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdellik Değerleri	83
Çizelge 4.33 Bölüm ve Görüntü Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdellik Değerleri	84

Çizelge 4.34	Aile Mesleği ve Ses Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdeler Değerleri	84
Çizelge 4.35	Aile Mesleği ve Görüntü Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdeler Değerleri	85
Çizelge 4.36	Aile Mesleği ve Görüntü-Ses Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdeler Değerleri	85
Çizelge 4.37	Ruh Hali ve Ses Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdeler Değerleri	86
Çizelge 4.38	Ruh Hali ve Görüntü Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdeler Değerleri	87
Çizelge 4.39	Ruh Hali ve Görüntü-Ses Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdeler Değerleri	88
Çizelge 4.40	Hangi El ve Ses Kategorilerinin Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdeler Değerleri	88
Çizelge 4.41	Hangi El ve Görüntü Kategorilerinin Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdeler Değerleri	89
Çizelge 4.42	Hangi El ve Görüntü-Ses Kategorilerinin Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdeler Değerleri	89
Çizelge 4.43	Ön Plan ve Ses Karşılaştırmasında Katılımcıların En çok Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdeler Değerleri	90
Çizelge 4.44	Ön Plan ve Görüntü-Ses Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdeler Değerleri	90
Çizelge 4.45	2.Ses ve 2.Görüntü-Ses Kategorilerinin Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler Değerleri	91
Çizelge 4.46	3.Ses ve 3.Görüntü-Ses Kategorilerinin Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler Değerleri	91
Çizelge 4.47	5.Ses ve 5.Görüntü-Ses Kategorilerinin Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler Değerleri	92
Çizelge 4.48	7.Ses ve 7.Görüntü-Ses Kategorilerinin Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler Değerleri	93
Çizelge 4.49	1.Görüntü ve 1.Görüntü-Ses Kategorileri İçin Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler Değerleri	94
Çizelge 4.50	2.Görüntü ve 2.Görüntü-Ses Kategorisi İçin Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler Değerleri	94
Çizelge 4.51	3.Görüntü ve 3.Görüntü-Ses Kategorisi İçin Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler Değerleri	95
Çizelge 4.52	4.Görüntü ve 4.Görüntü-Ses Kategorisi İçin Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler Değerleri	96
Çizelge 4.53	5.Görüntü ve 5.Görüntü-Ses Kategorisi İçin Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler Değerleri	96
Çizelge 4.54	6.Görüntü ve 6.Görüntü-Ses Kategorisi İçin Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler Değerleri	97
Çizelge 4.55	7.Görüntü ve 7.Görüntü-Ses Kategorisi İçin Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler Değerleri	98

Çizelge 4.56 8.Görüntü ve 8.Görüntü-Ses Kategorisi İçin Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdelik Değerleri	98
Çizelge 4.57 9.Görüntü ve 9.Görüntü-Ses Kategorisi İçin Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdelik Değerleri	99
Çizelge 5.1 Üç Kategori Türünde Katılımcıların Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdelik Değerleri	112
Çizelge 5.2 Ses Kategorileri	113
Çizelge 5.3 Görüntü Kategorileri.....	115
Çizelge 5.4 Görüntü ve Ses Kategorileri	116
Çizelge 5.5 Üç Kategori Türünde Tercih Edilen Sıfatlar	117

EKLER LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
EK 1: Anket	129

1. GİRİŞ

İnsan çevresi ile sürekli etkileşim halindedir. Bu etkileşim gerçekleşirken de birey duyularından etkili bir biçimde yararlanmaktadır. Beş duyu organımız arasında görme ve işitme duyusu diğer duyularımıza göre çevreyi algılamada ve anlamlandırmada daha etkili olmaktadır. İnsan ilk izlenimlerini ve tercihlerini görme duyusu üzerinden yapmaktadır. Bu durumda da görülen her nesneden ve her durumlardan da görmenin etkinliğinden bahsetmek mümkün olmaktadır (Çırak, 2008). Birey görme duyusunun etkinliği sayesinde nesnelere ve durumlara farklı anlamlar yüklemektedir. Genel bir tanım haline gelen bakmakla görmek arasında fark vardır cümlesi de bu durumu tam anlamıyla açıklamaktadır.

İnsan hayata başladığı ilk zamandan itibaren çevreyle bir ilişki halinde olmaya başlar. Bu ilişki durumu bireyin algı mekanizması ile ilişkili olmaktadır (Çanakçıoğlu, 2016). Algı kavramı yaşanan çevrenin idrak edilmesinde ve anlamlandırılmasında etkili olmaktadır. Birey bir nesneyi veya bir durumu duyu organlarımız aracılığıyla algılamakta ve anlamlandırmaktadır. Bu nesne ve durumlar insan tarafından algılanırken, bireyin sosyal hayatı, geçmiş deneyimleri, gelecek beklentileri ve içinde bulunduğu ruh hali gibi etmenlerden etkilenecek şekilde şekillenmektedir. Algı kavramının da görme duyusu kadar işitme duyusu da etkili olmaktadır. Algılamada etkili olan her görsel elaman gibi her işitsel eleman da bir nesneyi veya bir durumu anlamlandırmamıza yardımcı olmaktadır. Görsel olarak görülen her durumun etkisi kadar çevremizde hissettiğimiz veya hissetmediğimiz bütün sesler tasarım boyutunda bireyin olaylara ve durumlara göre algı kavramını şekillendirmektedir.

Görsel ve işitsel kurguların algı kavramına olan etkisi ile bu kurguların tek başına ve birlikte mekân tasarımına nasıl ve ne boyutta etki ettiğini ortaya koymak tezin genel amacını oluşturmaktadır. Aynı zamanda farklı ses ve görüntü alternatifleri ve her ikisinin birlikteliğinin farklı kombinasyonlarının mekânın tercih edilebilirliğini şekillendirmesindeki etki mekanizmasını tespit etmek de ikincil amaçtır. Tüm bu amaçlar doğrultusunda işitme ve görme duyularının mekân tasarımı ve mekân kullanıcıları açısından farklı etkilere sahip olduğunun somut kanıtlar ile belirlenmesi ulaşılmak istenen sonucu belirtmektedir.

1.1 Kuramsal Temeller

1.1.1 Tasarımda Algı

1.1.1.1 Algı Kavramı

Algı, en bilinen anlamıyla bir şeyi idrak etmek, o şeye tamamen dikkatini vererek incelemek, yorumlamak anlamına gelmektedir (Anonim1). Bir alanda yaşayan insan çevresini tanımak, bilmek, anlamak ve yorumlamak zorundadır. Bu süreçlerin devamlılığı için de duyularına gereksinim duymaktadır. İnsan çevresinde olan olayları ve nesnelere duyu organları yardımı ile anlar ve kavrar. Bu kavrama süresi duyu organlarımızın birinden diğerine ulaşması ve en son beyne iletilmesi ile gerçekleşmektedir. Tüm bu sürece de algı denilmektedir (Artantaş, 2007). Algı bu güne kadar birçok meslek disiplini tarafından araştırılmıştır ve birçok araştırmacı bu kavrama farklı anlamlar ve tanımlar yüklemiştir.

Howard'a göre algı, çevremizdeki uyaranların düzenlenmesi, seçilmesi ve yorumlanmasını kapsayan bir işleyiş olarak tanımlamaktadır (Howard, 1963; Tezel, 2007). Morgan'a göre algı, duyularımızı anlama, yorumlama ve bir bütün olarak ifade etme anlamına gelmektedir (Morgan, 1995; Tezel, 2007). Gür'e göre algı, duyularımız yoluyla çevreden bilgi edinme sürecini ve bu bilgileri duyular aracılığıyla anlama, seçme, yorumlama; davranış ve güdülerle çevreye yanıt verme işleyişi olarak tanımlamaktadır (Gür, 1996; Koç, 2012). Lang, algıyı, aktif bir süreç olarak tanımlayarak, kişinin geçmiş tecrübelerinin ve gereksinimlerinin şu an bulunduğu durumlara yansımaları olarak tanımlamaktadır (Lang, 1987; Koç, 2012). Cüceloğlu, algıyı, duyularımız yoluyla kavrayarak, çevredeki olayların ve nesnelere akıl yolu aracılığıyla farkına varmak, idrak etmek olarak tanımlamaktadır (Cüceloğlu, 1996; Ayyıldız, 2000). Ünlü, algı kavramını, organizma ve çevre arasında meydana gelen işlemlerin içsel ve dışsal etmenlerle bilişsel yansımaları dayandırılması olarak tanımlamaktadır (Ellialtıoğlu, 2007; Yılmaz, 2010). Genç ve Sipahioğlu'na göre algılama; Bir canlının ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla çevresel bilgileri deneyimleme süreci olarak tanımlamaktadır (Genç ve Sipahioğlu, 1990; Yılmaz, 2010). Mangır ve Çağatay algıyı, zihinsel bir süreç olarak tanımlayarak, duyu organlarına gelen uyarıcılara tanımlaması, yorumlaması ve anlam vermesi olarak ifade etmektedir (Mangır ve Çağatay, 1987; Yılmaz, 2010).

Rapoport, diğer literatürlerden farklı olarak algıyı nesnelere görünümü üzerinden değerlendirmiştir. Algı kavramında kişiler arasında değişkenlik gösteren özellikleri ortaya koymuştur (Rapoport, 1977; Ünal, 2013).

En genel tanımı ile algı, dünyada ve çevremizde var olan öznel ve nesnel kavramların duyu organlarımız aracılığıyla geçmiş tecrübeler, bugünkü yaşayış biçimi ve yaşadığımız sosyal çevre gibi birçok faktörlerin etkisi altında kalarak bilinçli bir şekilde farkına varmak, idrak etmektir (Minez, 2013).

Farkına vardıklarımız yalnızca algıyı oluşturmamaktadır. Algı, farkına varamadıklarımızla da gerçekleşmektedir. Bir nesneye veya bir duruma odaklanırken dikkatimizden kaçan birçok şey olmaktadır. Algı gözlemlenenleri görmektir. Gördüğü nesnelere en ince detaya kadar kişinin kendi hayat tecrübesi, sosyal ve kültürel çevresi içinde içselleştirmesidir. Tüm bunların sonucunda seçici davranarak farkına vardıklarımız ve varamadıklarımız algısal süreci meydana getirmektedir (Asar, 2013).

1.1.1.2 Algının Özellikleri

1.1.1.2.1 Seçicilik; Kişi algılama sürecinde çevresinde olup bitenleri duyularıyla sınırlı bir şekilde algılamaktadır. Çevrede oluşan bazı değişkenler nedeniyle insanın algılamasında farklılıklar görülebilmektedir. Algısal seçicilikte dış etkenlerden oluşan uyarının şiddeti, değişkenliği ve büyüklüğü gibi etkenler algılamayı etkilemektedir. Aynı zamanda kişinin o an hissettiği ruh hali, kişisel değerleri de algısal seçiciliği etkilemektedir (Cüceloğlu, 1991; Elmalı, 2005; Özgen, 2009).

1.1.1.2.2 Bütünlük; Algısal süreçte her olay veya her nesne bireysel olarak değil de bir bütün olarak algılanmaktadır. Algılanan bir kavram bir bütün olarak ifade edilmektedir. Diğer bir anlatıma göre kavramsal olarak bir form yoktur. Form, çevresel bir bütün halinde algılanmaktadır. (Erkman, 1973; Özgen, 2009).

1.1.1.2.3 Organizasyon; Algıda her unsur birbiriyle ilişkili şekildedir. Yapılan birçok araştırmada bireyin çevresini oluşturan karakter unsurlarının bütünsel şekilde algılandığı belirlenmiştir. Algılama bir bütün halinde belli bir düzen içerisinde gerçekleşmektedir (Erdem, 1968; Erkman, 1973; Özgen, 2009).

1.1.1.2.4 Değişmezlik; Algısal kavramda değişmezlik ölçü, şekil, parlaklık, renk ve doku gibi kavramlarla sağlanmaktadır. Nesne ve çevrelere bakış açısı değişse de algılanan kavramın şekli, boyutu, yeri, parlaklığı ve rengi gibi özellikler değişiklik göstermemektedir (Morgan, 1991; Güngör, 2005; Özgen, 2009).

1.1.1.2.5 Uyarıcı etkisi; Algıda uyarıcının artması ve eksilmesi gibi nedenler gerçekte iletilmek istenen mesajda değişikliğe neden olmamaktadır. Neden olsa bile bu sebep algısal kavramda yanlış olarak değerlendirilmektedir. Ancak bir uyarıcının eksilmesi en üst düzeye geçerse iletilmek istenen iletinin değeri düşmektedir (Erkman, 1973; Özgen, 2009).

1.1.1.3 Algıyı Etkileyen Faktörler

Kişinin algısı sürekli bir değişim ve gelişim halinde olmaktadır. Kişi rastladığı her görüntüde, işittiği her seste, dokunduğu her nesnede algısını yenilemektedir. Algısal sürecin duyuşsal ve bilinçsel olmak üzere etkileşim halinde iki farklı türde boyutu bulunmaktadır (Lam, 1997; Gezer, 2008; Acaralp, 2009).

Algıladığımız olayları ve durumları duyuşlarımızla elde ederiz, aynı bir nesne her kişinin bilinç düzeyinde farklı şekilde algılanabilmektedir. Algıyı etkileyen faktörler dış ve iç faktörler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Dış faktörler; mevcut bulunan ortam şartları, ses, ışık, renk, sıcaklık gibi maddelerdir. İç faktörler ise; geçmiş deneyim ve tecrübeler, sosyal ve kültürel çevre, kişinin o an hissettiği ruh hali, kazandığı deneyimler gibi maddeler de iç faktörleri meydana getirmektedir (Lam, 1977; Acaralp, 2009).

Algıyı etkileyen iç faktörler psikolojik, kültürel, sosyal ve diğer etmenler olarak gruplandırılmıştır (Özgen, 2009).

1.1.1.3.1 Psikolojik Etkiler: Tutum, davranış ve beklenti gibi parametreleri içinde barındıran bir etmendir. Bireyin düşünce dünyasında oluşturduğu tutumu bir durumun veya nesnenin üzerinde etkili olmaktadır. Bir madeni parayı zengin ve fakir çocuğun algılaması farklılık göstermektedir. Bir ormanlık alan kimileri için spor ve rekreatif amaçlı olarak algılanırken kimileri için ise ıssız ve ürkütücü olarak algılanabilmektedir. Yine aynı şekilde sessiz ve ıssız bir mekânda bir polis memurunun veya normal bir kişinin, bir sanatçının veya bir turistin algıladığı şeyler farklı olabilmektedir (Özgen, 2009).

1.1.1.3.2 Biyolojik Etkiler: Cinsiyet ve yaş gibi durumlar algıyı etkilemektedir. Yetişkin bir insanla çocuğun bir alışveriş mekânındaki algısı farklı olabilmektedir. Yine aynı şekilde kadın ve erkeklerin bir renk veya bir sese ait tepkileri farklı olabilmektedir (Özgen, 2009).

1.1.1.3.3 Kültürel Etkiler: Alışkanlık, inanç, ahlak ve görgü kuralları, idealler, deneyim ve kişinin eğitim düzeyi (meslek grupları) gibi durumları içinde barındıran kültürel etkiler algıyı etkilemektedir. Bir durumun veya nesnenin algılanmasında kişinin geçmiş dönemlerinde yaşadığı deneyim ve tecrübeler oldukça etkili olmaktadır. Birey geçmiş deneyimlerden yararlanarak zihninde bir model oluşturmaktadır. Örneğin belli bir alana ait bir kimse o alanı hiç bilmeyen birine göre daha iyi ve kolay algılamaktadır veya daha önceden gördüğü bir mekân veya nesneyle karşılaştığında algılama olayı daha kolay olabilmektedir.

1.1.1.3.4 Sosyo-Ekonomik Durum: Yapılan birçok araştırmada sosyo-ekonomik durumun görsel algıya olan etkisi birçok araştırmacı tarafından incelenmiştir.

Val vd. (2005)'ne göre görsel peyzaj değeri algısal ve duygusal kavramlar neticesinde psikolojik süreçle ilişkilendirilmektedir (Tüfekçioğlu, 2008; Tarım, 2014). Özcan (2003)'a göre her kişide algılama farklılık göstermektedir. Bu farklılık bir mekânı veya bir çevreyi tanımda ve algılamada kişinin sosyal gruplarına göre, kişisel özelliklerine göre değişkenlik göstermektedir (Bozhüyük, 2007; Tarım, 2014). Gürer (2004)'e göre; bakılan her nesneyi insanlar görmektedir, fakat görülen bu nesnelere geçmiş deneyimler ve geçmiş bilgiler neticesinde nesnelere arasında ilişki kurularak yansıtılmaktadır (Bozhüyük, 2007; Tarım, 2014).

1.1.1.3.5 Gelecekte Beklentiler: Yaş, cinsiyet, meslek grupları gibi faktörler algılamada etkili olmaktadır, örneğin yapılan bir araştırmada yaşlı bireylerin genç bireylere göre daha güvenli ve daha sakin mekânları tercih ettikleri belirlenmiştir (Tarım, 2014).

1.1.1.3.6 Deneyimler: Kişinin geçmiş dönemde yaşadığı olaylar ve düşünceler bir nesneyi veya çevreyi algılamakta etkili olmaktadır, örneğin bazılarının göre güvenli ve huzurlu olan bir alan kimine göre güvensiz ve huzursuz olabilmektedir. Bu durumda geçmiş deneyimlerle ilişkilendirilmektedir (Tarım, 2014).

Özetle algı kavramı, kişisel, toplumsal ve çevresel tüm faktörler tarafından etkilenir ve değişiklik gösterir. Bu durum, her insanın çevresinde gerçekleşen ve hayat bulan her olguya farklı anlamlar çıkartması ve farklı tepkiler vermesi ile sonsuz bir çeşitliliği doğurur.

1.1.1.4 Mekânsal Algı

Mimari de mekân kavramı önemli bir yere sahiptir. Schulz, Rapoport, Harvey, Lefebvre, Lang, Aristo, gibi önemli birçok araştırmacı, mekân kavramını detaylı bir şekilde açıklamaktadır (Asar, 2013).

Mekân kavramının en önemli araştırmacılarından biri olan Schulz, beş tane mekân kavramından bahsederek, mekânı algılama konusunda düşünceler öne sürmektedir. Schulz'un öne sürdüğü beş mekân; bireyin dış çevresine ait imaj oluşturan varoluşsal mekân, direkt yönlendirme oluşturan algısal mekân, fiziksel devinimin meydana getirdiği cisimsel mekân, fiziksel evrenin meydana getirdiği kavramsal mekân ve mantıksal mekân olarak sınıflanmaktadır (Schulz, 1971).

Schulz, mimari mekânı varoluşsal mekânın somutlaştırılması olarak tanımlamaktadır. Varoluşsal mekânı ise psikolojik bir kavram olarak ifade edilmektedir. Bireyin çevresi ile etkileşime girmesi sonucu varoluşsal mekân meydana gelmektedir. Mimari mekân kişinin ihtiyaç ve isteklerine göre şekillenen bir süreci temsil etmektedir. Schulz'a göre mimari mekân kavramında süreklilik önemli bir kavram olarak ele alınmaktadır (Schulz, 1971).

Mimari mekânın algılanmasında kişisel deneyim ve tecrübeler, iyi bir gözlem yapma, ince ayrıntılar etkili olmaktadır (Asar, 2013). Bir alanı tanımlayan kişi, kendi hayat tecrübesi ve deneyimleri ile o mekânı okumaktadır. Edindiği bilgi ve deneyimler mekânın algılanmasında ve anlamlandırılmasında etkilidir. Bir mekânla kurduğumuz ilişki ne kadar fazla ise, kendimizi o mekâna ait hissetme duygumuzda o kadar fazla olmaktadır (Gezer, 2007; Asar, 2013).

Bir mekânda renk, koku gibi niteleyici etkenler ve yoğunluk, süre gibi kantitatif etkenler algısal olarak bireyin hafızasında yer etmektedir. Bundan dolayı bu etkenler sadece mekânla değil mekân ve mekân içinde geçen hayat arasında etkileşimli bir ilişki oluşturmaktadır (Kahvecioğlu, 1998; Asar, 2013). Bu nedenlerden dolayı kişinin bir mekânda duyduğu bir ses veya hissettiği bir koku geçmiş deneyim ve

birikimlerle ilişki kurarak hafızada imaj olarak tekrar canlanmaktadır. Tüm bu etkiler doğrultusunda kişi ve mekân sürekli etkileşim halindedir. Mekân kişiye göre şekillenmektedir. Kişi de mekâna göre uyum sağlamaktadır (Asar, 2013). Mekânın algılanabilirliği kişisel deneyim, bilgi ve kültürel donanım gibi etkilerle her birey için farklılık göstermektedir. Bundan dolayı bir mekânın algısına birçok şey etki eder (Asar, 2013).

1.1.1.4.1 Okunaklılık: Bir mekânın sınırlarının belirlenmesinde mekânın ayırt edici özelliklerinin ön plana çıkmasında ve dokusunun belirlenmesinde mekânın okunaklı olması son derece önemlidir. Okunaklılık ile anlatılmak istenen gerçekte görsel niteliklidir. Bir mekânın tanımlanmasında okunaklılık önemlidir (Asar, 2013).

Bir mekânın okunabilmesi, algılanabilmesi için o mekânda bir dolaşımın gerçekleşmesi gerekmektedir. Bunun için Kevin Lynch ‘The Image of City’ (Kent İmgesi) adlı kitabında yön kavramına değinerek mekânın algılanabilmesi için yön doğrultusunun öneminden bahsetmektedir (Lynch, 2011; Asar, 2013).

1.1.1.4.2 Mekânsal algıyı oluşturmak: Bir mekânda algıyı oluşturmak için öncelikle hareket etkisinin oluşması gerekmektedir, çünkü insan sabit bir varlık değildir. Kaldığı veya gittiği her yerde sürekli olarak kısa da olsa bir hareket halinde bulunmaktadır. İnsan bu etkisinden dolayı zihninde bir takım imajlar oluşturarak, o imajlarla mekânda algısal olarak bir ilişki kurmaktadır (Asar, 2013). Schulz, mimari mekânda hareket etkisini şu şekilde açıklamaktadır; “İnsan mekânın odak noktasında yer almaktadır ve mekânın doğrultuları insanın hareketleri ile değişerek devam etmektedir” (Schulz, 1971).

1.1.1.4.3 Yapı ve kimlik: Lynch, çevresel imgeyi kimlik, yapı ve anlam olarak üç bölüme ayırmaktadır. Dolayısıyla bir mekân algılanırken yapısı ve kimliği ile algılayıcının zihninde bu kavramlara göre anlam bulmaktadır (Asar, 2013).

1.1.1.4.4 Algılanabilirlik: Algılanabilirliğin artması ve algılayıcıda güçlü bir algısal nitelik oluşması için, algılayan kişide farkındalık etkisinin güçlü olması gerekmektedir, fakat sadece farkındalık etkisi ile algılanabilirlik de tek başına etkili olmamaktadır. Bireyin algısal süreçte hem farkındalıkla hem de mekânsal özelliklerle algılamayı düşünmesi gerekmektedir (Asar, 2013).

1.1.1.5 Algıda Yanılsama

Yanılsamalar algılanan nesnenin kusursuz olmadığını ve algılama olayının hata yapmaya açık olduğunu göstermektedir (Cüceloğlu, 1991; Yılmaz ve ark., 2017). Diğer bir ifade ile algılamada gözlerin topladığı noksan verileri anlamak için oluşmaktadır (Gregory, 1997; Yılmaz, 2008). Algı yanılsamaları subjektif ve objektif olmak üzere iki bölüme ayrılmaktadır (Yılmaz ve ark., 2017).

1.1.1.5.1 Subjektif Yanılsama; Sinir sisteminin içten uyarılmasının sebep olduğu ve sinirsel uyarılmanın yan etkilerinin, algı kavramındaki eksiklikten ve algısal farklılıktan oluşmaktadır (Lang, 1987; Gregory, 1997; Yılmaz ve ark., 2017). Bir mekânda yer alan tasarım elemanlarının nitelikleri ve bunların meydana getirdiği bireye ait algılama farklılıkları ve çağrışımlar, subjektif yanılsamaları oluşturmaktadır. Aynı zamanda dokusal görsel elemanlar, fiziksel özellikler gibi etmenler bu yanılsamayı zenginleştirmektedir (Polakowski, 1987; Yılmaz, 2008 Yılmaz ve ark., 2017). Zihinde meydana gelen imajın noksan özellikleri, heyecanın etkileri, sinir sisteminin içsel uyarımları subjektif yanılsamalara kaynak olmaktadır (Yılmaz, 2008).

1.1.1.5.2 Objektif Yanılsama (Geometrik Yanılsama); Objektif yanılsamalar 1854'de Opper tarafında ortaya atılmıştır. Görsel algılamanın en etkileyici, şaşırtıcı ve dikkat çekici özelliklerini bir araya getiren yanılsama türü olarak adlandırılmaktadır. Kırılmalar, zıtlıklar ve yansımalarla ortaya çıkmaktadır (Lang, 1987; Fineman, 1981; Yılmaz ve ark., 2017). Şekillerin ölçüsünün ve yönünün bir süreklilik dâhilinde yanlış ve eksik çizilmesi geometrik yanılsamaları meydana getirmektedir. Açıklanmasının zor olmasından dolayı geometrik yanılsamalar birçok araştırmacı tarafından incelenmektedir.

Bu incelemelere göre ortaya atılan teoriler aşağıda belirtildiği gibidir. (Lang ve ark., 1974; Yılmaz, 2008).

Objektif yanılsama (Geometrik Yanılsama) teorileri

Fizyolojik Teoriler: Fizyolojik teorilerde Gestalt okulu yanılsamaları belli kurallarla açıklanamamaktadır. Aksine bu durumu algısal süreç ile açıklanmaktadır. Geometrik yanılsamayı da görsel alanın düzenli niteliklerinden dolayı aynı durumlarla ifade etmektedir. Fizyolojik teoriye göre görsel devinimler algılayıcının bilinci ile birlikte

renk ve biçimin etkisi ile meydana gelmektedir. Bundan dolayı da hiçbir görsel hareket tesadüfi olmamaktadır (Yılmaz ve ark., 2017).

Bilgi Modelli Teoriler: Geometrik yansımaların öncelikli kuramını oluşturmaktadır. Yansımaların etkilerini göstermektedir. Göz organının ürettiği yakın çizgilerin şekilsel yansımaları keşfetmesi üzerine ortaya atılan bir kuramdır (Yılmaz, 2008).

Yargısal Teoriler: Geometrik yansımaları açıklamak için mekân veya perspektif durumları için ölçü ilişkilerinin öğrenilmesi ve anlaşılması gibi bazı öğrenme durumlarına dayanmaktadır (Yılmaz, 2008).

1.1.1.6 Algılama Kuramları

Algılama kuramları, bilgiye dayalı algılama kuramları ve duyuya bağlı algılama kuramları olmak üzere iki kısma ayrılmaktadır. Bilgiye dayalı algılama kuramları, bilginin nasıl işlendiğini ve ifade edildiğini ortaya koymaktadır. Duyuma dayalı algılama kuramı ise duyuların nasıl tarif edileceği üzerine çalışmaktadır (Lang, 1987; Yılmaz, 2008). Algılama kuramlarının öncülerinden olan Gibson görsel algıyı anlamının yolunu ve algılamanın ışık ve göz duyusu ile başladığını belirtmektedir (Gibson, 1950).

1.1.1.6.1 Bilgiye Dayalı Algılama Kuramları

Algılamanın bilgiye dayalı olduğu James Gibson ve Eleanor Gibson gibi öncü araştırmacılar tarafından ifade edilmiştir. Bilgiye dayalı algılama kuramında görsel çevreyi algılamamız için iki konu dikkat çekmektedir. Bu konular literal algı ve şematik algı olarak ifade edilmektedir (Ertürk, 1984; Yılmaz, 2008). Literal algı yüzeylerin, dokuların ve biçimlerin dünyası olarak ele alınmaktadır. Şematik algı ise odaklandığımız yararlı ve anlamlı nesnelerin algısı olarak tanımlanmaktadır. Bilgiye dayalı algılama kuramlarından literal algının nesnel bir algı düzeyinde olduğu, şematik algının ise kişiden kişiye değişen öznel bir algı düzeyi olduğu ifade edilmektedir (Dede, 1997; Yılmaz, 2008).

Optik akış ve olanaklılık teorisi: Optik akış peyzajı devinimlerimize göre gerçekleştiren her hareketimizde çevre ile algılayışımız arasında bir ilişki kuran

kavram olarak tanımlanmaktadır (Bell, 2001; Yılmaz, 2008). Optik akış kavramı Gibson tarafından geliştirilen bir kavramdır (Yılmaz, 2008).

Yüzey teorisi: Gibson'a göre algısal işlev anlamının en önemli yollarından biri yüzey kuramıdır. Bu kuram'a göre bir zemini algılamadan mekânsal bir algıdan bahsetmek doğru olmamaktadır (Yılmaz, 2008). Gibson mekân algılamasında nesnelerin bir araya gelerek bir bütünlük içinde mekânsal algılamının temelini oluşturduğunu belirtmektedir (Gibson, 1950).

Dokusal derecelenme: Gibson'a göre nesnelerin algılayan kişiden uzaklaşması, görüntünün kademeli olarak değişim göstermesinin bir sonucu olarak ifade edilmektedir. Bu nedenle mesafenin net bir şekilde algılanabilmesi için dokusal derecelendirmenin tanımlı olması gerekmektedir (Gibson, 1950). Derinlik algısı ve şekil-zemin ilişkisi kavramlarının net olarak kavranabilmesi için dokusal derecelendirme gerekli olmaktadır (Kalın, 2004; Yılmaz, 2008). Dokusal derecelendirme mesafe ve derinlik kavramları ile ilişkili olarak açıklanmaktadır (Gibson, 1950; Gibson, 1986; Yılmaz, 2008).

1.1.1.6.2 Duyuma Dayalı Algılama Kuramları

Duyuma dayalı algılama kuramı ampirizm, transaksiyonalizm, rasyonalizm ve nativizm, gestalt kuramı olmak üzere dört kısma ayrılmaktadır (Minez, 2013).

Ampirizm: Bilginin kökeninin ampirik deneylerden meydana geldiğini ileri süren bir kuram olarak tanımlanmaktadır. Ampirizm'e göre bilginin ampirikliği duylardan, deneylerden ve algılardan meydana gelmektedir (Hançerlioğlu, 1977; Minez, 2013).

Transaksiyonalizm: Her bireyin kendine ait bir algı dünyası bulunmaktadır. Bu algı dünyası da her bireyde gizli olarak vurgulanmaktadır. Transaksiyonalizm farklı bireylerin kendi tecrübeleri, eğitimi ve durumları, amaçlarına bağlı olarak algılanan çevrede odaklandıklarının farkında olmamızı sağlamaktadır (Ertürk, 1984; Minez, 2013).

Rasyonalizm ve Nativizm: Nativizm doğduğumuzda bütün bilgilerin aklımızda olduğunu ileri sürmektedir. Onlara göre bütün ruhsal etkinlikler akılla birlikte var olmaktadır (Ertürk, 1984; Minez, 2013).

1.1.1.7 Gestalt Kuramı

Gestalt kuramı aslında bir psikoloji bilimi olarak görünse de görsel algılamanın nasıl bir süreç içinde işlediğini, görsel algılamada nelerin etkili olduğunu ve iç ve dış etkenlerin görsel algılamayı nasıl etkilediği üzerinde durmaktadır. Gestalt teorisi bütüncül bir anlayış üzerine kurulan bir ilkedir. Bu kuram Alman ve Avusturyalı psikologların ‘İnsanlar, nesnelere bütün olarak nasıl algılar ve yaşarlar’ sorusu üzerine kurulmuş olan bir düşüncedir (Eryayar, 2011).

Gestalt teorisi görsel algılama kavramının en temel birimini oluşturmaktadır. Aynı zamanda ilk kez temel tasarım dersinin alt yapısını oluşturmak üzere tasarım alanında uygulanmıştır. Gestalt kuramına göre parçalar tek tek bütünü yansıtmamaktadır. Bütünün özelliklerine göre parçalar belirlenmekte ve ilişkilendirilmektedir (Eryayar, 2011).

Gestalt kuramına göre zihin bilinmeyen ve aşına olmadığı görsel özelliklerle karşılaştığında bu görsel özellikleri kalıplaşmış seçeneklere göre düzenlemektedir. Bu seçenekler şekil zemin, devamlılık, benzerlik, devamlılığın iyi olması ve yakınlık olarak gruplandırmaktadır (Özgen, 2009).

Şekil Zemin İlişkisi: Tüm algılamalarda şekil zemin ilişkisi olmaktadır. Şekil arka tarafı meydana getiren fon sayesinde anlam bulmakta ve anlamlandırılmaktadır. Örneğin herhangi bir ağaç, şekildir, gökyüzü ise onun zeminini yani fonunu oluşturmaktadır. Bir hayvanın kendisi şekildir. Onun uyuduğu alan ise zemini oluşturmaktadır. Şekil zeminle anlam bulmaktadır (Özgen, 2009).

Şekilleri Gruplama: Objeler sadece bir zeminde değil aynı zamanda bir grup halinde, bir uyum içerisinde yer almaktadır. Basit bir obje bile bir grup örüntüsü şekliyle görülmektedir. Benzerlik, yakınlık ve basitlik gibi etmenler algılamayı önemli derecede etkileyerek gruplaşmaya yardımcı olmaktadır (Cüceloğlu, 1991; Roth, 2000; Elmalı, 2005; Arkonaç, 2005; Özgen, 2009).

Yakınlık: Birbirine yakın duran nesnelere zihin tarafından grup halinde algılanması daha kolay olmaktadır (Eryayar, 2011).

Benzerlik: Kullanıcılar için bir yönden benzer olan objeler daha kolay ve bütünsel anlamada algılanmaktadır (Özgen, 2009).

Kapalılık: Görsel algılamayı kullanarak eksik olan parçaları bir bütün halinde zihinde canlandırma ve anlamlandırma olarak tanımlanmaktadır (Eryayar, 2011).

Devamlılık: Görsel algı birbirleriyle aynı doğrultuda ve ilişkili olan birimleri algılamaktadır. Doğrultu değiştiğinde süreklilik değişmekte ve yeni bir algılama ortaya çıkmaktadır (Özgen, 2009).

1.1.1.8 Mimaride Algılama

İnsanoğlu içinde bulunduğu ortama uyum sağlayabilmek, ondan yararlanabilmek için o ortamı bilmek, anlamak ve tanımak zorundadır. Tüm bu durumları da anlamlandırıp yorumlayan algı kavramıdır (Schulz, 1966; Minez, 2013).

Algılama kavramı psikoloji bilimi ile yakından ilişkili bir kavramdır. Bu durumu mimarlar için en önemli kılan özelliklerden biri de mimarların tasarladıkları objelerin kullanıcıların algılamasına bırakılması ve onları yorumlayarak değerlendirme işlemine alınmasıdır (Ertürk, 1984; Minez, 2013).

Algılama çevreden bilgi alma, alınan bilgiyi anlayıp yorumlama işlemine dayanan etkin bir süreç olarak ele alınmaktadır. Mimar da planlama ve tasarım dâhilinde bu süreçte görev almaktadır. Kullanıcılar için mimari kavramda biçim algısı önemlidir. Bundan dolayı mimar, biçimler arasındaki ilişkiyi ve dengeyi iyi bilmek zorundadır (Ertürk, 1984; Minez, 2013).

1.1.1.9 Peyzaj Mimarlığında Algılama

Bell, (1999) peyzaj mimarlığında algılamanın göz duyusu ile gerçekleştiğini belirtmektedir. Görme işlemi gerçekleşirken peyzajın görsel algı üzerinde birçok etkisi olmaktadır. Görsel fizyolojinin en önemli yönlerinden biri zıtlık ve görsel duyarlılıktır. Beyin retinada oluşan görüntüyü alır ve bizim algıladığımız şekilde bir görüntüye dönüştürmektedir (Sheppard, 2004; Yılmaz, 2008).

Peyzaj kültürel değerlerin, kişisel inanç ve deneyimlerin süzgecinden geçerek, kullanıcının gözünde her an görülüp Gestalt kuramına göre şekillenmektedir (Bishop ve ark., 2001; Yılmaz, 2008). Litton, peyzajın tanımlanması ve anlamlandırılması için geniş kapsamlı kurallar geliştirmiştir. Litton, bu kuralları görsel elemanları ele alarak, peyzajın algısal karakterleriyle doğrudan ilişkili olarak tanımlamaktadır (Zube ve ark., 1987; Sheppard, 2004; Yılmaz, 2008).

Peyzajı oluşturan görsel materyaller ve algısal durumlar görsel elemanlarla birlikte kullanıcının bulunduğu çevresini değerlendirmesini sağlamaktadır. Tüm bu değerlendirme neticesinde peyzaj, algısal etkilerin bir bütünü olarak tanımlanmaktadır (Gault, 1997; Yılmaz, 2008).

Çizelge 1.1 Peyzajı Oluşturan Görsel Elemanlar ve Bileşenler

Peyzajı oluşturan görsel elemanlar	Peyzajı oluşturan bileşenler	Peyzajı görmemizi etkileyen algısal ilişkiler	Peyzajın karakteristik değişkenleri
Renk, içerdiği ton, doyunluk/parlaklık	Topografya	Geçici (mevsimsel/günlük)	Aşinalık
Doku	Bitki	değişimler	Alanın eşsizliği
Ölçü	Su yapısı	Manzara mesafesi ve ölçü etkileri	Karakter
Form	Bireyin arazi kullanımı ve mimari formlar	Gözlemcinin pozisyonu (yüksek-normal- aşağı)	Fiziksel peyzaj bileşenleri (arazi formu, su)
Çizgi/kenar çizgisi	Atmosfer	Gözlemcinin hareketi (görüş alanı, görüş silsilesi)	Kültürel peyzaj bileşenleri (insan etkisi)
Peyzajın konumu			Doğallık
Peyzajın hareketi			Derinlik
			Genişlik

Peyzajı algılama sürecinde yukarıda tabloda yer alan elemanların birlikteliği, değişkenlikleri, bir bütün halinde organizasyonu, peyzajı algılamada, tanımlamada ve anlamlandırmada büyük önem taşımaktadır (Yılmaz, 2008).

1.1.2 Tasarımda Beş Duyu

İçerisinde yaşadığımız dünyada doğru ve etkili bir iletişim kurabilmek çevremizde olup bitenleri algılamak ve anlayabilmek amacıyla algılama ve duygusal nitelik özellikleriyle beş duyu organ olan işitme, görme, tatma, koklama ve dokunma duyularının işlevlerinden yararlanılması gerekmektedir. Yaşadığımız çevreyi renk ve hareket etkileriyle görerek, insan kulağının duyabileceği türde sesleri işiterek; acı, tatlı, tuzlu gibi tatları tadararak; güzel ve kötü kokuları ayırt ederek ve sertlik, yumuşaklık kavramlarına dokunarak algılamaktayız (Taşkiran ve Bolat, 2013).

Çevremizden bilgi edinmek ve bir konu hakkında fikir yürütmek için duysal bilgilerimizi kullanırız. Duyum kavramı ele alındığında duyu organları ile algılayabildiğimiz, bir ses tonu, çayın sıcaklığı, bir ışığın parlaklığı veya ateşe

dokunduğumuzda hissettiğimiz bir acı gibi birçok hislerimiz devreye girmektedir (Morgan, 1993'den; Taşkiran ve Bolat, 2013).

İnsanoğlu özetle çevresinde olup bitenleri algılamak için tüm duyu organlarını kullanmaktadır. Dolayısıyla da görsel algı, işitsel algı, tatsal algı, kokusal ve dokunsal algı kavramlarıyla her duyu organına özgü algıları kullanmaktadır (Taşkiran ve Bolat, 2013).

Duyu organları birincil duyu organları ve ikincil duyu organları olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Birincil duyu organları görme ve işitme organıdır. İnsanlar kültür ve medeniyetleri büyük ölçüde görme ve işitme duyuları üzerine kurmuşlardır. Diğer duyu organlarına göre daha fazla şekilde kullandığımız duyu organlarımız görme ve işitme duyularıdır. İkincil duyu organları; görme ve işitme duyularına göre daha az sıklıkla kullanılan dokunma, koklama ve tatma duyularıdır (Özer, 2005).

Bütün duyular görme de dâhil dokunma duyusunun uzantılarıdır. Tüm duyular birer dokunma kipidir ve duyular ten dokusunun özelleşmiş halleridir (Pallasmaa, 2018).

1.1.2.1 Görme

Görme duyusu tasarımda belirlenen mekânı renk, boyut, şekil gibi fiziksel özelliklerle tanımlayıp o mekân hakkında yorum yapabilmemizi sağlamaktadır. Tasarımlarda amaç öncelikli olarak görme duyusuna hitap etmektir. Çünkü yapılan bir tasarımda ilk görüş, ilk izlenim oldukça önemlidir. İnsan tasarlanan mekânlarda gördüğü nesnelere bir anlamlandırmaya gidip o tasarım hakkında yorum ve değerlendirmesini yaparak tasarım hakkında bir karara ulaşmaktadır. Görsel duyularda; renk, form, boyut, ışık, nicelik ve çizgisel özellikler direkt etkiye sahiptir (Atabeyoğlu, 2016).

Görsel duyuda renk oldukça önemli fiziksel algılama bileşenidir. Aynı zamanda tasarımları değerlendirirken psikolojik ve estetik boyutuyla ele alınması gereken önemli bir öğedir. Renk bir alanın enerjisini değiştirebilmektedir. Aynı zamanda yönlendirme etkisi ile mekânın doğrultusunu vurgulayabilmektedir. Farklı tonlarda renkler bir arada kullanıldığında tasarlanan mekânlarda hacimlerden görünürden daha yüksek, daha derin veya daha alçak görülebilmektedir (Gezer, 2012).

Görsel duyuda diğer önemli bir etkiye sahip olan özellik ışık ögesidir. Işık görmemizi, çevreyi tanımamızı ve algılamamızı sağlamaktadır. Kentsel alanlarda açık veya kapalı mekânlarda ışık etkisi, tasarım boyutunda oldukça önemli bir etkidir.

Form, görsel duyuda şekille ilişkilendirilerek nesnelere tanınmasını sağlamaktadır. Aynı zamanda formal, informal, sert ve yumuşak şekillerde çizgisel ifadelerle değerlendirilerek tasarımda estetik ve psikolojik anlamda etkili olmaktadır (Atabeyoğlu, 2016).

Erken modernist kuramda göz duyusuna verilen ayrıcalığı Le Corbusier şu ifadelerle açıklamaktadır. “Ancak görüyorsam hayattayım” (Corbusier, 1991; Pallasmaa, 2018). “Ben iflah olmaz bir görselim ve öyle kalacağım her şey görsel olanda” (Crosset, 1987; Pallasmaa, 2018). “Anlamak için berraklıkla görmek gerekir” (Corbusier, 1991; Pallasmaa, 2018). “Sizi gözlerinizi açmaya çağırıyorum. Gözlerinizi açıyor musunuz? Gözlerinizi açmayı öğrendiniz mi? Her zaman iyi açıyor musunuz?” (Pallasmaa, 2018).

1.1.2.2 İşitme

İşitme organı olan kulak, dış kulaktan gelen sesleri alabilmek üzere gelişen bir mekanizma şeklindedir (İncekara, 1999).

Mimari anlamda mimari mekânın yansıttığı sesler duyulabilmektedir. Her mekânın kendine özgü bir sesi vardır ve bu sesi yansıtmaktadır. Ses yansımaları farklı malzeme ve biçimlerde değişkenlik gösterebilmektedir (Rasmussen, 1994; Işıkyıldız, 2000; Gezer, 2012). Sesler mekânın boyutlarına, hacimlerine, kullanılan malzemenin niteliğine göre farklılık göstermektedir (Gezer, 2012). İnsanın algılayabildiği sesler belirli desibel değeri arasındadır.

Mekânlarda içten veya dışarıdan kaynaklanan sesler belirlenen desibel değerini aştığında rahatsız edici nitelikte olmaktadır. Bu durumda insanı fizyolojik ve psikolojik anlamda etkilemektedir (Atabeyoğlu, 2016).

1.1.2.3 Koku

Koku alma organımız olan burun besin kaynaklarının bulunması, toplu alanlarda kişiler arasında iletişimin kurulmasında, eş seçimi gibi birçok faktörde etkili

olmaktadır. İnsan hayatında bu kadar önemli bir etkiye sahip olan koku duyusu hayata ait birçok kararların alınmasında önemli bir paya sahip olmaktadır. Yapılan araştırmalarda bir alanda hissedilen güzel bir kokunun göreceli olarak rahatlatıcı bir etkiye sahip olduğu, kişiyi psikolojik yönden olumlu olarak etkilediği ve bazı anıların insan zihninde canlanmasında ve hatırlanmasında etkili olduğu belirtilmektedir (Taşkiran ve Bolat, 2013).

Koku, aynı zamanda mekânları özel kılan bir uyarıcı niteliğindedir. “Herhangi bir mekânın en kalıcı kokusu çoğu zaman kokusudur” (Pallasmaa, 2018). Her şehrin her mekânın kendine ait özel bir kokusu bulunmaktadır. Genellikle bu koku mekân ve şehir hakkında bilgi vermektedir. Örneğin; Bir sahil kasabasında yürürken hissedilen yosun kokusu, Kaş’ın çiçek kokusu, Avrupa caddelerinin kahve kokusu, sanayi şehirlerinde fabrikalardan çıkan asit kokusu, İzmir’in körfez kokusu, tarihsel bir mekânda yer alan evlerin ahşap kokusu gibi kokular, o kenti o mekânı hissedilebilir ve özel kılmaktadır (Gezer, 2012).

1.1.2.4 Tat

Tat alma duyusu dil üzerindeki sinirlerle gerçekleşmektedir (İncekara, 1999). Tatlı, tuzlu, acı, ekşi gibi tatlar, dil üzerindeki tat reseptörleri tarafından algılanmaktadır (Altuğ ve ark., 1995; Taşkiran ve Bolat, 2013).

Tasarım boyutunda tat duyusu mekânlara göre farklılık göstermektedir. Yukarıda da bahsedildiği gibi her mekânın kendine ait bir kokusu olduğu gibi tadı da vardır. Tat duyusu mekânı sürekli kılar, o mekânı bilinç düzeyimizde canlı tutar ve zihnimizde iz bırakır. Örneğin bir soğuk odadaki kestane kokusu o mekânın tadı olabilmektedir. Kent ölçeğinde koku duyusu gibi belli şehirlere özgü tatlar bulunmaktadır. Örneğin; Trabzon’un ekmeği, Afyon’un kaymağı, İzmir’in kumrusu gibi tatlar insan zihninde kalıcı olarak iz bırakmaktadır. Bu etkiler de o mekânı veya kenti çekici kılarak tat duyusunun tasarım anlamında mekân boyutunda ve kent boyutunda etkili olduğunu göstermektedir (Gezer, 2012).

1.1.2.5 Dokunma

Dokunma, insanoğlunun yaşadığı çevreyi algılayabilmesi açısından önemli bir duyu organıdır. Dokunma duyusu ile sıcaklık, soğukluk, sertlik, yumuşaklık gibi birçok bilgi edinilmektedir ve maddelerin hangi materyallerden yapıldıkları tespit

edilmektedir ve bunun sonucunda bu materyallerin veya maddelerin sağlıklı ve güvenli olup olmadığına karar verilmektedir (Atabeyoğlu, 2016).

Yüzeylerin hissedilmesinde dokunma duyusu oldukça etkili olmaktadır. Doku maddenin sıcaklık, soğukluk, uzaklık ve yakınlık gibi özellikleriyle değişkenlik göstermektedir (Gezer, 2012). Aynı zamanda tasarımsal etken olarak doku duyusu algısal yanılsamada ve bir materyalin gerçek olup olmadığı hakkında da bilgi sahibi olmayı sağlamaktadır (Atabeyoğlu, 2016).

1.1.3 Tasarımda İşitsel Etkenler

1.1.3.1 Sesin Tanımı

Ses, birçok farklı meslek disiplini tarafından tanımlanan, birçok bilimin geniş yelpazelerde çalışma alanı olarak yararlandığı bir kavramdır. Ses kavramı fiziğin, psikolojinin, fizyolojinin, müziğin, sanatın, mimarlığın, mühendisliğin ve birçok araştırma alanının ötesinde yatan bir olgudur.

Ses kavramı fizik bilimine göre basınç titreşimi yapan bir cismin dalgalar halinde fiziksel olarak yayılmasıdır (Ustasüleyman, 1998). Bu kavram bir fizyologa göre ses dalgalarının işitme organımızdan geçerek oluşturduğu bir süreçtir (Esen, 2016). Müzik alanında ise ses; aralarında titreşim bulunduran bir uyumu tanımlamaktadır (Anonim, 2019a). Psikoloji biliminde ses, ruhumuzu ve duygularımızı en içten etkileyen yaşamımızın bir parçası haline gelen, iyileştirici ve güçlü etkisi bulunan bir olgudur. Bir din bilimciye göre yaratılışımızdaki ilk emirdir. Bir mühendis için ses dijital uyarıcılar aracılığıyla, kaliteli ve sağlam bir şekilde dinleyiciye ulaştırma amacına yöneliktir. Ses, ilk insanlıktan bu yana tarihin en derin sayfalarında iz bırakmış, insanlığın en ilkel zamanlarından günümüze kadar ulaşan bir kavramdır. Ses, sadece kültürün ve geleneğin olduğu alanlarda değil, ormanlarda, denizlerde, dağlarda, çöllerde, volkanlarda canlılığın var olduğu veya olmadığı tüm alanlarda var olan bir olgudur (Esen, 2016).

Yukarıda da anlatıldığı gibi ses çok geniş bir açıda yayılım gösteren, baskınlığı oldukça yüksek olan bir kavramdır. Ses kavramının daha iyi bir şekilde anlaşılması ve kavranması için sesin kavramlarının, sesin yayılımının, ses özelliklerinin ve sesin insanlar üzerinde sebep olduğu psikolojik etmenlerin bilinmesi gerekmektedir.

1.1.3.2 Ses Kavramları

1.1.3.2.1 Frekans: En genel tanımıyla bir sanayideki titreşim sayısına verilen isimdir (Mert, 2017). Basit bir ses dalgasının negatif ve pozitif değer aralığında birim zamanda meydana gelen titreşim sayısına verilen isim olarak da tanımlanmaktadır (Aktaş, 2002; Ustasüleyman, 1998). F harfi ile gösterilir ve birimi Hertz(Hz)'dir. Normal yetişkin bir bireyin işitebileceği frekans aralığı 20 ila 1600 Hz aralığındadır (Mert, 2017).

1.1.3.2.2 Genlik: Sinüs ve kosinüs değer aralığında yer alan dalgaların en alt ve en üst basınç düzeyleri arasındaki fark olarak tanımlanmaktadır (Mert, 2017).

1.1.3.2.3 Dalga Boyu: Titreşim yayılırken birim zamanda gidilen mesafe olarak tanımlanmaktadır (Aktaş, 2002). Sesler, dalga dalga yayılım göstermektedir (Harmanbaşı, 2012; Seyhan, 2012.). Ses dalgaları yayılmak için belli bir maddesel ortama ihtiyaç duymaktadır (Seyhan, 2012). Maddesel ortam farklılık gösterdikçe dalga boyu da buna bağlı olarak değişim ve farklılık göstermektedir (Mert, 2017).

1.1.3.2.4 Titreşim: Bir maddenin bir noktadan diğer bir noktaya geçerken yapmış olduğu yönelim hareketine titreşim denilmektedir (Aktaş, 2002).

1.1.3.2.5 Tını: Şiddeti ve kuvveti aynı olan sesleri tür olarak ayırmamıza yardımcı olan özellik olarak tanımlanmaktadır (Seyhan, 2012). Örneğin bir sahne arkasında çalan orkestranın sesleri şiddet olarak aynı olmasına rağmen sahne önünde bu müzik ekipmanlarının türünün belirleyicisi sesin tınısı olarak ifade edilmektedir (Umur, 2011; Seyhan, 2012).

1.1.3.2.6 Sesin Hızı: Ses dalgasının ortamının koşullarına göre bir alanda yayılmasıdır (Mert, 2017). Örneğin; Gök gürültüsü ve şimşek etkisinin hâkim olduğu bir hava olayında önce ışığın görülüp sonra sesin duyulması, ışığın sesden daha hızlı yayılması ile ilişkili bir durumdur (Seyhan, 2012).

1.1.3.2.7 Sesin Yansıması ve Yankısı: Sesin bir kaynaktan çıkıp ilerlediği güzergâh boyunca bir engele çarpıp ilerlediği güzergâhı değiştirmesine yansıma, bu engelden yansayıp tekrar ilerleyerek aynı kaynağa dönmesine de yankı denilmektedir (Seyhan, 2012).

1.1.3.2.8 Sesin Şiddeti: Sesin güçlü ya da zayıf olma özelliğini ifade eden bir kuvvet özelliğidir (Seyhan, 2012). Birimi desibel(dB)'dir. Seslerin yoğunlukları yükseklik ve alçaklık durumuna göre farklılık gösterdiği için desibel değerleri de logaritmik olarak değişkenlik göstermektedir (Aktaş, 2002)''.

Desibel değerlerine karşılık gelen bazı sesler Çizelge 1.2'de ifade edildiği gibidir (Mert, 2017).

Çizelge 1.2 Belirli Seslerin Sahip Olduğu Desibel Değerleri

dB	Ait olan Sesler
0	İnsan kulağının işitebileceği eşik değeri
30	Fısıltılı-Sessiz konuşma
50	Alçak Sesle konuşma- Yağmur sesi-Sakin ofis
60	Gürültülü ofis-Konuşma sesi
70	Sıkışık trafik sesi-Klasik müzik-Zil sesi
80	Metro- Bağırma sesi-Sanayi gürültüsü
90	Tarım aletleri-Tren sesi
100	Gök gürültüsü -Müzik seti sesi
110	Rock Müzik-Testere sesi
120	Uçak Sesi- Acı-Ağrı eşik değeri
130	Delici alet sesleri
140	Tüfek sesi
180	Uzay mekiği sesi

1.1.3.3 Sesin Yayılması

Ses uzayda ve boşlukta yayılım gösteremez. Sesin yayılması için maddesel bir ortama ihtiyaç vardır. Sesin yayılması konusunda en önemli etken ses dalgalarıdır. Ses dalgaları sıvı ve gaz moleküllerinde katı moleküllere göre daha yavaş hareket gösterirler (Şakacı, 2010).

Ses, en bilinen genel anlamıyla noktasal kaynağından çıkarak küresel bir şekilde yayılım göstermektedir (Altıntaş, 2015). Ses, bu yayılımı yaparken rüzgâr, sıcaklık, zemin, bitki ve engeller gibi birçok dış faktörlerin etkisi altında kalmaktadır. Sesin yayılmasına etki eden faktörlerin açıklaması kısaca aşağıda anlatıldığı gibidir.

Rüzgâr: Sesin yayılmasını sağlayan ses dalgaları rüzgârın hızına göre düşük veya yüksek yayılım göstermektedir.

Sıcaklık: Ses dalgaları soğuk havalarda sıcak havaya göre daha yavaş bir hareket göstermektedir. Havanın soğuk veya sıcak olmasına göre ses dalgalarında bükülmeler meydana gelmektedir. Bu bükülmelerin etkisi de sesin yayılmasını önemli derecede etkilemektedir.

Zemin ve bitkilerin etkisi: Beton gibi sert bir zeminde veya çim alanı gibi yumuşak bir zeminde sesin yayılması farklılık göstermektedir. Boylu ağaç ve çalı grupları da rüzgârında etkisi ile sesin yayılmasına etki etmektedir.

Engellerin etkisi: Topografik özelliklerin ve binaların etkisi ile ses düzeyinde meydana gelen azalmalar sesin yayılma hızını etkilemektedir (Ustasüleyman, 1998).

1.1.3.4 Sesin Psikolojik Etkileri

Sesin neden olduğu psikolojik etkilerine değinmeden önce işitsel algılamanın nasıl gerçekleştiği, işitsel algılamada da önemli bir etkiye sahip olan işitsel peyzajın bilinmesi gerektiği ve sesin neden olduğu psikolojik etkiler için psikoakustik değerlerin bilinmesi gerekmektedir.

İşitme eylemi kulaklarımızın baş kısmındaki yeri sebebiyle çift yönlü olarak gerçekleşmektedir. Kulaklarımızın çift yönlü bir şekilde yer alması ve kulak kepçemizin yapısı nedeniyle işitme 360°'lik küresel alanda duyma olayını gerçekleştirmektedir (Roads, 1996; Esen, 2016). İşitme eylemi sadece dış dünyadan duyduğumuz sesleri değil, aynı zamanda farkında olmadığımız sesleri de duymamıza olanak sağlamaktadır (Esen, 2016).

Yaşadığımız çevreyi anlamak ve yaşamımızı normal bir şekilde devam ettirebilmek için beş duyu organımız (tatma, koklama, dokunma, işitme ve görme) içinde en önemli etkiye sahip olan görme duyumuzdur ve bunu takiben işitme duyumuzda çevreyi ve nesnelere algılamamızda önemli bir etkiye sahiptir (Wallace, 2012). İşitsel algı insanın sesi nasıl duyduğu ile ilişkilendirilerek açıklanmaktadır (Özçevik, 2012). Bir ortamın işitsel algısı sesin fiziksel özelliklerine bağlı olarak değişim ve farklılıklar gösterebilmektedir. İşitmek eylemi sesin nasıl algılandığıyla doğrudan ilişkili bir kavramdır. R.Murray Schafer'a (2011) göre; "işitmek tanrı vergisidir, fakat dinlemek öğrenilir". Sözüyle de işitmenin insana ait bir sıradan yetenek olduğunu belirtmektedir (Schafer, 2011'den; Akkaya, 2014).

Sesin yorumlanmasında işitme, dinleme ve duyma gibi durumların etkisi ses benliğinde farklılık göstermektedir. İşittiğimiz her ses dinlenmeyebilir ya da dinleme işlemi gerçekleştiği süre boyunca psikolojik olarak bir etkiden bahsedilebilmektedir. Duyma eylemi ise tamamen hislerimizle hissetmekle alakalı bir durumdur ve işitmenin özü için tüm bu anlatılanlar gerekli olmaktadır. İnsan duyarak algılamaktadır. Gerçeği, nesnelere ve mekânı işitme eylemi ile yorumlamaktadır (Akkaya, 2014).

İşitsel peyzaj ilk olarak Fuller'in (1962) "The Music of New Life" adlı araştırmasında müzik ile ilişkili olarak değerlendirmeye alınmıştır. Sonrasında Southworth'un (1967) "The Sonic Environment of Cities" isimli çalışmasında ses olgusu kentsel anlamda değerlendirilmiştir. İşitsel peyzaj kavramı Schafer'ın (1969) öncülüğünde "The New Soundscape" isimli eseriyle literatüre büyük bir katkı sağlayarak işitsel peyzajın temellerini atmıştır. İşitsel peyzaj kavramı pek çok ses öğesinin birlikteliği ile beraber, işitsel bir alanda insanların bu sesleri algılaması ile gerçekleşen sesleri ifade etmektedir (Schafer, 1994; Kaya, 2018). İşitsel peyzaj kavramı müzik, mimarlık ve psikoloji gibi birçok farklı meslek disiplini tarafından araştırılmıştır (Lindquist, 2014). İşitsel peyzaj çalışmalarının ana temeli toplum, bilim ve sanat arasında gelişim göstermektedir. Psikoakustik ve akustik kavramlarından, sesin temel kavramlarına, ses öğelerinin insanlar tarafından nasıl algılandıklarına ve bu seslerin insan psikolojisini nasıl etkilediği ve değiştirdiğine dair bilgi sahibi olmayı amaçlamaktadır. Sanat alanında ise müzikle ilişkili olarak insanın hayal gücü yeteneği ile insan davranışlarına etki eden işitsel peyzaj ortamları sağlamayı amaçlamaktadır (Özçevik, 2012).

İşitsel peyzaj olgusunda ses kavramının özne ve algı ilişkisinde yarattığı çağrışımlar aşağıda ifade edilmektedir.

Eşsizlik: Schafer'a göre sonik mekânda sesler birbirine benzerlik gösterse de hiçbir ses birbirinin aynısı değildir. Her ses birbirinden farklıdır. Bu özellikte ses kavramına eşsizlik değerini kazandırmaktadır (Schafer, 2011; Akkaya, 2014).

Etkileşim ve Nesne: Hiçbir nesne tek olarak ses çıkartamaz. Tek bir sesin ortaya çıkması için iki nesnenin birbirleriyle etkileşim göstermesi gerekmektedir.

Zaman: Her zaman dilimine özel bir ses vardır. Hiç bir ses için sonsuzluk kavramı yoktur. Her ses kaybolur veya başka bir ses tarafından kapanır. Zamanı algılamamızda ses bir araçtır.

Mekân-Atmosfer-Yer: Her mekâna bağlı belli sesler bulunmaktadır. Bu sesler mekânları algılamamızda ve kavramamızda bir araçtır.

Süreklilik: Değişen ve gelişen dünyada ses süreklilik sağlamaktadır. Ses genellikle görsel etkileşimin içinde barındırdığı zamanda süreklilik sağlamaktadır (Pallasmaa, 2018).

Görecelik: Sesin algılanması ve yorumlanması bireyler arasında hatta toplumdan topluma bile farklılık göstermektedir. İşitsel peyzajın sosyal, kültürel, antropolojik özelliklere bağlı olarak değişim göstermesi görecelik kavramı ile doğrudan ilişkilidir.

Sessizlik ve Sakinlik: Krause'ın bir sözü sessizlik kavramını yeterince açıklamaktadır. "Dünyada sadece dinlemek veya kayıt etmek için yeterince sessiz bir yer bulmak zordur. Bulduğumuzda ise neler kaybettiğimizi anladığımız için üzüntü duyarız" (Krause 1987; Akkaya, 2014). Yaşadığımız dünyada sessiz hiçbir yer bulunmamaktadır. (Schafer, 2011; Akkaya, 2014). İşitsel peyzajın tarihsel gelişimi incelendiğinde yani sesin nasıl bir değişim gösterdiğini ortaya çıkarmak amacıyla tarihsel sürecin bilinmesi gerekmektedir. Buna göre ilk işitsel ortam olarak 'deniz' gelmektedir. Çok eski zamanlarda yapay seslerin henüz ortaya çıkmadığı süreçte deniz sesinin işitsel peyzaja büyük bir etkisi olduğu düşünülmektedir. İşitsel peyzajın algıdaki etkisini belirlemek amacıyla sosyolojik, kültürel ve antropolojik etkilerinin yanı sıra işitsel peyzajının geçirdiği tarihsel süreç, doğaya ve çevreye olan bakış açısı da algının ortaya çıkmasında ve belirlenmesinde önemli bir etkidir. Örneğin bir Avrupa şehrinde kilisenin çan sesini duymak olumlu bir algı yaratırken bu bir ortaçağ Avrupa'sında olumsuz bir algı olarak ortaya çıkmaktadır. Yine aynı şekilde çoğu ülkede yaşayan insanlar uçak sesini rahatsız edici bulurken, Jamaika'da yaşayan insanlar uçak sesi için olumlu bir algı sergileyerek bu sesi rahatsız edici bulmazlar, aksine deniz sesini rahatlatıcı olarak nitelendirmez ve olumsuz bir algı yarattığını düşünürler (Schafer, 1994; Bahalı, 2015).

Özetle işitsel peyzaj ilk başlangıçta deniz, göl, ırmak, nehir gibi doğal ortamlardan oluşmaktadır. Bu seslere ilaveten rüzgâr sesleri, yaprak hışırtıları, yağmur ve gök

gürültüsü gibi sesler de ilk doğal işitsel peyzaj seslerine örnek olarak gösterilmektedir. Doğadaki canlı hayvanların sesleri de çoğunlukla doğal ortamı oluşturan işitsel peyzajlar arasındadır. Örneğin bir kuş sesi geçmişten günümüze kadar birçok farklı meslek disiplini için ilham kaynağı oluşturmuştur. İlk işitsel peyzaj örneklerinden sonra bu sesler kırsal alanlara doğru yayılım göstermeye başlamıştır. Kırsal alanlardan sonra bu sesler kentsel alanlara doğru yayılım göstermeye başlamış ve günümüzde halen bu geçiş devam etmektedir. Sanayi devrimi ile birlikte birçok sosyal ve kültürel etkenlerden dolayı işitsel ortamlar değişkenlik göstermiştir. Ses ortamının belirlenmesi açısından sanayi dönemi önemli ölçüde yer tutmaktadır. Bu dönemde ilk kendini gösteren ses kaynakları dinsel kaynaklardır. Dinsel kaynaklarla beraber mekanik sesler de ses ortamının belirlenmesi ve ses alanlarının gelişmesine olanak sağlamıştır (Bahalı, 2015).

Bununla birlikte günümüzde de hala devam eden yapıların inşasında, sokak ve caddelerde kullanılan malzemeler o dönemde de işitsel peyzajı ciddi olarak etkilemiştir. Örneğin taş malzeme kullanılan bir şehirle ahşap malzeme kullanılan bir şehrin işitsel peyzajında önemli ölçüde farklılıklar olmaktadır. Sanayi devrimi ile birlikte motorlu araçların kullanılması ile ses ortamları tamamen önceki yıllara göre değişkenlik göstermiş, trafik ve mekanik seslerin etkin olduğu bir işitsel peyzaj meydana getirmiştir (Schafer, 1994; Bahalı, 2015). Tüm bu değişim ve gelişimlerin sonucu günümüze ulaşan işitsel peyzaj kavramı; estetik, mimari, akustik, ses mühendisliği, gürültü kontrol mühendisliği, tasarım, peyzaj, şehir planlama, tıp, sosyoloji, müzik, hukuk, psikoloji, dilbilim, edebiyat vb. gibi (Kang, 2007'den; Bahalı, 2015) birçok farklı meslek grubu tarafından dünden bugüne halen araştırılmakta ve tartışılmaktadır (Bahalı, 2015).

Çizelge 1.3 Sesin İçeriğine Göre Sınıflandırılması (Schafer, 1977; Özçevik, 2012)

Akustik	Psikoakustik	Semantik	Estetik
Hangi sesler	Nasıl algılanırlar	Ne anlama gelirler	Hitap ederse
Fizikçi	Fizyolog	Dilbilimci	Şair
Mühendis	Psikolog	Haberleşmeci	Besteci

İşitsel peyzajı derinlemesine araştıran araştırmacılardan biri olan Schafer, ses peyzajı kavramının tanınması ve anlaşılabilirliği açısından bu kavramı; fiziksel, duygusal ve referansiyel özelliklerine göre sınıflandırmıştır. Çalışmanın yönteminde belirleyici

olarak Schafer'in referansiyel özelliklerine göre ayırdığı ses sınıflandırmasından daha genel hatlarıyla yararlanılmıştır.

“Schafer'in sesleri, referansiyel özelliklerine göre sınıflandırması; (Schafer, 1994; Bahalı, 2015).

- Doğal Sesler
- Yaratılışın Sesleri
- Kıyametin Sesleri
- Suyun Sesleri: Deniz, göl, okyanus, buhar, kar ve buz, yağmur, dere ve nehirler
- Havanın Sesleri: Fırtına, rüzgâr, hortum ve kasırga, yıldırım ve gök gürültüsü vb.
- Yeryüzünün Sesleri: Depremler, madenler, çığ ve heyelan, kayalar ve taşlar, mağara ve tüneller, diğer toprak titreşimleri, ağaçlar, diğer bitkiler
- Ateşin Sesleri: Büyük yangınlar, volkanlar, ocak ve kamp ateşleri, çakmak ve kibritler, gaz lambaları, meşaleler, yağ lambaları, meşaleler, şenlik ateşleri
- Kuşların Sesi: Serçe, güvercin, tavuk, baykuş vb.
- Hayvanların Sesi: At, sığır, koyun, kedi, köpek, inek vb.
- Böceklerin Sesleri: Sivrisinek, sinek, arı vb.
- Balık ve Deniz Canlılarının Sesleri: Balina, yunus, kaplumbağa
- Mevsimlerin Sesleri: Sonbahar, kış, ilkbahar, yaz
- İnsan Sesleri
- İfade Sesleri: Konuşma, bağırma, çağırma, ağlama, gülme, çığlık atma vb.
- Vücut Sesleri: Kalp atışı, nefes, ayak sesleri, alkışlama, yemek, içmek, rüyadaki sesler vb.
- Kıyafet Sesleri: Giyinme, pipo, takılar vb.
- Toplumun Sesleri

- Kırsal İşitsel Peyzajlar: Britanya, Avrupa, Latin ve Güney Amerika, Kuzey Amerika, Orta Doğu, Orta Asya, Uzak Doğu, Afrika
- Kasabaların İşitsel Peyzajı: Britanya ve Avrupa vb.
- Kentlerin İşitsel Peyzajı: Britanya ve Avrupa vb.
- Denizcilik İşitsel Peyzajı: Gemiler, botlar, kıyı şeritleri
- Evlerin İşitsel Peyzajı: Mutfak, salon, yemek odası, yatak odası, pencere ve panjurlar vb.
- Ticaret Sesleri: Marangoz, demirci, değirmenci vb.
- Fabrika ve Ofis Sesleri: Tersane, banka vb.
- Eğlence Sesleri: Spor, radyo ve televizyon, opera vb.
- Müzik Sesleri: Sokak sanatçıları, müzik enstrümanları, grup ve orkestralar vb.
- Tören ve Festival Sesleri: Havai fişek, tören ve geçit vb.
- Park ve Bahçe Sesleri: Çeşmeler, konserler vb.
- Dini Festivaller: Bizans, Antik Yunan vb.
- Mekanik Sesler
- Makineler (Genel tanım)
- Endüstriyel ve Fabrika Ekipmanları (Genel tanım)
- Ulaştırma Araçları (Genel Tanım)
- Savaş Makineleri (Genel tanım)
- Trenler ve Tramvaylar: Tren lokomotifleri (Dizel, elektrikli, buharlı), otobüs, tramvay vb.
- İçten Yanmalı Motorlar: Otomobil, motosiklet, kamyonet vb.
- Hava Araçları: Jet, uçak, helikopter, roket vb.
- İnşaat ve Yıkım Teçhizatları: Buldozer, matkap, dozer vb.

- Mekanik Aletler: Testere, zımpara vb.
- Fan ve Klimalar
- Savaş Ekipmanları
- Tarım Makineleri: Traktör, biçerdöver, harman makineleri vb.
- Tenha ve Sessizlik
- Gösterge ve Sesler
- Ziller ve Çanlar: Saat, kilise vb.
- Düdükler ve Korna: Gemi, trafik, tren vb.
- Zamanın Sesleri: Kol saatleri, saatler, gece bekçisi vb.
- Telefon:
- Diğer Uyarıcı Sistemleri:
- Diğer Sinyaller:
- Gelecekte Ortaya Çıkacak Olan Sesler”

İşitsel etkenler konu başlığı altında sesin mimari ve tasarım boyutuna değinildikten sonra sesin insan üzerinde yarattığı olumlu veya olumsuz psikolojik etkilerinin de bilinmesi gerekmektedir. Çalışmanın bir diğer amacı da, Schafer’ın sınıflandırmış olduğu ses öğelerini genelleştirerek belirlenen seslerin insanlar üzerindeki psikolojik etkisini araştırmaktır. Sesin neden olduğu psikolojik etmenlere değinmeden önce birçok meslek disiplini tarafından araştırılan ve tanımı yapılan psikoloji kavramının tasarım boyutunda ele alınması gerekmektedir. Psikoloji, insan davranışlarının altında yatan nedenlerini araştıran kapsamlı bir bilim dalıdır. İnsan psikolojisi doğumla başlar. Sosyal, kültürel ve çevresel etmenlerle değışerek ölüme kadar devam etmektedir (Cüceloğlu, 2003; Özer, 2005). Freud, psikoloji kavramını kişiliğın gelişmesi ve farklılaşmasını çevresel etkileşim sebebiyle açıklamaktadır (Freud, 1935; Özeren, 2018). Psikoloji bireyin davranışları üzerinden kişiyi tanımaya ve anlamaya çalışır (Arı ve diğerleri, 1999; Köksoy, 2009). Bireyin davranışlarında bazı duygusal etkenlerle beraber içsel oluşumlar meydana gelmektedir. Sevgi, ya da mutluluk, mutsuzluluk gibi kavramlar duygusal durumlarımızı yansıtarak içsel

oluşumlardan meydana gelmektedir ve bu duygular davranışlarımıza yansiyarak ruh halimizi yansıtmaktadır. Duygular neticesinde zihnimize yarattığımız düşünceler kendi tercihlerimizden ibarettir. Örneğin kalabalık bir ortamda yer alırken mekânda duyulan müzik sesi her insanın kendi içinde farklı duygulara sebep olabilmektedir. Kimi insanlar o müziğin etkisiyle geçmişteki bir olaya gidip özlem duyarak mutlu hissedebilir, kimi insan içinse o müzik sesi kalabalık ortamda bile huzursuz bir etki yaratabilmektedir (Köksoy, 2009). Bu durum peyzaj tasarım boyutunda ele alınacak olursa örneğin; Meydanda var olan insanların konuşma sesleri, ticaret sesleri, kuşların sesleri ve sokak sanatçılarının sesleri kimi insanda mutluluk, huzur gibi psikolojik anlamda olumlu ruh hallerini yansıtırsa da çoğu insanda mutsuzluk, gerginlik gibi psikolojik anlamda olumsuz ruh hallerini yansıtmaktadır.

İnsan psikolojisini iç ve dış olmak üzere etkileyen iki faktör bulunmaktadır. İçsel faktörler; güdü, algı, sinir sistemi vb. gibi parametrelerdir. Dışsal faktörler; sosyal faktörler (gelenek ve görenekler vb.) ve fiziksel faktörlerdir (mekân boyutu, mimari yapı vb) (Cüceloğlu, 2003; Özer, 2005).

İnsan yaşamının değişkenlik göstermesi psikoloji biliminde farklı alanların gelişmesine yol açmıştır. Bunlardan bazıları aşağıda ifade edildiği gibidir (Cüceloğlu, 2003; Özer, 2005).

Sosyal Psikoloji: İnsanların gereksinimlerinden doğan, bireylerin göstermiş olduğu duygu, düşünce ve davranışların toplumdaki diğer bireylerden düşünce ve davranış olarak nasıl etkilendiklerini ortaya koyan, Lewin öncülüğünde ortaya atılan bir bilim dalıdır (Uzunoğlu ve Özer, 2014).

Çevresel Psikoloji: Lewin, Tolman ve Brunswik gibi araştırmacıların önderliğinde gelişen, kişilerin psikolojik durumunu etkileyen ışık, renk, gürültü gibi faktörleri konu alan bir bilim dalıdır (Uzunoğlu ve Özer, 2014).

Zihinsel Psikoloji: Algılama, hatırlama ve unutma gibi konuları kapsayan bir bilim dalıdır.

Kişilik Psikolojisi: Bireyin kendi günlük etkileşimleri sonucu doğan duygu, düşünce ve davranışların bütününe kapsayan bir bilimdir.

Gelişimsel Psikoloji: Bireyin kendi kronolojik yaşıyla beraber gösterdiği davranışları konu alan bir bilim dalıdır.

Deneysel Psikoloji: Çevre koşulları ve uyarıcıların etkisiyle davranışların bu etkilerden ne boyutta hangi şekilde etkilendiğini araştıran bilim dalıdır (Cüceloğlu, 2003; Özer, 2005).

Birçok araştırma alanına konu olan psikoloji bilimi ses kavramı açısından da önemli derecede etkilidir. Ses düzeyinin yükselmesi, farklı türlerde olan olumlu ve olumsuz sesler, karmaşık ve düzensiz seslerin birlikteliği, bir ortamda bulunurken başka bir alandan hacimce gelen sesler vb, insan üzerinde psikolojik açıdan etkili olmaktadır. Çoğu olumlu sesler insan psikolojisini rahatlatır da olumsuz sesler örneğin; gürültü etkisi insanları psikolojik açıdan olumsuz etkilemektedir (Yürük, 1994; Güler, 2017). Duyduğumuz her sese karşı öznel veya nesnel olarak tepkimizi açıklayan bu durumu psikolojik boyutta ele alan kavram psikoakustik kavramıdır. Özetle bu kavram işitsel olarak algıladığımız seslerin psikolojik olarak araştırılmasıdır. Her sesin kendine özgü bir doğası vardır ve her ses insanın duygularına hitap etmektedir. Bir alanda bulunurken en ufak bir şekilde işittiğimiz ses, bu sese anlam yüklememizi sağlar ve yüklenen anlam zihnimize farklı duyguları çağırır (Vural, 2009; Güler, 2017).

1.1.3.5 Gürültü Kavramı

Gürültü kavramı yaşadığımız dünyadaki en önemli sorunların başında gelmektedir (Ustasüleyman, 1998). Gürültü bireylerin işitme duyusunu ve sağlığını olumsuz olarak etkileyen aynı zamanda insanı fiziksel, fizyolojik ve psikolojik yönden etkileyen istenmeyen sesler olarak tanımlanmaktadır (Yeşil ve ark., 2015). Gürültülü bir alan, o alanda bulunan insanları olumsuz yönde etkilemektedir. Bu etki gürültünün frekansına, şiddetine, gürültüye maruz kalma süresine, ses kaynağına olan mesafesi gibi etkenlere bağlı olarak değişiklik göstermektedir (Ustasüleyman, 1998). Gürültü kontrol yönetmeliğine göre gürültü düzeyinin yarattığı etkiler duygusal etkiler, fiziksel etkiler, fizyolojik etkiler ve performans etkileri olarak dört bölüme ayrılmaktadır (Aktaş, 2002).

1.1.3.5.1 Fiziksel Etkiler: Gürültünün neden olduğu etkiler arasında en yaygın olarak görülen etki işitme kayıpları etkisidir. Gürültünün işitme duyusu üzerindeki olumsuz etkisi işitme kayıplarına neden olmaktadır. Gürültünün işitme üzerindeki

etkileri akustik travma, gürültü kökenli geçici işitme eşiği değişimi ve gürültü kökenli kalıcı işitme eşiği değişimi olmak üzere üç bölüme ayrılmaktadır (Melnick ve ark., 1979; Ustasüleyman, 1998).

1.1.3.5.2 Fizyolojik Etkiler: Gürültünün fizyolojik etkileri kısa ve uzun süreli etkiler olmak üzere iki kısımda sınıflandırılmaktadır. Gürültü ortadan kalktıktan sonra etkisi de hemen ortadan kalkan etkiye kısa süreli etken denilmektedir. Uzun süreli etken ise gürültü ortadan kalksa bile etkileri birkaç saat hatta birkaç gün boyunca devam eden etkiler olarak tanımlanmaktadır (Karabiber, 1991; Ustasüleyman, 1998).

1.1.3.5.3 Psikolojik Etkiler: Gürültünün neden olduğu etkiler bireyler arasında değişiklik göstermektedir. Gürültünün psikolojik etkileri, rahatsızlık, gerginlik, sıkıntı gibi duygusal durumumuzu doğrudan etkileyen sebepler olarak gösterilmektedir (Ustasüleyman, 1998).

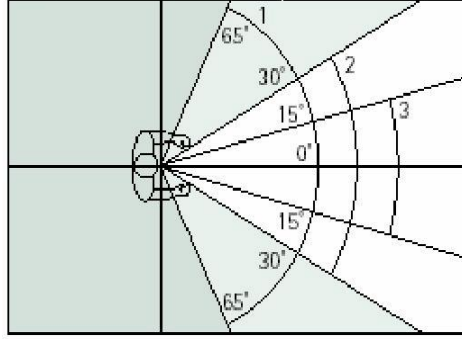
1.1.3.5.4 Performans Etkileri: Olumsuz bir şekilde gürültüye maruz kalınan alanlarda bireylerin iş performansının azaldığı, belirli alanlardaki konsantrasyonun bozulduğu ve birçok hareketin etkilenecek performans etkilerine olumsuz yönde neden olduğu görülmektedir (Aktaş, 2002).

1.1.4 Tasarımda Görsel Etkiler ve Görüntünün Psikolojik Etkileri

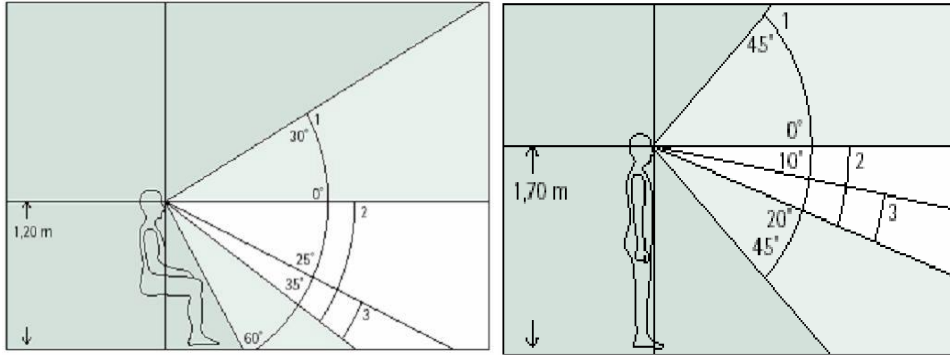
İnsanların çevreyi algılaması ve anlamlandırması görme olayının gerçekleşmesi ile meydana gelmektedir. Görme olayı ışıkla gerçekleşir. Nesnelere geçen ve yansıyan ışığın göze gelmesi sonucunda bu nesnelere görülmekte ve görme olayı gerçekleşmektedir (Sirel, 1992; Özkum, 2011).

Hareket halinde gözün görme açısı oldukça geniştir. Fakat görme açısı olarak belirtilen alan, gözün devinim göstermediği durumlarda görebildiği alan olarak tanımlanmaktadır. Bu alan 120 derecelik açıyla bir koninin burun ve kaşla sınırlanan eğri tabanının yer aldığı gözün tepe noktasıdır. Görme alanının her yerinde görüntüyü algılama olayı farklılık göstermektedir. Görme olayı ile ilişkili olarak belirtilen koninin içinde çevre alan, bakılan alan ve merkez alan diye isimlendirilen birkaç koni bulunmaktadır. Bu konilerin tepe açıları görme açısını oluşturmaktadır. Bu görme açılarına göre görüntüde farklılıklar görülmektedir. Örneğin; tepe açısı büyüdükçe görüntünün netliği bozulmaktadır, görme açısı küçüldükçe de görüntü

netleşmektedir. Görme alanında merkezden kenarlara doğru gidildikçe algılanan görüntünün netliği bozulmaktadır (Kılıç, 1994; Özkum,2011).



Çevre Alan



Merkez Alan

Bakılan Alan

Şekil 1.1 Oturan ve Ayakta Duran İnsanlara Ait Görme Alanları (Özkum, 2011).

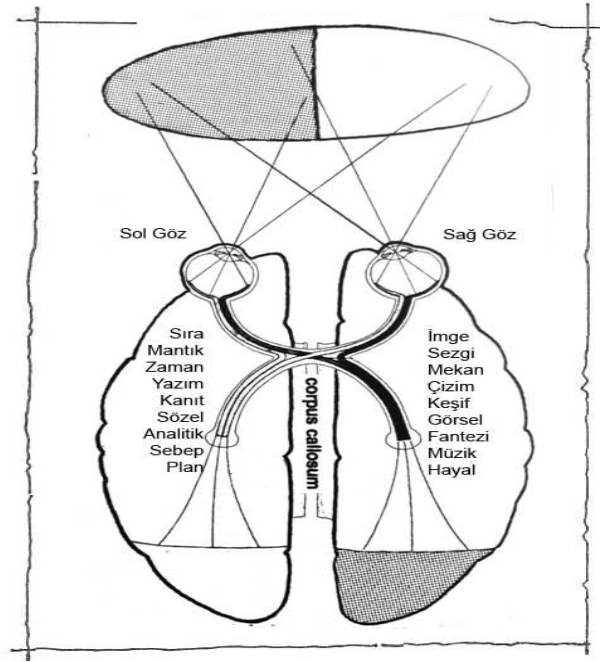
1.1.4.1 Görsel Algılama

Görme ve algılama olaylarının etkileşimi ile görsel algılama meydana gelmektedir (Beyoğlu, 2015). Görsel algıda ilk uyarılan organ, gözdür. Görme duyusu nesnelere yansıyan ışığın beyindeki görme merkezine aktarılmasıyla düşünme seviyesinde renk algısıyla beraber bir bütün halinde görme olayını görsel algılamayla birlikte etkinleştirerek oluşmaktadır (Gezer, 2012). Kişinin seçim yaparak görme olayını gerçekleştirmeye başladığı an itibari ile görsel algı süreci başlamaktadır. Bireyin var olan nesnelere görmesi ve bu nesnelere bilincine varması nesnenin algılanmasındaki ilk koşuldur. Birey şekilleri, renkleri, biçimi, dokuyu ve yapıtı algılamak için iç ve dış çevreden gelen etkiler, kişinin kendi içinde barındırdığı ruh hali, sosyal ve kültürel çevresi, geçmiş deneyimler gibi etkenler dâhilinde bir bütün olarak algılanmaktadır (Beyoğlu, 2015). Bu yüzden görsel algılama kişinin sosyal

deneyimlerine, kültürüne, yaşam tarzına, zekâsına, eğitimine, estetik değerlere, iç ve dış çevreden gelen etkilere ve içinde yaşadığı toplumun değerlerine bağlı olmaktadır (Eski 2004; Artantaş, 2007). Görsel algıda her bir nesnenin insan beyninde farklı anlamları vardır. Örneğin bir çöp kutusu birçok kişi için çöplerin depolandığı ve atıldığı yer olarak tanımlanırken, bir kısım için beslenme deposu olarak anlam bulmaktadır (Yakın, 2012).

Görsel algı geçmiş deneyimlerle bağlantı kurmak amacıyla görsel uyarıcıları fark etme ve bu uyarıcıları anlamlandırarak ayırımını yapabilme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Frostig, 1968; Beyoğlu, 2015). Görsel algılama gerçekleşirken görsel uyarıcılar bir bütün halinde ayırt edilmekte, sınıflandırılmakta ve yorumlanmaktadır (Beyoğlu, 2015). Bireyin çevresini ve nesnelere algılayabilmesi ve görsel algılamanın başlaması için kişinin psikolojik boyutta görme olayına hazır olması gerekmektedir. Kişinin görme olayı gerçekleştiğinde nesnelere ve çevresini nasıl gördüğü, neyi görmek istediği, gördüklerinden bir kısmını algılayacağı veya bir kısmını algılayamayacağı, gördüklerine bilinçli olarak ne şekilde anlamlar yükleyeceği kişinin bilgi birikimi ve geçmiş tecrübeleri ile ilişkili olmaktadır (İnceoğlu, 2000'den; Beyoğlu, 2015). Görsel algılama öncelikli olarak gördüklerimiz arasında yapılan bilinçli bir seçim ve ardından bilinçli bir yönlendirme ile gerçekleşmektedir. Bu sebeple resimle temsili sağlamanın kökeninde kişiyi aşan yönlendirme etkisi bulunmaktadır (Ergüven, 2002; Beyoğlu, 2015).

Görsel düşünme aşamasında sağ beyin ve sol beyin birbirlerinden farklı alanlarda gelişim göstermektedirler (Yakın, 2012). Sağ ve sol beyin kendi uzmanlaşmış yetenekleri içinde bağımsız düşünce gösterirler ve bununla birlikte eşgüdümsel olarak çalışabilmektedirler (Edwards, 2011; Yakın, 2012). Psikobiyolog alanın araştırmacılarından olan Roger W. Sperry beynin sol bölümünün sözel ve akılsal düşünmeden sorumlu olduğunu, beynin sağ bölümünün ise algısal ve görsel bir düşünmeye sahip olduğunu savunmaktadır (Yakın, 2012).



Şekil 1.2 Sağ ve Sol Beynin Alanları

Çizelge 1.4 Beynin Sağ ve Sol Bölümlerinin İşleyişleri (Edwards, 2011'den; Yakın, 2012).

Sağ Beyin	Sol Beyin
Sözel olmayan	Sözel
Algısal	Sentaktik
Çok yönlü	Çizgisel
Eş zamanlı	Sıralı
Sentezci	Analitik
Sezgisel	Mantıksal
Somut	Sembolik
Kalıcı	Geçici
Uzamsal	Dijital

Beynin sağ bölümünün tasarım alanında gelişim gösterdiği, bunun için bu alanda sözlü düşünce yerine, görsel düşünceye yer verilmesi gerektiği ortaya konmaktadır (Mickelwright, 2005; Yakın, 2012).

Görsel algılama sağ beyinle iş birliği içerisinde çalışmaktadır (Yakın, 2012). Laseau, görsel tahlil yaparken detayları fark etmeyi, algılamayı, gözlem yapmayı ve düş gücünü kullanmayı gerektiğini belirtmektedir (Laseau, 2001; Yakın, 2012). Mimarlık fotoğraflarındaki görüntüler, Gestalt'ın odaklanarak gerçekleştirdiği merkezi

görüntülerdir, fakat asıl mekânı çevreleyerek gerçekleşmesi mimari gerçekliği yansıtmaktadır. Manzara bütünlüğü yüksek olan bir alanda veya mimari bakımdan zengin bir alanda mekân bize fazla şekilde odaklama sağlayarak, bizi alanın tam odak noktasına yerleştirmektedir (Pallasmaa, 2018).

Görüntünün algılanması ve kişide oluşturduğu psikolojik etkilerin ele alınması aşamasında birçok faktör görsel algılamayı etkilemektedir. Bu faktörler aşağıda ifade edilmektedir.

1.1.4.1.1 Biçim

Bir objenin dış sınırlarını meydana getiren biçimdir. Bir mekân veya alan renk ve dokusal farklılıklar gibi bileşenlerin belirlediği sınırlar olarak algılanmaktadır (Erdal, 2006'dan; Tarım, 2014). Biçim, bizim bütün olarak gördüğümüz şeydir ve görsel elemanların tasarımlarda en baskın özelliği biçim etkisiyle meydana gelmektedir (Wong, 1993'den; Tarım, 2014). Algılanan tüm nesnelere bir biçime sahiptir. Bu biçimler kişilerde merak uyandırma, heyecan verme, mutlu hissetme, dikkat çekme gibi farklı duygular uyandırmaktadır (Aydınlı, 1993; Nergiz, 2005).

1.1.4.1.2 Doku

Doku, bir nesnenin iç yapısının dışa vurum şekli olarak tanımlanmaktadır (Bekir, 2010'dan; Tarım, 2014). Birçok farklı sanat dallarında gerçekleştirilen çalışmalarda farklı boyutlarda ele alınarak estetik olgusu oluşturmaktadır (Erdal, 2006'dan; Tarım, 2014). İster heykel olsun, ister bir yapı hiçbir eser dokudan yoksun olamaz (Sırmalı, 1969; Nergiz, 2005).

1.1.4.1.3 Renk

Peyzajda neredeyse bütün her şey renkle ifade edilmektedir (Carpenter ve Walker, 1990; Tarım, 2014). Renkler insan hayatının en önemli parçalarından bir tanesidir. Görsel öğenin içinde yer alan renkler duysal, zihinsel, ruhsal ve fiziksel olarak kişiye hitap etmektedir. Yaşamın her alanında ve anında renkler görülmekte, algılanmakta ve anlamlandırılmaktadır (Köseoğlu ve Çelikkayalar, 2016). Bir alanda hiçbir özelliği değiştirmeden sadece renk etkisi ile psikolojik etkiyi değiştirmek mümkün olabilmektedir (Nergiz, 2005). Görsel algılamının en önemli öğesi renktir. Renk, bir mekânda yönlendirme etkisi yapabilmektedir. Renk yanılsamalarıyla bir

alan daha hareketli ya da daha durgun hissedilebilmektedir. Farklı renk tonlarını kullanarak da bir alandaki hacimler daha dar, daha geniş, daha yüksek veya daha alçak algılanabilmektedir (Gezer, 2012). Renk bir alanda var olan nesnelere birlikte bir bütün olarak algılanmaktadır. Bir rengin açık tonu ve koyu tonu ile oluşturulan uyum, birçok rengin bir ahenk içinde bir arada kullanılması, soğuk ve sıcak renklerin dengeli bir şekilde uyumu gibi renk etmenleri bir alanının algılanmasında bütünlük ve denge oluşturmaktadır. Aynı zamanda o alanı daha yaşanabilir ve daha hissedilebilir yapmaktadır (Gezer, 2007; Gezer, 2012).

Rengün yumuşak, sert, sıcak, soğuk, sakinleştirici, heyecan verici gibi etkilerinin algılanışı kişiden kişiye göre değişmektedir. Yaşanan bu değişim bireyin cinsiyeti, yaşı, yaşadığı sosyal ortamı, geçmiş deneyimleri ve kültürü gibi etkenlerden kaynaklanmaktadır (Erdal, 2006; Tarım, 2014).

Hapishane alanlarında renklerin ve ışığın az kullanılmasının mahkûmları şiddete yönelttiği ve bireylerde huzursuzluk yarattığı belirtilmektedir. Renklerin ve ışığın kullanıldığı hapishane alanlarında ise mahkûmların davranışlarının iyi olduğu ve pozitif yönde eğilim gösterdikleri saptanmaktadır. Aynı zamanda hastane alanlarında da uygun renklerin kullanılması hastaların iyileşme sürecine pozitif yönde etki ettiği ve psikolojik olarak huzurlu ve rahat hissettikleri araştırma sonuçlarıncı belirlenmiştir (Dalke ve ark., 2003; Köseoğlu ve Çelikkayalar, 2016).

1.1.4.1.4 Işık

Işık, insanoğlunun temel ihtiyaçlarından bir tanesidir. İyi bir şekilde aydınlatılması sağlanmış alanlar insan ilişkilerinde pozitif yönde etki sağlamaktadır ve görsel performansı da olumlu yönde etkilemektedir (Ünver, 2001; Nergiz, 2005). Bir alanı algılamada ve anlamlandırmada ışığın etkisi oldukça fazla olmaktadır. Tasarımda ışık, renk, doku ve biçim materyalin anlamlı olmasını ve algılanmasını sağlamaktadır (Nergiz, 2005). Işık yayılım gösterirken bir engele çarpması sonucu yarım ışık, gölge ve yansımalar meydana gelmektedir. Bu etkinin sonucunda da bir form üzerinde uzaklık, derinlik, yakınlık gibi parametreler yaratmaktadır (Özdeniz, 2003; Nergiz, 2005). Işık bir alanı mimarisi ile bütün halinde yansıtır, alana anlam katar ve alanda istenilen özellikleri vurgular (Özkum, 2011).

Işık, doğal ve yapay olarak iki türe ayrılmaktadır. Doğal ışık kaynağı güneş, yapay ışık kaynağı ise yapay olarak üretimi gerçekleştirilen ışıktır. Doku ve formun ortaya çıkmasında ışığın doğrultusu oldukça önemli olmaktadır. Yaygın ışık kullanımı ise bir alana dinlendirici ve sakinlik duyguları ile etki etmektedir (Nergiz, 2005).

Akşamları doğal ışık olmadığı için görsel algılama düşük olmaktadır. Aynı zamanda kış aylarında mevsimin getirdiği etkilerden dolayı da doğal ışık kullanımı kısıtlı kalmaktadır. Görsel algının ve görüntünün net olarak algılanması ve istenilen anlamın verilmesi amacıyla yapay ışık kullanımı devreye girmektedir (Özkum, 2011).

Altan'a göre bir alan ışıkla yaratılabilir ve değiştirilebilmektedir. Hatta nesnelere öne çıkartılabilir, dokular değiştirilebilir ve alan yeniden anlamlandırılabilir (Altan, 1983; Bilgi, 2007).

Schulz'a göre, gün içinde ışığın durumu sabahtan akşama kadar değişim gösterebilmektedir. Hatta mevsimler yerin görünümünü bazı bölgelerde az, bazı bölgelerde çok olma koşuluyla değiştirebilmektedir. Kuzey ülkelerinde kışlar ve baharlar değişim göstererek oluşmaktadır. Her iki mevsim döngüsünde de ışığın farklı durumları etki göstermektedir (Schulz, 1984; Bilgi, 2007).

Işık kullanımı objelerin, yüzeylerin kendi özgün nitelikleri ve renkleri ile kişiler üzerinde algısal farklılık yaşanmasına sebep olmaktadır (Çetinkaya, 2015).

Aydınlatma sadece fazla miktarda ışık kullanmak anlamına gelmemektedir. Karanlık bir alanda da görsel algılama gerçekleşebilmektedir. Sinema salonları da bunun en güzel örneğidir (Yıldız, 1995; Özkum, 2011).

1.1.4.1.5 Çizgi

Çizgi, bir noktanın doğrultudaki uzantısı olarak tanımlanmaktadır (Tarım, 2014). Çizgi, oluşum biçimlerine göre; dik ve yatay çizgiler, kırık çizgiler ve eğik çizgiler olmak üzere üç kısma ayrılmaktadır. Görsel alanda algılanan çizgi desen ve dokudaki fark edilebilir değişimden kaynaklanmaktadır. Çizgiler gerektiği kadar belirgin ve keskin olduğunda bir alandaki nesnelere daha ayırt edilebilir, anlaşılabilir ve algılanabilir olmaktadır (Erdal, 2006; Tarım, 2014).

1.1.4.1.6 Ölçü

Boyut, büyüklük ve küçüklük olarak ifade edilen bir terimdir. Her biçimin ve nesnenin belli bir boyutu vardır. Boyut psikolojik olarak da ölçülebilen bir terimdir (Wong'1993; Tarım, 2014). Mekân tasarımının niteliği ve hacimsel etkisi ölçü bakımında belirlenebilmektedir (Öztan, 2004; Tarım, 2014).

1.1.4.1.7 Form

Form, bir objenin genel hatlarını belirleyen, biçimsel bir şekilde bütünlük içinde yer alarak genel düzeni ifade etmektedir. Bir mekânın veya nesnenin belirli bir formu olduğu gibi, bu alan içinde yer alan ve çevrede bulunan parçalarda da formlarından bahsedilebilmektedir (Onat, 1991; Nergiz, 2005). Mimarlık alanında form görsel etkisi oldukça yüksek olan, detay ve malzeme gibi unsurlarla bağlantılı ve iç içe olan bir kavramdır (Aydınlı,1993; Nergiz, 2005).

1.1.4.1.8 Uygunluk- Tutarlılık

Tutarlılık, doku ve renk unsurlarının gelişimine göre görüntünün bir birlik ve bütünlük içinde ifade edilmesi olarak tanımlanmaktadır (Tarım, 2014).

Tutarlılığı etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bu faktörler; nesnelerin birbirleriyle olan uyumu, birlik, bütünlük, doku ve renklerin birlikteliği, tutarlılığı ve tekrarı gibi özelliklerin etkisi tutarlılığı etkilemektedir (Tüfekçioğlu, 2008; Tarım, 2014).

Tutarlılık bir görüntünün özünü algılamak ve onu anlamlandırmak olarak da ifade edilmektedir. Yapay ve doğal alanda tutarlılığın uyumunu görmek oldukça önemli bir etkiye sahip olmaktadır. Doğal alanda nesnelerin belirli bir ahenk ve uyum içinde olması tutarlılığın başlıca göstergelerinden biridir. Tutarlılık bütün olarak algılanmaktadır. Çünkü bütündeki parçalar bir araya gelerek bir uyum oluşturmaktadır. Bu yüzden tek bir öğeden veya tek bir parçada tutarlılık aranmamaktadır (Tüfekçioğlu, 2008; Tarım, 2014). Su öğesi tutarlılık açısından önemli bir etkiye sahiptir. Bir peyzajın kalitesinde etki noktası su elemanıdır. Görüntünün tutarlılığı da su öğesi ile yansıtılmaktadır (Litton, 1968'den; Tüfekçioğlu, 2008'den; Tarım, 2014).

1.1.4.1.9 Okunaklılık

Okunaklılık kavramında en önemli etken bir alanın veya mekânın belirgin olmasıdır. Bir alandaki okunaklılık kavramı için görüntünün bir odak noktası barındırması gerekmektedir. Belirginlik kavramı ile okunaklılığı yüksek olan bir alan kişi için de kolaylıklar sağlamaktadır (Tarım, 2014). Lynch'e göre bir alan içerisinde yön belirlemek kişi için temel ihtiyaçlardan bir tanesidir. Okunaklılık ise nesnelere tanınması, onların bir uyum ve ahenk içinde bütünsel olarak organizasyonun sağlanması olarak ifade edilmektedir (Lynch, 1960'dan; Çakıcı, 2007; Tarım, 2014).

1.1.4.1.10 Çeşitlilik

Bazı araştırmacılar tarafından komplekslik ve karmaşıklık olarak da ifade edilen çeşitlilik kavramı, peyzaj unsurlarının zenginlik ve farklı türler içermesi olarak tanımlanmaktadır (Tüfekçioğlu, 2008; Tarım, 2014).

Tveit ve ark., göre, çeşitlilik birlikte bulunan farklı görsel unsurlardan oluşmaktadır (Tveit ve ark., 2006; Tarım, 2014). Çeşitlilik düzenli çeşitlilik ve düzensiz çeşitlilik olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Tüfekçioğlu, 2008; Tarım, 2014). Komplekslik, tasarımlarda çok fazla kullanıldığında karmaşık bir etki bırakmaktadır. Az kullanıldığında da sıradanlığa ve monotonluğa neden olmaktadır. Dolayısıyla kullanılırken belirli bir uyum içinde orantılı olarak kullanılması gerekmektedir (Var, 1996; Tarım, 2014).

1.1.4.1.11 Gizemlilik

Gizemlilik, en çarpıcı olanı ifade etme, farklı bilgiler sağlama ve merak duygusunu ortaya çıkarma gibi etkiler sunmaktadır (Tarım, 2014). Bir nesnenin veya bir çevrenin gizemlilik etkisini verebilmesi için merak uyandırarak gizli alanlar yaratması gerekmektedir (Çakıcı, 2007; Tarım, 2014). Gizem, bir peyzajı dikkatli bir şekilde inceleyerek o peyzajda daha fazlasını, daha detayını ve bilinmeyenleri görme düşüncesini uyandırmaktadır. Bu şekilde de en etkili etkileşimi göstermiş olmaktadır (Kalın, 2004; Tarım, 2014).

1.1.4.1.12 Derinlik

Görsel değerlendirmede derinlik, görüntüde belirginliği ve anlaşılabilirliği arttırmaktadır (Kaptanoğlu, 2006). Ton ya da renk farkı ile görüntünün derinliği

belirlenebilmektedir. Tek bir renk ya da ton farkı ile hiçbir derinlik etkisi alınamamaktadır (Hedgecoe, 2002; Kaptanoğlu, 2006).

1.1.4.1.13 Kompozisyon

Görüntüyü etkileyici kılmak için fotoğrafın belirli bir kompozisyon ve uyum içinde olması gerekmektedir (Kaptanoğlu, 2006). İyi bir kompozisyonun en önemli özelliklerinden biri görüntü de karmaşıklık olmamasıdır. Görüntünün kalıcı bir etkisi olması için karmaşıklıktan arındırılmış ve sade bir şekilde yansıtılması gerekmektedir (Honjo ve Mın, 2001; Kaptanoğlu, 2006).

2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

Bu araştırma dahilinde işitsel peyzaj, görsel kalite, algı, görsel algı, mekan algısı, psikoloji ve tasarım, işitsel ve görsel etkileşim konuları hakkında yerli ve yabancı literatür incelenmiş, değerlendirilmiş ve aşağıda özetleri verilmiştir.

2.1 İşitsel Peyzaj

Aydın ve ark., (2017) tarihi kentsel alanlarda akustik mirası tanımlayan ses öğelerini işitsel peyzaj yaklaşımı ile ele almıştır. Diyarbakır'ın tarihi Suriçi bölgesini araştırma alanı olarak belirlemiştir. Bu bölgeyi kullanan kullanıcılar tarafından işitilen ses kaynaklarını belirlemiş ve ses kaynaklarının bulunduğu yerlerde binaural ses kayıt cihazı kullanılarak ses kayıtlarını gerçekleştirmiştir. Aynı zamanda kullanıcılara anket çalışması uygulamıştır ve kullanıcıların buldukları alanların gürültü düzeyini ve memnuniyet algılarını ölçmeye çalışmıştır. Ses kayıtlarından ve anketlerden çıkan sonuçlara göre; Suriçi bölgesinde öneme sahip olan seslerin ses basınç düzeylerinin yüksek olmasının kullanıcıların memnuniyet düzeyini düşürmediği sonucuna ulaşmıştır. İşitsel peyzaj kavramının, kent tasarımında özellikle tarihi kent dokusunda önemli katkılar sağladığını bu araştırma kapsamında belirlemiştir.

Özçevik ve ark., (2014) işitsel peyzaj kavramını geniş bir bakış açısı ile ele almıştır. Bu kavrama yönelik yapılan alan çalışmasında istatistiksel çalışmalar araştırmanın amacını oluşturmuştur. Alan ve laboratuvar çalışmasından elde edilen sonuçları kullanarak SPSS programı yardımı ile anlamsal fark testi, laboratuvar jüri testi arasında varyans analizi ve t-testi ile ses kalitesi metrikleri arasında regresyon modelleri ile araştırmayı desteklemiştir.

Özçevik ve Can, (2011) işitsel peyzaj kavramının niteliklerine ve tanımlamalarına özetle değinmiştir. Çalışmanın asıl amacı işitsel peyzajın açık ve kapalı mekânlarda karşılaştırılmalı olarak değerlendirilmeye alınmasıdır. Bunun için öncelikli olarak İstanbul'da kapalı çarşı ve modern bir alışveriş merkezi üzerinde durulmuştur. Daha sonra açık mekân olarak İstiklal Caddesi, Fuat paşa ve çadırcılar sokakları değerlendirilmeye alınmıştır. Araştırma alanlarında belirlenen rota üzerlerinde deneklere ses yürüyüşü (soundwalk) yöntemi ile ses kayıtları yapılmıştır, bu kayıtlar

laboratuvar ortamında deneklere dinletilerek iki farklı alandaki işitsel peyzajı kavramının algılanabilirliği, anlaşılabilirliği değerlendirilmiştir.

Kaymaz ve ark., (2013) Ankara ilinde bulunan beş kent parkında (Botanik parkı, Gençlik Parkı, Güvenpark ve Seğmenler Parkı) ses yürüyüşü (soundwalk) yöntemi, ses basınç seviyesi ölçümleri ve anket çalışması yöntemlerini gerçekleştirmiştir. Her bir park için ses haritaları ve grafikleri oluşturmuştur. Anketlerin değerlendirilmesi için SPSS programı ile tek yönlü varyans ve ki kare analizleri gerçekleştirmiştir. Sonuç olarak trafik gürültüsünün ses basınç seviyesini artıran önemli bir gürültü kaynağı olduğunu belirlemiştir. Aynı zamanda parkların tasarım özellikleri ve konumları ses basınç seviyesini etkileyen bir başka etken olarak değerlendirilmiştir. Kent parklarının işitsel peyzaj karakterini etkileyen durumlar; kullanım tipleri, kullanıcı özelliği ve yoğunluğu, mekânın çevresel özellikleri olarak üç grup altında toplamıştır.

Çakır ve İlal, (2017) mekânları sesin şiddeti dışında psikoakustik parametreler ile değerlendirmeye almıştır. İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsünün yemekhanesinde yapılan ölçümler ile yemek esnasında çıkan konuşma sesleri, sandalye masa sesleri, çatal, kaşık ve bıçak seslerinin oluşturduğu ses peyzajları; gürlük, keskinlik, pürüzlük ve dalgalanım kuvveti gibi psikoakustik parametreler açısından değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlar, kütüphanede yapılan ölçümlerle birlikte kıyaslanarak parametreleri ayrı ayrı incelemiştir.

Wallace, (2012) birden fazla amaca kaynak oluşturan bir araştırma sunarak öncelikli olarak ses peyzajı ile ilgili kavramların yabancı literatürden Türkçe literatüre çevirisini yaparak peyzaj mimarlığı literatürüne katkı sağlamayı amaçlamıştır. Türkiye de meydana gelen doğal, beşeri ve yapısal ses öğelerini içeren bir ses arşivi oluşturmak amacıyla İzmir kentinde yer alan Birinci kordon, Kültür park, Karşıyaka sahil, Kemeraltı-Hisarönü ve Konak meydanı(5K) alanlarında İzmir'in işitsel kent kimliğini temsil eden ses öğelerini kayıt altına almıştır. Bu sayede İzmir kenti için öneme sahip olan ses peyzajlarına odaklanarak, söz konusu her alan için koruma altına alınması gereken sesler, elenmesi gereken sesler ve tanıştırılması gereken sesleri belirleyerek öneriler getirmiştir.

Kaya, (2018) ses peyzajı kavramına mekânsallık adı altında bakarak ses ve mekân kavramlarını farklı ölçeklerde değerlendirmiştir. Sesleri mekânsal, psikoakustik, semantik ve kültürel bağlamlara göre sınıflandırarak sesi mekânsal kavram üzerinden görsel temsillerle ifade etmiştir. Araştırma alanı olarak Beyoğlu-Taksim ve Adalar-Büyükdada alanlarında ses yürüyüşleri ile ses kaydı alma ve sesleri haritalama yöntemlerini kullanmıştır. Bu yöntemlerle kent mekânının işitsel-mekânsal boyutunu ortaya çıkararak ses yürüyüşü (soundwalk) yöntemi ile alınan ses kayıtlarından ses kartpostalları ve ses kolâjları tasarlamıştır. Tüm bu yöntemler sonucunda kentin algılanmasına, okunmasına katkı sağlayan bir araştırma sunmuştur.

Akkaya, (2014) öncelikli olarak ses peyzajı kavramını kavramsal olarak detayları ile ele almıştır. Araştırmayı desteklemek adına ses peyzajı tasarımları, sembol seslerin tespiti ve ses haritaları gibi örneklere yer vermiştir. Örnekler neticesinde Kadıköy tarihi çarşı ve çevresini araştırma alanı olarak belirlemiştir. Alan da ses yürüyüşü (soundwalk) yöntemi ve ses haritalama işlemlerini neticesinde çıkarımlara dayanarak birçok sembol ses belirleyip, tasarımcılara öncülük edecek ve birçok araştırmaya farklı bakış açıları getirecek ilke ve kavramlara ulaşmıştır.

Bahalı, (2015) gezi parkı ve tünel meydanı arasında kalan alanın işitsel ortamını ve sembol seslerini ses yürüyüşü yöntemi ve anket tekniği ile belirlemiştir. Tüm bu yöntemler sonucunda işitsel peyzaj kavramı ile ilgili yapılacak diğer çalışmalara veya projelere altlık oluşturmayı hedeflemiştir.

Bora, (2014) kapalı ve açık mekânlarda işitsel peyzaj kavramını irdelemiştir. Bu amaçla Ankara'da yer alan Akköprü metro istasyonu ve yakın çevresinde insanların kapalı mekânlara dair pozitif ve negatif algılarını araştırmıştır. Mekânları kapalılık derecelerine göre açık mekân, yarı açık mekân ve kapalı mekân olarak üç bölüme ayırmıştır ve bu üç mekânda nesnel, öznel ve psikoakustik ölçümlerle karşılaştırmalı olarak işitsel peyzaj kavramını irdelemiştir.

Acun, (2015) açık planlı ofis ortamındaki ses kaynaklarını belirlemiştir. Bu alanda yer alan 47 kullanıcıyla yapılan görüşmeler neticesinde çalışanların sesleri nasıl algıladıkları, bu seslerin kişilerin ruh hali ve görev performansı üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla işitsel peyzajın algı üzerine etkisini araştıran bir çalışma sunmuştur.

Liu ve ark., (2013) görsel peyzajın fiziksel özelliklerinin kent parklarında var olan işitsel peyzaj algısı üzerindeki etkilerinin analizini gerçekleştirmişlerdir. Araştırma alanı olarak Çin’de beş kent parkında ses yürüyüşleri yöntemi ile ses peyzajını insan sesleri, trafik sesleri, mekanik sesler, biyolojik sesler ve jeofiziksel sesler olarak kategorilere ayırmışlardır. Her bir sesin PLS(sesin algılanan ses yüksekliği), POS(sesin algılanan oluşumları), SDI(işitsel peyzajın çeşitlilik indeksi) değerlerini hesaplamışlardır. Araştırma sonucunda kent parklarına hangi seslerin olumlu veya olumsuz etki ettiğini belirlemişlerdir.

Jank ve Kook, (2005) kent içi park, bahçe, terminal alanı ve sokak alanlarında belirlenen seslerin kullanıcılar tarafından halka açık alanlarda tercih sıralamasını elde etmeyi hedeflemişlerdir ve bu hedef doğrultusunda öznel ve nesnel veri elde etmeyi amaçlamışlardır. Öznel veri için anket çalışması, nesnel veri elde etmek için de belirlenen on yedi adet sesi dokuz adet sıfatla değerlendirmişlerdir.

Lee ve ark., (2010) Kore’de yüksek hızlı demiryolu hattı üzerinde oluşan işitsel peyzajın insan algısı üzerindeki etkisini incelemek amacıyla hat üzerinde 3 kırsal alan belirlemişlerdir. Bu alanlarda trenin geçtiği vakitlerde binaural ses kayıtlarını yapmışlar ve kayıt yaptıkları süre boyunca görsel imajlar oluşturmuşlardır. Araştırma neticesinde tren gürültüsünden oluşan işitsel peyzajın kırsal alan ortamından etkilendiği sonucuna varmışlardır.

Yang ve Kang, (2005) insanların kentsel işitsel peyzaj ve ses tercihlerindeki algısını demografik faktörlerden etkilenerek incelemişlerdir. Sheffielda ki iki kentsel meydana işitsel peyzaj tasarım kavramının önemini açıklamışlardır. Yöntem olarak araştırma alanı olarak belirledikleri kentsel meydanlarda anket uygulaması, ses düzey ölçmeleri ve iklim veri ölçmelerini veri elde etmek amacıyla kullanmışlardır. Araştırmanın sonucunda doğal seslerin kentsel seslere göre tercih edildiği ve insanların bir kentsel meydanı kullanmasında işitsel peyzaj öğelerinin etkili olduğu sonucuna varmışlardır.

Brambilla ve ark., (2007) sessizliğin arkeolojik alanlardaki önemini vurgulamak amacıyla seçili alanlarda binaural ses kayıtları, ses düzey ölçmeleri ve anket yöntemleriyle Pompei arkeolojik alanındaki akustik ortamı belirlemişlerdir.

Deng ve ark., (2009) Çin'in Sinkiang ilindeki Kashkar eski kenti ve Hebei İlindeki South Gaoluo Köyü tarihsel alanındaki işitsel peyzajı; ses kayıtları, yerel halkla yapılan gözlemler ve anket uygulamalarıyla değerlendirmişlerdir.

Guastavino, (2006) kentsel ortamdaki ses kalitesini incelemek amacıyla Fransa'nın üç büyük şehrinde 77 katılımcı ile yaptığı anket değerlendirmeleri sonucunda işitsel peyzajın fiziksel özellikleri kadar anlamsal özelliklerinin de etkiliği olduğunu ve kentlerde işitsel peyzajın belirleyicisi olarak insan seslerinin de belirleyici olduğu sonucuna varmıştır.

Joo ve ark., (2011) Lansing, Michigan eyaletinde 17 nokta belirleyip ses kayıtları olarak, kentsel ve kırsal alanlarda işitsel peyzajın mekânsal ve zamansal durumlarını incelemek ve bu durumların kuş türleri üzerinde nasıl ilişkili olduğunu araştırmışlardır.

Merchan ve ark., (2014) park kullanıcılarının algıları üzerinden gürültü kirliliği etkisinin ulusal parklardaki işitsel peyzaj karakterini ekonomik tahmin üzerinden değerlendirmiştir. Araştırmada yöntem olarak İspanyada belirlenen bir park alanında 327 kişiye anket çalışması uygulamıştır ve gürültü kirliliğine sebep olan sesleri belirlemiştir. Parkta var olan gürültüyü azaltmak amacıyla finansman sağlayan bir program uygulamasını araştırma kapsamında sunmuştur.

Fuda ve ark., (2015) yaya yollarında kullanılan farklı malzemelerin kent parklarında işitsel algı üzerindeki etkilerini değerlendirmeyi amaçlamıştır. Bu amaçla yaya yollarında; çim, ahşap, taş ve çakıl olarak kullandığı dört malzemeyi laboratuvar ortamında değerlendirerek farklı olarak kullanılan materyallerin işitsel peyzaj algısına istatistiksel olarak önemli derecede etkisinin olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Martineza ve ark., (2018) tarihi ve anıtsal alanlarda akustik ortam içerisinde baskın olan seslerin belirlenmesi amacıyla İspanya Granada yer alan tarihi bir değer taşıyan Elhamra alanında saha çalışması gerçekleştirmiştir. Bu alanda yer alan kuş seslerinin, insan seslerinin ve su seslerinin baskın olduğu değerlendirmesini yapmıştır. Yapılan değerlendirme sonucunda insan seslerinin ses kalitesini olumsuz yönde etkilediği, doğal seslerin özellikle su seslerinin ses kalitesi üzerinde olumlu etkilere sahip olduğu ve bu seslerin memnuniyet etkisini artırdığı sonucuna ulaşmıştır.

Özçevik, (2012) işitsel peyzaj kavramını alan çalışmasından yola çıkarak nesnel ve öznel parametreler dâhilinde değerlendirmiştir. İşitsel peyzaj kavramının kentsel akustik konfor değerlendirilmesinden yola çıkarak yapılan bu araştırmada alan ölçmeleri, binaural ses kayıtları, ses kalitesi metrik analizleri, anket değerlendirmesi jüri ve dinleme testleri yöntemlerini uygulamıştır.

2.2 Görsel Kalite

Demirci, (2010) Atatürk üniversitesi yerleşkesinin görsel kalite yönünden değerlendirilmesi amacıyla araştırma alanına ait 5 adet görüntü ve birebir anket çalışması yaparak görsel kalite değerini hesaplamıştır. Araştırma sonucunda doğallık, ilginçlik, renk ve uyum parametrelerinin birbirleriyle ilişkili olduğunu saptamıştır.

Döner, (2015) su ögesi bulunduran kentsel alanlar ile su ögesi bulundurmayan kentsel alanlar arasındaki estetik farkı karşılaştırmalı olarak sunmuştur. Araştırmanın yönteminde 15 farklı alana ait 60 adet görüntüyü tasarım alanında belli bir eğitim almış peyzaj mimarlığı öğrencilerine uygulamıştır. Araştırma sonucunda kentsel alanla su ögesi arasında estetik bir kriter olduğunu ve farklı fakültelerde eğitim almış peyzaj mimarlığı öğrencileri arasında estetik algının değişkenlik gösterdiği sonucuna varmıştır.

Caf, (2014) Bingöl-Erzurum D950 karayolu güzergâhındaki koridorları belirlemek, bu yol güzergâhının görsel kalitesini ortaya çıkarmak, doğal ve kültürel peyzaj değerlerini belirlemek amacıyla Bingöl-Erzurum karayolunu iki koridora ayırmıştır. Her bir koridor için 12 fotoğraf belirlemiş toplamda 24 görüntü ile görsel kalite değerlendirmesi yapmıştır. Seçilen her bir fotoğrafta doğallık, canlılık, çeşitlilik, gizem, manzara güzelliği, uyum ve güven gibi parametreleri -2 ila +2 arasında puan değerlendirmesine almıştır. Tüm bu yöntemlerin sonucunda araştırma alanının doğal ve manzara değerlerinin yüksek olduğu ve Bingöl-Erzurum güzergâhının manzara yolu niteliği taşıdığı sonucuna varmıştır.

Hardal, (2011) peyzaj mimarlığı alanında açık mekânları görsel kalite açısından değerlendirmeyi hedef alan yeni bir yaklaşım ele almıştır. Yıldız korusu örneğinde açık alanların tasarlanmasını ve planlanması amacıyla coğrafi bilgi sistemi(CBS) programını kullanarak seçilen alanının görsel özelliğini ortaya koyan bir araştırma

sunmuştur. Bu araştırma sonucunda görsel kalite değerlendirmesini yaparak kentsel ve kırsal alanlarda estetik değerlerin mekânla olan ilişkisine değinmiştir.

Ak, (2010) araştırmayı Akçakoca'nın 14 km. kıyı bandında ve yakın çevresinde gerçekleştirmiştir. Görsel kalite değerlendirmesi amacıyla yapılan çalışmada uzman gurubu ve kullanıcı grubuna iki türlü anket yapılmıştır. İlk başta seçilen 42 adet görüntü uzman grubu yardımı ile 17'e indirgenmiştir. Sonrasında mevcut görüntüler ve alanın iyileştirilmiş hallerinden oluşturulan kurgu tasar görüntüleri kullanıcı grubu tarafından değerlendirilmesi ile her bir görüntüye ait düzenlik, doğallık ve açıklık gibi etmenlerin düzeylerini belirlemiştir ve mevcut olan görüntüler ile oluşturulan kurgu tasar görüntüleri arasındaki belirgin farkları ortaya çıkartarak araştırmayı sunmuştur.

Benliay ve ark., (2015) Antalya ilinde yer alan tarihi ve kültürel değer açısından büyük bir önem arz eden Aspendos, Perge ve Sillyon alanları arasında kalan yollar ve tur bisikleti yapmak için oluşturulan yeni güzergâhlar araştırmanın ana materyalini oluşturmuştur. Güzergâhlar üzerinden belli mesafelerle panoramik görüntüler alınarak ve güzergâhı temsil eden parametreler belirlenerek alanın görsel kalitesi değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda Aspendos-Sillyon, Sillyon-Perge ve Perge-Antalya arası bütün güzergâhların tur bisikleti için peyzaj görsel kalitesi ve peyzaj özellikleri açısından belirlenen değerlerin orta ve iyi derecede olduğunu belirlemiştir.

Özhancı ve Yılmaz, (2013) foto safari açısından yola çıkarak görsel kalite değerini belirlemişlerdir. Araştırma alanı olarak seçilen Bayburt, Erzurum ve Trabzon illerinde yaz, sonbahar ve kış mevsimlerinde çekilen kırsal peyzaj görüntüleriyle görsel kalite analizi yöntemini kullanmışlardır. Çekilen görüntülerden çalışmanın amacına uygun olan en belirgin fotoğraflar seçilmiştir. Seçilen bu fotoğraflar su, yol, yerleşim ve bitki örtüsü başlıkları altında toplandıktan sonra peyzaj mimarlığı bölümü 3.ve 4. sınıf öğrencileri tarafından belirlenen parametreler dâhilinde -2 ila +2 değer aralığında puanlandırılmıştır. Sonuç olarak en çok tercih edilen görüntüler su ögesinin etkin olduğu dağ karakter tipi görüntüler, en yüksek puana sahip olan görüntüler ise bitki örtüsü açısından eşsiz bir manzara sunan kış peyzajı görüntüleri

ve en düşük ortalamaya sahip görüntü olarak da yol peyzajının etkin olduğu dağ karakter tipi görüntü olduğunu belirlemişlerdir.

Polat, (2012) kent parklarının bitkisel ve yapısal açıdan kullanıcıların algıları üzerinden değerlendirmesini yapmak amacıyla Konya İl merkezinden seçilen dört adet kent parkı için görsel kalite değerlendirmesi yöntemi kullanarak analiz gerçekleştirmiştir. Araştırmada görsel kaliteyi değerlendirmek amacıyla gönüllü olan kişilere foto-anket tekniği ile fotoğraflar slâyt şeklinde sunulmuş ve 1 ile 5 arasında puanlama yapılmasını istenmiştir. Araştırma sonucuna göre parkların tümünde belirlenen öğeler görsel açıdan beğenilmiştir ve görsel kalite ile doğallık derecesi arasında çok güçlü bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir.

Özhancı ve Yılmaz, (2011) Erzurum kenti ve çevresindeki rekreasyonel alanların görsel kalitesini değerlendirmek amacıyla Teke deresi (Palandöken) Göleti, Abdurrahman Gazi Türbesi, Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi 6 nolu Kuyu Deneme İstasyonu, Tortum Gölü ve Şelalesi, Serçeme Vadisi ve Dumlu rekreasyon alanlarında bu çalışmayı yürütmüştür. Görsel peyzaj kalitesini değerlendirmek amacıyla Peyzaj Mimarlığı 2. ve 3.sınıf öğrencilerine, Ziraat Mühendisliği öğrencilerine ve kent halkı da dâhil olmak üzere 120 kişiye 48 fotoğrafın değerlendirilmesi istenmiştir. Bu değerlendirme iki aşamalı olarak incelenmiştir. Birinci değerlendirme de doğallık, çeşitlilik, gizem, manzara güzelliği gibi algıya dayalı olan parametreler ve rekreasyonel parametreler, ikinci değerlendirmede ise uzman değerlendirmesi göz önünde tutulmuştur. Araştırma sonucunda en yüksek görsel kalite değerine sahip alanlar puan derecesine göre sıralanmıştır ve peyzaj görsel kalite değeri ile su oranı, doğallık derecesi gibi peyzaj özelliklerinin ilişkili olduğunu belirlemişlerdir.

2.3 Algı

Yıldırım ve ark., (2007) kare ve dikdörtgen olarak tasarlanmış iki kafe mekânının kullanıcılar üzerindeki algı-davranışsal kalitesini belirlemeyi amaçlamışlardır. Araştırma da yöntem olarak iki farklı mekâna ait dijital fotoğraflar hazırlanmıştır ve kullanıcıların bu fotoğrafları değerlendirmesi istenmiştir. Değerlendirme amacıyla 12 adet sıfat çifti kullanmışlardır. Yapılan değerlendirmeler sonucunda dikdörtgen

biçimli kafe mekânının kare biçimli mekâna göre daha olumlu bir şekilde algıladıkları sonucuna varmışlardır.

Minez, (2013) mimarlık eğitimi boyunca kullanıcıların algısal değişimlerini araştırmak amacıyla; Trakya Üniversitesi Mimarlık bölümü öğrencilerinden 227 kişiye anket çalışması yaparak öğrencilerin eğitim süresince değişen algısal durumlarını araştırma kapsamında değerlendirmiştir. Anketlerin hazırlanması için Görsel Çevre Değerlendirme Teknikleri yöntemini kullanmıştır. Araştırma sonucunda mimarlık eğitimi boyunca öğrencilerin bilgi seviyeleri arttıkça kararsızlıklarının değiştiği sonucuna ulaşmıştır.

Yılmaz, (2008) Bursa hayvanat bahçesinde görsel niteliği yüksek ve kullanıcılar tarafından doğanın bir ögesi olarak algılanabilmesini amaçlayan sergi alanları oluşturmuştur. Bu oluşum süresince algısal yanılsamalara dayanan bir ilke benimsemiştir ve bu ilkelere araştırma alanında ne kadar yer verildiğini belirlemiştir. Photoshop ve 3dmax yardımıyla oluşturduğu sergi alanları modelinde derinlik ve genişlik özelliklerini değerlendirmiştir. Araştırma olarak sunduğu tasarım yaklaşımının kullanıcılar üzerinde oluşturduğu algısal etkiyi araştırmıştır.

Özgen, (2009) tarihi çevre içinde üç boyutlu tasarımların cepheler açısından algılamaya olan etkisini araştırmak amacıyla Erzurum kentinde yer alan Üç Kümbetler ve çevresini belirlemiştir. Oluşturduğu kurgu tasar görüntüleriyle ve anket tekniği ile çalışmayı değerlendirmiştir. Tarihi çevrelerin taşıdıkları değerlerin, kültürlerin belirlenmesi ve öğrenilmesi amacıyla, tarihi çevrelerde yapılacak tasarımlar için analiz tipolojilerinin önem taşıdığı sonucuna varmıştır.

Şen, (2009) saydamlık ve opaklık kavramlarının kullanıcılar da nasıl algılandıklarını ve anlamlandırdıklarını değerlendirmiştir. Bu sebeple sıfat çiftleri oluşturup anket çalışması tekniğini kullanmıştır. Anket çalışmasını akademisyen ve mimarlardan oluşan uzman gruba uygulamıştır. Araştırma sonucunda saydamlık ve opaklık kavramlarını mimarlık alanında algılanabilirliğini değerlendirmiştir.

Atabeyoğlu, (2016) kış kentlerinde kullanıcıların tasarım algısını araştırmak amacıyla insan algısından yola çıkarak geniş gözlem ve literatür özetleri değerlendirmeleriyle kış kentlerinde yapılan tasarımların psikolojik etkilerini araştırmıştır. Araştırma neticesinde kış kentlerinde yapılan tasarımların teşvik edici,

rahatlatıcı ve psikolojik açıdan destekleyici ve konforlu olması gerektiği sonucuna varmıştır.

Acaralp, (2009) toplumsal çeşitlilik sonucu oluşan algısal farklılıkların kamusal mekân kullanımına etkilerini incelemiştir. Araştırmasında mekân kavramına ve algı kavramına detaylı bir şekilde yer verdikten sonra araştırma alanı olarak belirlediği Ümraniye alanında farklı toplumsal gruplardan olan kişilerin mekânı fiziksel ve sosyal olarak nasıl kullandıkları, kamusal mekân tercihleri ve bu mekânları nasıl algıladıkları üzerinde durmuştur.

Dupont ve ark., (2015) 21 peyzaj uzmanı ve 21 uzman olmayan gruptan oluşan iki gruba 74 adet manzara fotoğraflarını her bir fotoğrafa 10 sn ayırmak koşuluyla değerlendirmelerini istemiştir. Peyzaj konuları hakkında uzman olan kişilerin bu fotoğrafları daha detaylı ve daha geniş kapsamda değerlendirdikleri, Peyzaj konuları hakkında uzman olmayan kişilerin ise belirli nesnelere daha fazla zaman ayırdıklarını gözlemlemiştir. Sonuç olarak iki gurubunda manzara fotoğraflarını aynı anda algılayamadığı, her iki grup arasında değişkenlik gösterildiği sonucuna ulaşmıştır.

2.4 Görsel Algı

Çakıcı ve Çelem, (2009) kent parklarının tasarlanması ve planlaması süreçlerinde hem kullanıcı görüşlerini hem de uzman görüşlerini değerlendirerek yeni bir yöntem geliştirmeyi amaçlayan bu çalışmada birçok kent parklarına ait 25 adet fotoğraflarla kullanıcı grubuna ve uzman grubuna anket çalışması yapılarak iki ayrı gurubun değerlendirmeleri sonucunda en çok tercih edilen fotoğraflara ilişkin mekân karakterlerini ortaya koymuşlardır.

Ünal, (2013) kentsel alanlarda kullanıcıların hızlarına bağlı olarak değişen hareketin görsel algıya olan etkilerini belirlemiştir. Belirlenen bir kentsel mekânda yüksek ve düşük hızda ilerleyen 50 kullanıcıya algısal tercih edilebilirlik için deney yapılmıştır. Yöntem olarak video kayıtları oluşturulmuş ve ArcGis programından yararlanılarak görsel haritalar elde etmiştir. Elde edilen bu görsel haritalarda kullanıcıların hızlarına göre algı tercihlerinin değişkenlik gösterdiği sonucuna varmıştır.

Ballester ve ark., (2012) kırsal peyzajın insan müdahalesi ile değiştiği düşüncesinden yola çıkarak görsel algının değişkenliğini değerlendirmeyi amaçlamıştır. Algı

üzerindeki etkileri belirlemek amacıyla semantik diferansiyel analiz yöntemi ve sınıf içi korelasyon katsayı yöntemini kullanarak sonuca ulaşmıştır.

2.5 Mekân Algısı

Güç, (2010) Süleyman Demirel Üniversitesi hastanesi örneğinde mekânın kullanıcılar üzerindeki etkisini araştırmıştır. Çalışmasında yöntem olarak Mekân Dizim ve Görünürlük Grafi analizleri yöntemleri ile nicel analiz değerlendirmesi yapmıştır. Her iki analiz değerlendirmesi sonucunda hastane kullanıcılarının lokal ve global özelliklerden etkilendiği ve mekan içerisinde yer alan her erişilebilir noktanın algılanmadığı bunun için mekanın algılanmasında lokasyon bilgisinin önemli olduğu sonucuna varmıştır.

Yılmaz, (2010) çocuklarda mekân algısının gelişiminde masalın önemini değerlendirmek amacıyla mekân ve algı kavramlarını mimarlık mesleğinde çocuk odaklı değerlendirmiştir. Çocuklara masalarda anlatılan mekânlar doğrultusunda anket çalışması uygulamıştır. Çocukların masalardaki mekânlarla gerçek mekânlar arasında ilişki kurmalarını amaçlamıştır. Çocuğun mekânları algılamasında önemli etkiye sahip olan masal kavramını detaylı bir şekilde değerlendirmiştir.

Çanakçıoğlu, (2016) ev odaklı bir çevrede yaşayan pediatri hastalarının değişen mekânlarına nasıl uyum sağladıkları ve bu süreç dâhilinde değişen algılarını araştırmak amacıyla Cerrahpaşa Hastanesi Pediatrik Hematoloji ve Onkoloji servisinde tedavi görmekte olan 30 adet çocuğa ve çocuğun çevresinde bulunan 30 adet refakatçi ve 13 adet hemşire ve hasta bakıcılara, mekân dizimi, davranış haritaları ve bilişsel haritalar yöntemi ile algısal süreçlerini değerlendirmeyi amaçlamıştır. Çocuklara ilişkin elde edilen bilişsel haritalarla, refakatçi, hasta bakıcı ve hemşirelerin davranışsal verileri ile mekânların sentaktik verileri arasında ortaya çıkarılan korelasyon analizi sonucunda mekânların fiziksel yapısına ilişkin sentaktik veriler ve deneklerin bilişsel ve davranışsal frekansları arasındaki ilişkilerini değerlendirmiştir.

2.6 Psikoloji ve Tasarım

Gedik, (2003) farklı türde su öğelerinin psikolojik etkilerini ve mekân kavramı ile ilişkisini ortaya koymak amacıyla görsel anket çalışması yapmıştır. Anket değerlendirmesinin sonucunda durgun ve hareketli suların insanlar üzerinde farklı

psikolojik etkiler ortaya koyduğu, mekânlarda su ögesinin kişilerin yaptıkları etkinliklerle uyum sağladığı ve durgun suların huzur, hareketli suların ise coşku gibi duyguları çağrıştırdığı sonucuna varmıştır.

Özer, (2005) insan psikolojisi ile peyzaj mimarlığı mesleği arasında yakın bir ilişki olduğu düşüncesine dayanarak araştırmasını iki amaca uygun şekilde sunmuştur. Öncelikli olarak kullanıcıların yapılan tasarımlarda beğeni ve tercihlerinin yaşa bağlı olarak değiştiği savını öne sürmüştür. Bu amaçla Ankara'nın Çankaya İlçesinde yaptığı bir anket çalışması ile beğeni ve tercih edilebilirliğin yaşa bağlı olarak değiştiğini belirlemiştir. Araştırmanın diğer amacını oluşturan kısımda ise insan psikolojisinin tasarımları etkilediği düşüncesi ile aynı araştırma alanında bulunan peyzaj mimarlarına yaptığı anket çalışması ile peyzaj mimarlarının içinde buldukları psikolojik durumların tasarımlarını etkilediği sonucuna varmıştır.

2.7 İşitsel ve Görsel Etkileşim

Özdemir ve Fenkçi, (2016) tiroit ince iğne aspirasyon biyopsisi (TİİAB) sırasında iç mekân alanında işitsel ve görsel algı bütünlüğü sağlayarak hasta olan kişilerin kaygı düzeylerine olumlu veya olumsuz etkilerini belirlemek amacı ile bu çalışmayı gerçekleştirmiştir. Çalışma kapsamında özel bir hastanenin Endokrinoloji Kliniği bölümünde TİİAB işleminin gerçekleştirildiği klinik alan çalışması bölümünü, araştırma alanı olarak belirlemiştir. Bu alan da 115 hastaya işitsel kategori olarak doğa sesleri(kuş, su, rüzgâr, vb.) ve görsel kategori olarak doğa temalı görüntüler(su, bitki ve dağ, vb.) hastalara biyopsi işlemi gerçekleştiği sırada uygulamıştır. Araştırma sonucunda görsel ve işitsel algı kavramlarının hasta psikolojisi üzerinde olumlu bir etki yarattığı, aynı zamanda bu kavram ile hastaların tedavi süreçleri boyunca kaygı düzeylerinin azaldığını saptamıştır.

Yavuz ve ark., (2017) görsel ve işitsel uyaranların kullanıcıların duyularına hitap etmesi ve ürün üzerindeki etkiyi artırması amacı ile Ankara da bir devlet okulundaki ilköğretim birinci sınıf öğrencilerine üç aşamada gerçekleştirilen bir çalışma uygulamıştır. Çalışmanın birinci aşamasında öğrencilere belirli oyuncuklara ait sesleri dinletmiş ve sesin öğrenciler üzerindeki etkilerini belirlemiştir. Çalışmanın ikinci aşamasında ses olmadan sadece görüntü ile değerlendirilmelerini istemiştir.

Çalışmanın son aşamasında ise sesler tekrardan dinlettirilip hangi sesin hangi ürüne ait olduğu belirlenerek işitsel görsel etkileşim sağlamıştır.

Pheasant ve ark., (2007) işitsel ve görsel etken kombinasyonu ile sessiz mekan tasarımının bu etkileşimden nasıl etkilendiği sonucuna ulaşmayı hedeflemiştir. İngiltere de gerçekleştirilen bu araştırmada kırsal ve kentsel alanlardan çekilen görüntüler beş peyzaj kategorisine ayrılarak gönüllü kişiler tarafından değerlendirmeye alınmıştır. Araştırmada yöntem olarak deneklere kulaklık yardımıyla sırasıyla ses, görüntü verilmiş ve son olarak ses görüntü birleşimi ile 11 adet fotoğrafın huzur algısı bakımından değerlendirilmesini istenmiştir. Çalışmanın sonucunda insan ve mekanik seslerin artmasıyla gösterilen fotoğraflarda huzur derecesinin düştüğü, biyolojik ve su gibi seslerin verildiğinde huzur derecesinin arttığı aynı zamanda kadın ve erkeklerde bu sonuçların farklılık gösterdiği sonucuna ulaşmıştır.

Lindquist, (2014) Londra da James park alanından yararlanarak gerçekleştirdiği bu çalışmada çalışma sahasını peyzaj kategorilerine göre ayırmıştır. Alandan elde ettiği görüntülerin kurgu tasar görüntülerini oluşturarak üç boyutlu görüntülerde gerçeklik algısının sesle olan etkileşimini incelemiştir. Araştırmasını üç soru üzerinden kurgulayarak 252 katılımcı ile gerçekleştirdiği çalışmayı dört adet ses kategorisi kullanarak değerlendirmiştir. Deneklere düşük ve yüksek kaliteli iki tür kulaklık kullanarak, ses verildiğinde görüntü de oluşan gerçeklik algısını ve tercih edilebilirliği araştırmıştır



3. MATERYAL ve YÖNTEM

3.1 Materyal

Araştırmanın bu bölümünde çalışmanın ana kurgusunu oluşturan görüntü ve seslerle ilgili uygun materyal seçimi yapılmıştır. Materyaller yapılırken öncelikli olarak araştırma konusu ile ilgili yabancı kaynaklar incelenmiştir. Görüntü kategorileri belirlenirken Lindquist'in yapmış olduğu araştırma konusuna dahil olan görüntüler daha da geliştirilerek sunulmuştur (Lindquist, 2014). Araştırma da ses kategorileri belirlenirken Schafer'in sesleri referansiyel özelliklerine göre sınıflandırdığı ses kategorileri çalışma kapsamında daha da geliştirilerek sunulmuştur.

Görüntü ve ses kategorileri özellikleri ve tercih edilme nedenleri ile birlikte Çizelge 3.1 ve Çizelge 3.2'de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 3.1 Görüntü Kategorileri ve Tercih Edilme Nedenleri

Görüntü	Tercih edilme nedeni
	G1-Su görseli: Tamamen bakir halde bulunan, katılımcıların algılarını değiştirebilecek hiçbir elemana izin verilmeyen, yapay olmayan bir su yüzeyi tercih edilmiştir (Anonim, 2019b).
	G2-Trafik görseli: Motorlu ve motorsuz taşıt yoğunluğunun fazla olduğu, gerçek bir trafik kurgusuna yakın görsel seçilmiştir (Anonim, 2019c).

Çizelge 3.1 Görüntü Kategorileri ve Tercih Edilme Nedenleri (Devam)



G3-Sokak-Cadde görseli: Katılımcıların algısını değiştirecek hiçbir yapı elemanına yer verilmeyen, gerçek sokak kurgusu hâkim bir görsel tercih edilmiştir (Anonim, 2019d).



G4-Park görseli: Gerçeklik kurgusu hâkim, her yaşta insan gruplarının bulunduğu, peyzaj niteliği yüksek bir park görüntüsü tercih edilmiştir (Anonim, 2019e).



G5-Doğa görseli: Peyzaj niteliği yüksek, tamamen doğal kurgudan oluşmuş bir doğa görüntüsü tercih edilmiştir (Anonim, 2019f).



G6-Kent görseli: Farklı yaşta insan gruplarının, trafik memurlarının, iş merkezlerinin ve motorlu motorsuz taşıtların yer aldığı bir kent görüntüsü tercih edilmiştir (Anonim, 2019g).

Çizelge 3.1 Görüntü Kategorileri ve Tercih Edilme Nedenleri (Devam)



G7-Kırsal görseli: Köy dokusunun hâkim olduğu, doğal bir yaşamı hissettiren, gerçek kırsal görüntüsüne hakim bir görüntü tercih edilmiştir (Anonim, 2019h).



G8-Meydan görseli: Alışveriş mekânlarının iş merkezlerinin bulunduğu, insanların toplanma alanı ve dinlenme alanı olarak kullandığı gerçeklik kurgusu hâkim bir meydan görüntüsü tercih edilmiştir (Anonim, 2019ı).



G9-Ticaret-Zanaat görseli: Ticarethanelerin ve satış elemanlarının yer aldığı alışveriş mekânlarını oluşturan alan görüntüsü tercih edilmiştir (Anonim, 2019i).

Seçilen görüntü kategorileri herkes tarafından kabul gören genel görüntüler olarak seçilmiştir.

Tezin materyal bölümünü oluşturan diğer bir kısım olan ses kategorileri tercih edilirken uygun görüntü kategorileriyle eşleştirilmesi yapılmış ve sunulmuştur. Seçilen seslerin içerikleri şu şekildedir;

Çizelge 3.2 Ses kategorileri ve özellikleri

Sesler	Özellikleri
1.ses	Su görseline uygun bir şekilde rahatlatıcı su sesi ve yağmur sesi birleştirilerek tercih edilmiştir (Anonim, 2018a; Anonim, 2018k).
2.ses	Trafik görseline uygun motorlu ve motorsuz taşıtların yer aldığı ve klakson seslerinden oluşan ses birleştirilmesi yapıp sunulmuştur (Anonim, 2018h).
3.ses	Sokak-cadde görseline uygun olarak insanların konuşma sesleri ve kuş seslerinin yer aldığı sesler birleştirilip sunulmuştur (Anonim, 2018e; Anonim 2018c).
4.ses	Park görseline uygun olarak sokak müziği, doğal kuş sesleri ve insanların konuşma seslerinin yer aldığı sesler birleştirilip sunulmuştur (Anonim, 2018c; Anonim, 2018i).
5.ses	Doğa kavramına uygun doğal kuş sesleri ve rüzgâr sesleri birleştirilerek sunulmuştur (Anonim, 2018c; Anonim, 2018b).
6.ses	Kent kavramına uygun motorlu taşıt sesleri, tramvay sesleri, insan konuşma sesleri ve insanların adım sesleri birleştirilerek sunulmuştur (Anonim, 2018i; Anonim, 2018l; Anonim, 2018f).
7.ses	Kırsal görüntü kurgusuna hâkim traktör sesi ve kuzu sesinin yer aldığı iki ses kurgusu birleştirilip sunulmuştur (Anonim, 2018d; Anonim, 2018g).
8.ses	Meydan kavramına uygun insanların konuşma seslerinin, kuş seslerinin ve satış elemanlarının seslerinin yer aldığı üç ses birleştirilerek sunulmuştur (Anonim, 2018e; Anonim, 2018j; Anonim, 2018c).
9.ses	Ticaret görseline uygun olarak kalabalık insan uğultu sesleri ve satış elemanları sesleri birleştirilerek sunulmuştur (Anonim, 2018i; Anonim, 2018j).

Bu kategorilerde sesler seçilirken her bir ses birbirinden farklı biçimde tercih edilmiştir.

3.2 Yöntem

Araştırma gerçekleştirirken izlenen yöntem dört ana aşamadan oluşmaktadır.

Çalışmanın birinci aşamasında, konunun tanımlanması, konu ile ilgili yerli ve yabancı akademik kaynakların incelenmesi ve yabancı kaynakların Türkçe literatür çevrilmesi yer almaktadır. Bu kaynak taramaları yapılırken tezin ana başlığını ana kurgusunu oluşturan genel kavramlar ile ilgili kapsamlı bir araştırma yapılmış ve bu kısım tezin literatür özetleri ve kuramsal temeller bölümünde detaylı bir şekilde açıklanmıştır.

Çalışmanın ikinci aşamasında, araştırma konusuna uygun materyal seçimi yapılmıştır. Materyaller seçilirken öncelikle bu araştırma konusu ile ilgili yapılan yabancı kaynaklar dikkate alınarak ses kategorileri ve görüntü kategorileri belirlenmiştir. Ses kategorilerinin belirlenmesinde Schafer'in (Schafer, 1994; Bahalı, 2015) sesleri referansiyel özelliklerine göre sınıflandırdığı ses kategorileri daha da genelleştirilerek araştırma kapsamında sunulmuştur. Görüntü kategorileri tercih edilirken Ordu İli'nde yaşayan insanların algısını değiştirmeyecek tarzda, herkes tarafından kabul gören genel görüntüler tercih edilmiştir. Araştırmanın yönteminin belirlenmesinde Lindquist'in (Lindquist, 2014) yapmış olduğu araştırma bu çalışmaya kaynaklık etmiştir.

Çalışmanın üçüncü aşamasında, anketin oluşturulması, uygulanması ve analizlerinin gerçekleştirilmesi aşamaları yer almaktadır. Anket oluşturulurken öncelikli olarak ses, görüntü ve görüntü-ses kategorileri üç bölüme ayrılmıştır. Her bir ses için 9 kategori, her bir görüntü için 9 kategori ve son olarak her bir görüntü-ses için 9 kategori oluşturulmuştur. Bu aşamada bu kategorileri ifade edebilen, katılımcıların ruh hallerini yansıtan sıfat çiftleri oluşturulmuştur. Sıfat çiftleri oluşturulurken Türk Dil Kurumu'nun Türkçe sözlüğü kaynak alınarak 1326 adet sıfat grubu arasından araştırmanın kapsamına göre insanların ruh hallerini yansıtan duygu sıfatları seçilmiştir. Bu sıfatlar daha da genelleştirilerek 18 sıfat türüne indirgenmiştir.

Anket, 271 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Bu katılımcılar, Ordu Üniversitesinde öğrenim görmekte olan; İngiliz Dili Edebiyatı, Gıda Mühendisliği, Grafik Tasarım, Psikolojik Danışmanlık ve Rehabilitasyon, Sosyoloji, Bitki Koruma, Tıp, Hemşirelik ve Peyzaj Mimarlığı Bölümü öğrencilerinden oluşmaktadır. Anketin uygulanması şu

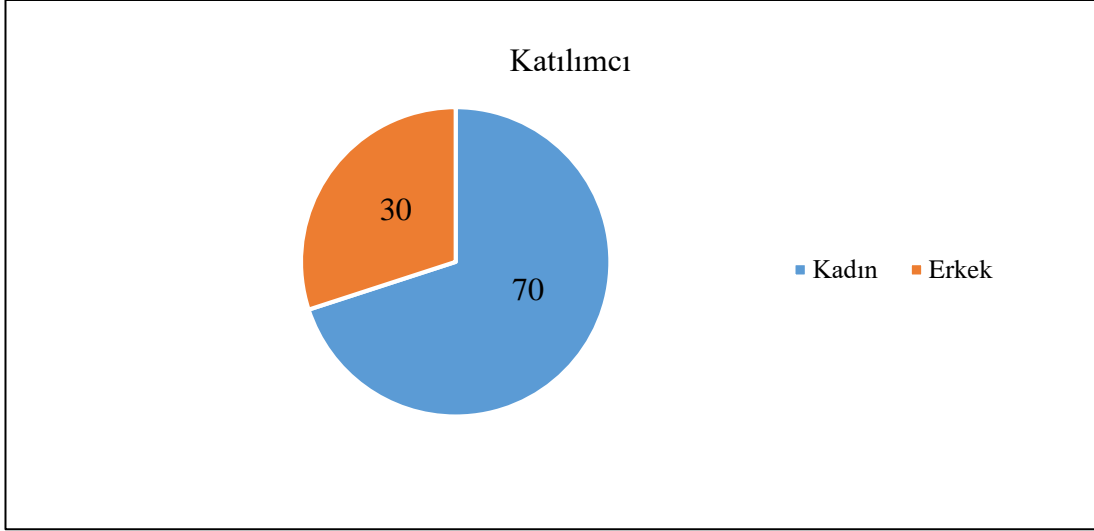
şekilde gerçekleştirilmiştir; öncelikli olarak katılımcılara sunulması için sunu görseli hazırlanmıştır. Aynı zamanda seslerin dinletilmesi için stereo hoparlör kullanılmıştır. 9 ses kategorisi içerisinde her bir ses 8 saniye dinletilerek katılımcıların seslerle ilgili hissettiklerini ifade eden sıfat seçimleri istenmiştir, sonrasında bu durum 9 görüntü ve 9 görüntü-ses kategorisi için ayrı ayrı uygulanmıştır.

Araştırmanın son aşaması olan dördüncü bölümde anket verilerinden yola çıkarak anket analizleri gerçekleştirilmiştir. Bu analizler için SPSS 16.0 programı kullanılarak, analizde Cros Table testi gerçekleştirilmiştir. Bu istatistikî analiz sonucunda bulgular elde edilmiş ve araştırma kapsamında detaylı bir şekilde sunulmuştur.

4. BULGULAR ve TARTIŞMA

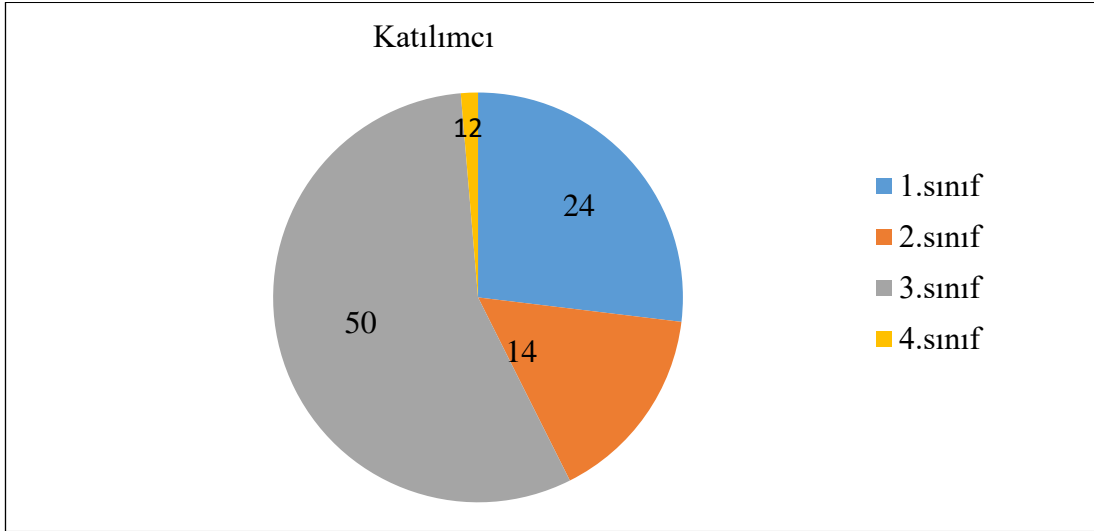
Çalışma kapsamında uygulanan kullanıcı anketleri analiz edilmiş, elde edilen veriler yorumlanarak bu bölümde sunulmuştur.

Ankete katılan katılımcıların %70'i kadın, %30'u erkektir. Bu değer grafiksel olarak gösterimi Şekil 4.1'de ifade edildiği gibidir.



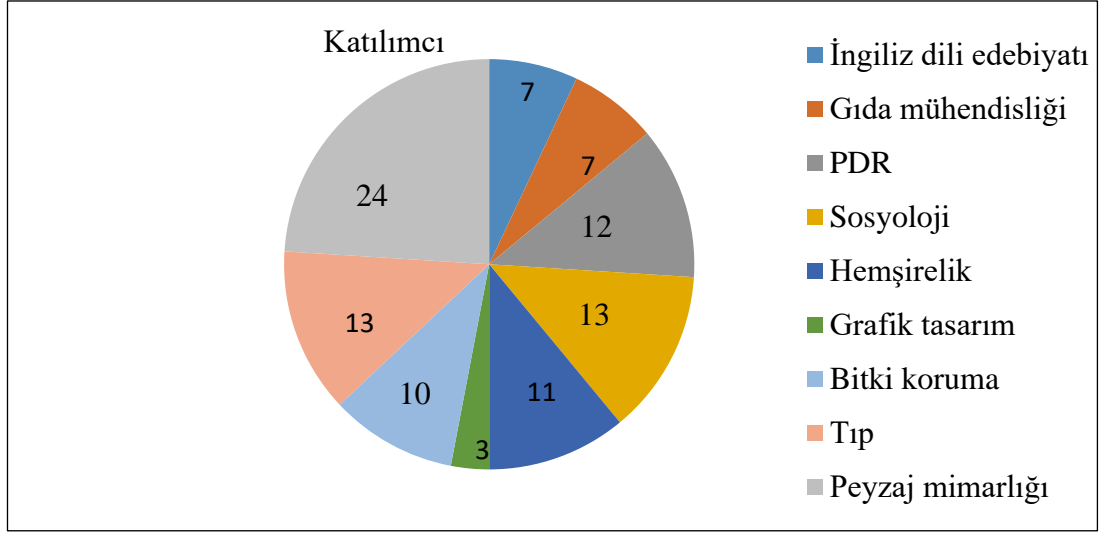
Şekil 4.1 Cinsiyete Göre Yüzelik Dağılım

Ankete katılan katılımcıların %24'ü 1.sınıf, %14'ü 2.sınıf, %50'si 3.sınıf ve %12'si 4.sınıf öğrencisidir. Bu değer grafiksel gösterimi Şekil 4.2'de ifade edildiği gibidir.



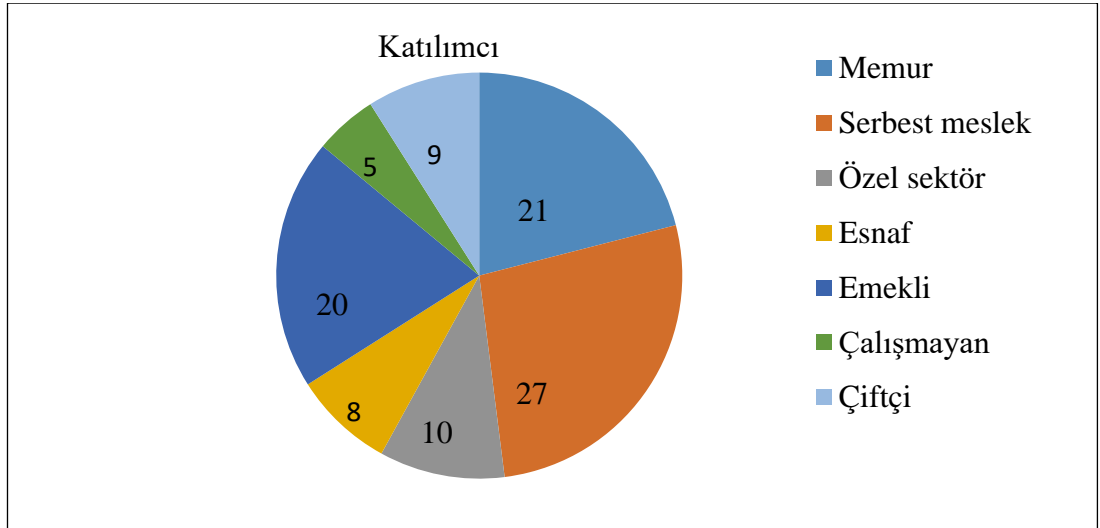
Şekil 4.2 Sınıflara Göre Yüzelik Dağılım

Ankete katılan katılımcıların %7'si İngiliz Dili Edebiyatı,%7'si Gıda Mühendisliği, %12'si Psikolojik Danışmanlık ve Rehabilitasyon, %13'ü Sosyoloji, %11'i Hemşirelik, %3'ü Grafik Tasarım, %10'u Bitki Koruma, %13'ü Tıp ve %24'ü Peyzaj Mimarlığı öğrencisidir. Bu değerlerin grafiksel olarak gösterimi Şekil 4.3'de ifade edildiği gibidir.



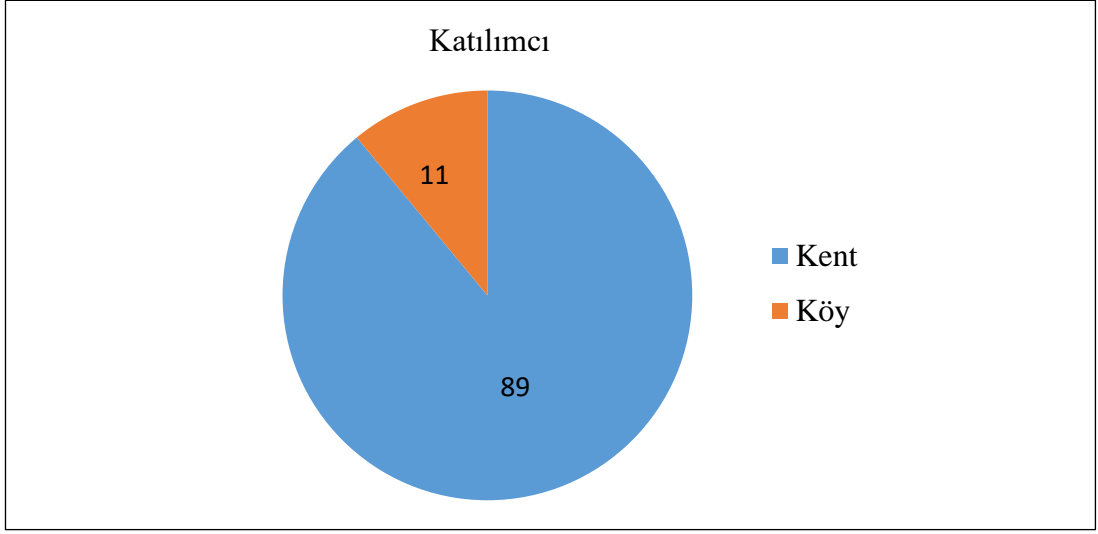
Şekil 4.3 Bölümlere Göre Yüzdeleri Dağılım

Ankete katılan katılımcıların, ailelerinin meslekleri; %21'i memur, %27'si serbest meslek, %10'u özel sektör, %8'i esnaf, %20'si emekli, %5'i çalışmayan ve %9'u çiftçidir. Bu değerlerin grafiksel olarak gösterimi Şekil 4.4'de ifade edildiği gibidir.



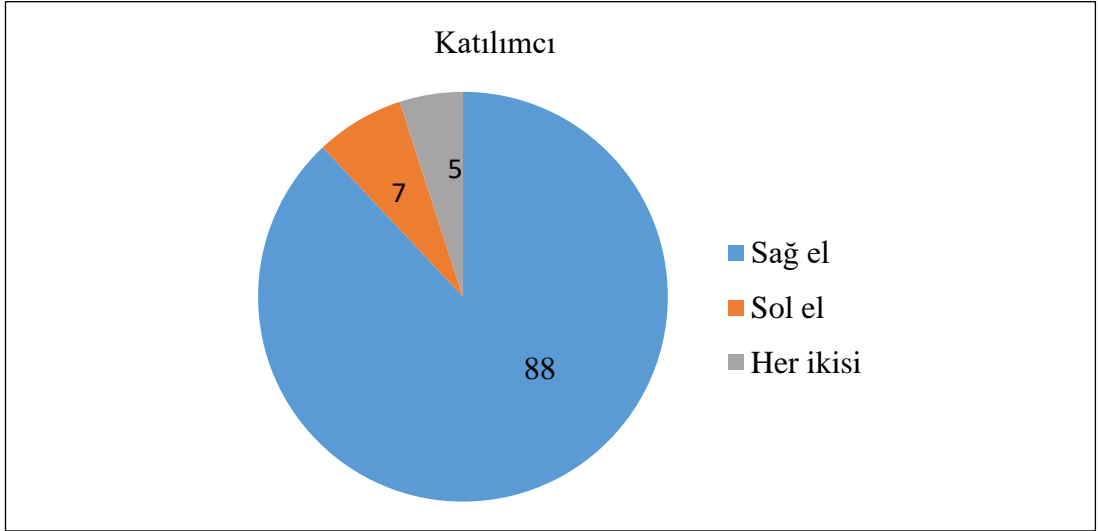
Şekil 4.4 Mesleklere Göre Yüzdeleri Dağılım

Ankete katılan katılımcıların %89'u kentte, %11'i köyde yaşamaktadır. Bu değer in grafiksel gösterimi Şekil 4.5'de ifade edildiği gibidir.



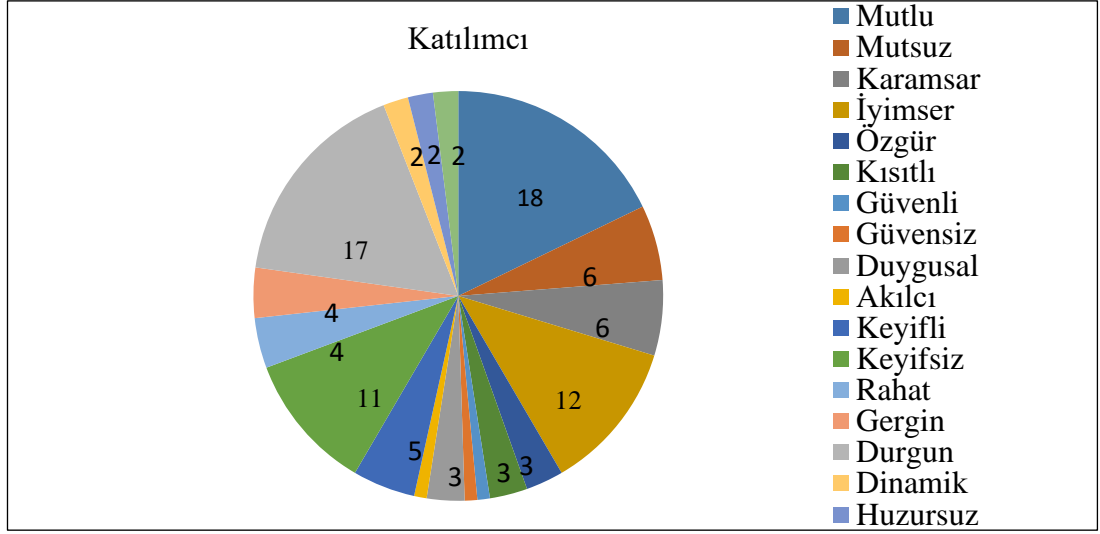
Şekil 4.5 İkametgah'a Göre Yüzelik Dağılım

Ankete katılan katılımcıların %88'i sağ elini, %7'si sol elini ve %5'i her iki elini kullanmaktadır. Bu değer in grafiksel gösterimi Şekil 4.6'da ifade edildiği gibidir.



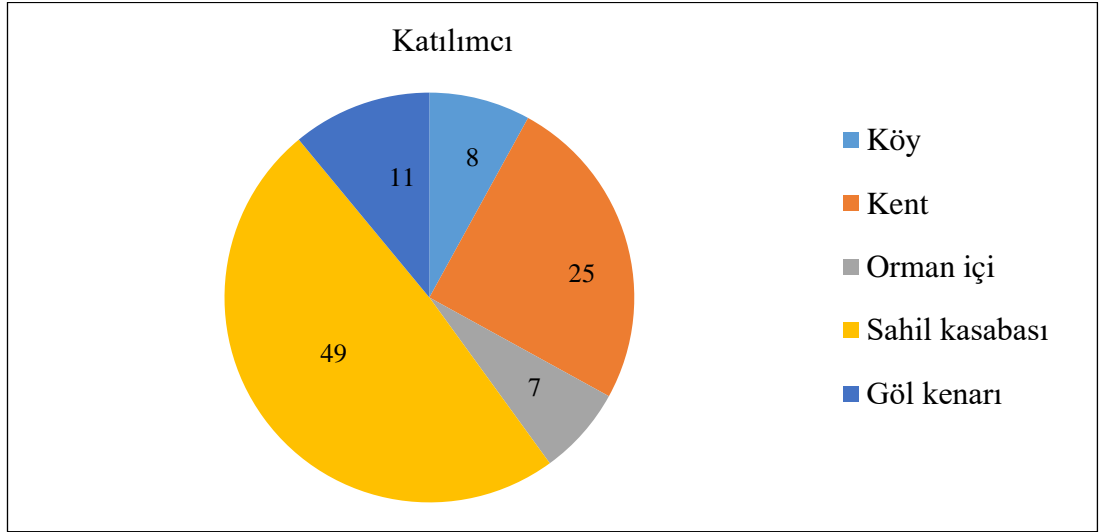
Şekil 4.6 Hangi El Sorusunun Yüzelik Dağılımı

Katılımcıların %18'i mutlu, %6'sı mutsuz, %6'sı karamsar, %12'si iyimser, %3'ü özgür, %3'ü kısıtlı, %1'i güvenli, %1'i güvensiz, %3'ü duygusal, %1'i akılcı, %5'i keyifli, %11'i keyifsiz, %4'ü rahat, %4'ü gergin, %17'si durgun, %2'si dinamik, %2'si huzursuz ve %2'si huzurlu hissetmektedir. Bu değerlerin grafiksel gösterimi Şekil 4.7'de ifade edildiği gibidir.



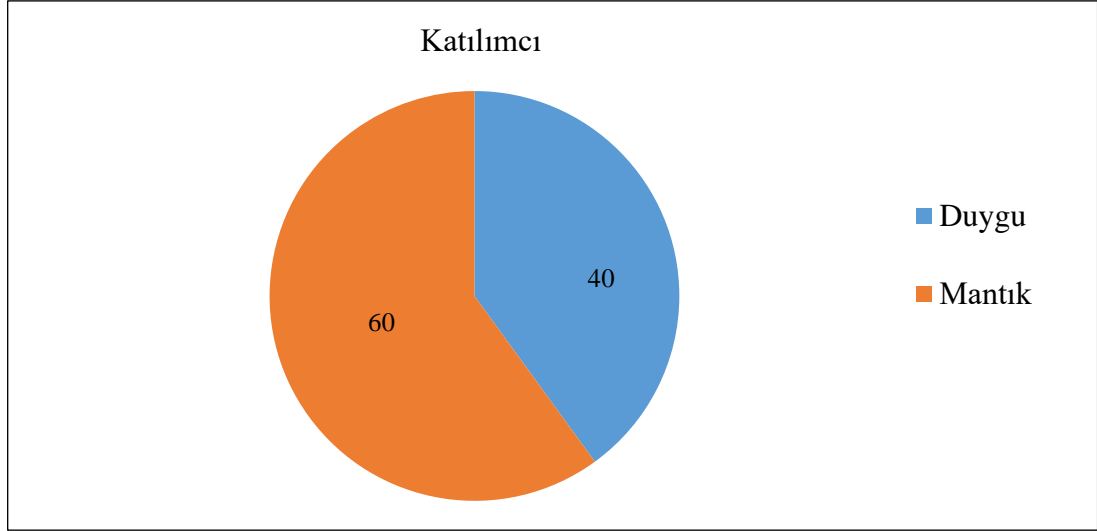
Şekil 4.7 Ruh Haline Göre Yüzdeler Dağılım

Katılımcıların %8'i köyde, %25'i kentte, %7'si orman içinde, %49'u sahil kasabasında ve %11'i göl kenarında yaşamak istemektedir. Bu değerlerin grafiksel gösterimi Şekil 4.8'de ifade edildiği gibidir.



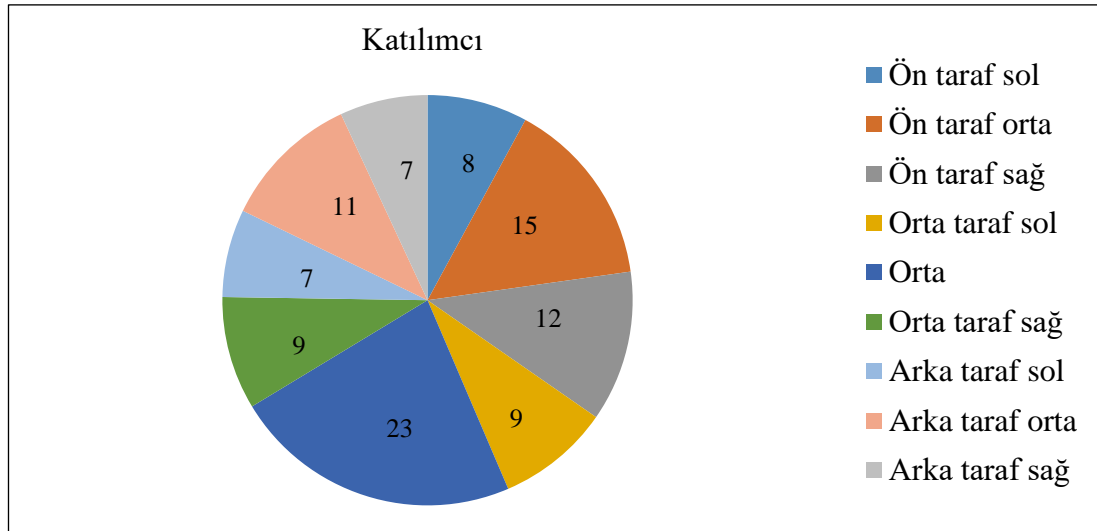
Şekil 4.8 Yaşamak İstenilen Yere Göre Yüzdeler Dağılım

Katılımcıların %40'ı duygularıyla, %60'ı mantığıyla hareket etmektedir. Bu değerlerin yüzdeler dağılımı Şekil 4.9'da ifade edildiği gibidir.



Şekil 4.9 Ön planlara Göre Yüzdeleri Dağılım

Katılımcıların %8'i sınıfın ön tarafının sol bölümünde, %15'i sınıfın ön tarafının orta bölümünde, %12'si ön tarafının sağ bölümünde, %9'u orta tarafın sol bölümünde, %23'ü orta tarafta, %9'u orta tarafın sağ bölümünde, %7'si arka tarafın sol bölümünde, %11'i arka tarafın orta bölümünde, %7'si arka tarafın sağ bölümünde oturmaktadır. Bu değerlerin grafiksel gösterimi Şekil 4.10'da ifade edildiği gibidir.



Şekil 4.10 Konumlara Göre Yüzdeleri Dağılım

4.1 Frekans Analizleri Sonucunda Ses Kategorisinde Tercih Edilen Sıfatlar

Ses 1 için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat keyifsiz ve gergin sıfatı, en az tercih ettiği sıfat güvenli, kısıtlı, iyimser ve duygusal sıfatlarıdır.

Ses 1 için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler Çizelge 4.1’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.1 Ses 1 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri

Ses 1 için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Mutlu	%8
Mutsuz	%5
Güvenli	%1
Güvensiz	%14
Keyifli	%4
Keyifsiz	%18
Rahat	%5
Gergin	%18
Durgun	%4
Dinamik	%4
Huzurlu	%6
Huzursuz	%6
Özgür	%2
Kısıtlı	%1
Karamsar	%2
İyimser	%1
Duygusal	%1

Ses 2 için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat keyifsiz sıfatı, en az tercih ettiği sıfat huzurlu ve kısıtlı sıfatlarıdır.

Ses 2 için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler Çizelge 4.2’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.2 Ses 2 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri

Ses 2 için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler Değeri
Mutlu	%2
Mutsuz	%10
Güvenli	%4
Güvensiz	%14
Keyifli	%2
Keyifsiz	%20
Rahat	%2
Gergin	%12

Çizelge 4.2 Ses 2 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri (Devam)

Durgun	%2
Dinamik	%7
Huzurlu	%1
Huzursuz	%7
Özgür	%3
Kısıtlı	%1
Karamsar	%2
Akılcı	%2

Ses 3 için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat mutlu sıfatı, en az tercih ettiği sıfat gergin, huzursuz, karamsar ve iyimser sıfatlarıdır.

Ses 3 için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler değerleri Çizelge 4.3'de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.3 Ses 3 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri

Ses 3 için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Mutlu	%41
Mutsuz	%4
Güvenli	%6
Güvensiz	%3
Keyifli	%13
Keyifsiz	%4
Rahat	%8
Gergin	%1
Durgun	%3
Dinamik	%3
Huzurlu	%10
Huzursuz	%1
Özgür	%3
Karamsar	%1
İyimser	%1

Ses 4 için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat mutlu ve keyifli sıfatı, en az tercih ettiği sıfat güvenli, durgun, iyimser ve akılcı sıfatlarıdır.

Ses 4 için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler değerleri Çizelge 4.4'de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.4 Ses 4 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri

Ses 4 için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Mutlu	%15
Mutsuz	%7
Güvenli	%1
Güvensiz	%10
Keyifli	%15
Keyifsiz	%10
Rahat	%8
Gergin	%7
Durgun	%1
Dinamik	%12
Huzurlu	%2
Huzursuz	%2
Özgür	%4
Kısıtlı	%2
Karamsar	%2
İyimser	%1
Akılcı	%1

Ses 5 için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat güvensiz sıfatı, en az tercih ettiği sıfat duygusal sıfatıdır.

Ses 5 için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler değeri Çizelge 4.5’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.5 Ses 5 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri

Ses 5 için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Mutlu	%11
Mutsuz	%7
Güvenli	%7
Güvensiz	%18
Keyifli	%4
Keyifsiz	%14
Rahat	%3
Gergin	%12
Durgun	%4
Dinamik	%2

Çizelge 4.5 Ses 5 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri (Devam)

Huzurlu	%2
Huzursuz	%8
Özgür	%3
Kısıtlı	%3
Karamsar	%3
İyimser	%2
Duygusal	%1
Akılcı	%1

Ses 6 için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat gergin sıfatı, en az tercih ettiği sıfat huzurlu, kısıtlı, karamsar, duygusal ve akılcı sıfatlarıdır.

Ses 6 için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler değerleri Çizelge 4.6'da ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.6 Ses 6 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri

Ses 6 için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Mutlu	% 11
Mutsuz	%8
Güvenli	% 11
Güvensiz	%9
Keyifli	% 11
Keyifsiz	%8
Rahat	%5
Gergin	%12
Durgun	%3
Dinamik	%8
Huzurlu	%1
Huzursuz	%5
Özgür	%4
Kısıtlı	%1
Karamsar	%1
Duygusal	%1
Akılcı	%1

Ses 7 için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat mutlu sıfatı, en az tercih ettiği sıfat keyifsiz, huzursuz, kısıtlı, iyimser ve akılcı sıfatlarıdır.

Ses 7 için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler Çizelge 4.7’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.7 Ses 7 için tercih edilen sıfatlar ve yüzdeler

Ses 7 için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler
Mutlu	%45
Mutsuz	%8
Güvenli	%9
Güvensiz	%2
Keyifli	%13
Keyifsiz	%1
Rahat	%6
Gergin	%2
Durgun	%2
Dinamik	%2
Huzurlu	%4
Huzursuz	%1
Özgür	%2
Kısıtlı	%1
İyimser	%1
Akılcı	%1

Ses 8 için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat mutlu sıfatı, en az tercih ettiği sıfat karamsar ve duygusal sıfatlardır.

Ses 8 için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler Çizelge 4.8’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.8 Ses 8 için Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler

Ses 8 için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler
Mutlu	%24
Mutsuz	%2
Güvenli	%10
Güvensiz	%5
Keyifli	%10
Keyifsiz	%7
Rahat	%10
Gergin	%5
Durgun	%4

Çizelge 4.8 Ses 8 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri (Devam)

Dinamik	%3
Huzurlu	%4
Huzursuz	%4
Özgür	%2
Kısıtlı	%5
Karamsar	%1
İyimser	%2
Duygusal	%1
Akılcı	%1

Ses 9 için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat mutsuz sıfatı, en az tercih ettiği sıfat durgun, huzurlu, karamsar ve iyimser sıfatlarıdır.

Ses 9 için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler değerleri Çizelge 4.9'da ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.9 Ses 9 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri

Ses 9 için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Mutlu	%4
Mutsuz	%18
Güvenli	%7
Güvensiz	%16
Keyifli	%5
Keyifsiz	%15
Gergin	%11
Durgun	%1
Dinamik	%10
Huzurlu	%1
Huzursuz	%4
Özgür	%2
Kısıtlı	%3
Karamsar	%1
İyimser	%1
Akılcı	%1

4.2 Frekans Analizleri Sonucunda Görüntü Kategorisinde Tercih Edilen Sıfatlar

Görüntü 1 için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat mutlu sıfatı, en az tercih ettiği sıfat keyifsiz, dinamik ve iyimser sıfatlarıdır.

Görüntü 1 için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler Çizelge 4.10'da ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.10 Görüntü 1 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler

Görüntü 1 için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler
Mutlu	%54
Mutsuz	%2
Güvenli	%4
Güvensiz	%2
Keyifli	%12
Keyifsiz	%1
Rahat	%6
Durgun	%4
Dinamik	%1
Huzurlu	%10
Özgür	%3
İyimser	%1

Görüntü 2 için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat mutsuz sıfatı, en az tercih ettiği sıfat güvenli, rahat, huzurlu, özgür, durgun ve karamsar sıfatlarıdır.

Görüntü 2 için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler Çizelge 4.11'de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.11 Görüntü 2 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler

Görüntü 2 için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler
Mutlu	%4
Mutsuz	%25
Güvenli	%1
Güvensiz	%20
Keyifli	%2
Keyifsiz	%14
Rahat	%1

Çizelge 4.11 Görüntü 2 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri (Devam)

Gergin	%15
Durgun	%1
Dinamik	%7
Huzurlu	%1
Huzursuz	%4
Özgür	%1
Kısıtlı	%3
Karamsar	%1

Görüntü 3 için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat güvenli sıfatı, en az tercih ettiği sıfat gergin, özgür, dinamik ve karamsar sıfatlarıdır.

Görüntü 3 için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler değerleri Çizelge 4.12’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.12 Görüntü 3 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri

Görüntü 3 için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Mutlu	%21
Mutsuz	%4
Güvenli	%23
Güvensiz	%3
Keyifli	%10
Keyifsiz	%3
Rahat	%11
Gergin	%1
Durgun	%12
Dinamik	%1
Huzurlu	%4
Özgür	%1
Kısıtlı	%3
Karamsar	%1
İyimser	%2

Görüntü 4 için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat mutlu sıfatı, en az tercih ettiği sıfat güvensiz, keyifsiz, gergin, durgun, huzursuz, kısıtlı ve duygusal sıfatlarıdır.

Görüntü 4 için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler değerleri Çizelge 4.13’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.13 Görüntü 4 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri

Görüntü 4 için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Mutlu	%31
Mutsuz	%7
Güvenli	%15
Güvensiz	%1
Keyifli	%18
Keyifsiz	%1
Rahat	%11
Gergin	%1
Durgun	%1
Dinamik	%2
Huzurlu	%3
Huzursuz	%1
Özgür	%4
Kısıtlı	%1
İyimser	%2
Duygusal	%1

Görüntü 5 için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat mutlu sıfatı, en az tercih ettiği sıfat keyifsiz, gergin, dinamik, huzursuz ve iyimser sıfatlarıdır.

Görüntü 5 için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler değeri Çizelge 4.14’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.14 Görüntü 5 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri

Görüntü 5 için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Mutlu	%40
Mutsuz	%7
Güvenli	%15
Güvensiz	%2
Keyifli	%14
Keyifsiz	%1
Rahat	%4
Gergin	%1
Durgun	%2
Dinamik	%1
Huzurlu	%6

Çizelge 4.14 Görüntü 5 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri (Devam)

Huzursuz	%1
Özgür	%3
İyimser	%1
Akılcı	%2

Görüntü 6 için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat güvensiz sıfatı, en az tercih ettiği sıfat keyifli, durgun, rahat, huzurlu, özgür, karamsar, iyimser ve akılcı sıfatlarıdır.

Görüntü 6 için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler değeri Çizelge 4.15’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.15 Görüntü 6 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri

Görüntü 6 için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Mutlu	%5
Mutsuz	%18
Güvenli	%5
Güvensiz	%20
Keyifli	%1
Keyifsiz	%14
Rahat	%1
Gergin	%14
Durgun	%1
Dinamik	%6
Huzurlu	%1
Huzursuz	%6
Özgür	%1
Kısıtlı	%3
Karamsar	%1
İyimser	%1
Akılcı	%1

Görüntü 7 için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat mutlu sıfatı, en az tercih ettiği sıfat gergin, durgun, dinamik, huzursuz, iyimser, karamsar, duygusal ve akılcı sıfatlarıdır.

Görüntü 7 için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler değeri Çizelge 4.16’da ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.16 Görüntü 7 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri

Görüntü 7 için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Mutlu	%41
Mutsuz	%5
Güvenli	%11
Güvensiz	%2
Keyifli	%13
Keyifsiz	%2
Rahat	%10
Gergin	%1
Durgun	%1
Dinamik	%1
Huzurlu	%6
Huzursuz	%1
Özgür	%2
Karamsar	%1
İyimser	%1
Duygusal	%1
Akılcı	%1

Görüntü 8 için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat mutsuz sıfatı, en az tercih ettiği sıfat huzurlu ve iyimser sıfatlarıdır.

Görüntü 8 için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler değeri Çizelge 4.17’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.17 Görüntü 8 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri

Görüntü 8 için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Mutlu	%3
Mutsuz	%17
Güvenli	%15
Güvensiz	%5
Keyifli	%3
Keyifsiz	%14
Rahat	%2
Gergin	%7
Durgun	%6
Dinamik	%7

Çizelge 5.17 Görüntü 8 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri (Devam)

Huzurlu	%1
Huzursuz	%7
Özgür	%2
Kısıtlı	%4
Karamsar	%2
İyimser	%1
Akılcı	%2

Görüntü 9 için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat mutlu sıfatı, en az tercih ettiği sıfat duygusal ve akılcı sıfatıdır.

Görüntü 9 için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler değerleri Çizelge 4.18’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.18 Görüntü 9 için tercih edilen sıfatlar ve yüzdeler değeri

Görüntü 9 için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Mutlu	%25
Mutsuz	%6
Güvenli	%5
Güvensiz	%8
Keyifli	%15
Keyifsiz	%6
Rahat	%6
Gergin	%4
Durgun	%5
Dinamik	%6
Huzurlu	%2
Huzursuz	%3
Özgür	%2
Kısıtlı	%2
İyimser	%3
Duygusal	%1
Akılcı	%1

4.3 Frekans Analizleri Sonucunda Görüntü-Ses Kategorisinde Tercih Edilen Sıfatlar

Görüntü-ses 1 için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat mutlu sıfatı, en az tercih ettiği sıfat durgun, kısıtlı, karamsar, iyimser ve duygusal sıfatlarıdır.

Görüntü-ses 1 için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler Çizelge 4.19’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.19 Görüntü-ses 1 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri

Görüntü-ses 1 için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Mutlu	%43
Mutsuz	%6
Güvenli	%3
Güvensiz	%5
Keyifli	%13
Keyifsiz	%4
Rahat	%6
Gergin	%4
Durgun	%1
Dinamik	%2
Huzurlu	%4
Huzursuz	%3
Özgür	%2
Kısıtlı	%1
Karamsar	%1
İyimser	%1
Duygusal	%1

Görüntü-ses 2 için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat mutsuz sıfatı, en az tercih ettiği sıfat huzurlu ve karamsar sıfatlarıdır.

Görüntü-ses 2 için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler Çizelge 4.20’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.20 Görüntü-ses 2 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri

Görüntü-ses 2 için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Mutlu	%2
Mutsuz	%21

Çizelge 4.20 Görüntü-ses 2 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri (Devam)

Güvenli	%4
Güvensiz	%17
Keyifli	%2
Keyifsiz	%16
Rahat	%2
Gergin	%12
Durgun	%3
Dinamik	%10
Huzurlu	%1
Huzursuz	%4
Özgür	%2
Kısıtlı	%3
Karamsar	%1

Görüntü-ses 3 için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat mutlu sıfatı, en az tercih ettiği sıfat gergin, huzursuz, karamsar, kısıtlı ve özgür sıfatlarıdır.

Görüntü-ses 3 için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler değerleri Çizelge 4.21’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.21 Görüntü-ses 3 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri

Görüntü-ses 3 için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Mutlu	%36
Mutsuz	%8
Güvenli	%14
Güvensiz	%3
Keyifli	515
Keyifsiz	%2
Rahat	%7
Gergin	%1
Durgun	%3
Dinamik	%3
Huzurlu	%4
Huzursuz	%1
Özgür	%1
Kısıtlı	%1
Karamsar	%1

Görüntü-ses 4 için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat mutlu sıfatı, en az tercih ettiği sıfat kısıtlı, karamsar ve iyimser sıfatlarıdır.

Görüntü-ses 4 için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler Çizelge 4.22’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.22 Görüntü-ses 4 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri

Görüntü-ses 4 için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Mutlu	%30
Mutsuz	%7
Güvenli	%11
Güvensiz	%2
Keyifli	%11
Keyifsiz	%5
Rahat	%10
Gergin	%3
Durgun	%3
Dinamik	%5
Huzurlu	%4
Huzursuz	%4
Özgür	%2
Kısıtlı	%1
Karamsar	%1
İyimser	%1

Görüntü-ses 5 için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat mutlu sıfatı, en az tercih ettiği sıfat kısıtlı, karamsar, iyimser ve duygusal sıfatlarıdır.

Görüntü-ses 5 için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler Çizelge 4.23’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.23 Görüntü-ses 5 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri

Görüntü-ses 5 için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Mutlu	%30
Mutsuz	%10
Güvenli	%12
Güvensiz	%1
Keyifli	%10
Keyifsiz	%4

Çizelge 4.23 Görüntü-ses 5 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri (Devam)

Rahat	%3
Gergin	%4
Durgun	%2
Dinamik	%3
Huzurlu	%5
Huzursuz	%2
Özgür	%2
Kısıtlı	%1
Karamsar	%1
İyimser	%1
Duygusal	%1

Görüntü-ses 6 için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat mutsuz ve güvensiz sıfatları, en az tercih ettiği sıfat özgür, karamsar ve iyimser sıfatlarıdır.

Görüntü-ses 6 için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler değeri Çizelge 4.24’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.24 Görüntü-ses 6 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri

Görüntü-ses 6 için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Mutlu	%6
Mutsuz	%15
Güvenli	%7
Güvensiz	%15
Keyifli	%6
Keyifsiz	%12
Rahat	%3
Gergin	%10
Durgun	%2
Dinamik	%10
Huzurlu	%2
Huzursuz	%4
Özgür	%1
Kısıtlı	%3
Karamsar	%1
İyimser	%1
Akılcı	%3

Görüntü-ses 7 için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat mutlu sıfatı, en az tercih ettiği sıfat dinamik, huzursuz, kısıtlı, karamsar, iyimser, duygusal ve akılcı sıfatlarıdır.

Görüntü-ses 7 için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler Çizelge 4.25’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.25 Görüntü-ses 7 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri

Görüntü-ses 7 için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Mutlu	%43
Mutsuz	%12
Güvenli	%11
Güvensiz	%2
Keyifli	%10
Rahat	%6
Gergin	%2
Durgun	%2
Dinamik	%1
Huzurlu	%3
Huzursuz	%1
Özgür	%2
Kısıtlı	%1
Karamsar	%1
İyimser	%1
Duygusal	%1
Akılcı	%1

Görüntü-ses 8 için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat mutlu sıfatı, en az tercih ettiği sıfat huzurlu, karamsar, iyimser ve akılcı sıfatlarıdır.

Görüntü-ses 8 için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler Çizelge 4.26’da ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.26 Görüntü-ses 8 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri

Görüntü-ses 8 için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Mutlu	%14
Mutsuz	%12
Güvenli	%7
Güvensiz	%7

Çizelge 4.26 Görüntü-ses 8 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri (Devam)

Keyifli	%10
Keyifsiz	%10
Rahat	%7
Gergin	%7
Durgun	%9
Dinamik	%7
Huzurlu	%1
Huzursuz	%2
Özgür	%2
Kısıtlı	%2
Karamsar	%1
İyimser	%1
Akılcı	%1

Görüntü-ses 9 için katılımcıların en çok tercih edilen sıfat keyifli sıfatı, en az tercih ettiği sıfat ise karamsar ve duygusal sıfatlarıdır.

Görüntü-ses 9 için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler değerleri Çizelge 4.27’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.27 Görüntü-ses 9 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdeler Değeri

Görüntü-ses 9 için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Mutlu	%9
Mutsuz	%3
Güvenli	%3
Güvensiz	%10
Keyifli	%14
Keyifsiz	%9
Rahat	%5
Gergin	%6
Durgun	%2
Dinamik	%10
Huzurlu	%2
Huzursuz	%2
Özgür	%3
Kısıtlı	%2
Karamsar	%1

Çizelge 4.27 Görüntü-ses 9 İçin Tercih Edilen Sıfatlar ve Yüzdellik Değeri (Devam)

İyimser	%3
Duygusal	%1

Ankette yer alan soruların ses, görüntü ve görüntü-ses birlikteliğinde karşılaştırmalı analiz sonuçları aşağıda anlatıldığı gibidir.

Cinsiyete göre ses kategorilerinin karşılaştırmasında 9 ses kategorisinde 1.ses, 3.ses ve 4.ses arasında anlamsal açıdan bir ilişki bulunduğu belirlenmiştir ($p<0.05$). Bu analiz sonucunda katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdellik değerleri Çizelge 4.28’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.28 Cinsiyet ve Ses Kategorilerinin Karşılaştırılması

Cinsiyet	*1.ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdellik değer	*3.ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdellik değer	*4.ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdellik değer
Kadın	Gergin	%21.3	Mutlu	%38.3	Keyifli	%16
Erkek	Keyifsiz	%23.1	Mutlu	%47.3	Mutlu	%20.5

(* $p<0.05$ Anlamlı ilişki)

Cinsiyete göre görüntü kategorilerinin karşılaştırmasında 9 görüntü kategorisinde sadece 5. görüntü için anlamsal açıdan bir ilişki bulunmaktadır ($p<0.05$). Bu analiz sonucunda 5.görüntü için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar ve yüzdellik değerleri Çizelge 4.29’da ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.29 Cinsiyet ve Görüntü Kategorilerinin Karşılaştırılması

Cinsiyet	*5.görüntü için tercih edilen sıfatlar	Yüzdellik değer
Kadın	Mutlu	%41.7
Erkek	Mutlu	%37.2

(* $p<0.05$ Anlamlı ilişki)

Cinsiyete göre görüntü-ses kategorilerinin karşılaştırmasında 9 görüntü-ses kategorisinde, 6.görüntü-ses ve 9.görüntü-ses arasında anlamsal açıdan bir ilişki bulunmaktadır ($p<0.05$). Bu değerlendirme sonucunda katılımcıların anlamsal ilişki bulunan görüntülerde tercih ettiği sıfatlar Çizelge 4.30’da ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.30 Cinsiyet ve Görüntü-ses Karşılaştırılması

Cinsiyet	*6.görüntü-ses için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar	Yüzdelerik değeri	*9.görüntü-ses için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar	Yüzdelerik değeri
Kadın	Güvensiz	%15.4	Mutlu	%16
Erkek	Mutsuz	%20.5	Mutlu	%23.1

(*p<0.05 Anlamli ilişki)

Anket sorularında yer alan ailenizin ikamet ettiği yer (Köy\Kent) sorusu; ses, görüntü, görüntü ve ses kategorilerinde ayrı ayrı incelenmiştir. Ses ve ikametgâh karşılaştırmasının analizi sonucunda 9 ses kategorisinde 2.ses ve 8.ses için anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir (p<0.05). Diğer ses kategorilerinde kullanıcıların ailelerinin kentte veya köyde yaşamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (p>0.05).

Kullanıcıların verdiği cevaplar neticesinde anlamlı bir ilişkinin bulunduğu ses kategorilerinde katılımcıların en çok tercih ettiği sıfatlar ve yüzdelerik değerleri Çizelge 4.31’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.31 İkametgâh ve Ses Karşılaştırmasında Katılımcıların Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdelerik Değerleri

İkametgâh	*2.ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdelerik değeri	*8.ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdelerik değeri
Kent	Güvensiz	%15.7	Mutlu	%24.6
Köy	Keyifsiz	%26.7	Keyifsiz	%23.3

(*p<0.05 Anlamli ilişki)

Ankette yer alan ailenizin ikametgâh ettiği yer sorusu için katılımcıların bu soru için belirlemiş olduğu puanlar neticesinde ikametgâh-görüntü ve ikametgâh-görüntü-ses karşılaştırmasında yapılan analiz sonucunda anlamlı bir ilişki bulunamamıştır (p>0.05).

Ankete katılan katılımcıların bölümlerine göre ses, görüntü, görüntü ve ses kategorilerine göre karşılaştırılması yapıldığında anlamlı ilişkiler bulunan kategorilerde en çok tercih edilen sıfatlar belirlenmiştir.

Katılımcıların bölüm ve ses kategorilerinin karşılaştırılmasında belirlemiş olduğu puanlar neticesinde; 1.ses için çok anlamlı bir ilişki ($p<0.001$). 4.ses, 6.ses ve 8.ses arasında da anlamlı bir ilişki olduğu yapılan analiz sonucunda belirlenmiştir ($p<0.05$).

Bölmelere göre anlamsal açıdan ilişki bulunan ses kategorilerinde, katılımcıların en çok tercih ettikleri sıfatlar ve yüzdeler Çizelge 4.32’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.32 Bölüm ve Ses Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdeler

Bölüm	**1.ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler	*4.ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler	*6.ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler	*8.ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler
İngiliz dili edebiyatı	Güvensiz	%23.5	Mutlu	%23.5	Gergin	%23.5	Keyifsiz	%35.3
Gıda mühendisliği	Keyifsiz	%35.3	Keyifsiz	%41.2	Dinamik	%17.6	Huzursuz	%17.6
Grafik tasarım	Mutlu	%44.4	Dinamik	%22.2	Keyifli	%22.2	Keyifli	%22.2
PDR	Gergin	%21.2	Güvensiz	%27.3	Güvensiz	%18.2	Mutlu	%27.3
Sosyoloji	Huzurlu	%23.5	Dinamik	%20.6	Gergin	%29.4	Mutlu	%23.5
Hemşirelik	Rahat	%20	Keyifli	%30	Keyifli	%20	Mutlu	%26.7
Bitki koruma	Güvensiz	%20	Mutlu	%28	Güvenli	%24	Keyifli	%28
Tıp	Gergin	%20	Keyifli	%22.9	Mutlu	%17.1	Mutlu	%20
Peyzaj mimarlığı	Gergin	%25.8	Dinamik	%19.7	Mutsuz	%13.6	Mutlu	%33.3

(* $p<0.05$ Anlamlı ilişki ** $p<0.001$ Çok anlamlı ilişki)

Katılımcıların bölüm ve görüntü kategorileri karşılaştırılmasında, belirledikleri puanlar neticesinde; 3.görüntü, 5.görüntü ve 6.görüntü arasında anlamsal açıdan bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$).

Bölmelere göre anlamsal açıdan ilişki bulunan görüntü kategorilerinde katılımcıların en çok tercih ettikleri sıfat ve yüzdeler Çizelge 4.33’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.33 Bölüm ve Görüntü Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdeler Değerleri

Bölüm	*3.görüntü için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri	*5.görüntü için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri	*6.görüntü için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
İngiliz dili edebiyatı	Güvenli	%41.2	Mutlu	%41.2	Güvensiz	%23.5
Gıda mühendisliği	Mutlu	%47.1	Mutlu	%41.2	Mutsuz	%29.4
Grafik tasarım	Mutlu	%33.3	Mutlu	%37.5	Keyifsiz	%33.3
PDR	Rahat	%21.2	Mutlu	%48.5	Mutsuz	%27.3
Sosyoloji	Mutlu	%14.7	Mutlu	%52.9	Güvensiz	%20.6
Bitki koruma	Durgun	%20	Mutsuz	%36	Güvensiz	%32
Hemşirelik	Mutlu	%16.7	Mutlu	%43.3	Güvensiz	%26.7
Tıp	Mutlu	%31.4	Güvenli	%25.7	Mutsuz	%14.3
Peyzaj mimarlığı	Mutlu	%19.7	Mutlu	%48.5	Güvensiz	%27.3

(*p<0.05 Anlamlı ilişki)

Katılımcıların bölümlerine göre görüntü-ses karşılaştırılmasında yapılan analiz sonucunda anlamsal açıdan bir ilişki bulunmamıştır (p>0.05). Ankette yer alan aile mesleği sorusu ses, görüntü ve görüntü-ses kategorileri için ayrı ayrı karşılaştırılıp değerlendirilmiştir. Aile mesleği ve ses kategorilerinin karşılaştırılmasında yapılan analiz sonucunda 5.ses için anlamsal açıdan bir ilişki bulunmuştur (p<0.05). 5.ses için anlamsal açıdan ilişki bulunan kategoride katılımcıların en çok tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler değeri Çizelge 4.34’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.34 Aile mesleği ve Ses Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdeler Değerleri

Meslek	*5.ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Memur	Mutlu	%17.9
Serbest meslek	Güvensiz	%26
Özel sektör	Güvensiz	%21.4
Esnaf	Güvensiz	%25
Emekli	Mutlu	%16.7
Çiftçi	Mutlu	%17.4

Çizelge 5.34 Aile mesleği ve Ses Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdeler Değerleri (Devam)

Çalışmayan	Huzursuz	%25
------------	----------	-----

(*p<0.05 Anlamlı ilişki)

Aile mesleği-görüntü kategorilerinin karşılaştırılmasında 5.görüntü için yapılan analiz sonucunda istatistiksel olarak çok anlamlı bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir (p<0.001). Değerlendirme sonucunda 5.görüntü için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler değerleri Çizelge 4.35’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.35 Aile Mesleği ve Görüntü Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdeler Değerleri

Meslek	**5.görüntü için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değer
Memur	Mutlu	%42.9
Serbest meslek	Mutlu	%48.6
Özel sektör	Mutlu	%42.9
Esnaf	Huzurlu	%25
Emekli	Mutlu	%38.9
Çiftçi	Mutlu	%30.4
Çalışmayan	Durgun	%25

(**p<0.001 Çok anlamlı ilişki)

Aile mesleği görüntü ve ses kategorilerinin karşılaştırmasında yapılan analiz sonucunda 1.görüntü-ses, 3.görüntü-ses ve 5.görüntü-ses arasında anlamsal açıdan bir ilişkinin bulunduğu belirlenmiştir (p<0.05). Bu sonuca göre katılımcıların bu kategorilere göre en çok tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler değerleri Çizelge 4.36’da ifade edilmiştir.

Çizelge 4.36 Aile Mesleği ve Görüntü-ses Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdeler Değerleri

Meslek	*1.görüntü-ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değer	*3.görüntü-ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değer	*5.görüntü-ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değer
Memur	Mutlu	%39.3	Mutlu	%37.5	Mutlu	%26.8
Serbest meslek	Mutlu	%50.7	Mutlu	%31.5	Mutlu	%27.4

Çizelge 4.36 Aile Mesleği ve Görüntü-ses Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdeler Değerleri (Devam)

Özel sektör	Mutlu	%32.1	Mutlu	%25	Mutlu	%32.1
Esnaf	Mutlu	%25	Mutlu	%25	Mutlu	%35
Emekli	Mutlu	%51.9	Mutlu	%50	Mutlu	%40.7
Çiftçi	Mutlu	%39.1	Mutlu	%30.4	Mutlu	%21.7
Çalışmayan	Mutlu	%33.3	Mutlu	%50	Güvensiz	%25

(*p<0.05 Anlamlı ilişki)

Ankette yöneltilen şu an hissedilen ruh hali sorusu ses, görüntü, görüntü-ses kategorilerinde ayrı ayrı incelenerek değerlendirilmiştir.

Ruh hali ve ses kategorilerinin karşılaştırılmasında 3.ses için çok anlamlı (p<0.001) ve 5.ses için anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir (p<0.05). Belirlenen bu farklılık için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler değerleri Çizelge 4.37’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.37 Ruh Hali ve Ses Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdeler Değerleri

Ruh hali	**3.ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri	*5.ses için yüzdeler değeri	Yüzdeler değeri
Mutlu	Mutlu	%40.8	Güvensiz	%34.7
Mutsuz	Mutlu	%25	Mutsuz	%18.8
Karamsar	Mutlu	%33.3	Güvensiz	%20
İyimser	Mutlu	%50	Keyifsiz	%18.8
Özgür	Mutlu	%62.5	Gergin	%25
Kısıtlı	Keyifsiz	%28.6	Keyifsiz	%28.6
Güvenli	Dinamik	%50	Durgun	%50
Güvensiz	Rahat	%66.7	Güvensiz	%33.3
Duygusal	Mutlu	%55.6	Keyifsiz	%22.2
Akılcı	Durgun	%50	Mutsuz	%50
Keyifli	Mutlu	%57.1	Güvensiz	%28.6
Keyifsiz	Mutlu	%62.1	Keyifsiz	%27.6
Rahat	Keyifli	%36.4	Mutlu	%18.2
Gergin	Mutlu	%30	Güvensiz	%30
Durgun	Mutlu	%37.8	Gergin	%20
Huzurlu	Mutlu	%50	Huzursuz	%50
Huzursuz	Keyifli	%40	Mutsuz	%40

Çizelge 4.37 Ruh Hali ve Ses Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzelik Değerleri (Devam)

Dinamik	Mutlu	%20	Dinamik	%20
---------	-------	-----	---------	-----

(*p<0.05 Anlamlı ilişki **p<0.001 Çok anlamlı ilişki)

Ruh hali ve görüntü kategorilerinin karşılaştırılmasında 9.görüntü için anlamsal açıdan bir ilişki bulunmaktadır (p<0.05). Bu ilişki sonucunda 9.görüntü için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat ve yüzelik değerleri Çizelge 4.38’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.38 Ruh Hali ve Görüntü Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzelik Değerleri

Ruh hali	*9.görüntü için tercih edilen sıfatlar	Yüzelik değer
Mutlu	Mutlu	% 18.4
Mutsuz	Mutlu	%37.5
İyimser	Mutlu	%28.1
Özgür	Mutlu	%25
Güvensiz	Mutlu	%66.7
Keyifli	Mutlu	%50
Keyifsiz	Mutlu	%24.1
Durgun	Mutlu	%28.9
Karamsar	Keyifli	%26.7
Kısıtlı	Güvensiz	%28.6
Güvenli	Huzurlu	%50
Duygusal	Durgun	%22.2
Dinamik	Huzursuz	%40
Akılcı	Durgun	%50
Rahat	Durgun	%27.3
Huzurlu	İyimser	%50
Huzursuz	Güvensiz	%20

(*p<0.05 Anlamlı ilişki)

Ruh hali ve görüntü-ses kategorilerinin karşılaştırmasında 4.görüntü-ses ve 9.görüntü-ses arasında anlamsal açıdan bir ilişki bulunmaktadır (p<0.05). Bu değerlendirme sonucunda katılımcıların en çok tercih ettiği sıfatlar Çizelge 4.39’da ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.39 Ruh Hali ve Görüntü-ses Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdeler Değerleri

Ruh hali	*4.görüntü-ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri	*9. görüntü-ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Mutlu	Mutlu	%28.6	Mutlu	%22.4
Mutsuz	Mutlu	%18.8	Mutlu	%25
Karamsar	Mutlu	%26.7	Gergin	%26.7
İyimser	Mutlu	%40.6	Dinamik	%15.6
Güvensiz	Mutlu	%33.3	Mutlu	%66.7
Duygusal	Mutlu	%33.3	Mutsuz	%22.2
Keyifli	Mutlu	%35.7	Mutlu	%21.4
Keyifsiz	Mutlu	%31	Keyifsiz	%17.2
Rahat	Mutlu	%36.4	Keyifli	%27.3
Gergin	Mutlu	%30	Güvensiz	%30
Durgun	Mutlu	%28.9	Mutlu	%26.7
Dinamik	Mutlu	%60	Mutlu	%20
Huzurlu	Mutlu	%50	Rahat	%50
Huzursuz	Mutlu	%40	Güvensiz	%20
Kısıtlı	Rahat	%42.9	Dinamik	%28.6
Akıcı	Özgür	%50	İyimser	%50
Özgür	Güvenli	%25	Mutlu	%25
Güvenli	Keyifsiz	%50	Keyifli	%50

(*p<0.05 Anlamlı ilişki)

Sağ el sol el ayrımı için ses, görüntü ve görüntü-ses kategorilerinde karşılaştırmalar yapılmış ve her bir kategori için belirlenen sıfatlar değerlendirilmiştir. Sağ el sol el ayrımı ses kategorisi karşılaştırılmasında, sağ el ve sol elini kullananlar için 9.ses için anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (p<0.05). Bu karşılaştırma için katılımcıların en çok tercih ettiği sıfatlar Çizelge 4.40'da ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.40 Hangi el ve Ses Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdeler Değerleri

Hangi el	*9.ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Sağ el	Mutsuz	%18.4
Sol el	Keyifsiz	%40
Her ikisi	Dinamik	%23.5

(*p<0.05 Anlamlı ilişki)

Sağ el sol el ayrımı ve görüntü kategorilerinin karşılaştırılmasında 1.görüntü de anlamsal açıdan bir ilişki bulunmaktadır (p<0.05). 6.görüntüde ise anlamsal açıdan çok anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (p<0.001). Bu değerlendirmelerin sonucunda katılımcıların en çok tercih ettiği sıfatlar Çizelge 4.41’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.41 Hangi El ve Görüntü Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzelik Değerleri

Hangi el	*1.görüntü için tercih edilen sıfatlar	Yüzelik değer	**6.görüntü için tercih edilen sıfatlar	Yüzelik değer
Sağ el	Mutlu	%54.3	Güvensiz	%19.2
Sol el	Mutlu	%53.3	Güvensiz	%53.3
Her ikisi	Mutlu	%52.9	Gergin	%23.5

(*p<0.05 Anlamlı ilişki **p<0.001 Çok anlamlı ilişki)

Sağ el ve sol el ayrımı için görüntü-ses karşılaştırılmasında 1.görüntü-ses için anlamsal açıdan bir ilişki bulunmaktadır (p<0.05). Bu ilişki sonucunda katılımcıların en çok tercih ettiği sıfatlar Çizelge 4.42’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.42 Hangi El ve Görüntü-ses Analizinde Katılımcıların Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzelik Değerleri

Hangi el	*1.görüntü-ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzelik değer
Sağ el	Mutlu	%42.7
Sol el	Mutlu	%53.3
Her ikisi	Mutlu	%35.3

(*p<0.05 Anlamlı ilişki)

Ankette yer alan en çok yaşamak istediğiniz yer sorusu (köy, kent, orman içi, sahil kasabası ve göl kenarı) için ses, görüntü, görüntü ve ses kategorileri, her bir bölüm için ayrı ayrı incelenmiş ve yapılan analiz sonucunda üç kategori karşılaştırması içinde anlamsal açıdan bir ilişki bulunmadığı tespit edilmiştir (p>0.05).

Ankette katılımcılara yöneltilen duygu ve mantık ayrımı, ses kategorileri karşılaştırılmasında 9.ses için anlamsal açıdan bir farklılık bulunmaktadır (p<0.05). Katılımcıların bu karşılaştırmaya göre tercih ettiği sıfatlar Çizelge 4.43’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.43 Ön plan ve ses karşılaştırmasında katılımcıların en çok tercih ettiği sıfatlar ve yüzdeler

Ön plan	*9.ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler
Duygu	Mutsuz	%21.7
Mantık	Keyifsiz	%20

(*p<0.05 Anlamlı ilişki)

Duygu ve mantık ayrımı, görüntü kategorilerinin karşılaştırılmasında yapılan analizler sonucunda anlamsal açıdan bir ilişki bulunmadığı tespit edilmiştir (p>0.05).

Duygu ve mantık ayrımı görüntü-ses kategorileri karşılaştırmasında, 2.görüntü-ses için anlamsal açıdan bir ilişki bulunduğu belirlenmiştir (p<0.05). Katılımcıların bu karşılaştırma sonucunda tercih ettiği sıfatlar Çizelge 4.44’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.44 Ön plan ve Görüntü-ses Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdeler

Ön plan	*2.görüntü-ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler
Duygu	Mutsuz	%18.9
Mantık	Güvensiz	%23.1

(*p<0.05 Anlamlı ilişki)

Katılımcıların sınıfta bulunduğu konumlara göre, konum ve görüntü kategorileri arasında yapılan analiz sonucunda anlamsal açıdan bir ilişki bulunmadığı tespit edilmiştir (p>0.05).

4.4 Ses ve Görüntü-Ses Kategorilerinin Karşılaştırması

Ses ve görüntü-ses karşılaştırmasında 2.ses ve 2.görüntü-ses, 3.ses ve 3.görüntü-ses, 5.ses ve 5.görüntü-ses arasında anlamlı bir ilişki (p<0.05), 7.ses ve 7.görüntü-ses arasında çok anlamlı bir ilişki olduğu yapılan istatistikî analizler sonucunda belirlenmiştir Her bir kategoriler için katılımcıların belirledikleri sıfatlar ayrı ayrı incelenmiştir (p<0.001).

Yapılan istatistikî analizler sonucunda katılımcıların 2.ses ve 2.görüntü-ses için tercih ettiği sıfat kombinasyonları ve yüzdeler Çizelge 4.45’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.45 2.Ses ve 2.Görüntü-ses Kategorilerinin Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler Değerleri

2.ses tercih edilen sıfatlar	*2.görüntü ve ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değerleri
Mutlu	Mutsuz	%20
Mutsuz	Mutsuz	%40.7
Güvenli	Gergin	%30
Güvensiz	Güvensiz	%35.9
Keyifli	Güvensiz	%28.6
Keyifsiz	Mutsuz	%28.3
Rahat	Keyifsiz	%33.3
Gergin	Güvensiz	%20.6
Durgun	Durgun	%60
Dinamik	Keyifsiz	%22.2
Huzurlu	Mutsuz	%96
Huzursuz	Gergin	%22.2
Özgür	Mutsuz	%28.6
Kısıtlı	Mutsuz	%31
Karamsar	Mutsuz	%50
Akılcı	Keyifsiz	%66.7

(*p<0.05 Anlamlı ilişki)

Katılımcıların 3.ses ve 3.görüntü-ses karşılaştırması için tercih ettiği sıfat kombinasyonları ve yüzdeler değerleri Çizelge 4.46’da ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.46 3.Ses ve 3.Görüntü-ses Kategorilerinin Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler Değerleri

*3.ses tercih edilen sıfatlar	*3.görüntü ve ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değerleri
Mutlu	Mutlu	%38.5
Mutsuz	Mutlu	%50
Güvenli	Mutlu	%40
Güvensiz	Mutlu	%33.3
Keyifli	Mutlu	%28.6
Keyifsiz	Mutlu	%30
Rahat	Mutlu	%50
Gergin	Güvenli	%50

Çizelge 4.46 3.Ses ve 3.Görüntü-ses Kategorilerinin Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler Değerleri (Devam)

Durgun	Rahat	%33.3
Dinamik	Mutlu	%33.3
Huzurlu	Mutlu	%25.9
Huzursuz	Mutlu	%66.7
Özgür	Mutlu	%42.9
Karamsar	Keyifli	%50
İyimser	Mutlu	%66.7

(*p<0.05 Anlamlı ilişki)

Katılımcıların 5.ses ve 5.görüntü-ses karşılaştırması için tercih ettiği sıfat kombinasyonları ve yüzdeler değerleri Çizelge 4.47’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.47 5.Ses ve 5.Görüntü-Ses Kategorilerinin Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler Değerleri

*5.ses tercih edilen sıfatlar	*5.görüntü ve ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değerleri
Mutlu	Mutlu	%45.2
Mutsuz	Mutlu	%25
Güvenli	Mutsuz	%28.6
Güvensiz	Mutlu	%24
Keyifli	Mutlu	%40
Keyifsiz	Mutlu	%41
Rahat	Rahat	%25
Gergin	Güvenli	%24.2
Durgun	Mutsuz	%30
Dinamik	Mutlu	%33.3
Huzurlu	Mutlu	%40
Huzursuz	Mutlu	%28.6
Özgür	Dinamik	%16.7
Kısıtlı	Mutlu	%33.3
Karamsar	Mutlu	%16.7
İyimser	Özgür	%33.3
Duygusal	Huzurlu	%98
Akıcı	Mutlu	%95

(*p<0.05 Anlamlı ilişki)

Katılımcıların 7.ses ve 7.görüntü-ses karşılaştırması için tercih ettiği sıfat kombinasyonları ve yüzdeler Çizelge 4.48’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.48 7.Ses ve 7.Görüntü-ses Kategorilerinin Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler

**7.ses için tercih edilen sıfatlar	**7.ses ve görüntü için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler
Mutlu	Mutlu	%51.3
Mutsuz	Mutlu	%23.8
Güvenli	Mutlu	%45.5
Güvensiz	Mutlu	%42.9
Keyifli	Mutlu	%45.7
Keyifsiz	Mutlu	%60
Rahat	Mutlu	%31.2
Durgun	Mutlu	%66.7
Dinamik	Mutlu	%40
Huzurlu	Mutlu	%33.3
Huzursuz	Mutlu	%50
Gergin	Huzurlu	%40
Özgür	Güvenli	%42.9
Kısıtlı	Güvenli	%96
İyimser	Özgür	%50
Akılcı	Keyifli	%94

(**p<0.001 Çok anlamlı ilişki)

4.5 Görüntü ve Görüntü-Ses Kategorilerinin Karşılaştırması

Araştırmanın son aşamasında incelen görüntü ve görüntü-ses değerlendirmesinde 1.görüntü ve 1.görüntü-ses, 2.görüntü ve 2.görüntü-ses, 3.görüntü ve 3.görüntü-ses, 4.görüntü ve 4.görüntü-ses, 7.görüntü ve 7.görüntü-ses, 8.görüntü ve 8.görüntü-ses, 9.görüntü ve 9.görüntü-ses kategorilerinin karşılaştırılmasında, analizler sonucunda çok anlamlı bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir(p<0.001). 5.görüntü ve 5.görüntü-ses, 6.görüntü ve 6.görüntü-ses arasında da analizler sonucunda anlamlı bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir(p<0.05). Her bir kategorilerin katılımcıların tercihine göre değişen ve değişmeyen sıfatlar tablo yardımıyla gösterilmiştir.

Katılımcıların 1.görüntü ve 1.görüntü-ses karşılaştırması için tercih ettiği sıfat kombinasyonları ve yüzdeler değeri Çizelge 4.49’da ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.49 1.Görüntü ve 1.Görüntü-ses Kategorilerinin Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler Değeri

**1.görüntü için tercih edilen sıfatlar	**1.görüntü-ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Mutlu	Mutlu	%54.2
Mutsuz	Mutlu	%60
Güvenli	Mutlu	%20
Güvensiz	Güvenli	%16.7
Keyifli	Mutlu	%45.5
Keyifsiz	Keyifli	%96
Rahat	Mutlu	%38.9
Durgun	Keyifli	%20
Dinamik	Dinamik	%33.3
Huzurlu	Mutlu	%22.2
Özgür	Rahat	%28.6
İyimser	Mutlu	%50

(**p<0.001 Çok anlamlı ilişki)

Katılımcıların 2.görüntü ve 2.görüntü-ses karşılaştırması için tercih ettiği sıfat kombinasyonları ve yüzdeler değeri Çizelge 4.50’de gösterildiği gibidir.

Çizelge 4.50 2.Görüntü ve 2.Görüntü-ses Kategorilerinin Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler Değeri

**2.görüntü için tercih edilen sıfatlar	**2.görüntü-ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Mutlu	Mutlu	%40
Mutsuz	Mutsuz	%40
Güvenli	Durgun	%66.7
Güvensiz	Güvensiz	%37
Keyifsiz	Keyifsiz	%35.1
Rahat	Güvensiz	%97
Gergin	Gergin	%28.2
Durgun	Gergin	%66.7
Dinamik	Dinamik	%21

Çizelge 4.50 2.Görüntü ve 2.Görüntü-ses Kategorilerinin Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler Değerleri (Devam)

Huzurlu	Keyifli	%92
Huzursuz	Keyifsiz	%36.4
Özgür	Güvensiz	%66.7
Kısıtlı	Güvensiz	%20
Karamsar	Mutsuz	%95

(**p<0.001 Çok anlamlı ilişki)

Katılımcıların 3.görüntü ve 3.görüntü-ses karşılaştırması için tercih ettiği sıfat kombinasyonları ve yüzdeler değerleri Çizelge 4.51’de gösterildiği gibidir.

Çizelge 4.51 3.Görüntü ve 3.Görüntü-ses Kategorilerinin Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler Değerleri

**3.görüntü için tercih edilen sıfatlar	**3.görüntü-ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değerleri
Mutlu	Mutlu	%61.8
Mutsuz	Mutlu	%44.4
Güvenli	Mutlu	%29.5
Güvensiz	Mutlu	%42.9
Keyifli	Mutlu	%22.2
Keyifsiz	Güvenli	%42.9
Rahat	Mutlu	%38.7
Gergin	Keyifli	%25
Durgun	Mutlu	%21.9
Dinamik	Mutlu	%50
Huzurlu	Huzurlu	%27.3
Özgür	Güvenli	%50
Kısıtlı	Mutlu	%44.4
Karamsar	Güvenli	%50
İyimser	Mutlu	%42.9

(**p<0.001 Çok anlamlı ilişki)

Katılımcıların 4.görüntü ve 4.görüntü-ses karşılaştırması için tercih ettiği sıfat kombinasyonları ve yüzdeler değerleri Çizelge 4.52’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.52 4.Görüntü ve 4.Görüntü-Ses Kategorilerinin Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler Değerleri

**4.görüntü için tercih edilen sıfatlar	**4.görüntü-ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Mutlu	Mutlu	%51.2
Mutsuz	Mutlu	%20
Güvenli	Keyifli	%19.5
Güvensiz	Güvenli	%33.3
Keyifli	Mutlu	%27.1
Keyifsiz	Huzurlu	%50
Rahat	Güvenli	%19.4
Gergin	Mutlu	%33.3
Durgun	Keyifli	%33.3
Dinamik	Mutlu	%25
Huzurlu	Mutlu	%33.3
Huzursuz	Keyifli	%96
Özgür	Mutlu	%30
Kısıtlı	Güvenli	%50
İyimser	Rahat	%50
Duygusal	Güvenli	%30

(**p<0.001 Çok anlamlı ilişki)

Katılımcıların 5.görüntü ve 5.görüntü-ses karşılaştırması için tercih ettiği sıfat kombinasyonları ve yüzdeler değeri Çizelge 4.53’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.53 5.Görüntü ve 5.Görüntü-Ses Kategorilerinin Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler Değerleri

*5.görüntü için tercih edilen sıfatlar	*5.görüntü-ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değeri
Mutlu	Mutlu	%35.5
Mutsuz	Mutlu	%38.9
Güvenli	Mutlu	%27.5
Güvensiz	Mutlu	%20
Keyifli	Mutlu	%26.3
Keyifsiz	Mutlu	%50
Rahat	Mutlu	%15.4
Gergin	Dinamik	%33.3

Çizelge 4.53 5.Görüntü ve 5.Görüntü-Ses Kategorilerinin Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler Değerleri (Devam)

Durgun	Güvenli	%33.3
Dinamik	Mutsuz	%33.3
Huzurlu	Mutlu	%31.2
Huzursuz	Keyifli	%97
Özgür	Mutlu	%30
İyimser	Mutlu	%50
Akılcı	Güvenli	%94

(*p<0.05 Anlamlı ilişki)

Katılımcıların 6.görüntü ve 6.görüntü-ses karşılaştırması için tercih ettiği sıfat kombinasyonları ve yüzdeler değerleri Çizelge 4.54’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.54 6.Görüntü ve 6.Görüntü-ses Kategorilerinin Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler Değerleri

*6.görüntü için tercih edilen sıfatlar	*6.görüntü-ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değer
Mutlu	Mutlu	%21.4
Mutsuz	Mutsuz	%25.5
Güvenli	Güvenli	%21.4
Güvensiz	Güvensiz	%29.1
Keyifli	Kısıtlı	%95
Keyifsiz	Güvensiz	%18.4
Rahat	Mutlu	%66.7
Gergin	Keyifsiz	%15.4
Durgun	Mutsuz	%50
Dinamik	Dinamik	%18.8
Huzurlu	Keyifsiz	%50
Huzursuz	Gergin	%20
Özgür	Dinamik	%33.3
Kısıtlı	Mutsuz	%16.7
Karamsar	Mutsuz	%50
İyimser	Mutsuz	%33.3
Akılcı	Mutsuz	%50

(*p<0.05 Anlamlı ilişki)

Katılımcıların 7.görüntü ve 7.görüntü-ses karşılaştırması için tercih ettiği sıfat kombinasyonları ve yüzdeler Çizelge 4.55’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.55 7.Görüntü ve 7.Görüntü-ses Kategorilerinin Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler Değerleri

**7.görüntü için tercih edilen sıfatlar	**7.görüntü-ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değer
Mutlu	Mutlu	%52.3
Mutsuz	Mutsuz	%40
Güvenli	Mutlu	%31
Güvensiz	Keyifli	%60
Keyifli	Mutlu	%48.5
Keyifsiz	Mutlu	%28.6
Rahat	Mutlu	%34.6
Gergin	Mutsuz	%96
Durgun	Mutlu	%40
Dinamik	Mutlu	%66.7
Huzurlu	Mutlu	%35.3
Huzursuz	Mutlu	%33.3
Özgür	Mutlu	%66.7
Karamsar	Huzursuz	%93
İyimser	Mutlu	%50
Duygusal	Mutlu	%97
Akılcı	Huzursuz	%92

(**p<0.001 Çok anlamlı ilişki)

Katılımcıların 8.görüntü ve 8.görüntü-ses karşılaştırması için tercih ettiği sıfat kombinasyonları ve yüzdeler Çizelge 4.56’da ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.56 8.Görüntü ve 8.Görüntü-ses Kategorilerinin Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler Değerleri

**8.görüntü için tercih edilen sıfatlar	**8.görüntü-ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değer
Mutlu	Mutlu	%57.1
Mutsuz	Mutsuz	%17
Güvenli	Mutsuz	%16.7
Güvensiz	Mutsuz	%24.4

Çizelge 4.56 8.Görüntü ve 8.Görüntü-ses Kategorilerinin Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler Değerleri (Devam)

Keyifli	Mutlu	%30.8
Keyifsiz	Mutlu	%15.8
Rahat	Keyifli	%33.3
Gergin	Gergin	%25
Durgun	Rahat	%20
Dinamik	Dinamik	%47.4
Huzurlu	Mutlu	%50
Huzursuz	Mutsuz	%21.4
Özgür	Mutlu	%50
Karamsar	Güvenli	%25
İyimser	Güvensiz	%50
Akılcı	Güvenli	%20

(**p<0.001 Çok anlamlı ilişki)

Katılımcıların 9.görüntü ve 9.görüntü-ses karşılaştırması için tercih ettiği sıfat kombinasyonları ve yüzdeler değerleri Çizelge 4.57’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 4.57 9.Görüntü ve 9.Görüntü-ses Kategorilerinin Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler Değerleri

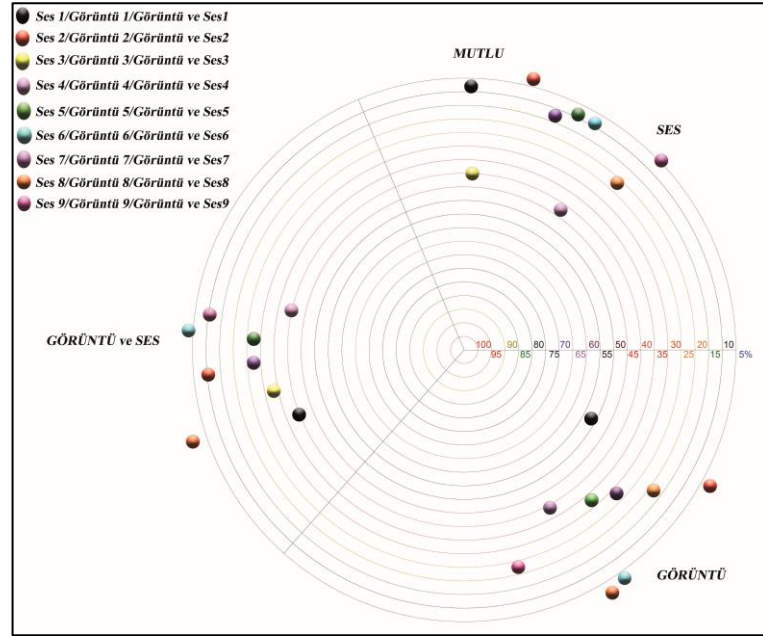
**9.görüntü için tercih edilen sıfatlar	**9.görüntü-ses için tercih edilen sıfatlar	Yüzdeler değer
Mutlu	Mutlu	%38.8
Mutsuz	Mutsuz	%37.5
Güvenli	Dinamik	%23.1
Güvensiz	Güvensiz	%43.5
Keyifli	Keyifli	%27.5
Keyifsiz	Keyifsiz	%25
Rahat	Mutlu	%11.8
Gergin	Keyifsiz	%36.4
Durgun	Güvensiz	%23.1
Dinamik	Rahat	%18.8
Huzurlu	Keyifli	%25
Huzursuz	Mutlu	%50
Özgür	Mutlu	%20
Kısıtlı	Keyifsiz	%33.3

Çizelge 4.57 9.Görüntü ve 9.Görüntü-ses Kategorilerinin Karşılaştırmasında Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sıfat Kombinasyonları ve Yüzdeler Değerleri (Devam)

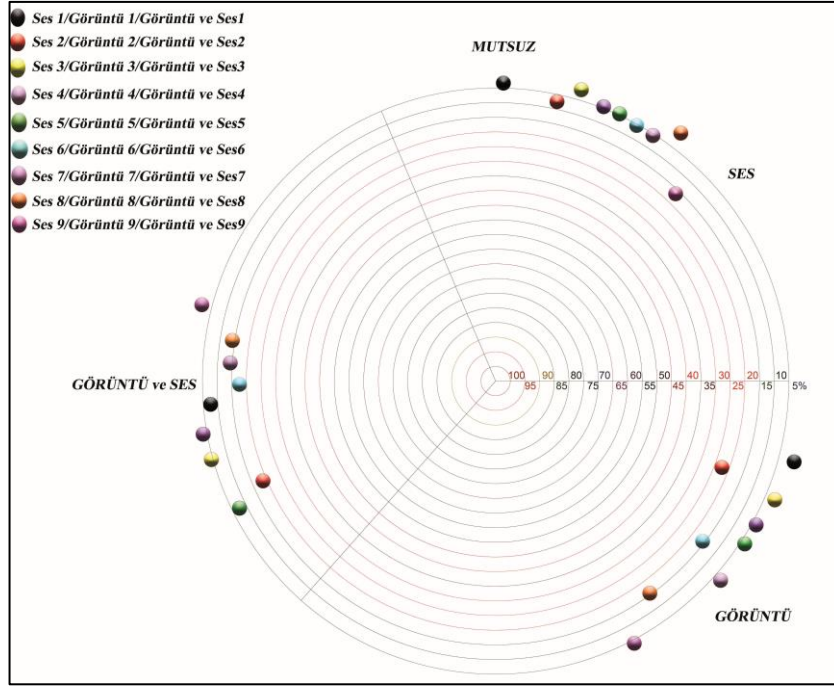
Duygusal	Güvensiz	%50
İyimser	Mutlu	%50
Akılcı	Keyifli	%33.3

(**p<0.001 Çok anlamlı ilişki)

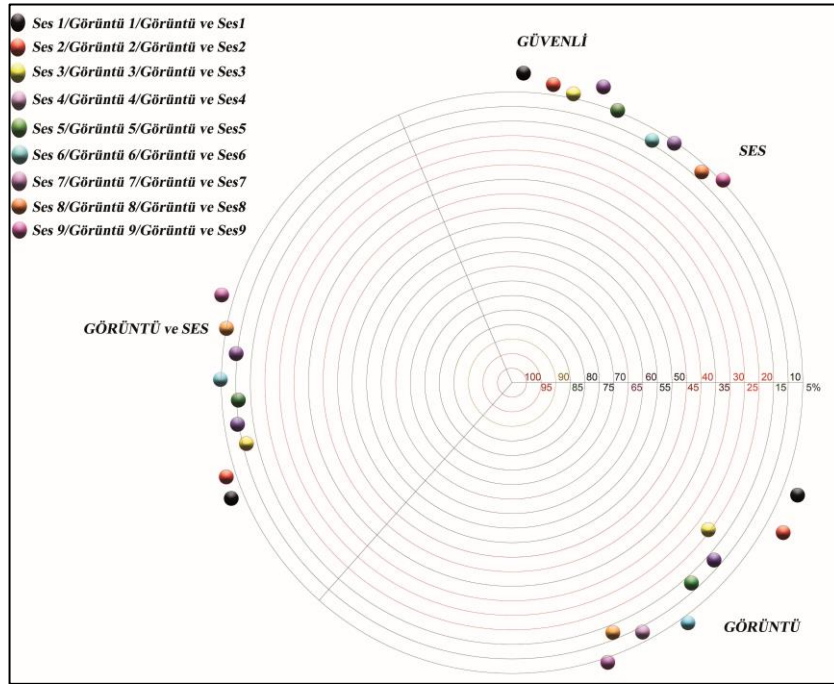
18 duygu sıfatına göre katılımcıların belirlemiş oldukları yüzdeler dâhilinde üç kategori için ayrı ayrı algı haritaları oluşturulmuştur. Bu algı haritalarının grafiksel gösterimleri aşağıdaki şekillerde ifade edildiği gibidir.



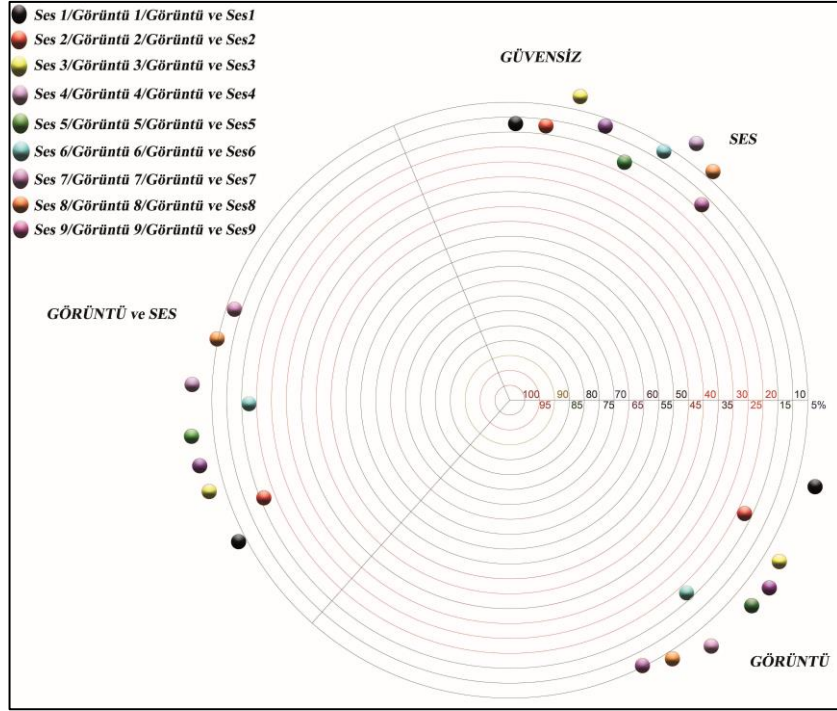
Şekil 4.11 Mutlu Sıfatının Yüzdeler Değerlerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası



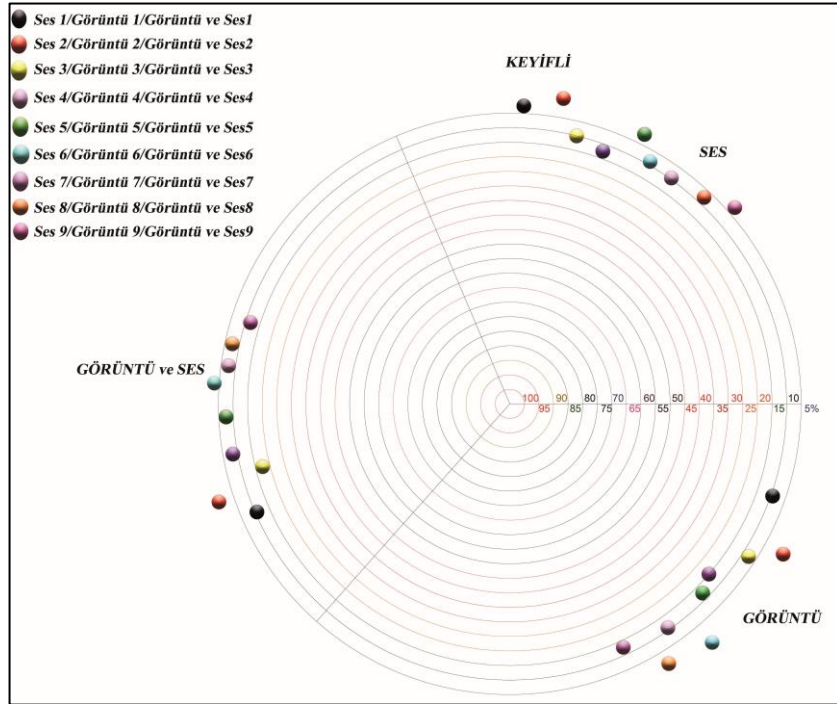
Şekil 4.12 Mutsuz Sıfatının Yüzdelerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası



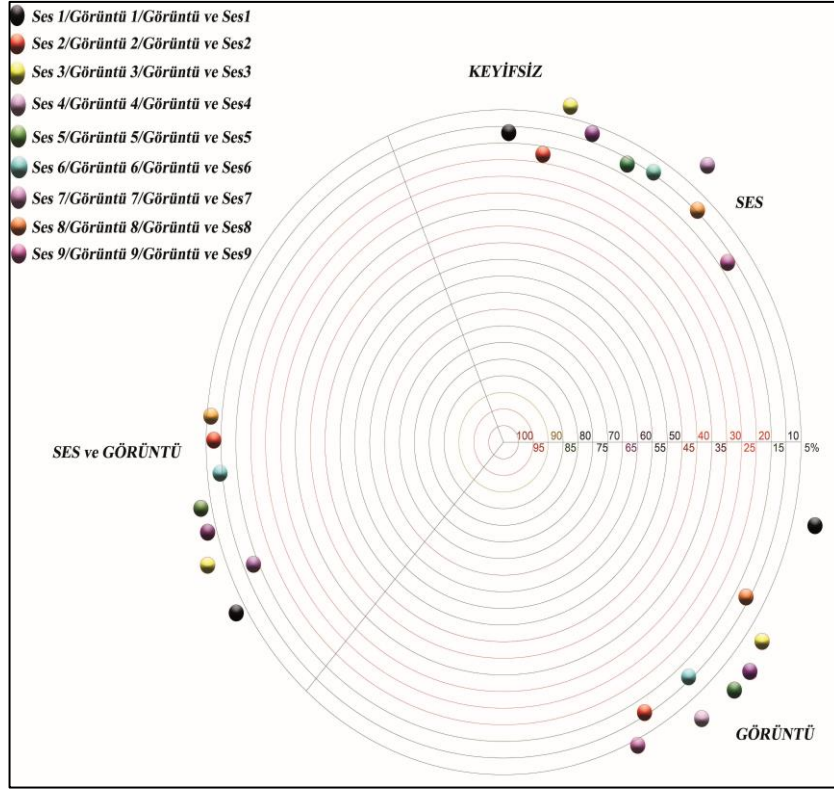
Şekil 4.13 Güvenli Sıfatının Yüzdelerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası



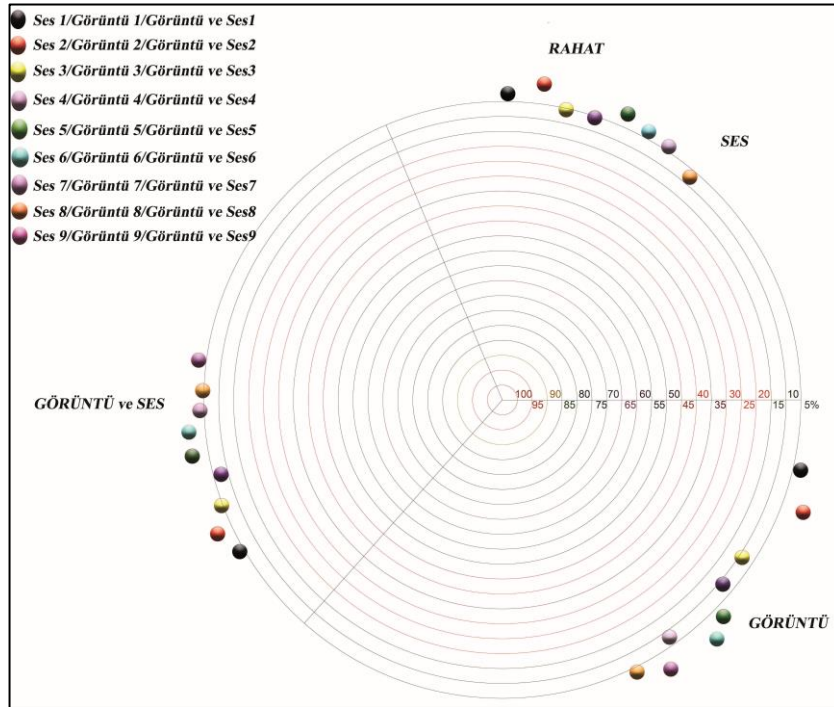
Şekil 4.14 GÜVENSİZ Sıfatının Yüzdelerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası



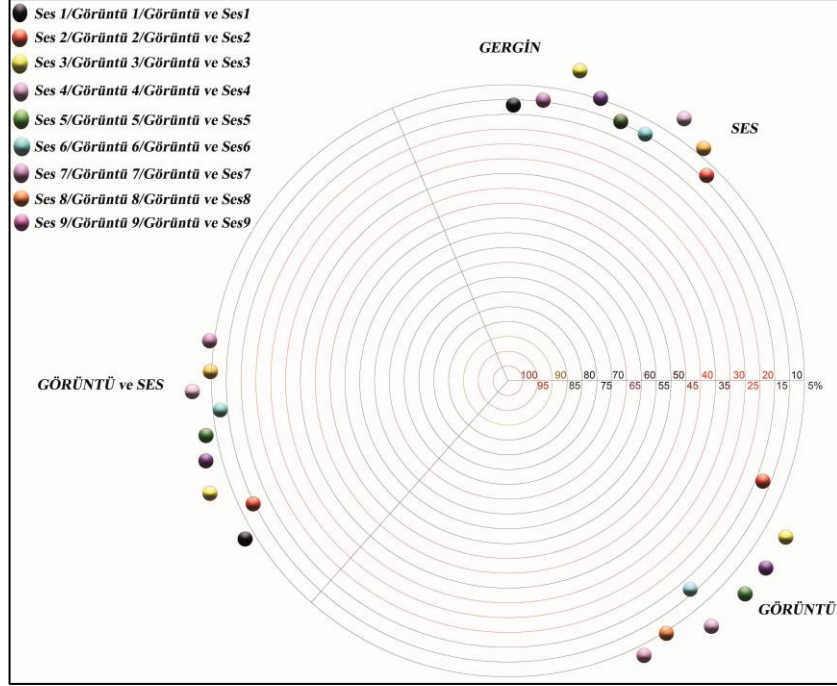
Şekil 4.15 KEYİFLİ Sıfatının Yüzdelerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası



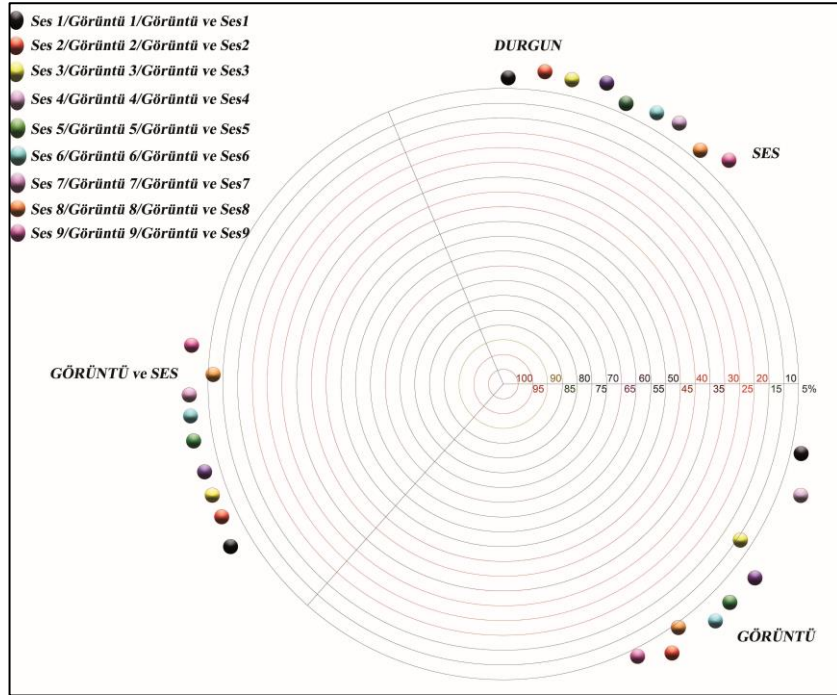
Şekil 4.16 Keyifsiz Sıfatının Yüzdelerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası



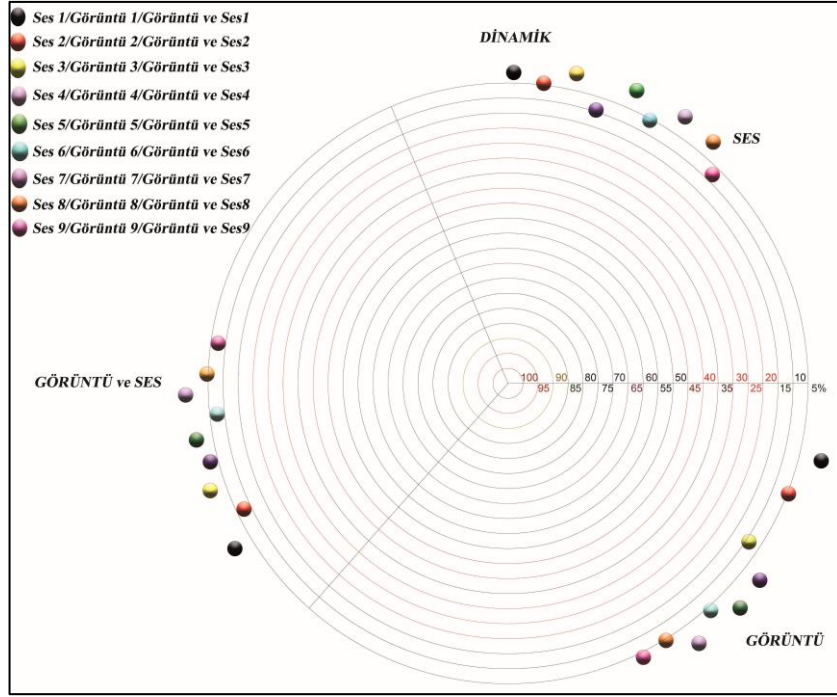
Şekil 4.17 Rahat Sıfatının Yüzdelerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası



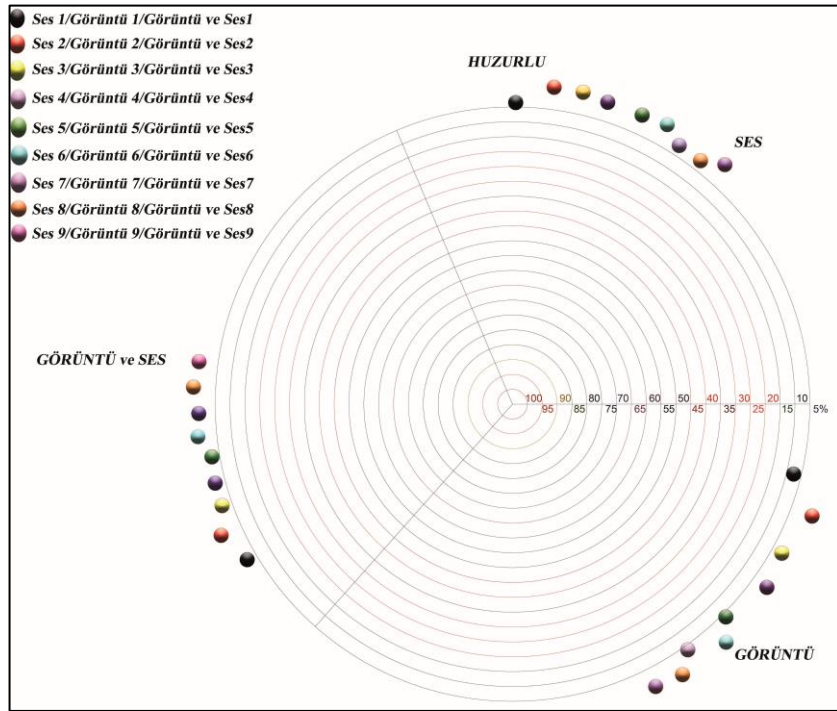
Şekil 4.18 Gergin Sıfatının Yüzdelerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası



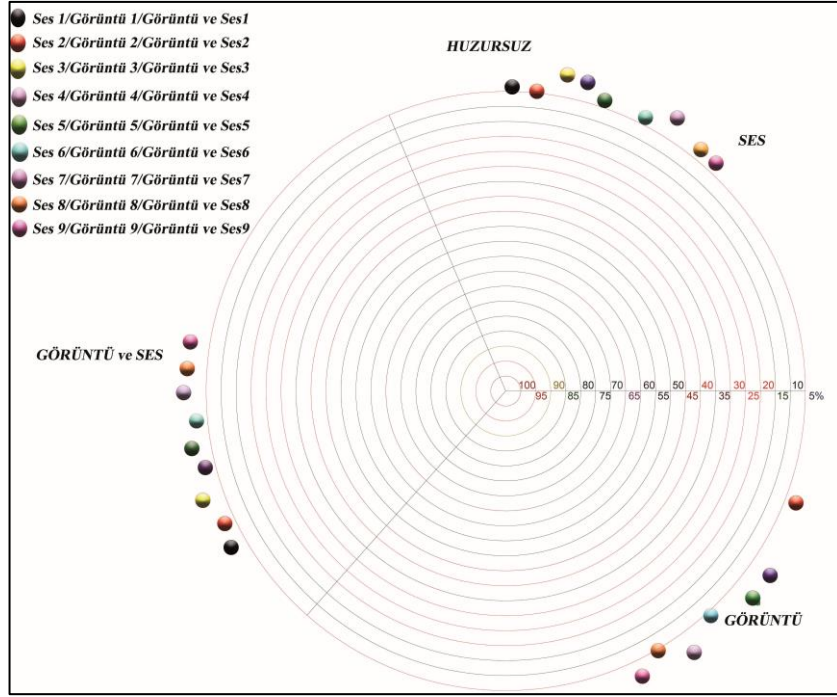
Şekil 4.19 Durgun Sıfatının Yüzdelerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası



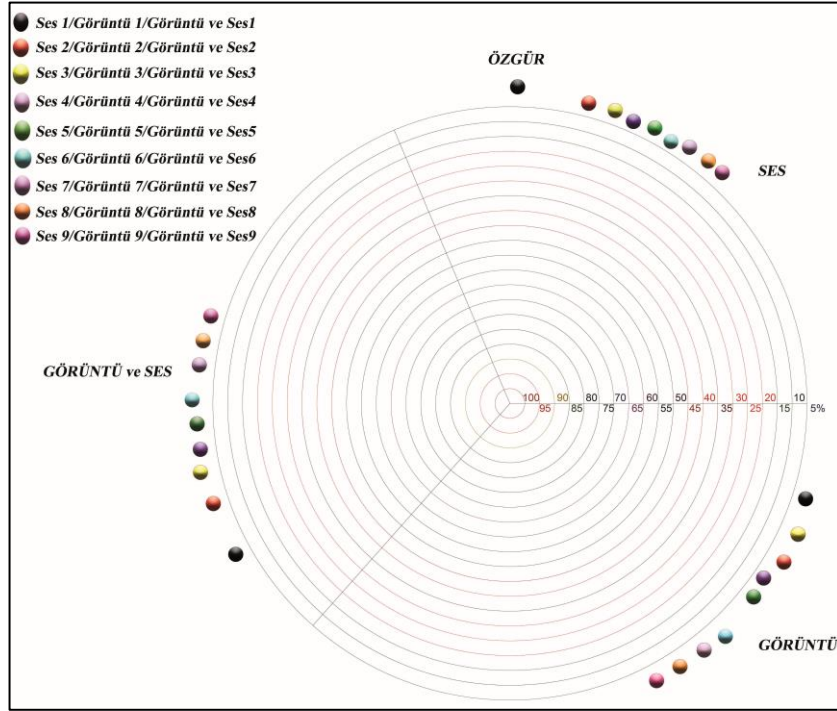
Şekil 4.20 Dinamik Sıfatının Yüzdelerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası



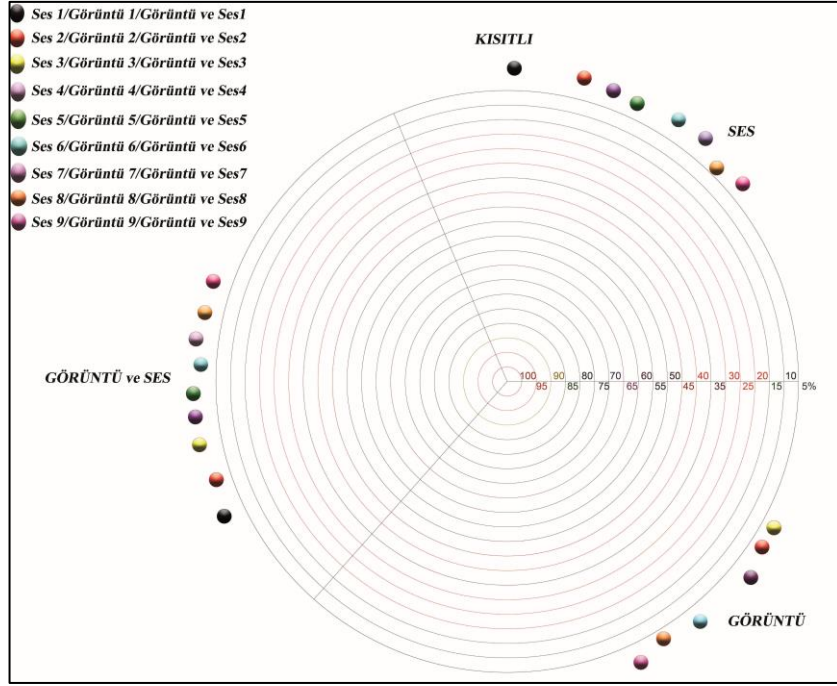
Şekil 4.21 Huzurlu Sıfatının Yüzdelerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası



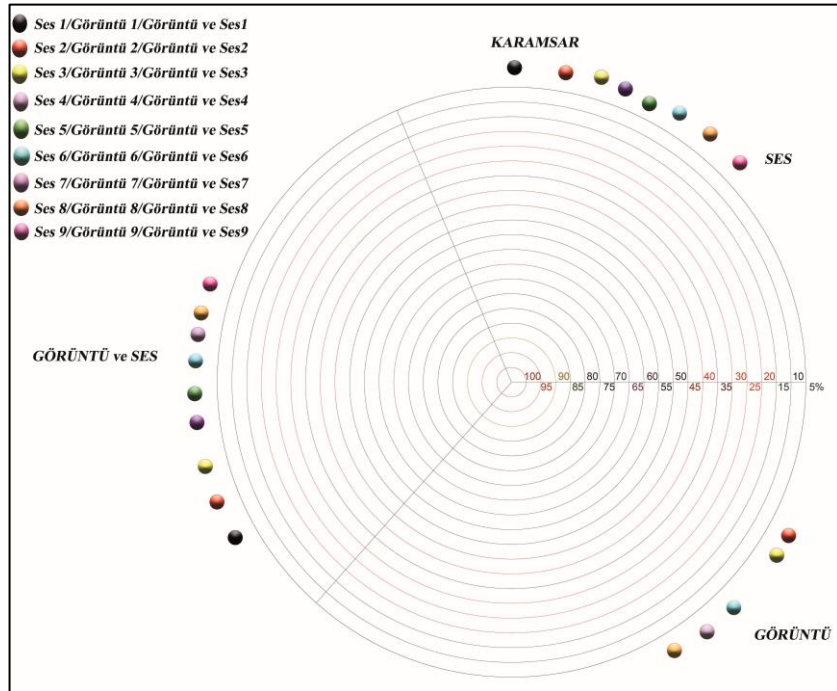
Şekil 4.22 Huzursuz Sifatının Yüzdelerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası



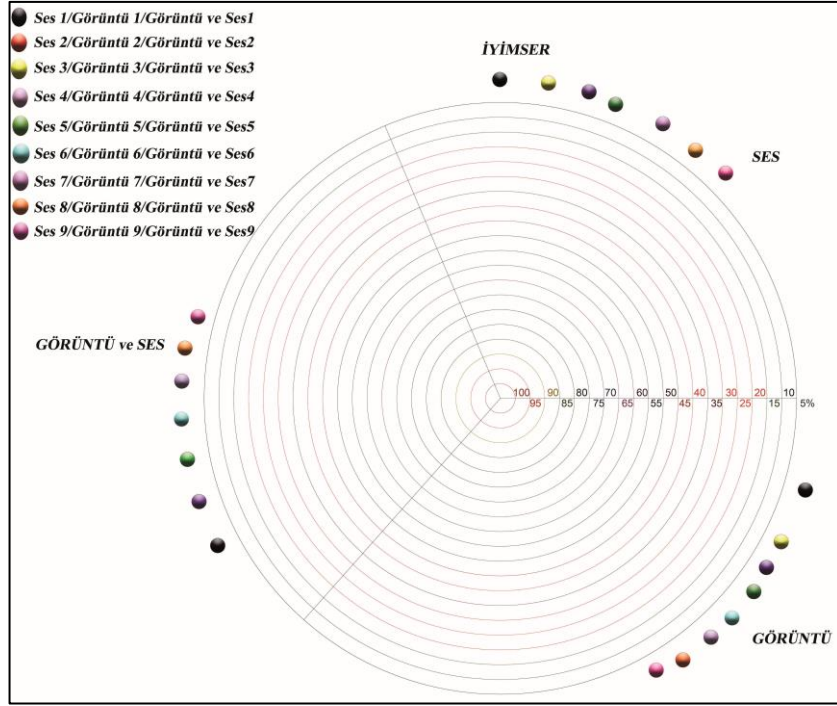
Şekil 4.23 Özgür Sifatının Yüzdelerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası



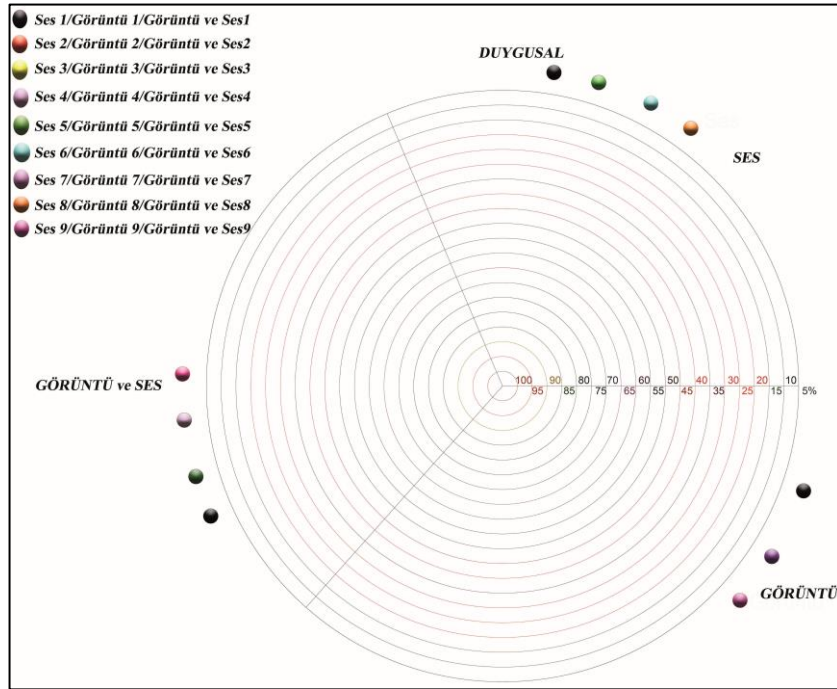
Şekil 4.24 Kısıtlı Sıfatının Yüzdelerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası



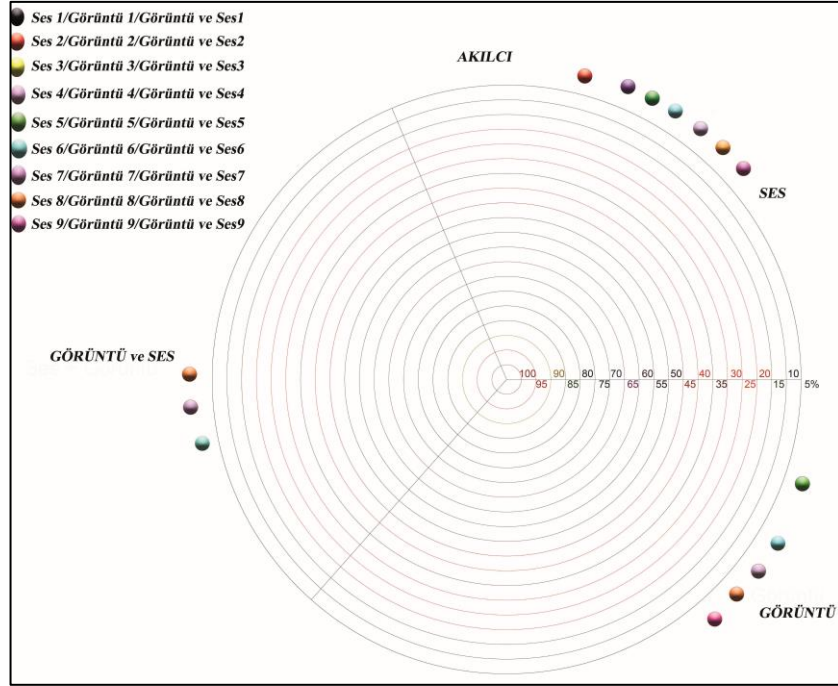
Şekil 4.25 Karamsar Sıfatının Yüzdelerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası



Şekil 4.26 İyimser Sifatının Yüzdelerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası



Şekil 4.27 Duygusal Sifatının Yüzdelerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası



Şekil 4.28 Akılcı Sıfatının Yüzdelerine Göre Üç Kategoriye İlişkin Algı Haritası

Algı haritalarının değerlendirilmesine göre en çok dağınık dağılım gösteren 'mutlu' sıfatı, en az dağınık gösteren ise 'duygusal' sıfatıdır. Diğer sıfat türleri genel itibari ile merkezden uzaklaşarak dağılım göstermiştir. Genel itibari ile görüntü-ses birlikteliğinde yığılmalar daha fazla olmuştur.

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Peyzaj tasarımında işitsel ve görsel kurgunun mekân algısı ve yönetimi üzerine etkileri adlı tez çalışmasının sonuçlar bölümünde, elde edilen veriler ışığında işitsel ve görsel etkenler niteliğine, amacına ve kaynağına göre değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme kapsamında ses ve görüntünün insanlarda oluşturduğu etkiler ve durumlar belirlenmiştir. Sadece ses etkisi ile insanda oluşabilecek durum ve etkiler, sadece görsel kurgu ile bireyde oluşabilecek durum ve etkiler ve her ikisinin birlikteliği ile oluşabilecek durum ve etkiler anket uygulamasıyla değerlendirilerek istatistiksel analiz yöntemi ile veri analizlerinin ortaya çıkarılması amaçlanarak bu çalışma kapsamında değerlendirilmiştir.

İşitme ve görme duyularının mekân tasarımına ve mekân kullanıcıları açısından farklı etkilere sahip olduğu somut kanıtlar ile bu araştırma kapsamında belirlenerek, hem tasarımcıların mekânları tasarlarken değerlendirebileceği, hem de tasarlanmış bir mekânın kullanıcılar üzerinde bırakacağı algısal ve psikolojik etkinin uzmanlarca okunmasına katkı sağlayacak somut veriler literatüre kazandırılmıştır.

Ankette yer alan sorulara göre belirlen sonuçlar şu şekilde sıralanmıştır;

Cinsiyete göre ses, görüntü ve görüntü-ses kategorileri için katılımcıların tercih ettiği sıfatlar değişkenlik göstermiştir.

Katılımcıların ailelerinin köyde veya kentte yaşaması sadece belirlenen ses kategorileri için değişkenlik gösterirken, görüntü ve görüntü-ses kategorileri için bu değişkenlik katılımcıların tercih ettiği sıfatlarda gözlenmemiştir. Bu durumun sonucunda ses kategorisi için yaşanan sosyal hayatın algısal açıdan bir farklılığı olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların öğrenim gördükleri bölümlere göre tercih ettiği sıfatlar ses ve görüntü kategorilerinde değişiklik göstermiştir. Bu durumda eğitim durumu işitsel ve görsel kurgulara etki ederek algısal açıdan bir farklılığa sebep olmuştur. Bu değişkenlik görüntü-ses kategorisi için gözlenmemiştir.

Katılımcıların ailelerinin mesleklerinden yola çıkarak belirlemiş oldukları sıfatlar ses, görüntü ve görüntü-ses kategorisi için farklılık göstermiştir. Bu durumun

neticesinde de aile mesleği yani sosyo-ekonomik durum algıyı üç kategori içinde değişkenlik göstererek etkilemiştir.

Katılımcıların ruh hali için ses, görüntü ve görüntü-ses kategorileri için tercih ettiği sıfatlarda farklılık gözlenmiştir. Bu durumun sonucu olarak da bireyin içinde bulunduğu ruhsal durum algısal açıdan tercihleri değiştirmektedir.

Sağ elini kullanan insanların beynin sol bölümünü kullandığı, sol elini kullanan insanların da beyninin sağ bölümünü kullandığı ve beynin sağ bölümünün tasarım alanında gelişim gösterdiği ve bu sebepten dolayı görsel düşünceye, görsel zekâya daha fazla yer verildiği, beynin sol bölümünün de mantıksal ve analitik olarak işlev gösterdiği tezin kuramsal temeller bölümünde açıklanmıştır (Yakın, 2012). Bu bilgilere dayanarak katılımcıların sağ elini, sol elini ver her iki elini kullanması ses, görüntü ve görüntü-ses kategorilerinde tercih ettikleri sıfatlara göre değişkenlik göstermiştir.

Sağ beynin sezgisel olarak ön plana çıktığı sol beynin ise mantıksal olarak ön plana çıktığı (Yakın, 2012) bu sebepten dolayı da katılımcıların duygusal zekâ mı? Mantıksal zekâ mı? Sorusu için vermiş olduğu cevaplar ses ve görüntü-ses kategorilerinde değişkenlik göstermiştir. Duygusal zekâ mantıksal zekâ sorusu görüntü kategorileri için katılımcıların vermiş oldukları cevapları etkilememiştir.

Katılımcıların ses, görüntü ve görüntü-ses kategorileri için tercih ettikleri sıfatların yüzdelik değerleri Çizelge 5.1’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 5.1 Üç Kategori Türünde Katılımcıların Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdeler Değerleri

Sıfatlar	Ses (%)									Görüntü (%)									Görüntü ve Ses (%)								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Mutlu	8	2	41	15	11	11	45	24	4	54	4	21	31	40	5	41	3	25	43	2	36	30	30	6	43	14	18
Mutsuz	5	10	4	7	7	8	8	2	18	2	25	4	7	7	18	5	17	6	6	21	8	7	10	15	12	12	9
Güvenli	1	4	6	1	2	11	9	10	7	4	1	23	15	15	5	11	5	5	3	4	14	11	12	7	11	7	3
Güvensiz	14	14	3	10	18	9	2	5	16	2	20	3	1	2	20	2	15	8	5	17	3	2	1	15	2	7	10
Keyifli	4	2	13	15	4	11	13	10	5	12	2	10	18	14	1	13	3	15	13	2	15	11	10	6	10	10	14
Keyifsiz	18	20	4	10	14	8	1	7	15	1	14	3	1	1	14	2	14	6	4	16	2	5	4	12		10	9
Rahat	5	2	8	8	3	5	6	10		6	1	11	11	4	1	10	2	6	6	2	7	10	3	3	6	7	5
Gergin	18	12	1	7	12	12	2	5	11		15	1	1	1	14	1	7	4	4	12	1	3	4	10	2	7	6
Durgun	4	2	3	1	4	3	2	4	1	4	1	12	1	2	1	1	6	5	1	3	3	3	2	2	2	9	2
Dinamik	4	7	3	12	2	8	2	3	10	1	7	1	2	1	6	1	7	6	2	10	3	5	3	10	1	7	10
Huzurlu	6	1	10	2	2	1	4	4	1	10	1	4	3	6	1	6	1	2	4	1	4	4	5	2	3	1	2
Huzursuz	6	7	1	2	8	5	1	4	4		4		1	1	6	1	7	3	3	4	1	4	2	4	1	2	2
Özgür	2	3	3	4	3	4	2	2	2	3	1	1	4	3	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	3
Kısıtlı	1	1		2	3	1	1	5	3		3	3	1		3		4	2	1	3	1	1	1	3	1	2	2
Karamsar	2	2	1	2	3	1		1	1		1	1			2	1	2		1	1	1	1	1	1	1	1	1
İyimser	1		1	1	2		1	2		1		2	2	1	1	1		3	1			1	1	1	1	1	3

Çizelge 5.1 Üç Kategori Türünde Katılımcıların Tercih Ettiği Sıfatlar ve Yüzdeler Değerleri (Devam)

Duygusal	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Akılcı	2	1	1	1	1	1	1	2	1	3

Yukarıdaki tabloya göre belirlenen sonuçlar aşağıda ifade edildiği gibidir;

Ankette yer alan dokuz ses kategorisi için katılımcıların her bir ses için en çok tercih ettiği sıfatlar şu şekilde sonuçlanmıştır;

1.ses için ‘gergin’ ve ‘keyifsiz’ sıfatı, 2.ses için ‘keyifsiz’ sıfatı, 3.ses için ‘mutlu’ sıfatı, 4.ses için ‘mutlu’ sıfatı, 5.ses için ‘güvensiz’ sıfatı, 6.ses için ‘gergin’ sıfatı, 7.ses için ‘mutlu’ sıfatı, 8.ses için ‘mutlu’ sıfatı, 9.ses için ‘mutsuz’ sıfatı en çok tercih edilen sıfat olmuştur.

Tüm ses kategorileri içerisinde katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat türü ‘mutlu’ sıfatı, en az tercih ettiği sıfat türü de ‘duygusal’ sıfatı olarak belirlenmiştir.

Ses kategorileri içerisinde katılımcılar tarafından tercih edilmeyen sıfatlar şu şekildedir; 1.ses için ‘akılcı’ sıfatı, 2.ses için ‘iyimser’ ve ‘duygusal’ sıfatı, 3.ses için ‘kısıtlı’, ‘duygusal’ ve ‘akılcı’ sıfatları, 4.ses için ‘duygusal’ sıfatı, 5.ses için ‘iyimser’ sıfatı, 7.ses için ‘karamsar’ ve ‘duygusal’ sıfatları, 9.ses için ‘duygusal’ sıfatı katılımcılar açısından tercih edilmemiştir.

Ses kategorileri için en çok, en az ve hiç tercih edilmeyen sıfatlar Çizelge 5.2’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 5.2 Ses Kategorileri

Sesler	En çok tercih edilen sıfatlar	En az tercih edilen sıfatlar	Hiç tercih edilmeyen sıfatlar
Ses1	Gergin ve keyifsiz	Kısıtlı, iyimser ve duygusal	Akılcı
Ses2	Keyifsiz	Huzurlu ve kısıtlı	İyimser ve duygusal
Ses3	Mutlu	Gergin, huzursuz, karamsar, iyimser	Kısıtlı, duygusal ve akılcı

Çizelge 6.2 Ses Kategorileri (Devam)

Ses4	Mutlu	Güvenli, durgun, iyimser ve akılcı	Duygusal
Ses5	Güvensiz	Duygusal ve akılcı	İyimser
Ses6	Gergin	Huzurlu, kısıtlı, karamsar, duygusal ve akılcı	-
Ses7	Mutlu	Keyifsiz, huzursuz, kısıtlı, iyimser ve akılcı	Karamsar ve duygusal
Ses8	Mutlu	Karamsar, duygusal ve akılcı	-
Ses9	Mutsuz	Durgun, huzurlu, karamsar ve akılcı	Duygusal

Belirlenen dokuz görüntü kategorisi için katılımcıların her bir görüntü kategorileri için tercih ettiği sıfatlar şu şekildedir;

1.görüntü için ‘mutlu’ sıfatı, 2.görüntü için ‘mutsuz’ sıfatı, 3.görüntü için ‘güvenli’ sıfatı, 4.görüntü için ‘mutlu’ sıfatı, 5.görüntü için ‘mutlu’ sıfatı, 6.görüntü için ‘güvensiz’ sıfatı, 7.görüntü için ‘mutlu’ sıfatı, 8.görüntü için ‘mutsuz’ sıfatı, 9.görüntü için ‘mutlu’ sıfatı en çok tercih edilen sıfat olmuştur.

Tüm görüntü kategorileri içerisinde en çok tercih edilen sıfat türü ‘mutlu’ sıfatı, en az tercih edilen sıfat türü ‘duygusal’ sıfatı olarak belirlenmiştir.

Görüntü kategorileri içerisinde katılımcılar tarafından tercih edilmeyen sıfatlar ise şu şekildedir; 1.görüntü için ‘gergin’, ‘huzursuz’, ‘kısıtlı’, ‘karamsar’, ‘akılcı’ ve ‘duygusal’ sıfatları, 2.görüntü için ‘iyimser’, ‘duygusal’ ve ‘akılcı’ sıfatları, 3.görüntü için ‘huzursuz’, ‘duygusal’ ve ‘akılcı’ sıfatları, 4.görüntü için ‘karamsar’ ve ‘akılcı’ sıfatları, 5.görüntü için ‘kısıtlı’, ‘karamsar’ ve ‘duygusal’ sıfatları, 6.görüntü için ‘duygusal’ sıfatı, 7.görüntü için ‘kısıtlı’ sıfatı, 8.görüntü için ‘duygusal’ sıfatı ve 9.görüntü için ‘karamsar’ sıfatı katılımcılar açısından tercih edilmemiştir.

Görüntü kategorileri için en çok, en az ve hiç tercih edilmeyen sıfatlar Çizelge 5.3’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 5.3 Görüntü Kategorileri

Görüntüler	En çok tercih edilen sıfatlar	En az tercih edilen sıfatlar	Hiç tercih edilmeyen sıfatlar
Görüntü1	Mutlu	Keyifsiz, dinamik ve iyimser	Gergin, huzursuz, kısıtlı, karamsar, akılcı ve duygusal
Görüntü2	Mutsuz	Rahat, durgun, huzurlu, özgür ve karamsar	İyimser, duygusal ve akılcı
Görüntü3	Güvenli	Gergin, dinamik, özgür ve karamsar	Huzursuz, duygusal ve akılcı
Görüntü4	Mutlu	Güvensiz, keyifsiz, gergin, durgun, huzursuz, kısıtlı ve duygusal	Karamsar ve akılcı
Görüntü5	Mutlu	Keyifsiz, gergin, dinamik, huzursuz ve iyimser	Kısıtlı, karamsar ve duygusal
Görüntü6	Güvensiz	Keyifli, rahat, durgun, huzurlu, özgür, karamsar, iyimser ve akılcı	Duygusal
Görüntü7	Mutlu	Gergin, durgun, dinamik, huzursuz, karamsar, iyimser, duygusal ve akılcı	Kısıtlı
Görüntü8	Mutsuz	Huzurlu ve iyimser	Duygusal
Görüntü9	Mutlu	Duygusal ve akılcı	Karamsar

Belirlenen dokuz görüntü-ses kategorisi için tercih edilen katılımcıların her bir görüntü-ses kategorileri için en çok tercih ettiği sıfatlar şu şekildedir;

1.görüntü-ses için ‘mutlu’ sıfatı, 2.görüntü-ses için ‘mutsuz’ sıfatı, 3.görüntü-ses için ‘mutlu’ sıfatı, 4.görüntü-ses için ‘mutlu’ sıfatı, 5.görüntü-ses için ‘mutlu’ sıfatı,

6.görüntü-ses için ‘mutsuz’ sıfatı, 7.görüntü-ses için ‘mutlu’ sıfatı, 8.görüntü-ses için ‘mutlu’ sıfatı ve 9.görüntü-ses için ‘keyifli’ sıfatı en çok tercih edilen sıfat olmuştur.

Görüntü-ses kategorileri içerisinde katılımcıların en çok tercih ettiği sıfat türü ‘mutlu’ sıfatı, en az tercih ettiği sıfat türü ‘duygusal’ sıfatı olarak belirlenmiştir.

Görüntü-ses kategorileri içerisinde katılımcılar tarafından tercih edilmeyen sıfatlar ise şu şekildedir; 1.görüntü-ses için ‘akılcı’ sıfatı, 2.görüntü-ses ve 3.görüntü-ses için ‘iyimser’, ‘duygusal’ ve ‘akılcı’ sıfatı, 4.görüntü-ses ve 5.görüntü-ses için ‘akılcı’ sıfatı, 6.görüntü-ses için ‘duygusal’ sıfatı, 7.görüntü-ses için ‘keyifsiz’ sıfatı, 8.görüntü-ses için ‘duygusal’ sıfatı, 9.görüntü-ses için ‘duygusal ve ‘akılcı’ sıfatları katılımcılar açısından tercih edilmemiştir.

Görüntü-ses kategorileri için en çok, en az ve hiç tercih edilmeyen sıfatlar Çizelge 5.4’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 5.4 Görüntü-ses Kategorileri

Görüntü ve sesler	En çok tercih edilen sıfatlar	En az tercih edilen sıfatlar	Hiç tercih edilmeyen sıfatlar
Görüntü-ses1	Mutlu	Durgun, kısıtlı, karamsar, iyimser ve duygusal	Akılcı
Görüntü-ses2	Mutsuz	Huzurlu ve karamsar	İyimser, duygusal ve akılcı
Görüntü-ses3	Mutlu	Gergin, huzursuz, özgür, kısıtlı ve karamsar	İyimser, duygusal ve akılcı
Görüntü-ses4	Mutlu	Kısıtlı, karamsar ve iyimser	Akılcı
Görüntü-ses5	Mutlu	Güvensiz, kısıtlı, karamsar, iyimser ve duygusal	Akılcı
Görüntü-ses6	Mutsuz	Özgür, karamsar ve iyimser	Duygusal

Çizelge 5.4 Görüntü-ses Kategorileri (Devam)

Görüntü-ses7	Mutlu	Dinamik, huzursuz, kısıtlı, karamsar, iyimser, duygusal ve akılcı	Keyifsiz
Görüntü-ses8	Mutlu	Huzurlu, karamsar, iyimser ve akılcı	Duygusal
Görüntü-ses9	Keyifli	Karamsar ve duygusal	Duygusal ve akılcı

Bu değerlendirmeler sonucunda 1.ses de olumsuz bir sıfat tercih edilirken 1.görüntü ve 1.görüntü-ses kategorilerinde olumlu bir sıfat tercih edilmiştir. 2.ses, 2.görüntü ve 2.görüntü-ses de olumsuz bir sıfat tercih edilmiştir. 3.ses, 3.görüntü ve 3.görüntü-ses 4.ses, 4.görüntü ve 4.görüntü-ses, 7.ses, 7.görüntü ve 7.görüntü-ses kategorilerinde olumlu bir sıfat tercih edilmiştir. 5.ses için olumsuz bir sıfat tercih edilirken, 5.görüntü ve 5.görüntü-ses kategorileri için olumlu bir sıfat tercih edilmiştir. 6.ses, 6.görüntü ve 6.görüntü-ses kategorileri için olumsuz sıfat tercih edilmiştir. 8.ses için olumlu yönde tercih edilen sıfat, 8.görüntü de olumsuz tercih edilirken 8.görüntü-ses kategorisinde olumlu olarak tercih edilmiştir. 9.ses için olumsuz yönde tercih edilen sıfat 9.görüntü ve 9.görüntü-ses kategorisinde olumlu yönde tercih edilmiştir.

Üç kategoriye göre katılımcıların tercih ettiği sıfatlar Çizelge 5.5’de ifade edildiği gibidir.

Çizelge 5.5 Üç Kategori Türünde Tercih Edilen Sıfatlar

Kategoriler	Ses	Görüntü	Görüntü ve ses
1	Keyifsiz	Mutlu	Mutlu
2	Keyifsiz	Mutsuz	Mutsuz
3	Mutlu	Güvenli	Mutlu
4	Mutlu	Mutlu	Mutlu
5	Güvensiz	Mutlu	Mutlu
6	Gergin	Güvensiz	Güvensiz
7	Mutlu	Mutlu	Mutlu

Çizelge 6.5 Üç Kategori Türünde Tercih Edilen Sıfatlar (Devam)

8	Mutlu	Mutsuz	Mutlu
9	Mutsuz	Mutlu	Mutlu

Tüm bu değerlendirmeler sonucunda her bir ses, görüntü ve görüntü-ses eşleştirmesinde katılımcılara göre tercih edilen sıfatlar genel olarak değişkenlik ve farklılık göstermiştir. Bu durumun sonucunda da katılımcıların algısı üç kategori içinde değişkenlik göstermiştir. Katılımcıların sadece ses dinletildiğinde belirledikleri sıfatlar ile seslerin uygun görüntülerle eşleştirilmesi sonucunda belirledikleri sıfatlar genel hatlarıyla farklıdır. Bunun neticesinde algının özellikle görüntü-ses birlikteliğinde farklılık gösterdiği ve anlaşılabilirliğinin arttığı belirlenmiştir.

Ankette belirlenen ses kategorileri ve görüntü-ses kategorileri karşılaştırmasında katılımcıların en çok tercih ettiği sıfatlar ve sonuçlar şu şekildedir;

- 2.ses için olumlu yönde tercih edilen sıfatlar 2.görüntü-ses için olumsuz yönde tercih edilmiştir. 2.ses için olumsuz yönde tercih edilen sıfatlar 2.görüntü-ses için yine olumsuz olarak tercih edilmiştir.
- 3.ses için olumlu yönde tercih edilen sıfatlar 3.görüntü-ses için olumlu yönde tercih edilmiştir. 3.ses için olumsuz yönde tercih edilen sıfatlar 3.görüntü-ses için olumlu yönde tercih edilmiştir.
- 5.ses için olumsuz yönde tercih edilen sıfatlar 5.görüntü-ses için olumlu yönde tercih edilmiştir.
- 7.ses için olumlu yönde tercih edilen sıfatlar 7.görüntü-ses için olumlu yönde tercih edilmiştir. 7.ses için olumsuz tercih edilen sıfatlar 7.görüntü-ses için olumlu yönde tercih edilmiştir.

Bu belirlemelere ve değerlendirmelere göre işitme duyusunun tek başına etkin olmadığı, işitme ve görme duyularının birlikteliğinin algı konusunda etkili olduğu aynı zamanda anlaşılabilirliği ve gerçeklik duygusunu görüntü-ses birleşiminde artırdığı belirlenmiştir.

Ankette belirlenen görüntü kategorileri ve görüntü-ses kategorileri karşılaştırmasında katılımcıların en çok tercih ettiği sıfatlar ve sonuçlar şu şekildedir;

- 1.görüntü için olumsuz yönde tercih edilen sıfatlar 1.görüntü-ses için olumlu yönde tercih edilmiştir.
- 2.görüntü için olumlu yönde tercih edilen sıfat 2.görüntü-ses için olumsuz yönde tercih edilmiştir.
- 3.görüntü için olumsuz yönde tercih edilen sıfat 3.görüntü ses için olumlu yönde tercih edilmiştir.
- 4.görüntü için olumsuz yönde tercih edilen sıfatlar 4.görüntü-ses için olumlu yönde tercih edilmiştir.
- 5.görüntü için olumsuz yönde tercih edilen sıfatlar 5.görüntü-ses için olumlu yönde tercih edilmiştir.
- 6.görüntü için olumlu yönde tercih edilen sıfat 6.görüntü-ses karşılaştırmasında olumsuz yönde tercih edilmiştir.
- 7.görüntü için olumsuz yönde tercih edilen sıfatlar 7.görüntü-ses için olumlu yönde tercih edilmiştir.
- 8.görüntü için olumsuz yönde tercih edilen sıfatlar 8.görüntü-ses için olumlu yönde tercih edilmiştir.
- 9.görüntü için olumlu yönde tercih edilen sıfatlar 9.görüntü-ses için olumsuz yönde tercih edilmiştir.

Bu değerlendirmelere göre görüntü ve ses birleşiminin tercih edilen sıfatlara göre algı konusunda katılımcılar açısından farklılık ve değişkenlik gösterdiği, görsel bir kurgunun uygun ses eşleşmesi yapıldığında algılanabilirliği ve anlaşılabilirliği daha fazla artırdığı belirlenmiş ve gözlemlenmiştir.

Bu çalışma kapsamında katılımcıların psikolojik algısına bağlı olarak işitsel verilerin kişilerde olumludan yana ağır bastığı gözlenmiştir.

İşitsel kategorilerin katılımcılar üzerinde bıraktığı psikolojik etki ve ruhsal durumları göz önüne alınarak bu etkinin tasarım, planlama ve yönetim alanında işitsel odaklı

bir modelleme olarak alan çalışmalarında gerçekleşmesi gerekmektedir (Wallace, 2012).

İşitsel olguların görsel kurguya bağlı olarak gelişim göstermesi gerektiği, işitsel verilerin planlama ve tasarım alanında olduğu kadar yönetim çalışmalarında bu kavramlara yer verilmesi gerektiği, görsel çalışmalara işitsel verilerin eklenerek bir alanın veya mekânın algılanabilirliğinin artacağı ve değişeceğinin bilinmesi gerektiği, çalışma kapsamına alınması gereken bir durumdur.

Bu çalışma kapsamında mekân tasarımları yapılırken mekânın atmosferine uygun, mekânın ruhunu yansıtan tarzda, o mekânı betimleyici olumlu seslerin tercih edilmesi tasarım açısından önem sağlayacaktır. Aynı şekilde bir alanın tasarımı yapılırken işitsel ve görsel kurguların olumlu etkileşimleri sonucunda daha etkili ve daha gerçeği yansıtan tasarımlar ön plana çıkacaktır. Olumlu ve uygun kullanılan bir ses o mekânın karakteristiğini belirleme de etkili olacaktır.

Peyzaj mimarlığı alanında işitsel ve görsel algı yurtdışı literatürde kendisine yer bulmaktadır. Ancak yurt içi literatürde bu kavram son derece kısıtlıdır. Çalışma fikri yeni olmakla birlikte yurtdışı ve yurtiçinde farklı meslek disiplinince çalışılıyor olmasına karşılık, peyzaj mimarlığı alanındaki çalışmalar çok kısıtlı ve son derece azdır. Gerçekleştirilen tez çalışması bu kapsam da hem tasarım alanına, hem de özellikle peyzaj mimarlığı meslek disiplinine önemli bir katkı aynı zamanda önemli katkılar sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

- Anonim, (2018a). <https://www.youtube.com/watchv=grXdIqBsiDA> (Erişim Tarihi.31.10.2018)
- Anonim, (2018b). <https://www.youtube.com/watch?v=m7SvE8wz45g> (Erişim Tarihi 31.10.2018)
- Anonim, (2018c). <https://www.youtube.com/watch?v=LUBU6jp2VhE> (Erişim Tarihi 31.10.2018)
- Anonim, (2018d). <https://www.youtube.com/watch?v=P4EbWAEstxI> (Erişim Tarihi 31.10.2018)
- Anonim, (2018e). <https://www.youtube.com/watch?v=jIj1HQwVvjQ> (Erişim Tarihi 31.10.2018).
- Anonim, (2018f).
<https://www.youtube.com/watch?v=RGoFLGOfcI8&list=PukOuIjmb8V7huiy7B8NCL9A&index 9> (Erişim Tarihi 31.10.2018)
- Anonim, (2018g).
<https://www.youtube.com/watch?v=uFihdgMDes&index=57&list=PukOuIjmb8V7huiy7B8NCL9A> (Erişim Tarihi 31.10.2018)
- Anonim, (2018h). <https://www.youtube.com/watch?v=MjKXJFst42k> (Erişim Tarihi 13.11.2018)
- Anonim, (2018ı). <https://www.youtube.com/watch?v=NBxvjCZ8hdk> (Erişim Tarihi 10.12.2018)
- Anonim, (2018i). <https://www.youtube.com/watch?v=mxPTRb7uaOU> (Erişim Tarihi 10.12.2018)
- Anonim, (2018j). <https://www.youtube.com/watch?v=kj8176bQxYo> (Erişim Tarihi 10.12.2018)
- Anonim, (2018k). <https://www.youtube.com/watch?v=IN-hP1F-nPg> (Erişim Tarihi 11.12.2018)
- Anonim, (2018l). <https://www.youtube.com/watch?v=-FAPr0qadVg> (Erişim Tarihi 11.12.2018).
- Anonim, (2019a).
<http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=comgts&arama=gts&guid=TDK.GT55c2e08ea8d064753514317> (Erişim Tarihi 03.01.2019)
- Anonim, (2019b). <http://www.manzara.gen.tr/gol-resimleri-4> (Erişim Tarihi 10.01.2019)
- Anonim,(2019c).
<https://www.google.com.tr/search?safe=strict&hl=tr&q=times+square> (Erişim Tarihi 10.01.2019)
- Anonim,(2019d).
<https://www.google.com.tr/search?safe=strict&hl=tr&q=new+york+street> (Erişim Tarihi 10.01.2019)

- Anonim, (2019e). <https://tr.pinterest.com/pin/542965298804126652/> (Erişim Tarihi 10.01.2019)
- Anonim, (2019f). https://guzelresimler.info/detail/dogafotograflari_fotograflari_resimleri/yesil-doga_fotografi_resimleri-16455.html (Erişim Tarihi 10.01.2019)
- Anonim, (2019g). <https://www.shutterstock.com/th/video/search/landmark-united-states?page=4> (Erişim Tarihi 10.01.2019)
- Anonim,(2019h). <https://in.pinterest.com/pin/130745195417209245/?lp=true> (Erişim Tarihi 10.01.2019)
- Anonim, (2019ı). <https://pixabay.com/photos/pittsburgh-pennsylvania-city-people-83838/> (Erişim Tarihi 10.01.2019)
- Anonim, (2019i). <http://guiaenmarruecos.com/inicio/souk-1627045/> (Erişim Tarihi 10.01.2019)
- Acaralp, Ö. (2009). Toplumsal çeşitliliğe bağlı algısal farklılıklar ve kamusal mekân kullanımına etkileri. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, İstanbul.
- Acun, V. (2015). Investigating the effect of in door soundscaping towards employees' mood and perception in open plan offices. Yüksek Lisans Tezi, İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Anabilim Dalı, Ankara.
- Ak, M.K. (2010). Akçakoca kıyı bandı örneğinde görsel kalitenin belirlenmesi ve değerlendirilmesi üzerine bir araştırma. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Ankara.
- Akkaya, B. (2014). Kentsel ses peyzajları: Kadıköy tarihi çarşı ve çevresinde işitsel katmanların değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Kentsel Tasarım Anabilim Dalı, İstanbul.
- Aktaş, Y. (2002). Kent İçi Alanlarda Bitki Kullanımı İle Gürültü Kontrolü (İstanbul, Maslak-Zincirlikuyu Hattı Örneğinde). Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, İstanbul.
- Altıntaş, S. (2015). Ses yoğunluğu yöntemi ile direkt enjeksiyonlu bir dizel motorda ses ve gürültü analizi. Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Otomotiv Mühendisliği Anabilim Dalı, Kocaeli.
- Artantaş, C. (2007). Ülkemizde kentsel peyzaj tasarımında kullanılan iletişim araçları üzerine bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Ankara.
- Asar, H. (2013). Mimari Mekân Okumasında Algısal Deneyim Analizinin Bir Yöntem Yardımıyla İrdelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, Eskişehir.
- Atabeyoğlu, Ö. (2016). Kış kentlerinde kullanıcıların tasarım algısı. International Winter Cities Symposium, 10-12 Şubat, Erzurum.

- Aydın, D.Ç., Uysal, E., & Akça, Ö.B. (2017). Diyarbakır tarihi Suriçi bölgesi akustik mirasının değerlendirilmesi. *Mühendislik dergisi*, 8(2), 255-266.
- Ayyıldız, M.A. (2000). İnsan-çevre diyalektiğinin duyuşal-zihinsel-duygusal süreçleri: çevresel algı-bilişim-anlam. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, İstanbul.
- Bahalı, S. (2015). Gezi parkı – tünel meydanı güzergâhı üzerinde kentsel işitsel ortam –soundscape– araştırması. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, İstanbul.
- Ballester, V.A., Sibille, A.D.C., Ballester, V.A., & Siurana, M.C. (2012). Human alteration of the rural landscape: Variations in visual perception. *Environmental Impact Assessment Review*, 32, 50-60.
- Benliay, A., Soydan, O., & Kayku, M. (2015). Aspendos-Sillyon-Perge bisiklet güzergâhı örneğinde peyzaj görsel kalitesi ve peyzaj özelliklerinin değerlendirilmesi. *Artium*, 3(1), 48-64.
- Beyoğlu, A. (2015). Sanat eğitiminde algı, görsel algı ve yanılışma:Victorvasarely'nin çalışmaları üzerine bir inceleme. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(1), 333-348.
- Bilgi, A. (2007). İnsan-mekan-ışık etkileşimi ve ışığın mekandaki psikolojik etkilerinin değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, İstanbul.
- Bora, Z. (2014). Understanding soundscape in public spaces: a case study in akköprü metro station, Ankara. Yüksek Lisans Tezi, İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Anabilim Dalı, Ankara.
- Brambilla, G., Gregorio, L.D., Maffei, L., & Masullo, M. (2007). Soundscape in the archaeological area of Pompei. International Congress On Acoustics, 2-7 September, Madrid.
- Caf, A.(2014). Bingöl-Erzurum karayolu güzergâhının görsel kalite analizi. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Erzurum.
- Çakıcı, I., & Çelem, H. (2009). Kent parklarında görsel peyzaj algısının değerlendirilmesi. *Tarım Bilimleri Dergisi*, 15(1), 88-95.
- Çakır, O., & İlal, M. E. (2017). Yemekhane ses peyzajının psikoakustik parametreler açısından değerlendirilmesi. 13. Ulusal Tesisat Mühendisliği Kongresi (Teskon), 19-22 Nisan, MMO Tepekule Kongre ve Sergi Merkezi, İzmir.
- Çanakçıoğlu, N.G.(2016). Pediatrik tedavi mekânlarını kullanan bireylerin mekânsal algılarının bilişsel ve mekân dizimi yöntemleriyle irdelenmesi. Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, İstanbul.
- Çetinkaya, Ç. (2015). Yeniden işlevlendirilen endüstriyel mekânların görsel algı değerlendirmesi: İzmir tarihi havagazı fabrikası. Doktora Tezi, Ege Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, İzmir.

- Demirci, E. (2010). Atatürk üniversitesi yerleşkesinin görsel kalite yönünden değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Erzurum.
- Deng, Z., Wu, W., & Shi, D. (2009). Two case studies on the soundscape in historical area and its subjective assessment from the local people. Internoise, 23-26 August, Ottawa / Canada.
- Döner, S.(2015). Kentsel alanlarda kullanılan su öğelerinin görsel kalite değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Düzce.
- Dupont, L., Antrop, M., & Eetvelde, V.V. (2015). Does landscape related expertise influence the visual perception of landscape photographs? Implications for participatory landscape planning and management. *Landscape and Urban Planning*, 141, 68-77.
- Esen, E. (2016). Sesin imgeyle ilişkisi. Sanatta Yeterlilik Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Resim Anasanat Dalı, Ankara.
- Eryayar, Y. (2011). Endüstri ürünleri tasarımında gestalt teorisi uygulaması. *Journal of World of Turks*, 3(2), 125-133.
- Fuda, S., Aletta, F., Kang, J., & Astolfi, A. (2015). Sound perception of different materials for the footpaths of urban parks. *Energy Procedia*, 78, 13-18.
- Gedik, T. (2003). Farklı su öğelerinin psikolojik etkileri ve mekânsal etkinliklerle bütünleşmesi açısından incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Trabzon.
- Gezer, H. (2012). Mekânı kavrama sürecinde algılama bileşenleri, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(21), 1-10.
- Gibson, J.J. (1950). The perception of the visual World. Boston, 239.
- Guastavino, C. (2006). The ideal urban soundscape: investigating the sound quality of French Cities. *Acta Acustica United with Acustica*, 92, 945-951.
- Güç, B. (2010). Hastane dolaşım mekânlarının kullanıcı üzerindeki etkileri: Süleyman Demirel üniversitesi hastanesi örneği. Doktora Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, Trabzon.
- Güler, D. (2017). Kapalı hacimlerde ses-mekân ilişkisi ve psikoakustik kavramı. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Anabilim Dalı, İstanbul.
- Hardal, S. (2011). Açık alanlarda görsel kalite değerlendirilmesi üzerine bir araştırma: yıldız korusu örneği. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, İstanbul.
- İncekara, F.B. (1999). Mimari mekanın algılanmasında fizyolojik ve psikolojik etmenler. Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, Edirne.

- Jang, G.S., & Kook, C. (2005). The selection of introduced sounds to improve the soundscape in the public spaces. *Journal of Physiological Anthropology and Applied Human Science*, 24(1), 55-59.
- Joo, W., Gage, S.P., & Kasten, E.P. (2011). Analysis and interpretation of variability in soundscapes along an urban rural gradient. *Landscape and Urban Planning*, 103, 259-276.
- Kaptanoğlu, A.Y.Ç. (2006). Peyzaj değerlendirmesinde görsel canlandırma tekniklerinin kullanıcı tercihine etkileri. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, İstanbul.
- Kaya, Ç. (2018). Kent mekânının ses kolâjları ve ses kartpostalları üzerinden ses peyzajıyla temsili. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, İstanbul.
- Kaymaz, I., Belkayalı, N., & Akpınar, N. (2013). Peyzaj Mimarlığı kapsamında işitsel peyzaj kavramı: Ankara kent parkları örneği. Peyzaj Mimarlığı 5. Kongresi, 14-17 Kasım, Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Koç, B. (2012). Çocuklar için tasarlanan mekânlarda bilişsel sınırlar. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, İstanbul.
- Köksoy, A. (2009). Müzik psikolojisi üzerine bir araştırma (Müziğin duygulanımlar üzerindeki etkileri). Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı, Trabzon.
- Köseoğlu, E., & Çelikkayalar, E. (2016). Yapılı çevrede renk tercihleri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Mimarlık Bilimleri ve Uygulamaları Dergisi*, 1(2), 57-65.
- Lee, P.J., Hong, J.Y., Jeon, J.Y., & Koh, H.I. (2010). Perception on soundscape with rail road in korea. *Internoise 2010*, 13-16 June, Lisbon, Portugal.
- Lindquist, M.W. (2014). The impact of sound on virtual landscape perception an empirical evaluation of aural-visual interaction for 3d visualization. Doctoral Thesis, The University of Sheffield, Department of Landscape, England.
- Liu, J., Kang, J., Behm, H., & Luo, T. (2013). Effects of landscape on soundscape perception: soundwalks in city parks. *Landscape and Urban Planning*, 123, 30-40.
- Martinez, G.P., Torija, A.J., & Ruiz, D.P. (2018). Soundscape assessment of a monumental place: A methodology based on the perception of dominant sounds. *Landscape and Urban Planning*, 169, 12-21.
- Merchan, C.I., Balteiro, L.D., & Solino, M. (2014). Noise pollution in national parks: soundscape and economic valuation. *Landscape and Urban Planning*, 123, 1-9.
- Mert, F. (2017). Sirkeci-halkalı banliyö tren hattı üzerinde gürültü bariyeri uygulaması. Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, Fen Bilimleri

Enstitüsü, Kentsel Sistemler ve Ulaştırma Yöntemleri Anabilim Dalı, İstanbul.

- Minez, B. (2013). Mimarlık eğitimi sürecinde bireyin algı değişiminin görsel çevre değerlendirme teknikleri ile incelenmesi. Doktora Tezi, Trakya Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, Edirne.
- Nergiz, F. (2005). Minimalist mekânların tasarım özellikleri ve görsel niteliklerinin mimarlığın bazı temel öğeleri aracılığıyla konut tipolojisi kapsamında incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, İstanbul.
- Özçevik, A., & Can, Z.Y. (2011). İşitsel peyzaj kavramı ve kapalı mekânların akustik konfor değerlendirmesinde kullanılabilirliği. *MegaronJournal*, 6(1), 52-59.
- Özçevik, A. (2012). 'İşitsel peyzaj – soundscape' kavramı ile kentsel akustik konforun irdelenmesinde yeni bir yaklaşım. Doktora Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, İstanbul.
- Özçevik, A., Can, Z.Y., Gürbüz, H., & Acar, I.P. (2014). Kentsel akustik konforun irdelenmesinde uygulamalı bir işitsel peyzaj yaklaşımı – istatistiksel çalışmalar. *Megaron Journal*, 9(1), 45-54.
- Özdemir, A., & Fenkçi, M.S. (2016). İşitsel ve görsel peyzaj algısının hasta psikolojisindeki rolü. *Journal of Human Sciences*, 13(2), 3022-3032.
- Özer, B. (2005). İnsan psikolojisi ve peyzaj tasarımı. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Ankara.
- Özeren, E.B. (2018). Geleneksel türk evinin yeni fonksiyonu ile insan psikolojisi üzerine etkisi: Konya örneği. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, Konya.
- Özgen, S. (2009). Tarihi çevre içinde üç boyutlu çalışmaların cepheler açısından algılamaya etkisi. Doktora Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, Trabzon.
- Özhancı, E., & Yılmaz, H. (2011). Rekreasyon alanlarının görsel peyzaj kalitesi yönünden değerlendirilmesi: Erzurum örneği. *Iğdır Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 1(2), 67-76.
- Özhancı, E., & Yılmaz, H. (2013). Değişik peyzaj karakterleri barındıran dağların, foto safari amaçlı görsel peyzaj analizi. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 44(1), 83-89.
- Özkum, E. (2011). Doğal ve yapay aydınlatmanın insan psikolojisi üzerindeki etkileri. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, İç Mimarlık Anasanat Dalı, İstanbul.
- Pallasmaa, J. (2018). Tenin gözleri. İstanbul, 87.
- Pheasant, R., Horoshenkov, K., Watts, G., & Barrett, B. (2007). The acoustic and visual factors influencing the construction of tranquil space in urban and rural environment stranquil spaces-quiet places. *The Journal of The Acoustical Society of America*, 123(3), 1446-1457.

- Polat, A.T. (2012). Kent parklarında görsel kalite ve doğallık derecesi arasındaki ilişkilerin belirlenmesi. *Iğdır Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 2(3), 85-92.
- Seyhan, S. (2012). İlköğretim 8. sınıf öğrencilerinin ses hakkındaki bilgi düzeylerinin belirlenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Fen Bilgisi Eğitimi Anabilim Dalı, Çanakkale.
- Şakacı, H. (2010). Dijital sinemada sesin kullanımı. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, İstanbul.
- Schulz, C.N. (1971). *Existence, Space & Architecture*. New York: Praeger Publishers Inc, 119.
- Şen, D.E. (2009). Mimarlıkta algılama ve anlamlandırma (düzenlam/yananlam) bağlamında saydamlık ve opaklık kavramları üzerine bir araştırma. Doktora Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, Trabzon.
- Taşkıran, N.Ö., & Bolat, N. (2013). Reklam ve algı ilişkisi: reklam metinlerinin alınmasında duyu organlarının işlevleri hakkında bir inceleme, *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 49-70.
- Tarım, B. (2014). Görsel peyzaj değerlendirmesinde nesnel ve algısal yaklaşımların karşılaştırmalı analizi. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Ankara.
- Tezel, D. (2007). Mekân tasarımında doğal ışığın etkileri. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, İstanbul.
- Ustasüleyman, T. (1998). Gürültü sorunu ve gürültünün azaltılmasında bitkisel materyalin kullanımı ile ilgili ölçüm yöntemleriyle yapılmış çalışmaların derlenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Trabzon.
- Uzunoğlu, S.S., & Özer, H. (2014). Mimarlık eğitiminde mimari psikoloji formasyonunun geliştirilmesi için bir model, *Megaron*, 9(2), 143-165.
- Ünal, T.C. (2013). Kentsel mekânlarda hareketin hızına bağlı değişen görsel algı. Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, İstanbul.
- Yang, W., & Kang, J. (2005). Soundscape and sound preferences in urban squares: a case study in sheffield. *Journal of Urban Design*, 10(1), 61-80.
- Yakın, B. (2012). Tasarım sürecinde görsel düşünme ve görsel anlatım ilişkisine analitik bir yaklaşım. Sanatta Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, İç Mimari ve Çevre Tasarımı Anasanat Dalı, Ankara.
- Yavuz, C., Akbulut, D., & Şık, A. (2017). Duyulara hitap etme noktasında ses - ürün etkileşimi: çocuklarla, oyuncaklar ve sesleri üzerine bir çalışma. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 19, 233-251.

- Yeşil, M., Atabeyoğlu, Ö., & Yeşil, P. (2015). Karayollarının kent içi trafik gürültüsü düzeyine etkisi: Ordu kent merkezi örneği. *Türkiye Ormancılık Dergisi*, 16(2), 177-182.
- Yıldırım, K., Hidayetoğlu, M.L., & Şen, A. (2007). Farklı mimari biçimlerdeki kafe/pastane mekânlarının kullanıcıların algı-davranışsal performansı üzerine etkisi. *Politeknik Dergisi*, 10(3), 295-301.
- Yılmaz, G. (2010). Çocukta mekân algısının gelişiminde masalın etkisi/önemi. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Bina Bilgisi Anabilim Dalı, İzmir.
- Yılmaz, S., Mumcu, S., & Akyol, D. (2017). Algısal yanılsamaların peyzaj tasarımında değerlendirilmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(51), 1307-9581.
- Yılmaz, S. (2008). Hayvanat bahçesi sergi alanlarındaki genişlik etkisinin arttırılmasına yönelik algısal yanılsamalara dayalı bir tasarım yaklaşımı. Doktora Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Trabzon.
- Wallace, M. Y. (2012). Peyzaj mimarlığında 'akustik ekoloji': 'Sespeyzajları'nın İzmir kenti örneğinde irdelenmesi. Doktora Tezi, Ege Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, İzmir.

EKLER

Ek 1

Sayın Katılımcı;

Bu anket, Ordu Üniversitesi Ziraat Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü Peyzaj Tasarımı Anabilim Dalı'nda yürütülen "Peyzaj Tasarımında İşitsel ve Görsel Kurgunun Mekân Algısı ve Yönetimi Üzerine Etkileri" isimli yüksek lisans tezi kapsamında hazırlanmıştır. Elde edilen sonuçlar istatistiksel olarak değerlendirilip tez çalışması için kullanılacaktır.

Görüşlerinizi paylaşarak bilime sağladığınız değerli katkı için teşekkür ederiz.

1. Yaş

a)17-24 b)25-29 c)30-35 d) 35<

2.Cinsiyet

a)Kadın b)Erkek

3.Sınıf

a)1 b)2 c)3 d)4 ve sonrası

4.Bölüm

.....

5.Ailenizin mesleği

.....

6.Ailenizin ikametgâh ettiği yer?

a)Kent/İlçe b)Köy

7.Şu an hissettiğiniz ruh hali nedir? (1 tane işaretleme yapınız.)

a)Mutlu b)Mutsuz c)Karamsar d)İyimser e)Özgür f)Kısıtlı

g)Güvenli h)Güvensiz i)Duygusal j)Akılcı k)Keyifli l)Keyifsiz

m)Rahat n)Gergin o)Durgun p)Dinamik r)Huzurlu s)Huzursuz

8.Hangi elinizi kullanıyorsunuz?

a)Sağ el b)Sol el c)Her ikisi

9. En çok nerede yaşamak isterdiniz?

a)Köy b)Kent c)Orman içi d)Sahil kasabası e)Göl kenarı f)Diğer(Belirtiniz)

.....

10.Sizin için hangisi daha ön plandadır?

a)Duygu b)Mantık

11. Sınıfta şu an oturduğunuz konumu işaretleyiniz.

Perde

Sınıfın ön tarafı

Sınıfın orta tarafı

Sınıfın arka tarafı

Sfatlar	Ses									Görüntü									Görüntü ve Ses								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Mutlu																											
Mutsuz																											
Güvenli																											
Güvensiz																											
Keyifli																											
Keyifsiz																											
Rahat																											
Gergin																											
Durgun																											
Dinamik																											
Huzurlu																											
Huzursuz																											
Özgür																											
Kısıtlı																											
Karamsar																											
İyimser																											
Duygusal																											
Akılcı																											

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	Aslıhan ARGAN
Doğum Yeri	Ünye
Doğum Tarihi	16.09.1993
Uyruğu	T.C.
Telefon	-
E-Posta Adresi	aslihan.argan@gmail.com
Eğitim Bilgileri	
Lisans	
Üniversite	Mustafa Kemal Üniversitesi
Fakülte	Mimarlık Fakültesi
Bölümü	Peyzaj Mimarlığı
Mezuniyet Yılı	10.06.2016
Yüksek Lisans	
Üniversite	Ordu Üniversitesi
Enstitü Adı	Fen Bilimleri Enstitüsü
Anabilim Dalı	Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı
Programı	
Mezuniyet Tarihi	
Yayınlar	
<p>Atabeyoğlu, Ö., Beyli, K.N & Argan, A. (2017). Karadeniz'in arkeolojik hazinesi kurul kalesi rekreasyon alan potansiyeli, Ordu. İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi, 7(16), 126-140.</p> <p>Argan, A., Atabeyoğlu, Ö. (2017). Turizmin yükselen alternatifi yaylalar, Çambaşı yaylası örneği. Uluslararası Turizm Sempozyumu, 23-24 Ekim, Prof.Dr.Osman Turan Kültür Merkezi, Trabzon.</p> <p>Atabeyoğlu, Ö., Argan, A. (2018). Değişen ve dönüşen kent: Siluet ve vistalarıyla Ordu kenti, Uluslararası Kentleşme ve Çevre Sorunları Sempozyumu Değişim/Dönüşüm/Özgünlük, 28-29-30 Haziran, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.</p> <p>Atabeyoğlu, Ö., Beyli, K.N., Argan, A.(2019). Ordu kenti tarihi dokusu üzerine kentsel baskılar, tarihi sit alanı örneği. Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Fen Bilimleri Dergisi, 35(2), 41-57.</p>	